

Huescactiva impulsa su web con la vista puesta en su segunda jornada

El profesor Juan Velarde será el principal atractivo el 25 de noviembre

D.A.

HUESCA.- Huescactiva, la iniciativa de debate y reflexión promovida por la firma "Tebas Coiduras Estudio Legal y Tributario", ha estrenado su página web en la que ofrece información, interactividad y la opción de inscribirse en las jornadas que organiza, como la próxima que se celebrará el 25 de noviembre con la presencia estelar del profesor Juan Velarde Fuer-

tes. Huescactiva estrenó su presencia pública el pasado 26 de mayo con la participación del profesor Ramón Tamames sobre "Hechos, políticas y previsiones en tiempos de crisis", Luis Martín sobre "Introducción a la Reestructuración Empresarial" y Javier Tebas sobre los recursos jurídicos para resistir a la crisis y la reforma de la Ley Concursal, en un encuentro que clausuró Arturo Aliaga y que también contó en una mesa redonda con las intervenciones del director general de Comercio, Juan Carlos Trillo, el presidente de la Cámara de Comercio, Manuel Rodríguez Chesa, y el presidente de Ceos-Cepyme Huesca, José Luis López Garcés.

Huescactiva se sustancia en torno a una serie de jornadas de reflexión y debate para empresarios altoaragoneses, "con

el objetivo de ofrecer soluciones prácticas y de suscitar ideas nuevas a dicho colectivo, para que pueda afrontar su realidad y además aprender de ello".

Surge como consecuencia de las necesidades de las empresas frente a la actual coyuntura económica española y mundial. "La larga trayectoria profesional de la firma Tebas Coiduras y la de su director Javier Tebas Medrano, prestando un servicio integral de asesoramiento jurídico multidisciplinar en las áreas legal, fiscal y económica, garantiza el interés y la relevancia de Huescactiva entre los empresarios que necesitan orientación para llevar adelante sus negocios, o simplemente para participar en el intercambio de información y de experiencia con ponentes de prestigio".

WEB DE HUESCACTIVA

Huescactiva incide en la colaboración y el estímulo a las empresas para que vayan más allá de la gestión diaria y de los "parches" para un resultado estable perdurable en el tiempo.

Con este objetivo, ha puesto en marcha la página web www.huescactiva.es con información y la posibilidad de participación de los internautas. En ella, explica la filosofía de este proyecto de debate, permite la ins-

cripción a las nuevas jornadas y ponencias, aporta datos sobre los ponentes de las anteriores jornadas y las ponencias desarrolladas, que pueden además ser descargadas. En esa misma línea, hay una galería de imágenes con un álbum de cada jornada, y en el futuro se recogerán las grabaciones audiovisuales de cada intervención.

Igualmente, hay unos apartados de actualidad con noticias de Huescactiva y de la economía, con especial incidencia en la provincia de Huesca, además del tratamiento informativo de las jornadas en los diferentes medios de comunicación y unas encuestas sobre asuntos candentes y otros relacionados con las jornadas.

Completan esta web espacios para la inscripción a la próxima jornada, un directorio de colaboradores y un enlace a la página de Tebas Coiduras Estudio Legal y Tributario.

VELARDE Y LA COMPETENCIA

La próxima jornada tendrá lugar el próximo 25 de noviembre, con la presencia principal de Juan Velarde, uno de los economistas de mayor prestigio en España e Iberoamérica, colaborador de medios informativos que ofrecerá su diagnóstico so-



bre la salida de la crisis.

El título general de la segunda edición de Huescactiva será "La defensa de la competencia en las pymes. Una solución a la salida de la crisis", con participación de Javier Berasategui, presidente del Tribunal de la Competen-

cia del País Vasco, y también de un representante del organismo homónimo de Aragón.

La inscripción a esta jornada, la segunda de la iniciativa de Huescactiva, puede realizarse ya en la página web www.huescactiva.es

Gastronomía y cultura del vino, factores de promoción y diferenciación turística

A. H.

HUESCA.- La necesidad de potenciar la cultura del vino y la gastronomía como elementos de diferenciación y promoción turística, además de vincular a la Administración Pública y la iniciativa privada en el desarrollo del sector destacan entre las conclusiones del II Congreso Internacional de Turismo Enológico. El evento organizado por la Universidad de Cádiz, Fundación Universidad Empresa de la Provincia de Cádiz y Ayuntamiento de Barbastro se celebró en el Centro de Congresos del 21 al 23 de octubre con asistencia de doscientas personas.

Se contó con la presencia de restauradores, bodegueros, hoteleros, consultores, gastronómicos y periodistas que abordaron las tendencias, facetas y posibilidades de esta emergente modalidad turística. A través de ponencias desarrolladas por expertos, nacionales e internacionales, quienes profundizaron en el presente y futuro de un turismo que aúna territorio, gentes,

gastronomía, historia y vino.

Según las conclusiones, "los nuevos escenarios abren la puerta a más actores de los sectores primarios, de la industria agroalimentaria, de los servicios de hostelería, de la oferta turística y se genera una denominación más amplia y concreta, la Enogastronomía". Otro de los grandes temas abordados ha sido el papel de las nuevas tecnologías, "el usuario de las nuevas realidades virtuales dista mucho del que existía hace unos años. La comunicación, el mensaje y la necesidad de ahondar en la capacidad de convencer son vitales".

La distintas ponencias y mesas redondas sirvieron para incidir en la parte negativa de la realidad del enoturismo, "hoy en día, a pesar de este nuevo escenario, se identifican los mismos problemas que se encontraron las iniciativas pioneras de turismo enológico y que el gran desarrollo de este segmento no ha conseguido erradicar. Entre ellas, cabe destacar una preocupante falta de imaginación, es



Jesús Lobera, Antonio Arcas y Santiago Santamaría presidieron la clausura. A.H.

decir, falta de iniciativas privadas en el desarrollo de productos turísticos novedosos".

Otro de los errores persistentes, "la consideración del enoturismo por parte de las bodegas como un arma efectiva para la rotación de productos frente a su verdadera virtud, que no es otra que la seducción y fidelización del cliente. Eso suele provocar desilusión y pérdida de confianza en las bondades del turismo enológico que, precisamente, constituye un elemento comple-

mentario a la comercialización de sus productos".

Se hizo referencia, también, a la falta de uniformidad en la oferta y la duplicidad de esfuerzos con muchas iniciativas públicas y privadas copiadas, "en lugar de buscar la diferenciación se contentan en replicar modelos que, en ocasiones, son válidos para otros territorios pero que no, necesariamente, sirven para el propio".

Por último, el Congreso Internacional ha servido para po-

ner sobre la mesa la necesidad de replantearse los modelos de promoción, organización y comercialización de productos ecoturísticos o enogastronómicos. Pasa por utilizar las plataformas tecnológicas que permitan exponer la oferta, disponer de ella en una acción de compra clara y segura, agregar servicios de varias empresas al mismo tiempo y trabajar con las grandes redes de distribución on line para que sea lo más accesible posible, según las conclusiones.