

El negocio inmobiliario del:

TURISMO DEPORTIVO

✓ Náutica ✓ Golf ✓ Nieve

INTERVENCION ESPECIAL:

Dña. Mónica Cano

Jefa del Area de Turismo Deportivo y Naturaleza

Secretaría General de Turismo

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

NAUTICA

- ✓ ¿Qué políticas están adoptando las Administraciones Públicas en la promoción de puertos deportivos?
- ✓ Factores clave y puntos críticos en el plan de viabilidad de un Puerto Deportivo
- ✓ Proyecto de construcción y explotación del Puerto de San Antón (A Coruña)



GOLF

- ✓ ¿Por qué unos Golfs Resorts triunfan y otros no?
 - ▶ La importancia del Master Plan
 - ▶ El adecuado diseño
 - ▶ Gestión Profesionalizada
- ✓ El impacto territorial y urbanístico de los campos de golf
- ✓ Claves para el desarrollo inmobiliario de un proyecto turístico con golf
 - ▶ Campo de Golf Torremirón



NIEVE

- ✓ Puntos clave del Plan de Nieve de la Generalitat de Catalunya
- ✓ Nuevos modelos de espacio de ocio en alta montaña
 - ▶ Panticosa Resort
 - ▶ Hotel La Pleta de Baqueira-Beret



Cientos de asistentes confiaron en nuestras anteriores convocatorias:



"II Encuentro de Puertos Deportivos", Madrid 15 y 16 de marzo de 2005



"III Encuentro Proyectos Hoteleros", Madrid 17 y 18 de mayo de 2005



"Inversión, promoción y gestión de Campos de Golf", Madrid 14 de junio de 2005

La industria del golf en España

Inversión en torneos en España en 2003		En euros
Torneos abiertos		11.250.360
Torneos privados		7.350.640
Circuito nacional		3.262.722
Circuito Europeo		12.117.650
Inversión total de torneos		En euros
Golf amateur	Nº de torneos:	20.601.000
Golf profesional	Nº de torneos: 27	17.380.372
TOTAL: 38 millones de euros		

FUENTE: Aymerich Golf Management

EXPANSIÓN

Dónde atracar en España

Por comunidades autónomas. Año 2004

☐ Puertos ☐ Amarres ☐ Amarres por puerto

Cantabria		País Vasco	
☐ 12		☐ 18	
☐ 2.698		☐ 4.829	
☐ 224,8		☐ 267,9	
Asturias		Cataluña	
☐ 11		☐ 45	
☐ 1.261		☐ 30.492	
☐ 114,6		☐ 677,6	
Galicia		Balears	
☐ 28		☐ 68	
☐ 6.312		☐ 19.56	
☐ 225,4		☐ 287,7	
Andalucía		Com. Valenciana	
☐ 37		☐ 47	
☐ 13.413		☐ 17.716	
☐ 362,5		☐ 376,9	
Canarias		Murcia	
☐ 30		☐ 19	
☐ 6.481		☐ 5.137	
☐ 216		☐ 270,4	

FUENTE: ADINIGMM Consultores Turísticos

EXPANSIÓN



Estimado amigo:

En todas las zonas turísticas de España es cada vez mayor el interés que despierta el tipo de turismo denominado deportivo, como alternativa tradicional de sol y playa. **Son muchas las ventajas que este turismo aporta:**

- Se puede desarrollar en zonas no saturadas como las costas
- Genera un gasto por persona y día alto
- A su alrededor se construyen atractivos resorts que combinan el uso hotelero con el residencial, así como los usos terciarios

Conozca los distintos modelos de negocio y las nuevas tendencias que operan en el mercado del turismo deportivo.

Las claves para invertir en:

NAUTICA →

Los puertos deportivos constituyen un **motor de riqueza** para las ciudades que los albergan, el **volumen de negocio** que generan las instalaciones náuticas en España **supera los 1.200 millones de euros**.

Las instalaciones náuticas como creadoras de infraestructuras representan **oportunidades de negocio** para diversos sectores sin embargo la escasez de puntos de amarre, la alta fiscalidad y la ausencia de una legislación propia que impide que se desarrolle acorde con su crecimiento, han desatado las críticas en la industria náutica, que pide soluciones.

GOLF →

Las **promociones más demandadas** son aquellas situadas en ubicaciones costeras y **las relacionadas con campos de golf**. Por eso, las principales promotoras españolas siguen tomando posiciones en este mercado, bien desarrollando complejos en zonas de costa, bien potenciando promociones con campos de golf, o ambas modalidades juntas. Además, algunas inmobiliarias han optado por promover urbanizaciones, sin green, pero próximas a campos ya existentes.

MONTAÑA →

La Generalitat de Catalunya ha elaborado un **nuevo Plan de Nieve** que fija la estrategia que deberá permitir al sector de las estaciones de esquí en ser competitivo frente a otros destinos como Andorra, Aragón o Francia. Asimismo, el estudio analiza. Este Plan supone nuevas oportunidades de inversión ya que analiza las **posibilidades de crecimiento de los complejos invernales actuales**, sus hipotéticas conexiones y viabilidad de futuras aperturas.

Todo ello será objeto de análisis y debate en las Jornadas sobre **"El negocio inmobiliario del Turismo Deportivo"**, organizado por Recoletos Conferencias y Formación que se celebrarán en Barcelona los próximos **1 y 2 de febrero de 2006**.

Esperando poder saludarle personalmente, reciba un cordial saludo,

Laura Antuñano

Laura Antuñano
Directora de Programas

PROGRAMA

Miércoles, 1 de febrero de 2006

8.45	Recepción de los asistentes y entrega de la documentación
9.00	Bienvenida a cargo del presidente y moderador de la jornada: Sr. Bruno Hallé <i>Socio Director</i> MAGMA TURISMO
9.15	<u>Intervención Especial:</u> El papel de la náutica, el golf y la nieve en el turismo deportivo en España y perspectivas de evolución Dña. Mónica Cano <i>Jefa del Area de Turismo Deportivo y Naturaleza</i> <i>Secretaria General de Turismo</i> MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
9.45	Coloquio y preguntas



- NAUTICA

17 de septiembre de 2005

Expansión

El viento en contra no frena la vela

La afición a la vela se consolida en España pese a la alta fiscalidad y el elevado coste económico que supone este deporte. La navegación ligera se afianza como la cantera de futuros marineros. Según un informe de la Asociación de Industrias, Comercios y Servicios Náuticos (Adin) cada año el número de embarcaciones de recreo matriculadas aumenta en torno al 8%, unos 12.173 barcos. Según el informe, en España hay sólo 107.894 puntos de amarre en 315 puertos para un total de 229.000 embarcaciones matriculadas. La alta fiscalidad, 16% de IVA, más el 12% de impuesto de matriculación es otro de los factores que impiden un mayor crecimiento del sector. España es uno de los países con menos embarcaciones por habitante (una media de 308 personas por embarcación). Pese a que la patronal no se muestra optimista por el crecimiento de las ventas de embarcaciones, lo cierto es que existen dos factores que pueden ayudar al despegue de este deporte. Primero la celebración en Valencia de la competición de vela más importante del mundo, la Copa América en 2007 y el otro motivo para el optimismo es la implantación de las embarcaciones Trans Pack 52 (TP52).

Los principales puntos de conflicto

- En España, sólo hay 107.894 puntos de amarre en 315 puertos, para un total de 229.000 embarcaciones matriculadas en España, más las de bandera extranjera que amarran en los puertos.
- El 16% del IVA, más el 12% de impuestos de matriculación, está considerado por el sector como una fiscalidad muy alta.
- La náutica de recreo carece de un estatuto jurídico propio. Toda la normativa por la que se rige esta industria -con aspectos como la matriculación, inspecciones, cambios de dominio y titulaciones para el manejo de embarcaciones de recreo-, está sujeta a la Ley de Puertos y a la división de la Marina Mercante.
- Casi el 50% de los profesionales de la industria náutica cree que aumentará su negocio en 2005, pero para 2006, las previsiones, al igual que en Europa, son de cierta recesión.

Fuente: Expansión

7 de julio de 2005

10.00

¿Qué políticas están adoptando las Administraciones Públicas en la promoción de puertos deportivos?

- Medidas para promocionar los puertos deportivos como impulsores del turismo náutico
- ¿Cómo deben las Comunidades Autónomas planificar sus necesidades turístico-portuarias?
- ¿Cómo resolver el problema de la escasez de amarre?
- Los puertos deportivos como impulsores del desarrollo urbano e inmobiliario
- El marco jurídico actual de la náutica
- Normativa comparada de las Comunidades Autónomas sobre puertos deportivos:
 - Plan Director de los Puertos
 - Plan de Acción Territorial de los Puertos
 - Nueva Ley de Puertos Balear

Sr. D. José Fernández Pérez

Director General

DIRECCION GENERAL DE COSTAS

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE

Sr. Esteve Tomás i Torrent

Director general de Ports i Transports

**Departament de Política Territorial i Obres
Publiques**

GENERALITAT DE CATALUNYA

Sr. Fernando Garrido Pastor

Vicepresidente Ejecutivo

PORTS DE LES ILLES BALEARS

11.15 Coloquio y preguntas

11.30 Café

12.00 Plan de viabilidad de un puerto deportivo:

✓ Factores clave ✓ Puntos críticos

- ¿Cuáles son las principales variables en un estudio de viabilidad?
- ¿Cuáles son los puntos críticos a valorar en un proyecto de inversión en puertos deportivos?
- Claves para obtener la mayor rentabilidad de un proyecto
- Búsqueda de financiación, ¿cómo se estructura la operación?
- Localización y mitigación de riesgos, ¿qué factores de riesgo hay que tener en cuenta para planificar con éxito el proyecto?
- Relaciones jurídicas y contractuales
- El régimen de concesión

Sr. Sergi Ametller Malfaz

Jefe de Proyectos de Puertos y Costas
SENER INGENIERIA Y SISTEMAS S.A.

12.45 Coloquio y preguntas

13.00 Proyecto de construcción y explotación del Puerto de San Antón (A Coruña)

Inversiones Finisterre quiere aprovechar el auge de la náutica deportiva en Galicia y, para ello, ha iniciado una ambiciosa estrategia dirigida a convertirse en un operador destacado en la construcción y gestión de puertos deportivos. El grupo empresarial -cuyo negocio principal es la concesión de la Inspección Técnica de Vehículos en Galicia y países como Costa Rica y Argentina-, inició este mismo año su diversificación hacia el sector náutico a través de la sociedad Fomento de Iniciativas de Galicia que se hizo con el concurso para la construcción y explotación del área náutico-deportiva de San Antón, en el puerto de A Coruña, donde invertirá 6,8 millones de euros en la construcción de 700 nuevas plazas de amarre. Como complemento a esa actuación, la firma también ha negociado la adquisición de la sociedad Marina Seca, titular de la concesión -también en el puerto de A Coruña- de explotación de la guardería náutico-deportiva para el invernaje de embarcaciones de recreo.

- ¿Hasta qué punto dinamiza el negocio inmobiliario el área de influencia del puerto?, ¿cuál es el impacto en la construcción residencial y hotelera?
- ¿Qué ventajas competitivas aporta el turismo náutico?
- ¿En qué medidas las instalaciones náuticas se convierten en creadoras de infraestructuras?
- ¿Qué oportunidades de inversión existen?

- ¿Qué servicios de valor añadido supondrá la incorporación de la Marina Seca?, ¿qué demanda pretende resolver?

D. Jesús González-Aller Lacalle

Responsable División Náutica

FOMENTO DE INICIATIVAS DE GALICIA

13.45 Coloquio y preguntas

14.00 Almuerzo



- GOLF

La industria del Green

Turismo ligado al golf

Nº de turistas de golf	802.890
Gasto medio diario	140
Estancia media	7-9 días
Nº pernoctaciones totales	4.909.967
Gasto total (€)	662.845.545
Gasto en no golf (70%)	469.891.881

El mercado inmobiliario ligado al golf

Nuevos proyectos de golf anuales	31
Proyectos golf con inmobiliario	110
Precio medio vivienda campo al año	240.000 €
Total viviendas vendidas año	9.900
Total venta viviendas	2.376 millones €
Revalorización del Inmobiliario	830 millones €

Fuente: Aymerich Golf Management

Campos de golf en funcionamiento En número

ANDALUCÍA	82
Cataluña	42
Madrid	26
Comunidad Valenciana	22
Islas Baleares	21
Castilla y León	20
Islas Canarias	15
Galicia	13
P. de Asturias	11
Castilla La Mancha	10
País Vasco	9
Cantabria	7
Aragón	6
Extremadura	4
Murcia	4
Navarra	3
La Rioja	2

FUENTE: Real Federación Española de Golf

EXPANSIÓN

¿POR QUE UNOS "GOLFS RESORTS" TRIUNFAN Y OTROS NO?

El golf como dotación
impulsa las ventas de viviendas
y además facilita la comercialización
de una tipología de producto
más caro

16.00 La importancia de los Master Plan

Los "Golf Resort" pueden representar una muy atractiva oportunidad de desarrollo inmobiliario pero deben de ser perfectamente entendidos desde las perspectivas que afectarán al éxito comercial final: situación del mercado o demanda del producto, planificación y diseño físico y arquitectónico, y viabilidad financiera. Realizando dichos análisis de una forma correcta, el golf tiene mucho potencial para conseguir que un proyecto inmobiliario sea mucho más que una mera suma de sus partes, pero a la vez si no se conocen los elementos clave, una pesada carga que comprometa la viabilidad financiera del proyecto.

- ¿Cómo ordenar los diferentes elementos que componen un resort en torno a un campo de golf?
- ¿Cómo obtener del golf un proyecto inmobiliario "multit-producto"?
- ¿Cómo se define un plan para alcanzar el equilibrio entre el campo de golf y el beneficio inmobiliario?
- ¿Cuáles son los errores más frecuentes?
- Aplicación a un caso práctico

D. Francisco Aymerich Riestra
Presidente
AYMERICH GOLF MANAGEMENT

16.45 Coloquio y preguntas

17.00 El adecuado diseño del campo de golf

- ¿Cómo incide el diseño de un campo de golf en su posterior rentabilidad?
- ¿Cuáles son las principales variables a considerar?
- ¿Cuáles son los errores más frecuentes?
- ¿Cómo contribuye el diseño a su posterior mantenimiento?

Sr. Alfonso Vidaor
Gerente
GREEN PROJECT

17.45 Coloquio y preguntas

18.00 La gestión profesionalizada del golf: diferentes modelos de gestión y los contratos de explotación

- Búsqueda del gestor en función del perfil inversor-promotor
- ¿Qué tipos de relación inversor-gestor pueden darse?
- Ventajas y desventajas de la gestión propia
- ¿Cómo seleccionar al gestor?
- Posibles contratos de gestión:
 - Arrendamiento: puntos clave
 - Derechos
 - Entidades gestoras
- ¿Cuáles serán los nuevos modelos de gestión que triunfarán en las urbanizaciones de golf?

D. Ricardo Lahera San Juan
Director General
PLANNING GOLF

18.15 Coloquio y preguntas

18.30 Impacto territorial y urbanístico de los campos de golf: riesgos y oportunidades

- Adaptación del planeamiento urbanístico para la ejecución de desarrollos inmobiliarios con campos de golf
- Garantías exigibles en la gestión urbanística para asegurar la ejecución del campo de golf
- Incidencia de los campos de golf en la política de ordenación del territorio
- ¿Cuál es el procedimiento para la concesión administrativa para la construcción de nuevos campos de golf?

GOMEZ-ACEBO

19.15 Coloquio y preguntas

19.30 Fin de la primera jornada

Jueves, 2 de febrero de 2006

9.00 Recepción de los asistentes

9.15 Bienvenida a cargo del presidente y moderador:
GOMEZ-ACEBO

Repercusión económica del turismo del golf

- El turista de este segmento destina 1.600 euros a su viaje, un 80% más que el convencional
- Esta industria movió un negocio de 740 millones de euros en 2004, un 5% menos que el año anterior
- Las viviendas ubicadas en estos recintos revalorizan su precio hasta un 20%

Fuente: *Expansión*

14 de junio de 2005

DESARROLLO INMOBILIARIO DE UN PROYECTO TURISTICO CON GOLF

17 de octubre de 2005

Expansión

Inversión de 420 millones en el complejo residencial del parque Port Aventura

El resort tendrá 2.477 viviendas, tres campos de golf y dos hoteles

Port Aventura ya tiene listo el proyecto inmobiliario que permitirá rentabilizar las instalaciones del parque de ocio y dar un nuevo impulso turístico a la Costa Daurada. El objetivo de Port Aventura es atraer a distintos tipos de usuarios, desde turistas europeos que quieren jubilarse en el Mediterráneo, familias españolas que deseen una segunda residencia en la Costa Daurada o ejecutivos que trabajan en el polo químico de Tarragona.

9.30

El impacto del hotel en un desarrollo de golf y residencial, ¿cómo aprovechar las sinergias entre el negocio residencial y el del campo de golf con el hotel?

- ¿Qué papel juega el hotel como elemento de unión entre el golf y el residencial?, ¿cuál es realmente la fuente de ingresos, el golf, el hotel o el residencial?
- ¿Cómo comercializar el campo de golf y el hotel para asegurar el negocio inmobiliario?
- ¿Qué estrategias de comunicación y de posicionamiento son necesarios en los procesos de venta de urbanizaciones residenciales con hotel y golf?
- ¿Qué es lo que realmente deberemos ofrecer a nuestros clientes en una urbanización de golf?
- ¿Cuáles son los nuevos sistemas de valores en un destino de golf competitivo?

Sr. Bruno Hallé
Socio Director
MAGMA TURISMO

10.15 Coloquio y preguntas

10.30 Café

La creación de un destino turístico en torno a un campo de golf

✓ La experiencia de Torremirona

- ¿Cómo se ha realizado el análisis de viabilidad del proyecto?:
 - Inversión mínima necesaria del proyecto
 - Análisis y evaluación de riesgos
 - Costes del proyecto
 - Plazos de amortización
 - Rentabilidad exigible de la operación
- Análisis de los mercados más interesantes a los que dirigir el producto

Sr. Juan Manuel Dalmau
Consejero Delegado
GRUPO ALZE

11.45 Coloquio y preguntas

❄ - TURISMO DE MONTAÑA

Qué oportunidades supone para los promotores inmobiliarios el plan de nieve de la Generalitat de Catalunya

Este documento, encargado por el Departament de Política Territorial i Obres Públiques, fija la estrategia que deberá permitir al sector de las estaciones de esquí en Catalunya ser competitivo frente a otros destinos como Andorra, Aragón o Francia. Asimismo, el estudio analiza las posibilidades de crecimiento de los complejos invernales actuales, sus hipotéticas conexiones y viabilidad de futuras aperturas. También se proponen soluciones para reconducir las crisis económicas de las estaciones.

- ¿Qué planes tiene prevista la Generalitat para conseguir que las estaciones de esquí catalanas sea competitivas frente a otros destinos como Andorra, Aragón o Francia?
- ¿Cuáles son las posibilidades de crecimiento de los complejos invernales actuales?:
 - Posibles conexiones
 - Futuras aperturas
- Posibles soluciones para reconducir las crisis económicas de las estaciones
- Participaciones a través de empresas públicas, mixtas o consorcios

Ilmo. Sr. D. Oriol Nel·lo i Colom
Secretario de Planificación Territorial
GENERALITAT DE CATALUNYA

12.45 Coloquio y preguntas

NUEVOS MODELOS DE ESPACIO DE OCIO DE ALTA MONTAÑA

13.00 "Panticosa Resort: La Gestión de la Excelencia como Estrategia Empresarial de un Resort de Montaña" (ajustado al modelo europeo de la gestión de calidad)

- La Gestión de la Excelencia: reconceptualización empresarial, ¿cuáles son sus beneficios en la gestión?
- Panticosa Resort, ¿cómo se ha llevado a cabo un destino de montañas a través de una estrategia hacia la excelencia?
- ¿Cómo se ha generado un compromiso de los clientes externos e internos hacia el proyecto?
- La visión de Panticosa Resort: posicionamiento y futuros retos

Sra. Nicole Hass
Dirección General
PANTICOSA RESORT

13.30 Coloquio y preguntas

13.45 ¿Por qué Rafael Hoteles ha decidido invertir en un producto de nieve?

La Pleta Hotel & Spa es un lujoso Hotel, ubicado en el corazón de los Pirineos en la estación de esquí de Baqueira-Beret. Las 70 habitaciones que dispone han sido ideadas para el confort total, cuidando en detalle la decoración y todos los elementos tecnológicos que aseguran una estancia tranquila y completa.

- ¿Por qué ha decidido Rafael Hoteles la reconversión del Hotel La Pleta en un hotel balneario de lujo?
- ¿Qué rentabilidades ofrece este tipo de producto?
- ¿Cómo va a combatir la estacionalidad?
- ¿Qué inversión se ha realizado para llevar a cabo la reconversión?
- La nieve como motor de los proyectos hoteleros, ¿qué modelo de negocio es el más adecuado?
- ¿Por qué Baqueira-Beret?

D. Juan Escudero
Director General
RAFAEL HOTELES

14.15 Coloquio y preguntas

14.30 Fin de las jornadas



Recoletos Conferencias y Formación

www.recoletosconferencias.com

Conferencias y foros especializados:

todo sobre su sector ⇒ foros de encuentro e intercambio de información, para la difusión de las mejores prácticas y el avance de novedades. Reunimos a los protagonistas de cada sector: los directivos de las empresas más relevantes, representantes del gobierno y la administración, las firmas de consultoría más prestigiosas y especializadas. Una cita obligada a la que no debe faltar! Consulte la agenda en nuestra web.

Escuela de negocios Recoletos – CEU:

la mejor formación para directivos ⇒ el rigor y la tradición académica del CEU y la actualidad empresarial de un grupo de comunicación líder se unen para ofrecer programas de desarrollo de directivos acordes con las exigencias del mercado. Consulte nuestro calendario de cursos y programas en la web.

in company:

formación interna a la medida ⇒ podemos diseñar el programa de formación que necesita con los mejores especialistas del mercado. Solicite presupuesto sin compromiso.

Comunicación y relaciones públicas:

para reforzar su imagen de marca, reunir a sus clientes efectivos y potenciales, presentar un nuevo servicio o producto ⇒ realizamos proyectos de comunicación "llave en mano" para que su evento profesional sea un éxito y cumpla con sus objetivos de marketing! Somos especialistas en comunicación: solicite presupuesto sin compromiso

Consúltenos sin compromiso:
Tels. 902 37 33 37 / 91 337 04 35
conferencias.recoletos@recoletos.es



INFORMACIÓN

Organiza:

Recoletos Conferencias & Formación
Pº de la Castellana, 66. 28046 Madrid
Tel.: 902 37 33 37
Fax: 91 337 32 01
@: conferencias.recoletos@recoletos.es
www.RecoletosConferencias.com

BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN

☐ Si, deseo inscribirme a **TURISMO DEPORTIVO**

Barcelona, 1 y 2 de febrero de 2006

Precio por inscrito: **xxx € + 16% IVA**

Por favor, rellene todos los datos y envíe este boletín al Fax: 91 337 32 01

INSCRITO 1
APELLIDOS NOMBRE
CARGO DEPARTAMENTO
TELÉFONO FAX E-MAIL

INSCRITO 2
APELLIDOS NOMBRE
CARGO DEPARTAMENTO
TELÉFONO FAX E-MAIL

EMPRESA SECTOR
C.I.F. DIRECCIÓN
POBLACIÓN C.P. PROVINCIA WEB

Datos de facturación: (A rellenar en caso de no coincidir los datos del asistente con los datos de facturación)

EMPRESA CONTACTO (Nombre y apellidos)
DIRECCIÓN C.P. PROVINCIA
POBLACIÓN TFNO.

Firma:

Sus datos de carácter personal van a ser incorporados a un fichero cuyo responsable es Recoletos Grupo de Comunicación S.A. (Recoletos), con domicilio en el Paseo de la Castellana 66, 28046 Madrid, con la finalidad de remitirle información sobre otras conferencias y cursos de Recoletos Conferencias y Formación, sobre los productos de Recoletos y ofertas comerciales de aquellas entidades con las que Recoletos llegue a acuerdos con tal fin, incluyendo el envío de comunicaciones comerciales por e-mail. En caso de que no desee recibir información publicitaria, marque las siguientes casillas:
☐ No desee recibir información de terceros ☐ No desee recibir información publicitaria de Recoletos por e-mail.
En cualquier momento podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, escribiendo a la dirección indicada. Ayúdenos a mantener dichos datos actualizados comunicándonos cualquier modificación que se produzca en los mismos.

CELEBRACIÓN DE LA CONFERENCIA

Fecha y lugar de celebración:

Barcelona, 1 y 2 de febrero de 2006
Hotel Princesa Sofía
Plaza Pío XII, 4. 08028 Barcelona

¿Qué incluye la cuota de inscripción?

Documentación, almuerzo y cafés. Certificado Acreditativo.

Descuentos por grupo

Informese de nuestros descuentos por grupo (tres o más personas)

Le recordamos que la entrada a este acto únicamente estará garantizada si el pago de la Conferencia es realizado antes de la fecha de su celebración. Plazas limitadas.

Cancelaciones

- Si usted no puede asistir, tiene la opción de que un sustituto venga en su lugar, comunicándonos sus datos al menos 24 h. antes de la Conferencia.
- Para cancelar su asistencia envíenos un fax al menos 24 h. antes de la Conferencia. En este caso será retenido un 10% en concepto de gastos administrativos.
- En caso de no cancelar la inscripción o hacerlo en menos de 24 h., no será reembolsado el importe de la conferencia.

Documentación

Si no puede asistir y desea disponer de la documentación de esta Conferencia, haga su reserva enviando el boletín de inscripción al fax 91 337 32 01.

Junto con la documentación del curso, se hará entrega a los participantes en el curso y a los patrocinadores del curso de un listado donde figuren el nombre, apellido, empresa y cargo de los asistentes. Si no desea que su nombre figure en tal listado, háganoslo saber antes de la celebración del curso.

Ventajas fiscales asociadas a esta Conferencia

La cuota de inscripción en esta Conferencia constituye un gasto fiscalmente deducible tanto para empresas, impuesto sobre Sociedades, como para profesionales, en el cálculo del rendimiento neto de actividades económicas, I.R.P.F.
Al mismo tiempo, puede beneficiarse de una deducción en la cuota íntegra de ambos impuestos, por el 5% de su importe.



Forma de pago

- ☐ Transferencia o ingreso bancario: Titular: Recoletos Grupo de Comunicación, S.A. B.SCH. Código y número de cuenta: 0049/1500/08/2310153383 Imprescindible: Incluir referencia "RRCFxxx"
- ☐ Cheque Bancario. Enviar a: Recoletos Conferencias y Formación, Pº de la Castellana, 66. 28046 Madrid Cheque extendido a nombre de Recoletos Grupo de Comunicación, S.A.
- ☐ Tarjeta de Crédito: ☐ VISA ☐ Mastercard ☐ American Express ☐ Dinners

Titular: _____

Nº Tarjeta:

Caduca: Fecha:

Firma:

Nota: Rogamos remita justificante de pago junto con el Bolecín de Inscripción o bien haga entrega del mismo al acreditarse en la Conferencia

XXX

No podrá asistir en esta ocasión

- ☐ Corrijan o completen los datos de la etiqueta según les indico, o incorporen a su base de datos a/s personal/s cuyos datos completos les envío
- ☐ Estoy interesado en recibir información sobre la documentación de esta Conferencia
- ☐ Estoy interesado en las oportunidades de patrocinio y stand

TELÉFONO FAX