

WWW.ROMERO.BARCELONA

ROMERO

PREMIUM NETWORKING

MAGAZINE



JOSÉ LUÍS LED ■ PILAR LATORRE ■ ROSA ROMÁN ■ XAVIER LAHUERTA ■ XAVIER PELLICER ■
IVÁN ACEVEDO ■ HENRI MOR ■ SONIA G CABALLERO ■ JOSÉ MARÍA KAO ■ MARISOL LÓPEZ ■ GT-CLUB ■ OCOA TRAVEL

SUMARIO #3

EDITA
ROMERO Premium Networking
Avda/ Sant Ramon Nonat, 32
08028 Barcelona

EDITOR
Israel Romero CEO & Founder
israel@romero.barcelona

DIRECTORA
Svetlana Krolivetskaya
svetlana@romero.barcelona

DIRECCIÓN DE MARKETING/
COMERCIAL
Carles Tremoleda
carles@romero.barcelona

JEFE DE REDACCIÓN
Antonio Molina
antonio@romero.barcelona

DIRECCIÓN DE ARTE
Joan Alonso

MARKETING DIGITAL
Kilian Romero
kilian@romero.barcelona

DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA
La Masia Studio
xavier@lamasiastudio.com

COLABORADORES
José Luís Led, Pilar Latorre, Rosa
Román, Xavier Lahuerta, Xavier
Pellicer, Iván Acevedo, Henri Mor,
Sonia G Caballero, José María Kao,
Marisol López, GT Club,
Ocoa Travel

Editorial

Liderazgo, te necesitamos

4.



ROMERO
PREMIUM NETWORKING

Gestionar personas: un reto y una necesidad
para Romero Premium Networking.

8.



5.

Jose Luis
Led

Vestir de lujo
con sello italiano.



12.

Pilar Latorre

Cuando la ilusión de
una vida se convierte
en tu proyecto
profesional.



15.

Rosa Román

Presidenta de Chaîne
des Rôtisseurs.
Por el desarrollo
de la amistad y los
negocios en torno a
la cocina.



19.

DME GT CLUB

El club de los súper deportivos y mucho más...



23.

Xavier Lahuerta y Xavier Pellicer

Una cocina para un cambio.



27.

Iván Acevedo, arquitecto

Devolver lo aprendido.



30.

OCOA TRAVEL

Nos gusta acompañarte en tu viaje.



34.

HENRI MOR

Una marca española que es oro líquido.



39.

Sonia G Caballero

La artista que estabas buscando.



42.

José María Kao

Un lujo asiático para Barcelona.



45.

Marisol López

El poder de las buenas palabras.



49.

Actualidad Romero

Afterworks Romero Premium Networking.



Liderazgo, te necesitamos

Y O NACÍ a mediados de los 70, y mi primera muestra de liderazgo de la que tengo recuerdo, me llegó de niño, con casi 9 años de edad, y fue ver por la televisión, en el único canal que teníamos en aquella época, a un larguirucho jugador de baloncesto con el 32 a la espalda y que jugaba para Los Angeles Lakers. Por su estatura, 2,06m, era algo increíble verle dominar el balón y actuar como “playmaker”, ante jugadores a los que le sacaba entre 15 y 25 centímetros, Earving “Magic” Johnson. Pues con sólo 25 años mandaba a todos sus compañeros, no paraba de decirles qué tenían que hacer en la cancha, los estimulaba para ser mejores, sabiéndose que él tenía ese don para ver lo que pasaría antes de que ocurriese.

Ahí empezó mi idilio con esta persona, hasta hoy. El liderazgo es imprescindible si una sociedad, una empresa o cualquier agrupación de personas, quiere tomar decisiones. Y desgraciadamente nuestra sociedad, tanto la catalana como la española ha deteriorado ese rol, y ni lo encontramos en la política ni en la sociedad civil. Y sin duda, lo digo con mucho pesar, porque ahora con 42 años, sé que me toca liderar, y me encuentro preparado para ello, pero a mi alrededor, en mi sociedad, me faltan referentes para seguir mejorando y aprender de ellos.

La falta de una metodología actualizada a la sociedad de hoy en día para obtener los objetivos reales en las empresas, me hace pensar que el problema no lo tienen los empleados, sino que los que les emplean, han desistido de seguir evolucionando, y no aportan a sus seguidores, las armas necesarias para que éstos puedan seguirles con entusiasmo y seguridad.

Nuestra sociedad está cambiando a pasos agigantados, con una integración cada vez más rápida de comunidades internacionales, y los teóricos líderes de la misma, no son conscientes de ese cambio para tomar la delantera a otros países de nuestro entorno, e incluso para ser la referencia en España, de absorber ese talento y emprendiduría a través del liderazgo social.

Cada día escucho en mi entorno internacional, que vivir aquí es un placer, pero no hacer negocios con los autóctonos, e incluso tengo que oír que no somos serios y faltamos a nuestra palabra. Esto debe parar. Y debemos considerar que no hemos hecho bien las cosas los últimos años. Por ello, aparte de una mayor autocrítica, deberíamos empezar a valorar si no tenemos lo que nos merecemos.

Yo reclamo y exijo mayor compromiso social de los que sean líderes en sus campos para hacer nuestra sociedad nuevamente respetada y ser una referencia en Europa. ¿Cómo? Pues de una manera bien sencilla, comunicando más y mejor y exigiendo a las formaciones políticas mayor unión por un interés común: ser mejores y desearlo.

Debemos empezar ya. ■

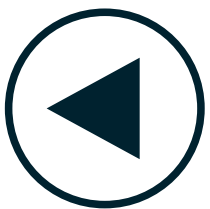
Israel Romero

www.romero.barcelona

Jose Luis Led

Vestir de lujo con sello italiano

La relación con José Luis Led viene de hace muchos años. Hablar con él es compartir conocimiento de una persona que sabe qué es el lujo y que distingue muy bien cuáles son los objetivos que su marca debe cumplir y a quién se dirige.



Nos conocemos desde hace nueve años, creo que en la última fase de mis años en España antes de hacer las Américas. Ahí tenía dos proyectos, uno que me aburría pero que me daba para vivir y otro que me divertía, no me ayudaba para vivir pero me ayudaba a estar vivo. Fue una época muy interesante introduciendo la marca gallega de moda Florentino en los Estados Unidos, ayudando al hijo del dueño de la empresa durante su estancia allí y que al final ha llegado a dirigir la marca.

¿Qué significa para ti el Made in Italy?

Digamos que el Made in Italy, que tuvo su fuerza, vuelve a tenerla. Pero el Made in Italy de verdad. No tiene sentido si no va dirigido al lujo y al segmento Premium. El Made in Italy en torno a un producto que se haga al menos al 90% en Italia. En Italia quedan empresas familiares pero industriales no, y lo que se intenta es proyectar a nivel internacional el concepto de calidad y Premium, que es muy

Nosotros como expertos y líderes en el Premium Networking creemos en la importancia de los valores humanos, ¿crees que esta es la vía?

Yo estoy convencido. Que el networking formará parte de otra forma de comprar.

Es el filtro.

Se abre otro concepto de la distribución, después del online.

Yo lo veo conviviendo. Yo creo que una foto con un logo de una marca ya no es suficiente. Un banner no es suficiente. Internet es importantísimo pero sin un convencimiento humano no es nada.

¿Cómo ves el futuro del lujo y de la moda en España?

España es el segundo país del mundo en el sector del turismo y una parte



BLOG



GESTIONAR **PERSONAS**: UN RETO Y UNA NECESIDAD PARA **ROMERO PREMIUM NETWORKING**

Estamos en una sociedad, donde las nuevas tecnologías y los aparatos electrónicos lo dominan todo, en lo que se refiere a las relaciones personales y las relaciones empresariales. Pero para Romero, lo más importante, es recuperar las relaciones humanas, claves para la generación de confianza y proyectos de largo recorrido.

La gente sigue sorprendiéndose en los afterworks que gestionamos, en las diferentes reuniones profesionales o en eventos que acudimos como invitados, a lo que nos dedicamos en Romero. Les decimos que nuestro core business es muy simple: nos dedicamos a gestionar personas. Respuesta de amplio análisis y explicación para la mayoría de individuos, pero no para nosotros.

Es la clave, la gestión de personas, de cualquier proyecto que nos pongamos a realizar, ya sea propio o en conjunto con otros partners. Y asumo que, para la mayoría de personas, el negocio o el motivo empresarial no prioriza para nada, el aspecto humano de los mismos, e incluso es algo hasta accesorio, podríamos apostillar. Pero para nosotros, es sin duda, todo lo contrario, es lo más importante, la piedra angular de cualquier proyecto que queramos emprender.

La gestión de personas se basa en promulgar los valores humanos en que basamos nuestras relaciones profesionales: profesionalidad, transparencia, honestidad y compartición. Y como están en nuestro ADN empresarial y personal, el staff de Romero tiene entre sus objetivos principales transmitirlos desde un principio, en las primeras conversaciones con los nuevos potenciales partners y clientes finales, porque

del otro, y así se pierde tiempo y sobretodo competitividad, negocios, además de no generar confianza alguna.

Nuestra experiencia nos brinda justamente, que el tiempo es esencial en los negocios, y por ello creemos que perderlo con rodeos es simplemente absurdo. De esta manera, nuestro cometido es encontrar la conexión humana con las personas con las que negociamos o gestionamos proyectos, sí proyectos, la



Primer Afterwork Romero Noviembre 2018.

no hay tiempo que perder y nos gusta la línea de actuación directa

En un entorno geoeconómico y político favorable y/o estable, lo más importante para nuestra organización es preestablecer entre las personas, unas relaciones empresariales directas y transparentes, dejando desde un principio las cosas muy claras y sin lugar a dudas posteriores. Romero es un canal o network, por el que el emisor y el receptor necesariamente deben pasar. Y así, acelerar los procesos de negocio o acuerdos comerciales, siempre a través de nosotros.

Parece simple, llano y sin muchas dificultades, sin embargo, no lo es tanto cuando entra en juego las emociones y en muchas ocasiones la voluntad de no comunicar transparentemente lo que uno quiere. ¿Y eso por qué? Pues por muchas razones, la mayoría de índole humano. Y es que nos cuesta mucho como sociedad, ser honestos desde un principio y decir toda la verdad de lo que queremos profesionalmente

base de los negocios para ROMERO es marcarse cada negociación como un proyecto único, de esa manera siempre sentaremos las bases, cada vez, basadas en los principios y valores humanos.

A pesar de parecer obsesivo, puedo asegurar que es el mejor mecanismo que hemos encontrado para que un negocio o negociación nos aporte el 100% de satisfacción para las dos o tres partes (si en algunos casos actuamos de intermediarios).

“Para Romero la gestión de las personas es lo más importante: la piedra angular de cualquier proyecto que queramos emprender”

Y la pregunta que os podéis formular posteriormente es la siguiente, ¿es rentable actuar de esta manera? Sí rotundamente sí. Porque la clave de la rentabilidad no solamente viene dirimida por lo que genera el negocio itself con ese partner o cliente final, sino que los intangibles son incluso más atractivos que el acuerdo puntual. Los intangibles no es el típico humo que podríais estar esperando de mis palabras, sino que lo sintetizamos en lo siguiente: recomendaciones,

Y eso es entendible cuando lo que quiere este colectivo es integrarse lo más pronto posible a nuestra sociedad, y cometiendo el grave error de ser más flexible con lo que desconoce: la falta de experiencia en el trato con la sociedad nacional, y, con una clara voluntad de acelerar los procesos de confianza, reduce su grado de protección, y no percibe el peligro de ser estafado o engañado por personas sin valores que lo que quieren es un negocio rápido de win/lose.



Presentacion Europea libro del artista David Dalmau.

aportaciones de nuevos contactos por satisfacción y por estimulación espontánea, y así obtener el neverending result. Una fuente inagotable de potenciales proyectos a través de la recomendación positiva de las personas que comparten la conexión humana como principal aval para la construcción del Premium Networking.

Ciertamente, nos ha resultado infinitamente más fácil con el cliente extranjero residente aplicar esta filosofía.

“Nuestro cometido es encontrar la conexión humana con las personas con las que negociamos o gestionamos proyectos”



Evento Año Nuevo Chino 2019 en Real Circulo Artistico.

Por ello, gracias a la extraordinaria y única posibilidad que nuestra generación puede disfrutar con esta llegada incesante de personas internacionales High End a nuestro país, Romero ha querido aprovechar la oportunidad incuestionable de hacer las cosas bien, velando por sus intereses, y responsabilizarse y comprometerse a facilitar su integración y a la construcción de un networking duradero y de cimientos muy sólidos, basados en los valores humanos principalmente.

¡¡Esperamos más colaboración futura de carácter nacional, para que esta corriente prevalezca, como un cordón sanitario que proteja a este colectivo regenerador y que nos aporta prosperidad a nuestro país!!

“Nos ha resultado infinitamente más fácil con el cliente extranjero residente aplicar esta filosofía”

Si te ha gustado este artículo puedes encontrar este y otros en:
www.premiumnetworkingtimes.com/blog/



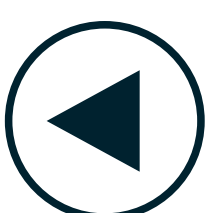
Pilar Latorre

Cuando la ilusión de una vida se convierte en tu proyecto profesional

El branding personal se ha convertido en Romero Premium Networking en uno de los servicios más apreciados y más exitosos debido a la interrelación que se genera con todo nuestro networking. Pilar Latorre es un claro caso de ello.

Ciertamente me sorprendió mucho la calidad de la web que Pilar Latorre cuando la conocí en 2014. Conocía a grandes chefs como Ferrán Adriá y se dedicaba a viajar por el mundo, con personas de alto poder adquisitivo, y a recibir a personas del mismo nivel social internacional (americanos, australianos, europeos.), en esos momentos yo estaba buscando encajar el desarrollo de contenidos sobre la gastronomía y las experiencias a su alrededor, ya que eran una de las demandas más importantes que veíamos en Romero que el perfil internacional demandaba.

No obstante, como suele pasar en nuestro país mucho más de lo que nos gustaría, Pilar no tenía un plan estratégico para potenciar su marca personal más allá de



Es un trabajo de medio y largo plazo, y además del uso de las nuevas tecnologías, está el marketing relacional, que genera confianza y valor de marca en los medios no propios. Y luego está el desarrollo más difícil de todos, la creación de negocio.

¡¡¡Ahhh!!! El talón de Aquiles de la gran mayoría de las empresas que quieren gestionar marcas personales, o eso, o lo que suelen vender es humo seguido de nada. Porque desgraciadamente las agencias de comunicación no tienen entre sus roles a personas especializadas en generación de negocio, algo que se llama Networking y es muy reciente como para que hayan hecho el cambio.

Romero ha generado a Pilar Latorre partners que le han aportado valor de marca y prestigio como partners que le han facilitado su labor profesional. Y eso es muy importante para que la marca crezca sobre todo en los canales que más le interesa a la marca gestionada, porque de nada sirve tener muchos fans si después no se convierten en clientes de lo que hacen.

Ahora comenzando el quinto año juntos, el proyecto sigue creciendo con la voluntad de alcanzar a más personas, con nuevos viajes gastroculturales por hacer y nuevos proyectos personales donde Romero también estará presente para contribuir en el proyecto. Su presencia constante en el Premium Networking Times, con su plan de contenidos específico, debe contribuir a ser más conocida internacionalmente y alcanzar más notoriedad de marca. Proyectar productos gastronómicos españoles a nivel internacional, hasta la posibilidad de escribir un libro de sus viajes por el mundo..., en fin, como podéis comprobar, una marca personal nunca tiene descanso, y por otro lado puede permitir posibles nuevas sinergias con otras personas o empresas de nuestro



Más información en www.pilarlatorre.com

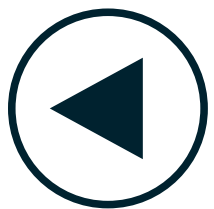
Rosa Román

Presidenta de Chaîne des Rôtisseurs. Por el desarrollo de la amistad y los negocios en torno a la cocina.

Rosa Román es la primera mujer en ser Presidenta de La Chaîne des Rôtisseurs y no estamos hablando de cualquier cosa. En un momento en el que la presencia de la mujer en los puestos directivos de las empresas y a la cabeza de instituciones está bajo el foco de los debates en los grandes medios, por primera vez en la historia de esta institución en nuestro país, una mujer ocupa su presidencia.

Rosa Román nos habla en esta entrevista sobre La Chaîne des Rôtisseurs y el camino que ha emprendido al frente de una institución histórica. Y a nosotros nos interesan sobre todo, los puntos de unión entre una entidad como ésta y nuestro papel en el mundo del Networking. Verán las similitudes.





Necesitaríamos primero una presentación de La Chaîne des Rôtisseurs.

La Chaîne des Rôtisseurs (que literalmente significa “Cadena de Asadores”) es el espacio por excelencia para todos los amantes de la gastronomía, buena comida y buenos vinos para compartir sus valores de excelencia y fraternidad, a unirse en la continuación de las grandes tradiciones culinarias.

Es la asociación gastronómica más antigua del mundo. Data ni más ni menos de 1248, cuando el rey francés Luis IX, ordenó el establecimiento de varios gremios profesionales, entre ellos el de los asadores de gansos. El propósito de este gremio fue mejorar los conocimientos técnicos de sus miembros: maestros, contratistas y aprendices. En 1509 tomó el nombre de Rôtisseurs (asadores) y no es hasta 1610 que se crea su escudo de armas.

Durante más de cuatro siglos la Chaîne des Rôtisseurs cultivó y desarrolló el arte culinario, cumpliendo todos los requisitos de profesionalidad exigidos por la “mesa real” hasta que el sistema del gremio fue disuelto durante la Revolución Francesa

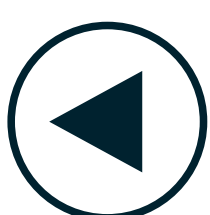
¿En qué se ha caracterizado el sello que quiere dejar Rosa Román?

Esta es una asociación gastronómica, con ello quiero decir que está hecha para el disfrute y el desarrollo de la amistad. La huella que me gustaría dejar es la de que todo aquel que haya venido a nuestros eventos, que haya disfrutado y que haya tenido una velada o jornada muy agradable para que les apetezca realmente repetir. Así es como se forjan las relaciones en todos los ámbitos, con el trato continuo y basado en buenas experiencias.

La Chaîne es una marca internacional y pretendemos que nuestros cofrades se sientan orgullosos de formar parte de esta asociación. Ese creo que es el legado que todos los Bailli Délégués del mundo queremos dejar.

¿Qué relación tiene una entidad como La Chaîne des Rôtisseurs con el concepto de Networking?

Es el mismo concepto que en cualquier otro negocio, sólo que esto no es un negocio, es una asociación sin ánimo de lucro. Se diseñan experiencias para que la



DME GT CLUB

El club de los súper deportivos
y mucho más...

No es lo mismo ser un aficionado al mundo del motor, que vivir el motor. No es lo mismo que te gusten los coches, que vivas los coches. Este último es el caso de DME GT Club, algo más que un club de amantes de todo lo relacionado con los coches. Pero no todos los coches. Estamos hablando de Súper Cars. DME GT Club es el espacio para los apasionados por los GT (Gran Turismo) y el lifestyle relacionado con ellos en Barcelona, así como de todo lo relacionado con el mundo de la exclusividad en torno al motor y fuera de él.

Tres líneas de Negocio

DME GT Club tiene cuatro departamentos con los que cubre todo lo que un conneisseur de los coches puede soñar. Drive Me Barcelona se especializa en tours y experiencias con súper deportivos, así como en la organización de eventos corporativos. DME Luxury Car Rental fue desarrollada no solo como una empresa de alquiler de coches, sino como una empresa focalizada en el detalle y la necesidad del cliente.

RME Club fue creado para compartir la pasión por el motorsport con los amantes de los circuitos y la velocidad. Y por último, Dreicar, el taller especializado en superdeportivos, car detailing y wrapping.

Ya vemos pues que, con tal distribución de las áreas del Club, la aspiración es la de ofrecer todo lo que el amante de los coches necesita: desde un gran abanico de superdeportivos, coches de circuito, eventos lifestyle, eventos motorsport, servicios, etc.

Performance & Pleasure

El concepto con el que se identifica el Club es: Performance & Pleasure.

Es decir, el de no ser un simple espectador o admirador desde la barrera de las virtudes y cualidades de los coches. Es estar dentro, ser parte de.

Se trata de disfrutar de la experiencia de estar a los mandos de súper cars, de las máquinas más potentes y las más bellas. La flota de vehículos del Club consta de los mejores súper deportivos del momento.

Para los amantes de la velocidad y los circuitos, también disponen de un buen apartado de vehículos preparados para poder poner a prueba sus habilidades como piloto.



“DME GT Club cubre un vacío en el servicio de lujo en Barcelona, permitiendo disfrutar de coches de lujo a partir de dos horas.”

Servicios

Los miembros de DME GT Club disfrutan de una gran lista de servicios y ventajas, como disponer de una gran flota de vehículos y el acceso a todos ellos; la participación en eventos propios o eventos externos como el Ferrari Club, Aston Martin Club, etc.; Motorsport Events, como los Trackdays; los DME Services, y Dreicar con mantenimiento y reparación de los vehículos del socio, Car Detailing, Car Wrapping, PPT (Paint Protection Film), Car Storage; y los Luxury Services, Servicio de Chófer, Concierge (Yates, helicópteros, Jets, tickets, restaurantes, vuelos), Sofía Barcelona Hotel...

Los miembros pueden disfrutar del alquiler de coches libremente, salidas de 4 días en eventos singulares del mundo del motor (MonacoGP, Goodwood, 24h Le Mans, Concorso d'Eleganza Villa d'Este, etc.), salidas de un día entre semana y trackdays en los circuitos más icónicos de Europa.

Además, los socios tienen a su disposición una interesante agenda social con presentaciones de productos y servicios relacionados con el lifestyle de este segmento. Servicios de Concierge.



“La pertenencia al Club permite acceder a la participación en eventos propios y externos relacionados con su lifestyle.”

Miembros

Para disfrutar de los coches, ningún miembro tiene preferencia sobre otro, sencillamente obtiene el coche quien antes reserva, así que es recomendable planificar las reservas. La flota va creciendo según la demanda que tengan los coches, para así poder continuar ofreciendo un buen servicio a los miembros.

Los miembros de DME GT Club tienen distintos tipos de tarifas, Bronze, Plata, Oro y Platinum, a las que se aplican diferentes tipos de descuentos.

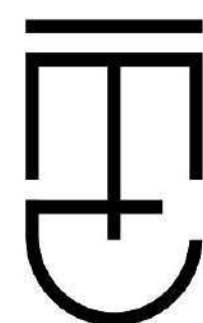
Entre su flota de vehículos encontramos marcas de prestigio como Lamborghini, Ferrari, Aston Martin, Porsche, Nissan GT-R, Audi R8...

Los pasos a seguir para poder disfrutar de todos los servicios y ventajas del club, son bien sencillos:

- Escoge tu descuento y hazte miembro.
- Haz tu reserva, escoge tu coche y planifica escapadas y eventos.
- Sal y disfruta de toda la flota de superdeportivos y coches de circuito.

DME GT Club quiere ser pues el Club en el que los amantes de la conducción entren y vivan un universo propio en el que todo esté a su alcance. Un Club en el que la pasión por los coches abra la puerta además a una serie de conexiones con un mundo exclusivo, en el que se compartan además vivencias nuevas y siempre alrededor de personas con gusto por la excelencia.

Y gusto por los coches, claro.



**DME
GT CLUB**
www.dme.com

Address

Sofia Barcelona Hotel
Barcelona • 08028 • España

Contact Info

Email: info@dmegtclub.com
Phone: +34 661 528 170

www.dmegtclub.com



Xavier Lahuerta y Xavier Pellicer

Una cocina para un cambio

Contar en un mismo espacio con Xavi Lahuerta y con Xavier Pellicer hablando de cocina, de proyectos, de modelos de negocio y por encima de todo, de un estilo de vida, es un lujo que hay que saber aprovechar. Y lo hemos hecho nada menos que en El Menjador, la nueva propuesta de Xavi Pellicer que hace poco tiempo que ha comenzado a andar pero ya es un must en la Ciudad Condal.

“Con la healthy food
involucras a pequeños
productores y creas
tu pequeño sistema
de abastecimiento”



Comenzamos preguntando precisamente a Xavi Pellicer por su recorrido por restaurantes muy laureados, desde su periplo por Francia y Catalunya trabajando con grandes chefs, y obteniendo reconocimiento internacional con estrellas Michelin de por medio.

¿De quien has recibido la mayor influencia en tu cocina?

Probablemente quién más me ha influido es Jacques Maximin, el chef francés del Negresco, con el que estuve dos años y medio en Niza. Me influyó por su manera de interpretar la cocina, la manera de conectar con el producto y porque técnicamente tenía unas cualidades que a los jóvenes nos daban mucha energía.

Xavier Lahuerta, ¿dónde conociste a Xavi Pellicer?

A Pellicer lo conocí en el Restaurant Àbac. Yo empecé como uno más y me encontré con él, entablamos una relación profesional muy profunda que con los años se ha convertido también en una relación de amistad. Su profesionalidad y su buen hacer me han aportado una visión del producto, de las formas de hacer, de la rectitud en el día a día.

XP. Lo saqué de los banquetes... (risas)

Él estaba entonces haciendo un trabajo de cocina de producción masificada. Cuando vino al Àbac

“Nosotros potenciamos lo ecológico, lo biodinámico, el cero pesticidas y cero productos químicos e intentamos romper barreras con los lobbies”



“Es el primer capítulo internacional con mi presencia en la junta de la Chaine des Rotisseurs”



“El cliente internacional es muy agradecido, con el que realmente disfrutas”

XL: Como uno de los máximos responsables en España de la Chaine des Rotisseurs, la cofradía francesa que data de 1248, este año se celebra en el mes de octubre un capítulo internacional en la ciudad de Barcelona. ¿qué tiene de especial?

Pues para mí es muy especial porque es el primer capítulo internacional con mi presencia en la junta de la Chaine des Rotisseurs de Catalunya, filial de la española. Y su presidenta Doña Rosa Román ha confiado en mi persona para desarrollar las actividades que se realizarán alrededor de la gastronomía en octubre. Barcelona como marca, queremos que proyecte al mundo todo su potencial gastronómico, y fusionado con otras gastronomías acercaremos la realidad de la Ciudad: fusión para un mayor entendimiento entre las diferentes culturas. En breve desvelaremos quien van a ser los referentes que estarán liderando esas actividades, lo que puedo ya avanzar es que habrá muchas estrellas Michelin cocinando juntos. Sera un placer y un privilegio estar con ellos esos días.

Iván Acevedo, arquitecto

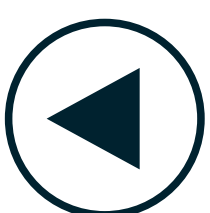
Devolver lo aprendido

Hay profesiones que no pueden vivir sin estar en contacto con la sociedad, sin las emociones. De hecho, hay profesiones que transforman a la sociedad, que pueden de una manera palpable resolver asuntos fundamentales de nuestra vida, alterar positivamente nuestra propia percepción sobre nosotros mismos. Iván Acevedo es un joven pero sobradamente experimentado arquitecto de origen colombiano que hoy en día está poniendo en valor y devolviendo a su país lo aprendido durante sus años en Barcelona.

Teníamos mucho interés en charlar contigo porque pensamos que hoy en día personas como tú son para nosotros ya agentes locales a los que merece la pena escuchar porque tienen una sensibilidad especial hacia lo multidisciplinar y también por la gestión internacional que llevan a cabo desde aquí, en Barcelona.

En nuestro caso es algo que llevamos trabajando desde hace cinco o seis años, primero acercando a Rusia y comenzando a resaltar la creciente importancia de China, algo que hoy ya es una evidencia insoslayable y con la que ya tenemos puentes trazados. Tú que llevas aquí ya veinte años te habrás dado cuenta de esto, de este cambio en la percepción de lo internacional.

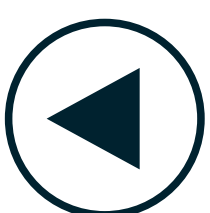
Es un cambio total. Para mí han sido veinte años de cambio absoluto. El primer impacto es cuando decides que tienes que cambiar de territorio donde vivir. Vienes a otro continente, no es solo otro país. Por más que la lengua sea la misma, las costumbres, los hábitos, son diferentes y el aprendizaje es tan grande



Y así se socializa en espacios que no son estrictamente laborales, muy interesante. ¿Cuándo te vino esta obsesión hacia lo ecológico y la eficiencia energética?

El aprendizaje con Pich-Aguilera fue muy importante, ellos están especializados en ecoeficiencia. Son los primeros en incorporar soluciones térmicas, fotovoltaicas y mi influencia es esa.

A raíz de eso hago otro cambio y quiero conocer lo tradicional. Lo tradicional en arquitectura es la rehabilitación y renovación de edificios, es algo que me hacía falta e hice un posgrado en la Escuela Sert sobre rehabilitación de edificios. Y después llega la asesoría en la ciudad de Bucaramanga (Colombia) de la mano de un político no tradicional como es su alcalde Rodolfo Hernández que es un ingeniero civil, constructor que lo primero que hizo al llegar a la alcaldía fue realizar un informe económico. Se creó el Taller de Arquitectura Pública de Bucaramanga que junto a ingenieros y trabajadores sociales comenzó a trabajar.





OCOA TRAVEL

Nos gusta acompañarte en tu viaje.

En OCOA TRAVEL nos encanta acompañar al viajero en todo momento de la gestión de su viaje, para que éste simplemente se dedique a disfrutar de la experiencia. Adelantarnos a los acontecimientos, y proporcionarle todo y más para que esos días en familia, con amigos, en un grupo de trabajo, sean fáciles, sencillos, placenteros. Una compañía de viajes no es simplemente un medio para llegar a un lugar. Tiene que asumir el compromiso de crear un mundo a nuestro alrededor. Y eso es precisamente OCOA. Y parece que apetece...



OCOA Travel, además de sus oficinas en Sant Cugat, Barcelona y Palma, desde hace unas semanas, ofrece sus servicios de viajes Premium en la nueva sede de Madrid, situada en el cultural barrio de las Letras de la capital (c/Cervantes 19, 28014 Madrid, Tel. 911 279 353).

Un barrio situado en pleno centro de la ciudad. Se encuentra flanqueado por la calle de la Cruz, la Carrera de San Jerónimo, el paseo del Prado y la calle Atocha.

Es conocido por este nombre por ser el lugar donde residieron durante sus años en Madrid algunos de los literatos más insignes del Siglo de Oro de las Letras Españolas (siglo XVII). Cervantes, Lope de Vega, Quevedo, Tirso de Molina o Góngora, entre otros, eligieron este barrio para establecer su residencia en la capital. Éstos han dado nombre a muchas de las calles que recorren la zona, como tributo de la ciudad a una de las páginas más relucientes de su cultura e historia.

Y está muy cerca de históricos hoteles de la ciudad como los famosos Palace y

Travel Concierge Service: el servicio Premium pensado en ti y donde todo es posible...

Se trata de ofrecer la más elevada y exquisita atención diseñada para que su único objetivo sea saborear y disfrutar cada minuto del viaje. El viajero excepcional requiere un servicio excepcional.

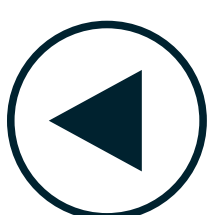
OCOA Travel, nuestra máxima prioridad es que un cliente disfrute plenamente, encargándose de cualquier petición, donde el más mínimo detalle sea satisfecho.

Todo lo que desee un cliente es posible conseguirse: la más elevada y exquisita atención diseñada para que su único objetivo sea saborear y disfrutar cada minuto del viaje, el servicio Premium hecho a medida.

¿18 bombones envueltos en papel de seda rojo y champagne contemplando la puesta de sol desde lo alto de la Tour Eiffel?

¿Desea realizar una cena privada en la mismísima casa de un reconocido chef?

¿Se le acaba el tiempo y desea que le gestionen las últimas compras que no ha



Testimoniales

Ya han leído cuáles son los servicios de OCOA, pero más allá de las palabras están las sensaciones. Y estas las transmiten quienes han puesto en sus manos los días más felices de sus vidas.

Dayna L. (USA)

"Italy..our trip was amazing! All the very best!"

Our trip was amazing! The hotels, private transfers, private tours were all perfectly done and made our experience. Extremely easy and pleasurable. We are grateful for all of your help and will definitely use your services again in the future. All the very best!

Pere P. (Sant Cugat)

"Miami y Orlando...el viaje todo genial"

Buenos días Carmen, hace unos días que quería escribir, pero hemos estado fuera y no he podido. La verdad es que todo el viaje ha ido genial. Todo ha salido perfecto y no hemos tenido ningún problema. Todos hemos pasado unos días fantásticos e inolvidables. Un gran cumpleaños para mi mujer. Muy contentos. Todos los hoteles, pero especialmente el de Miami, un gran acierto. Por ubicación y calidad. Muchas gracias por todo.

Joana D. (Igualada)

"New York... momentos irrepetibles"

Muy buenas Abel, seguramente todavía estarás de vacaciones, pero te quería hacer llegar mi agradecimiento. En este viaje hemos vivido momentos irrepetibles mis sobrinas y yo. Todos estos buenos momentos, han sido posible gracias a ti Abel y a todo tu equipo de Ocoa por vuestro trabajo bien hecho, con mucha profesionalidad, dedicación y estimación. Por todo esto y mucho más daros las gracias, y sobre todo continuar por este camino OS HARÁ SER GRANDES.

Natalia N. (Panamá)

"Egipto...seguimos conservando en la memoria y en el corazón el viaje"

Ya no haremos ningún viaje de vacaciones si no es con vosotros: los hoteles magníficos, el barco súper. Aunque mi hija ya os escribió, yo no quiero dejar ni un día de agradecer el maravilloso viaje que nos preparasteis. El guía fue increíble y la verdad todo resulto fenomenal. Mil gracias.

Beti. B. (Sant Cugat)

"Camboya una maravilla, Angkor espectacular!!"

Solo unas líneas para agradecer a todos, el fantástico viaje que hemos podido realizar. Como siempre, todo estaba meticulosamente controlado. No ha fallado nada. Creo que es extraordinario el trabajo que todo el equipo: agencia, guías, conductores. realizáis. Nos hemos sentido mimados y cuidados en todo momento. Incluso diría más nos hemos sentido unos privilegiados.

Juan. A. (Puerto Rico)

"Morocco, incredible!!"

On behalf of the Seguros Multiples Cooperative Group, I extend our deepest gratitude to Ocoa Travel Consulting, for the amazing and outstanding tourism assistance provided during our Annual Cultural & Educational Trip to Morocco held from March 31st to April 7th, 2019. During such period, our group which traveled from San Juan Puerto Rico and was integrated by our top sales representatives, visited Fez, Marrakech, and Casablanca, among other historical cities was always assisted with the highest standards of excellence, in- depth knowledge and professionalism. For many reasons, we cherished our first visit as a group to Morocco as one of the most memorable and gratifying. Again, it was a great pleasure to visit Morocco guided by such an incredible and professional team.



HENRI MOR

Una marca española que es oro líquido.

Pura poesía en tu paladar cuando lo puedes degustar, Henri Mor es un néctar de los dioses que los humanos tenemos la suerte de saborear y disfrutar.

Desde que conocí la marca a mediados de noviembre, no ha dejado de sorprenderme la capacidad que tiene de generar reconocimientos nacionales e internacionales. Solamente con una única filosofía de empresa: trabajo, trabajo y trabajo.

Henri Mor aún no es una marca de aceites de oliva premium muy conocida en España para el gran público. Eso es así porque a pesar de ser el país del mundo con la mayor producción de aceite a nivel mundial, nuestro conocimiento de las marcas de aceite de oliva españolas es muy limitado, y de AOVE (aceite de oliva virgen extra) mucho menos. Se me hace tan extraño que un producto que nos hace ser reconocidos en todo el mundo como una referencia de calidad y en singularidad de sabor y propiedades tan saludables para el organismo, que no tenga hacia el mercado interno, una importancia mayor de la que realmente tiene, por desgracia. Y es que nuestra cultura oleica no está para tirar cohetes porque no se estudia ni en primaria, ni en secundaria. Por tanto, como muchas otras cosas en España, es de la cultura más típica en nuestro país, ¡la del bar!

*“En tres años y poco ha irrumpido
en el panorama del aceite de oliva Premium español
para ser una referencia en toda regla”*



Pero eso está cambiando poco a poco, gracias a personas como Henri Alegría, CEO & Founder de Henri Mor. Un venezolano de origen catalán por parte de madre, y que lo dejó todo por el potencial que vio en este producto, el aceite AOVE de la variedad arbequina de Juncosa (Lérida). Con un trabajo constante, y con la innovación tecnológica agroalimentaria (que ya le ha proporcionado premios) como punta de lanza para la diferenciación en el mercado, en los 3 años y poco que tiene la empresa, ha obtenido infinidad de reconocimientos nacionales e internacionales, además de ser ya el aceite de referencia de 17 chefs estrellas Michelin y otros que, aunque no lo sean también apuestan por este tesoro.

En tiendas especializadas también, es el más vendido, y ahora empieza a consolidarse en algunos países como EE.UU., Panamá, Venezuela, Ecuador, y Alemania.

Reconocimiento internacional

Y este 2019 ha empezado de una manera espectacular, sobretodo, porque el lanzamiento del Henri Mor orgánico, los reconocimientos están llegando por todas partes. Medalla de oro en Los Ángeles International Extra Virgin Olive Oil Competition (California) entre 530 aceites de todo el mundo. Un logro que recibieron llenos de agradecimiento y por supuesto, con mucha humildad, y que les aportaba toneladas de ánimos para seguir trabajando por la calidad antes que la cantidad.

O que, por ejemplo, su aceite de oliva virgen extra Henri Mor Reserva Privada forme parte del listado de los mejores 100 AOVES del mundo #evooleum2019. Los 100

“Su objetivo más grande: crear el mejor aceite de oliva posible”



Sostenibilidad y respeto por el medio ambiente

Y porque la huella de Henri Mor quiere ser más profunda, apuesta por un estilo de vida saludable, con buenos hábitos, con respeto a lo que comemos y al medio ambiente. Por ello se preocupan cada día más por producir sus aceites de una manera sostenible. Ya el año pasado lograron la certificación @nongmoproject y este año han agregado su línea orgánica a la gama de productos Henri Mor, con un sabor intenso y respetuoso con el medio ambiente.



Romero apuesta fuerte por esta marca, tanto, que a través de Xavier Lahuerta, Gastronomy Ambassador de Romero y que ha dirigido su cocina hacia la salud, están creando una alianza para el desarrollo de comunicación y de sinergias con la marca de Juncosa para proyectar a través de la gastronomía, su uso y sus propiedades.

España tiene el privilegio de productos como el aceite AOVE, y Henri Mor es una prueba de ello. Lo dicho, ¡¡Oro líquido!!!

“Henri Mor se preocupa cada día por producir sus aceites de una manera sostenible”

HENRI MOR



www.henri-mor.com





LE CORDON

LE PARCOURS À

TH

LE CORDON BLEU LE CORDON BLEU

N BLEU

LE CORDON

N BLEU

LE CORDON

N BLEU

LE CORDON

BLE

LE

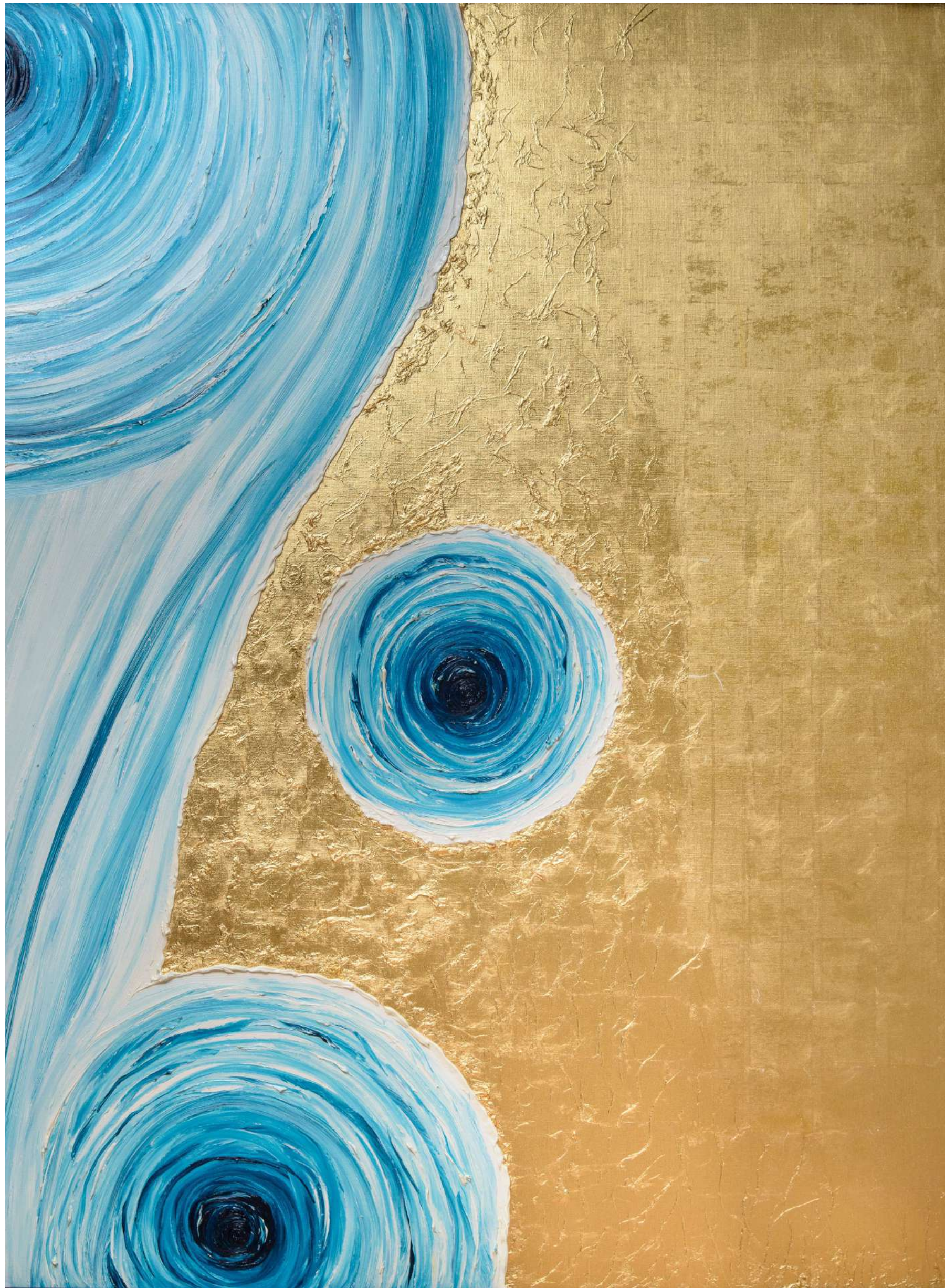
BLE

Sonia G Caballero

La artista que estabas buscando

Hay momentos en la historia personal que cambian nuestro rumbo. En este número de nuestra revista no es el primer caso que nos encontramos, pero el de Sonia G Caballero, es especial. Porque ella es especial.

Envy



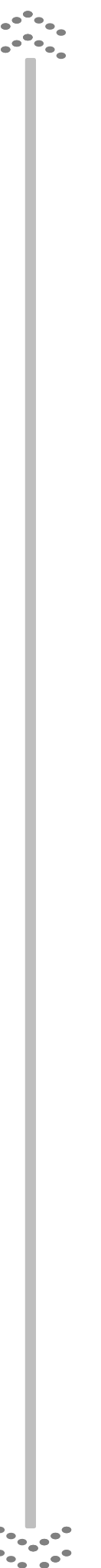
DESEOS COLLECTION
THE FRUITS OF THE TREE OF
WISHES

Una artista con una sensibilidad que recoge influencias de lejos pero que nos habla desde dentro. Hablar con Sonia G Caballero nos confirma que el arte, el talento, no necesita de normas o de reglamentos. Y que, en su caso, nos proporciona paz. Hay artistas que no te esperabas. Y Sonia G. Caballero, ha venido para quedarse.

Sonia G Caballero nació en Madrid, España, en 1976. Tu primer contacto con la pintura fue en su infancia a la edad temprana de de siete años. ¿Qué pintabas en esa época?

Pues paisajes naturales. Todo fue porque una profesora le dijo a mi madre cuando yo era una niña que me apuntara a clases, a alguna actividad artística, porque después de verme en las clases pensaba que era una pena desperdiciar mi talento. La profesora se llamaba María Jesús, de la Escuela de las Irlandesas de Madrid.

¿Tienes obras guardadas de esa época?
Sí, mi madre las debe tener guardadas.





En 2005 finalizaste tus estudios de decoración de interiores. ¿Fue un punto de inflexión en tu obra?

Estudí primero aquí en España, cuando nació mi segundo hijo. He de decir que, como ya he apuntado antes, mis estudios o mi formación profesional no ha sido realmente determinante en mi vida artística.

Tu estilo dices que es original y diferenciador tanto en la pintura como en la decoración. ¿En qué te basas para decirlo? ¿Qué es el Kourinhaku-oil" y "Neo-naturalism?"

El Kourinhaku-oil es un término que he inventado hoy. Un amigo naturópata, Miguel Navarro, el Presidente de la Organización Colegial Naturopática (OCN), me dijo que en España cuando inventas algo, la gente no lo valora. Si le pones un nombre, la gente lo valora más y me inventé este. Es una influencia de Shibata Zhesin, que utiliza lacados. Pero no exactamente como él los hacía en Japón. De hecho si alguien me viese pintar vería fallos garrafales. Eso sí, el resultado es bonito y es lo que importa. Yo lo que hago es una fusión del óleo con platino y con el lacado japonés. Igual ocurre con el Neo-Naturalismo, es una fusión de estas técnicas que van con la naturaleza y con su esencia que quiero plasmar.





José María Kao

Un lujo asiático para Barcelona.

La popularización de la comida china a lo largo y ancho del orbe, es uno de los hechos culturales más fascinantes en la historia de la gastronomía. La influencia de la cocina china viene de muy antiguo y está repartida en múltiples formas de preparar, servir y condimentar nuestra propia cocina. José María Kao es uno de los mejores representantes de la cocina china pasada por el tamiz de la cocina mediterránea.

Un empresario barcelonés que lleva la cocina de sus orígenes un paso más allá de lo esperado, que está atento a las nuevas tendencias y que es una absoluta referencia para hablar no sólo de cocina, también de muchos temas más gracias a una combinación de saber tradicional y amplitud de miras particular. Heredero de una tradición que continúa en la figura de sus hijas, José María Kao es uno de esos referentes con los que Romero quiere compartir conocimiento y experiencia.

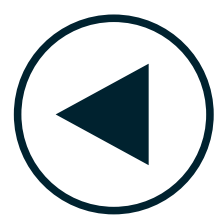
Con toda una vida ligado a la cocina, heredando un linaje de cocineros y transmitiéndolo a sus sucesores ¿cómo es el gen Kao?

Es la profesionalidad y el respeto a la cultura y a la gastronomía china.

Cuando comenzaron en el mundo de la restauración ¿cuál era su visión de lo que debía de ser la cocina china en España?

Mis padres llegaron en el año 1959 a España, a Barcelona. La segunda generación,





Asimismo, los descendientes de la comunidad china, ya españoles y catalanes, ¿qué están aportando y en qué han cambiado respecto a la forma que tenían sus padres de entender los negocios?

Ellos tienen las culturas de los dos países. Tienen arraigo con el país de origen de sus padres, junto con los estudios realizados en un país europeo. Es muy interesante que aprovechen el idioma y las posibilidades que tienen en el país para poder invertir en China. Es una gran facilidad para que la industria española tenga un comunicador en el país de origen de sus padres.

¿Cuáles son los proyectos y nuevas aperturas que tiene en mente la familia Kao?

Tenemos el proyecto de abrir el Kao Street, con comida para llevar. Porque los tiempos cambian y mandan y la gente apenas tiene tiempo para cocinar y tampoco tiene ganas de salir de casa. A través de las redes sociales, las nuevas tecnologías,

Marisol López

El poder de las buenas palabras



Escuchar a Marisol López es convencerte de que el verdadero valor humano que debería apreciarse es el de la sencillez. Una mujer con un bagaje personal y profesional de verdadero lujo, pero que es capaz de hacer que el clima de una reunión se torne en algo distendido, abierto, fresco, simplemente con una palabra o con una frase en el momento justo. Y a través de ello se hacen las mejores uniones, las mejores relaciones y las mejores prescripciones.

Con Marisol López tenemos en común una extensa trayectoria de conocimiento tanto a nivel personal como profesional, sobre todo debido a nuestros contactos con el mercado internacional. Fue en 2012 cuando comenzamos a colaborar en un evento oficial. Desde entonces ha pasado tiempo y nos gustaría saber en qué te has centrado y que para quien no te conozca, que te presentes un poco.

Pues bien, además de otras titulaciones soy abogada de profesión. Soy una persona a la que siempre le ha interesado el tema humano, soy educadora social y titulada en temas de drogodependencias y en temas también afectivo sexuales. He hecho cosas con la Fundación Olof Palme, también he colaborado con la Fundació Pere Tarrés. En mi vida he hecho cosas diversas y siempre estoy abierta a lo que surja, soy muy intuitiva y siempre voy siguiendo el rastro de lo que me pueda interesar o convenir.

Mi función principal es la jurídica, además estoy preparando oposiciones para la judicatura. Y es a través de esta vertiente jurídica donde he establecido una serie de relaciones de confianza con las personas con las que trabajo que prácticamente acaban conllevando que me convierto en su amiga.

Todo comienza con una relación de trabajo, en una mesa de despacho. con alguien al que le han





**Nuevos proyectos, nuevos sectores
empresariales a los que quieres llegar.**

Yo siempre he tenido la meta de trabajar para mí, que hasta el momento siempre he podido cumplir, siempre he sido mi propia jefa. No solo toco el tema jurídico, también lo complemento con el inmobiliario, por ejemplo. Mi hermano y yo, que somos quienes llevamos ahora la empresa, hemos pasado de 4 colaboradores a 20 colaboradores directos asociados y exclusivos. Un equipo de cuatro abogados internos cada uno de ellos dominando un área directa y externos que nos asesoran en otro tipo de cuestiones. Y ahora abrimos el tercer despacho en el que unimos procuradoría con el tema jurídico. Lo que hemos hecho es que, cada uno en su tarea, intentar abarcar la realidad cotidiana de la A a la Z.

Siempre has sido muy aperturista, buscando nuevas oportunidades. El mercado internacional siempre ha sido un reto pero hoy ya es un mercado habitual.

Para mí es un mercado habitual. Siempre he creído en el mercado nacional, pero por las diferentes vicisitudes he hecho operaciones que sin el mercado nacional hubiese sido imposible hacerlas. Hemos tenido suerte de poder trabajar con gente de Francia, Argentina, República Dominicana, Panamá, de hacer cosas en lugares como Alemania que han resultado sorprendentes por su formalidad, su eficacia y el don de la palabra y el choque de manos que



ACTUALIDAD ROMERO

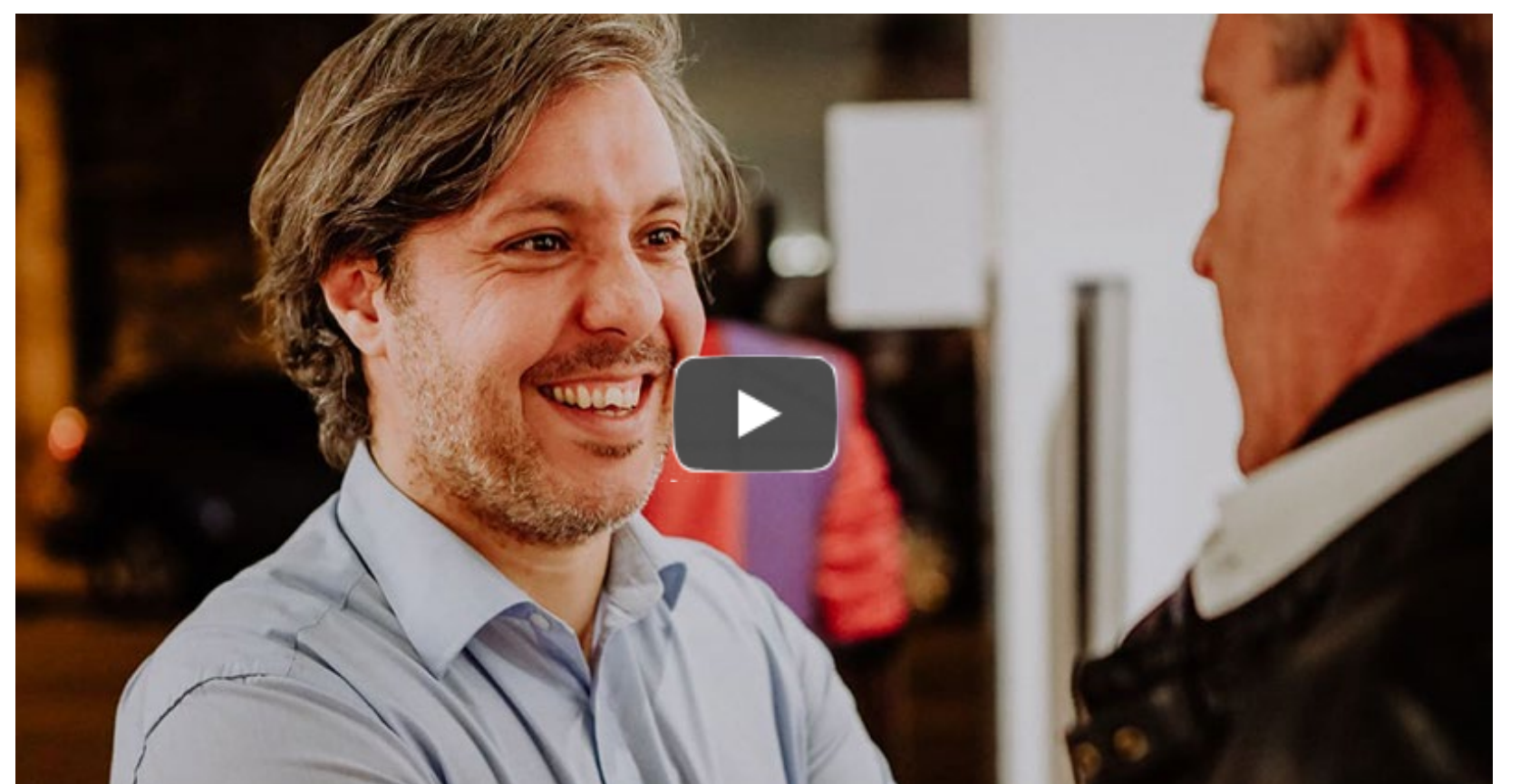
AFTERWORKS ROMERO PREMIUM NETWORKING

Consolidación de los eventos mensuales Romero con una clara apuesta por el Residente Internacional como impulsor de la proactividad en Barcelona: gastronomía, arte y sobretodo personas con la clara voluntad de, a través del Premium Networking (networking + valores humanos) conocer a las personas adecuadas.

Y a través de estas actividades se consigue crear el ambiente adecuado para, desde un status de la confianza, encarar cualquier tipo de proyecto, personal y/o empresarial, con nuestro networking.

Y es que no se nos ocurre una mejor manera de poder desarrollar nuestras ideas y nuestros objetivos, que no sea con personas que nos han proporcionado la suficiente confianza como para iniciar junto a ellos lo que realmente nos apasione o nos interese. No nos pongamos limites, no lo pretendamos, y sí eliminemos cualquier freno que pueda reducir nuestro potencial

A continuación, algunos “highlights” de los 3 afterworks ocurridos hasta ahora en lo que va de año en el entorno de Romero:



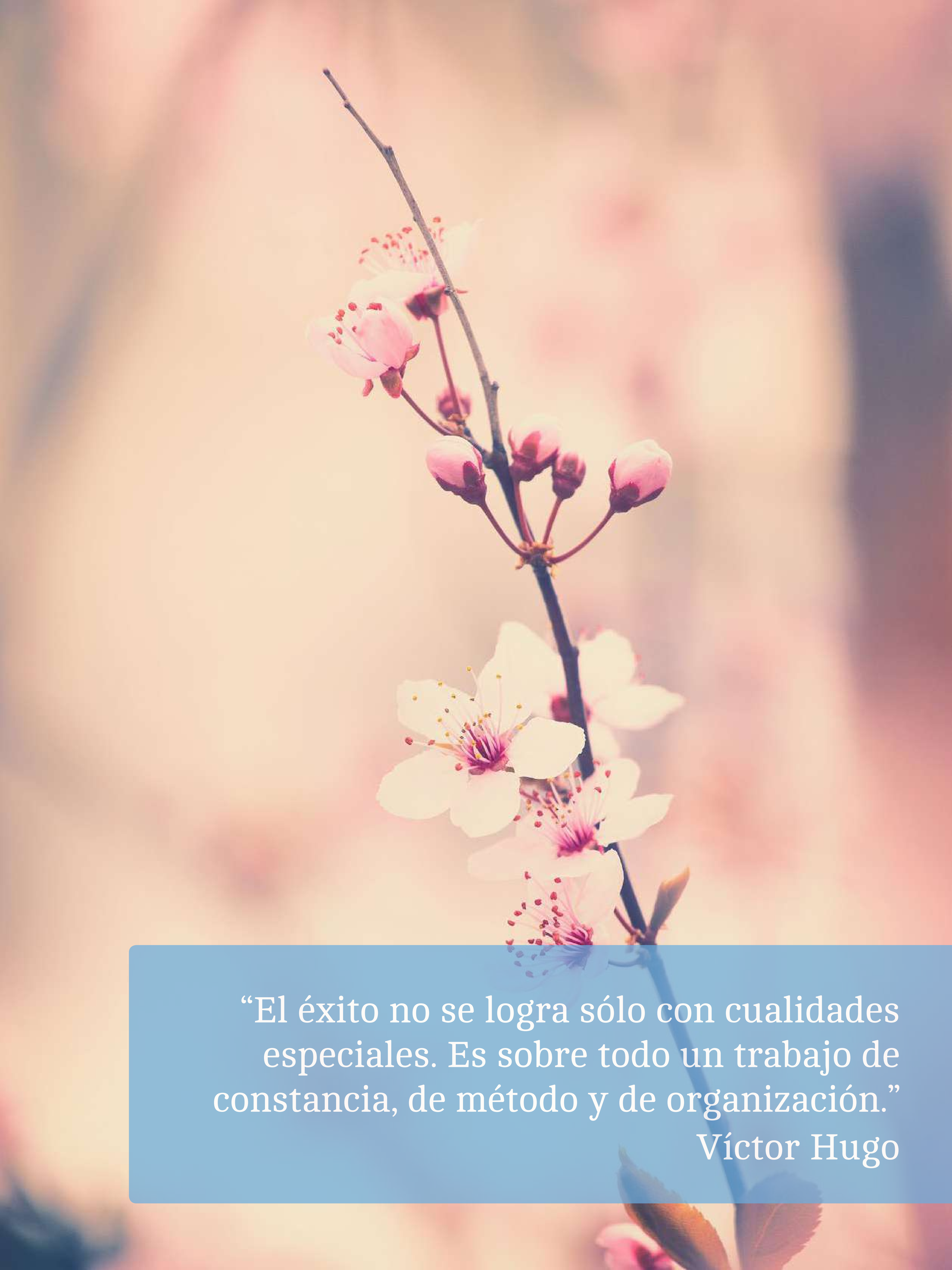
**Afterwork Romero Premium Networking:
Art & Gastronomy, pilares de nuestra razón de ser**



**La conexión humana sigue funcionando en el
tercer Afterwork Romero Premium Networking**



**AFTERWORK ROMERO: Premium Networking
de otro nivel**

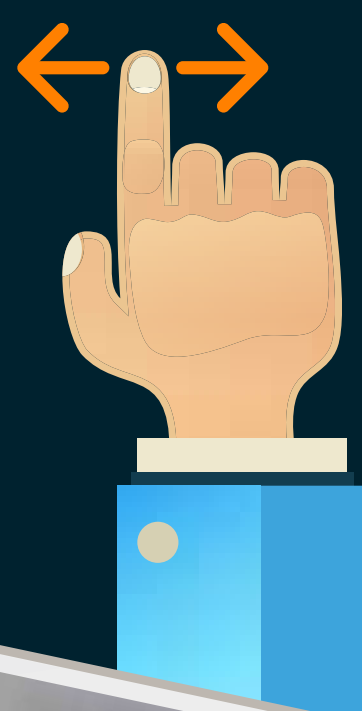
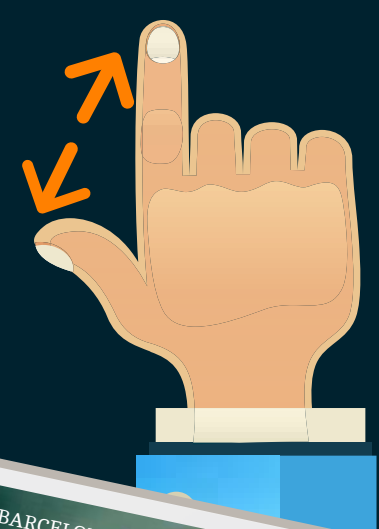
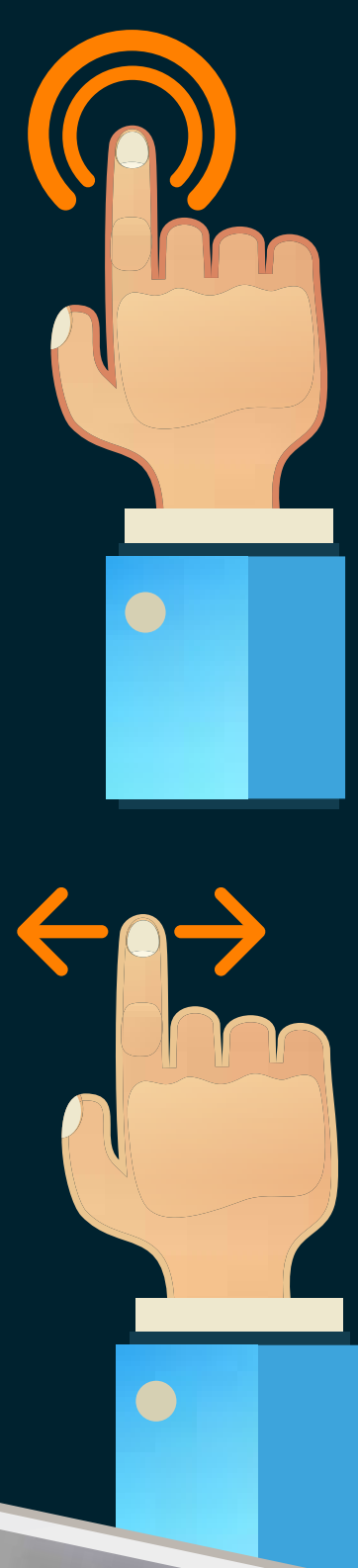
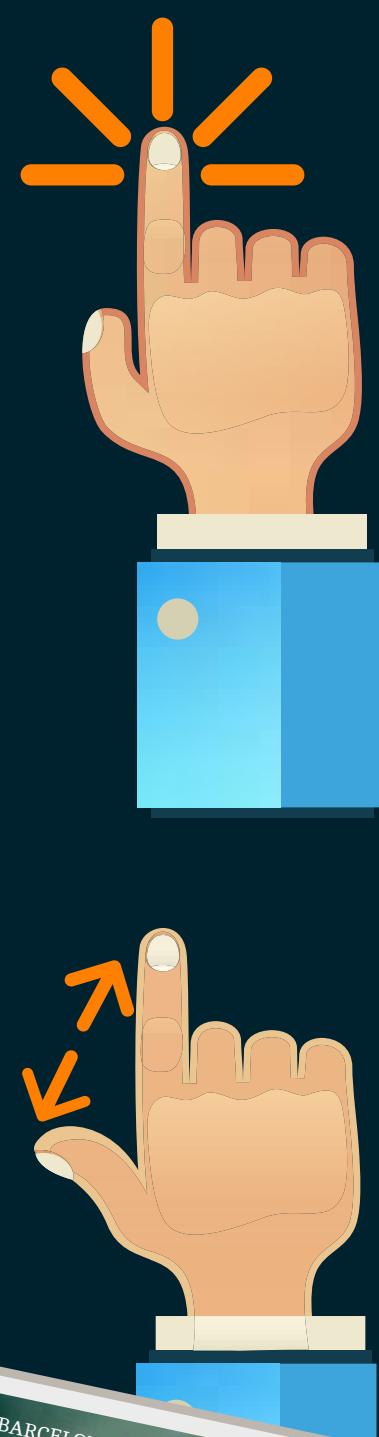


“El éxito no se logra sólo con cualidades especiales. Es sobre todo un trabajo de constancia, de método y de organización.”

Víctor Hugo

NO TE PIERDAS EL PRÓXIMO NÚMERO

SÍGUENOS



DISPONIBLE EN:



Download on the
App Store



GET IT ON
Google Play