

news



**Nace la Fundación Gmp
Gala de Magia "Grandes Ilusiones"
Muebles de diseño para oficinas**



Publicación de Gmp Sociedad de Inversiones Inmobiliarias, S.A.
Luchana, 23. 28010 Madrid
Tel: + 34 91 444 28 00
Fax: + 34 91 444 28 14
clientes@grupogmp.com
grupogmp.com

dirigidos



sumario

- 04** FUNDACIÓN Gmp
"Ayudar más y mejor"
Entrevista con J. Francisco Fernández,
Director de la Fundación Gmp
- 06** GALA DE MAGIA
"Grandes Ilusiones", la magia de la solidaridad
- 08** EMPRESAS
"La marca es la punta del iceberg del negocio"
Entrevista con Gonzalo Brujó,
Consejero Delegado de Interbrand
- 10** BIENVENIDOS A Gmp
Nuevos clientes
Incorporaciones al equipo Gmp
- 11** DESDE LA AZOTEA
La calle Goya, vitalista y exclusiva
- 12** ENTREVISTA
*"Las oficinas son cada vez más humanas
y cordiales"*
Jon Gasca, diseñador
- 14** ESCAPADA
El Milano Real
Reuniones en plena naturaleza

“Ayudar más y mejor”



Gmp ha creado una Fundación para apoyar a personas con Síndrome de Down, daño cerebral adquirido y otros tipos de discapacidad intelectual. Se trata de dar continuidad a la acción social que, desde hace una década, venía desarrollando con Ayuda en Acción y Aldeas Infantiles. En esta entrevista, J. Francisco Fernández, Director de la Fundación Gmp, explica cuáles son las líneas generales de su actuación.

¿Por qué se crea la Fundación Gmp?

Gmp ha colaborado desde 1998 con Ayuda en Acción, financiando proyectos en diversos países del mundo a través de la organización del Torneo de Pádel. Es decir, hay una larga trayectoria de colaboración por parte de la empresa en temas de acción social. Con la Fundación vamos a poder sistematizar nuestras acciones y racionalizar los recursos. Se trata de resultar más eficientes a la hora de apoyar, porque es importante planificar y focalizar esfuerzos.

La creación de la Fundación supone, en sí mismo, un ejercicio de responsabilidad por parte de Gmp. Sinceramente, creo que en una época como la que estamos viviendo, que una empresa se plantee destinar más y mejores recursos a las personas y colectivos que más lo necesitan es muy meritorio.

¿Cuáles son los objetivos de la Fundación?

Desde el punto de vista de acción social, nace para mejorar las condiciones de vida de personas con Síndrome de Down, daño cerebral adquirido u otras discapacidades intelectuales. Desde una perspectiva de responsabilidad social empresarial (RSE), impulsaremos todo aquello que tenga que ver con este amplio campo de trabajo. Es decir, intentaremos mejorar la actuación del grupo Gmp en todos los ámbitos de la RSE.

“La Fundación Gmp apoyará cualquier tipo de actividad que mejore las condiciones de vida de las personas con Síndrome de Down o daño cerebral adquirido”

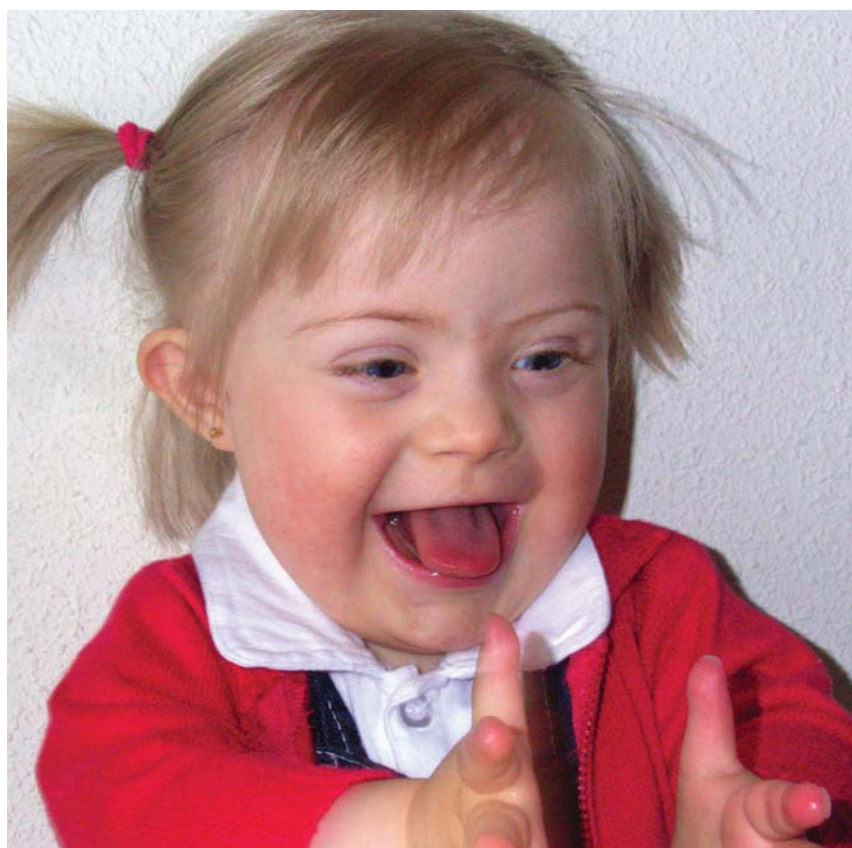


Foto cedida por la Fundación Síndrome de Down de Madrid. Todos los derechos reservados.

¿Qué tipo de actividades se plantea la Fundación para los colectivos con Síndrome de Down y daño cerebral adquirido?

La Fundación Gmp podrá apoyar cualquier tipo de actividad o proyecto que mejore las condiciones de vida de las personas con Síndrome de Down y daño cerebral adquirido, priorizando a la infancia y grupos y familias que tengan dificultades económicas. Nuestra acción social se va a desarrollar a través de las organizaciones que trabajan con estos colectivos, puesto que son las que mejor conocen sus necesidades y las que nos indicarán sus prioridades de apoyo. En esta primera fase de trabajo nos estamos reuniendo con estas organizaciones para conocer esas prioridades. Por ejemplo, prácticamente todas las organizaciones de Síndrome de Down coinciden en la necesidad de conseguir un ocio de calidad, elegido por los propios usuarios, que sea normalizado y que se organice por edades y afinidades. Hablamos del mismo ocio que podría disfrutar cualquier persona: baile, fútbol, conciertos, visitas al zoo o a los museos. También formará parte de nuestra actuación participar en temas culturales, organizar congresos o seminarios y poner en marcha nuevas actividades que contribuyan a mejorar la calidad de vida de estos colectivos.

“Sinceramente, creo que en una época como la que estamos viviendo, que una empresa se plantee destinar más y mejores recursos a las personas y colectivos más desfavorecidos es muy meritorio”

Para más información: fundaciongmp.org



Foto cedida por FEDACE. Todos los derechos reservados.



Foto cedida por Down España. Todos los derechos reservados.

¿Cómo se canalizarán las ayudas de la Fundación?

En principio, queremos dar la oportunidad a todas las organizaciones que están implicadas en estos temas. A partir de ahí, vamos a optar por un sistema de trabajo que resulte verdaderamente útil. Concederemos ayudas económicas directas y, teniendo en cuenta la actividad empresarial de Gmp, analizaremos minuciosamente nuestros recursos para determinar qué otras contribuciones – bienes, servicios e infraestructuras - pueden mejorar el trabajo de las organizaciones.

“Grandes Ilusiones”, la magia de la solidaridad

El pasado 8 de marzo se celebró la primera gala de magia organizada por la Fundación Gmp a beneficio de la Fundación Síndrome de Down de Madrid. El evento, que se celebró en el Teatro Alcázar, tuvo por objeto recaudar fondos destinados a desarrollar actividades de ocio para niños con discapacidad intelectual y contó con la participación desinteresada de seis prestigiosos ilusionistas. El acontecimiento fue todo un éxito.

La gala “Grandes Ilusiones”, que contó con la participación como artista invitado del humorista y actor Pepe Viyuela, reunió, por primera vez, a la flor y nata del mundo de los ilusionistas. Allí estaban Arkadio, Javi Martín, Jorge Blass, Iván Santacruz, Karim y Yunke, magos, todos ellos, de talla internacional. Su actuación desinteresada permitirá la puesta en marcha de actividades de ocio para niños y niñas de 6 a 8 años con Síndrome de Down y otros tipos de discapacidad intelectual.

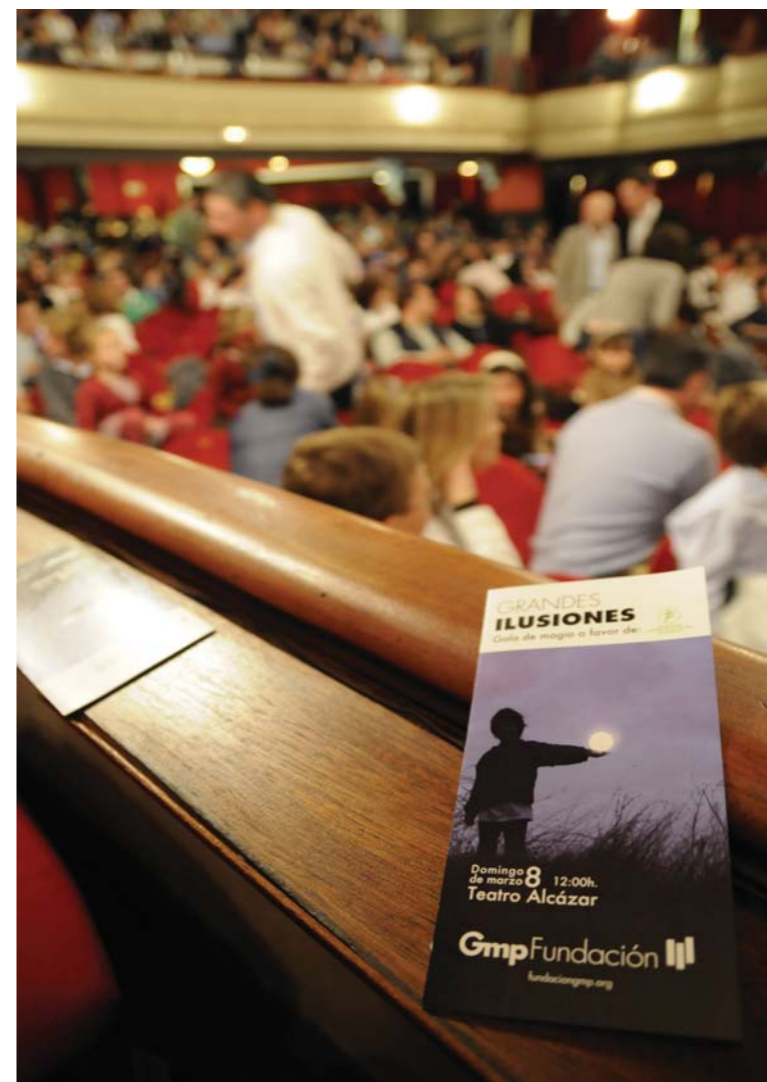
El selecto grupo de magos hizo las delicias de los asistentes y, muy especialmente, de los más pequeños que contemplaron embelesados los números de *manipulación* de Arkadio e Iván Santacruz, el *escapismo* de Javi Martín, las *sombras chinas* de Karim, las *grandes ilusiones* de Yunke y el número de *clown* de Pepe Viyuela.

Los artistas participantes en la Gala recibieron un regalo de la Fundación Síndrome de Down Madrid.

El éxito de “Grandes Ilusiones” ha llevado a la Fundación Gmp a organizar una segunda gala el próximo día 26 de abril, por lo que todos aquellos que se quedaron sin entradas cuentan ahora con una nueva oportunidad para disfrutar de un gran espectáculo

En el evento colaboraron también Artichokes, Captura Digital, Grupo Forletter, M80 Radio, Póker de Ases y The Westin Palace.

Este evento se enmarca dentro del conjunto de actividades que organiza la Fundación Gmp, cuyo objetivo principal es apoyar a las personas con Síndrome de Down, daño cerebral adquirido y otros tipos de discapacidad intelectual, mejorando



El éxito de la Gala fue rotundo.

su calidad de vida a través de la plena integración familiar, escolar, laboral y social, y prestando especial atención a la infancia con discapacidad intelectual.

Por ello, los beneficios de esta gala se han destinado a la Fundación Síndrome de Down de Madrid, desde la cual se detecta la creciente necesidad que tiene este colectivo de crear grupos de amistad, desarrollar habilidades sociales, integrarse con otras personas sin discapacidad y dirigir su propio tiempo de ocio. Se trata, en definitiva, de garantizarles una mejor calidad de vida y la posibilidad de ayudarles a conseguir un nivel de inserción social adecuado.

Jorge Blass con uno de los niños asistentes.



OTRAS ACTIVIDADES PATROCINADAS POR LA FUNDACIÓN Gmp

DISFRUTAR DE UN PARTIDO DE FÚTBOL.

Dos grupos de jóvenes de la Fundación Síndrome de Down de Madrid y Afanías disfrutaron de los partidos de fútbol que el Atlético de Madrid disputó contra el Valladolid y el F.C. Barcelona el pasado mes de febrero. La Fundación colabora con distintas organizaciones de discapacidad intelectual y daño cerebral adquirido ofreciéndoles el palco de Gmp en el estadio Vicente Calderón.



ESCUCHAR BUENA MÚSICA.

A beneficio de la Fundación Prodis y patrocinado por la Fundación Gmp, se celebró el pasado 4 de marzo, en el Auditorio Nacional de Música de Madrid, un recital lírico extraordinario con la participación de la pianista Rosa Torres-Pardo, el tenor José Manuel Zapata y el bajo barítono Ruggero Raimondi, que interpretaron temas de Mozart, Donizetti y Rossini, entre otros autores. Los beneficios de este concierto van destinados al proyecto de la construcción de un centro ocupacional para 180 jóvenes y adultos con discapacidad, en la localidad madrileña de Vicálvaro.



“La marca es la punta del iceberg del negocio”

Gonzalo Brujó es Consejero Delegado de Interbrand, empresa internacional líder en la creación de marcas, con sede en el edificio propiedad de Gmp Luchana 23. Su labor y la de su equipo se centra en fomentar la estrategia de crecimiento de negocio para España y Europa.



Creada en 1974, Interbrand se ha convertido en líder por su capacidad para considerar las marcas como activos de valor. Con 36 oficinas en 25 países, la filosofía de trabajo de esta compañía parte del análisis para establecer una estrategia creativa y de diseño que sirva de apoyo a sus clientes. El objetivo es crear y gestionar el valor de su marca adaptándose al mercado y a sus distintas dinámicas. Actualmente, Interbrand trabaja con más de 20 compañías del IBEX 35, así como con el Ministerio de Economía y el de Asuntos Exteriores. En esta entrevista, Gonzalo Brujó explica la importancia de la marca para el desarrollo de las empresas y su forma de llegar al consumidor.

Como experto en branding, ¿cuáles son las claves para conseguir una estrategia de marca con éxito?

Conseguir una marca exitosa es seguir una estrategia basada en cinco atributos: credibilidad, diferenciación, alcance, consistencia y relevancia. Además, la estrategia de marca debe estar en consecuencia con la estrategia de negocio.

“La marca, de media, representa el 38% del valor de la compañía”

Todos hablamos de marcas pero, ¿qué es realmente una marca?

La marca es la parte visible de la compañía, lo que los consumidores ven y perciben de cada empresa, la punta del iceberg del negocio. Por eso es tan importante gestionarla adecuadamente, porque es el activo a través del cual los consumidores nos van a conocer. Técnicamente y según nuestro Glosario de las Marcas, el objetivo de toda marca es garantizar relaciones que crezcan y aseguren beneficios futuros mediante un incremento de la preferencia y fidelidad del consumidor.

¿Es la marca el activo más importante de una compañía?

En algunas industrias puede llegar a serlo, como en el sector del lujo o de la perfumería. La marca impregna toda la organización y, de media, representa el 38% del valor de la compañía.

“La crisis va a marcar un antes y un después, dando la oportunidad a nuevas marcas de hacerse un hueco en el mercado y retirando otras que se habían quedado obsoletas”



Identidad Visual de la exposición de la III Edición de Arte Contemporáneo realizada por Interbrand.

¿Qué marcas de nuestro entorno destacaría por su correcto posicionamiento diferencial?

Un referente en España es Zara, única representante española en el ranking anual de las Mejores Marcas Mundiales. Otras marcas destacadas son Repsol, Iberdrola, Banco Santander, BBVA, Movistar o Telefónica, que han logrado posicionarse a escala global.

¿Qué es más importante, que la marca llegue a la mente o al corazón del consumidor o usuario?

Es importante que llegue a la mente del consumidor, que es donde se producen todos los registros, pero a la hora de conectar y lograr la fidelidad de los consumidores, es necesario que llegue al corazón. Por tanto, la combinación cabeza-corazón, hard system y soft system, es esencial en la decisión de compra.

Interbrand

Nueva identidad corporativa realizada por Interbrand.



¿Qué proyecto le ha entusiasmado más de todos los realizados? ¿Por qué?

Cada proyecto que se desarrolla en Interbrand es único y diferente, con todos ponemos las mismas ganas y entusiasmo. Si tuviera que resaltar, nos sentimos especialmente orgullosos del cambio de la marca Renfe, porque es una de las marcas bandera de nuestro país; del rediseño de las tiendas de Sephora, por el buen resultado obtenido; de la creación de los nombres de Wii o Ford Focus, porque son creativos y de éxito, así como de la línea de Font Vella Sensación.

En el contexto de crisis global actual, ¿cuál es su opinión de la marca España?

La marca España se está trabajando y gestionando fuertemente apoyada por instituciones como el ICEX o el Foro de Marcas Renombradas. Así, hemos conseguido que nos vean como algo más que un país de sol y playa. Gran parte de este éxito se debe

a las empresas españolas, que empiezan a ser globales y a convertirse en referentes internacionales. Precisamente la crisis creo que va a marcar un antes y un después, dando la oportunidad a nuevas marcas de hacerse un hueco en el mercado y retirando otras que se habían quedado obsoletas. Éste es el momento para la creatividad y la innovación, una situación que las firmas españolas podrían aprovechar para posicionarse en el escenario global y potenciar el “Made by Spain”.

ATENCIÓN AL CLIENTE

Estamos a su disposición para cualquier consulta, sugerencia o duda que quiera remitirnos.



Buzón de sugerencias: clientes@grupogmp.com

Teléfono: +34 91 444 28 00

Queremos agradecer a las empresas que han confiado en Gmp, eligiendo algunos de nuestros inmuebles para albergar sus instalaciones y oficinas. Es nuestro objetivo continuar trabajando para innovar y ofrecer cada vez un mejor servicio a nuestros clientes. A todos ellos, muchas gracias y buena suerte.

nuevos clientes

Edificio LUCHANA:

ORBITEL 

Empresa de telecomunicaciones que ofrece productos y servicios dirigidos a la comunidad latinoamericana presente en España.

NORVENTO ENERXIA 

Pioneros en el desarrollo integral de energías renovables.

nuevas incorporaciones al equipo Gmp

- **J. Francisco Fernández López**
Director de la Fundación Gmp.



Vista panorámica desde el edificio Goya 14, propiedad de Gmp.

Eje principal del barrio de Salamanca, la calle Goya recibe su denominación del apellido de uno de los pintores españoles más universales. De hecho, en 1905, se colocó una estatua del artista -obra de Mariano Benlliure- en la intersección de Goya con la calle Velázquez, la misma que hoy se puede ver en una de las entradas del Museo del Prado. Junto con Serrano y Velázquez, esta vía constituye parte de lo que se denomina la "Milla de Oro", porque concentra las tiendas más exclusivas y galerías de arte privadas más importantes.

Pero haciendo historia y desde la azotea de Goya 14 hay que remontarse a 1857, cuando una Real Orden de Isabel II decidía el Ensanche de Madrid. El proyecto, conocido como el Plan Castro, consistió en ampliar la capital hacia el norte, este y oeste, después de derribar las murallas que lo rodeaban. El Marqués de Salamanca, propietario de 100 hectáreas de la

zona, tuvo una gran influencia en el desarrollo del plan sobre el modelo de urbanismo que requería dicha ampliación.

Así nace el distrito de Salamanca, uno de los más distinguidos y céntricos de Madrid, caracterizado por la unidad arquitectónica de las fachadas de sus inmuebles. Claro que el distrito ya era distinguido desde finales del XIX. Sirva como dato, que en 1890 tenían declarada su residencia en el barrio 75 nobles, que pasaron a 138 en 1910.

En el siglo XX, en plena calle Goya, habitaron dos personajes ilustres. El primero, Regino Sáinz de la Maza, el guitarrista que en 1940 estrenó mundialmente el famoso "Concierto de Aranjuez", que le había dedicado su autor Joaquín Rodrigo. El segundo, Federico Moreno Torroba, presidente de la Sociedad General de Autores y artífice de la famosa zarzuela Luisa Fernanda.

La calle Goya, vitalista y exclusiva

Desde la azotea del edificio de Gmp situado en Goya 14, en pleno corazón de Madrid, se vislumbra una parte de la historia de la ciudad. El edificio está ubicado en el barrio de Salamanca que se caracteriza por su porte clásico, albergar las firmas más exclusivas de moda y la proximidad de espacios destacados, como el Parque del Retiro o la Plaza del Descubrimiento.

Junto a Goya 14, encontramos la Iglesia de Nuestra Señora de la Concepción, la primera que se construyó en el Barrio de Salamanca, en 1875. Situada inicialmente en el actual Teatríz, a principios del siglo XX se trasladó a su ubicación actual. Con estilo neogótico, presenta una torre de 44 metros de altura, coronada por una gran aguja de hierro sobre la que se sitúa una imagen de la Inmaculada.

El final del recorrido nos sitúa sobre el eje Castellana-Recoletos, casi al inicio de la calle Goya, donde se encuentran los Jardines del Descubrimiento, antigua Plaza de Colón, que sirven de marco a la Biblioteca Nacional y al Museo Arqueológico Nacional a un lado, y a las torres de Colón, al otro. Una columna neogótica de la estatua de Colón preside la plaza, donde hay también cuatro grandes esculturas de hormigón, que reflejan el viaje histórico del descubridor hacia el Nuevo Mundo.

“Las oficinas son cada vez más humanas y cordiales”



Jesús y Jon Gasca, padre e hijo, son ingenieros y propietarios de STUA, marca que ha recibido este año el Premio Nacional de Diseño “por ser capaz de crear productos sobrios, depurados y esenciales al servicio de los usuarios”, según el jurado. Jon Gasca explica cuál es la filosofía de la marca.

Ubicada en Astigarraga (Guipúzcoa), STUA fue fundada por Jesús Gasca en 1983, con el objetivo de crear una colección de mobiliario contemporáneo caracterizada por un espíritu intemporal y basada en la calidad y la atención al detalle. Cuando empezaron contaban con un pequeño local y un sólo empleado. Hoy, el equipo está formado por 25 personas que trabajan en 10.000 metros cuadrados. Sus sillas se pueden encontrar en espacios tan diversos como el salón de actos del Hotel Río Bidasoa de Fuenterrabía, en el Colegio de Arquitectos de París, en el Cesar Restaurant de Berkeley (California) o en el Museo de Arte de Milwaukee diseñado por Santiago Calatrava. Además, su desarrollo internacional hace que sus diseños estén presentes en las principales ferias de Copenhague, Milán o París.

Butaca Nube.



¿Qué novedad aportan Jesús y Jon Gasca al diseño de mobiliario?

Nuestra filosofía de diseño está basada en la sencillez y la atención a los detalles, cuidando que los muebles tengan una presencia intemporal. Esto dota a la colección de un aire de diseño clásico y de calidad que perdura en el tiempo.



Taburete Onda.

¿Cómo se une en un solo diseño belleza, originalidad y utilidad?

Trabajando, reflexionando, dándole importancia no sólo a que el mueble sea diferente, sino pensando también en un concepto de pieza que resuelva cosas que van más allá de la ergonomía y la utilidad. La etapa anterior al propio diseño, la que corresponde a definición del mueble a crear, es tremendamente importante.

“Nuestra filosofía es crear muebles que perduren en el tiempo”

¿Cuáles son las grandes tendencias en relación con el mobiliario de oficina?

En las nuevas oficinas se tiende a una mayor ligereza. Los espacios son cada vez más humanos y cordiales, no en vano, es el lugar donde pasamos más tiempo al cabo del año. Por ello, pensamos en un diseño de mobiliario acorde con esta idea y que, a la vez, refleje la personalidad de la empresa.

¿Qué supone para los Gasca como diseñadores y para su empresa el Premio Nacional de Diseño recibido este año?

Esta es una empresa familiar y el premio supone un reconocimiento a toda nuestra trayectoria. Nosotros creemos en lo que hacemos, así que este premio nos confirma que hay gente que comparte con nosotros este proyecto. Estamos, por tanto, muy contentos.

Las sillas son piezas protagonistas de sus colecciones, ¿cuáles fueron las fuentes de inspiración para el diseño de su pieza más reciente, la silla Nube?

Es una butaca que tiene formas exteriores planas, como los espacios en los que se va a instalar. Es, por tanto, una pieza que se comunica bien con la arquitectura. La parte interior de la butaca es curva; la parte en la que nos sentamos es como una burbuja, y eso es porque nosotros los seres humanos, no tenemos superficies planas, somos "redondos", de forma que la butaca se amolda a nosotros. De esta forma, la butaca actúa como un buen comunicador entre la arquitectura y nosotros.

“Creemos en lo que hacemos, así que este Premio nos confirma que hay gente que comparte con nosotros este proyecto”



Museo de Arte de Milwaukee, construido por el arquitecto Santiago Calatrava. Las sillas modelo Globus, diseño de STUA.

SENTARSE EN LA HISTORIA DEL DISEÑO

LA SILLA HUEVO. Diseñada por el arquitecto danés Arne Jacobsen en 1958 y fabricada hasta hoy por Fritz Hansen, fue creada para el SAS Royal Hotel de Copenhague. Es un icono global del diseño, que se puede encontrar en lugares tan diversos como la National Art Center de Tokio, hoteles de lujo o residencias particulares.



3B WASSILY. Marcel Breuer, estudiante de la escuela Bauhaus, diseñó la primera silla de tubo de acero cromado de la historia en 1925. La llamó Wassily en homenaje a su amigo el pintor. Breuer intentaba casar la producción industrial y seriada con el compromiso estético de su época. Es, hasta la fecha, una de las piezas más vendidas de la historia del diseño mobiliario.



BARCELONA MIES VAN DER ROHE. Considerada como un icono en el diseño del mobiliario moderno del siglo XX, fue creada por el arquitecto que le da nombre para el pabellón alemán de la exposición internacional de Barcelona del año 1929. Las sillas tuvieron tanto éxito, que se utilizaron como tronos para los reyes de España cuando visitaron la exposición. Realizadas en acero inoxidable pulido, las superficies del asiento y el respaldo eran de cuero de piel de cerdo.



Reuniones en plena naturaleza

El Circo de Gredos y el pinar que rodea al río Tormes son las vistas que se divisan desde El Milano Real, un espacio que parece sobrevolar el paisaje que le rodea, situado en el pueblo abulense de Hoyos del Espino. Considerado pionero entre los hoteles rurales con encanto y situado a 90 minutos de Madrid, allí se combinan silencio, naturaleza, máximo confort y ¿cómo no? descanso garantizado.



Vista nocturna del jardín y fachada.



Biblioteca y sala de reuniones.

Teresa Dorn y Francisco Martínez son los artífices de un proyecto que se inició con la compra de una parcela en Hoyos del Espino, hace ahora dos décadas. Tras muchos años de carrera profesional como ejecutivos de alto nivel decidieron dar un cambio a sus vidas y dedicarse a un negocio que, en aquel momento, representaba una actividad para ellos desconocida y, al mismo tiempo, la búsqueda de un estilo de vida ajena al estrés y las agendas apretadas. Actualmente, cuentan con un equipo de treinta personas y un hotel que reúne todos los estándares de calidad, ubicado en un lugar privilegiado: la cara norte de la Reserva Natural de la Sierra de Gredos.

Las veintiuna habitaciones de El Milano Real ofrecen magníficas vistas y están equipadas con servicio WIFI y bañeras de hidromasaje. Así mismo, cada habitación ofrece una decoración temática diferente: japonesa, árabe, mediterránea, inglesa, nórdica, colonial, etc...

Varias salas de reuniones, biblioteca, gimnasio y sauna forman parte de una infraestructura perfecta para acoger reuniones de empresa. “Sabemos – asegura Teresa Dorn- que el éxito de las reuniones depende de la atención a los detalles. Podemos asesorar sobre agenda, organización de salas, menús y actividades en función de las necesidades”.

Protagonista en El Milano Real es su restaurante, bien conocido en la zona por una cocina creativa y de temporada. “Nuestra cocina emplea las mejores materias primas de la zona o de nuestra propia huerta, así como de otras comunidades”, asegura Francisco Martínez, su artífice. Todo ello, se puede acompañar con cualquiera de los casi 500 caldos que ofrece la bodega del restaurante.

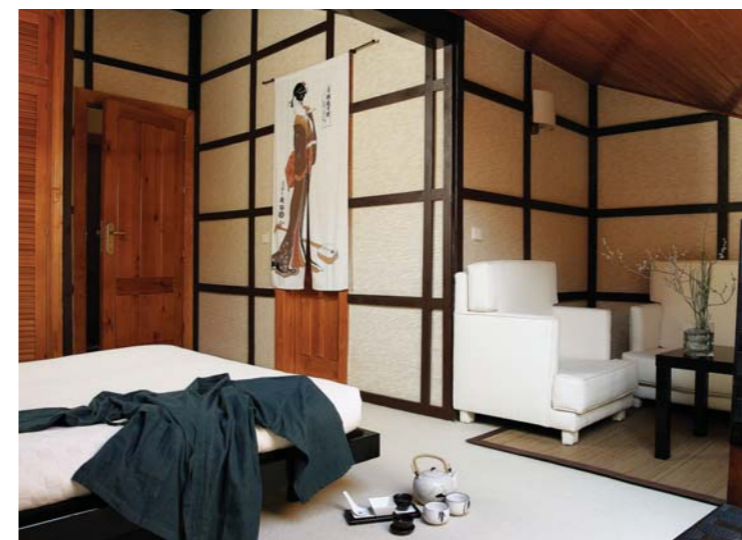


Salón comedor del hotel.

“Sabemos – asegura Teresa Dorn, propietaria de El Milano Real - que el éxito de las reuniones depende de la atención a los detalles. Podemos asesorar sobre agenda, organización de salas, menús y actividades en función de las necesidades”



Detalle de sala de reuniones.



Interior de habitación con temática japonesa.

OCIO Y RELAX

Rutas a caballo, paintball, mountain bike y excursiones son opciones que se ofrecen como actividades desde El Milano Real, que cuenta también con una cúpula de observación astronómica con telescopio informatizo para disfrutar de las constelaciones.

Por otro lado, cerca del hotel se sitúa el spa rural Aguas de Gredos, con 700 metros de circuito hidrotermal, piscina climatizada y una oferta de más de cuarenta tratamientos corporales.

Más información
El Milano Real
Hoyos del Espino (Ávila)
Tel. 920 349 108
elmilanoreal.com

DESCUENTO ESPECIAL PARA LOS LECTORES DE Gmp NEWS

Los lectores de Gmp News disfrutarán de un 10% de descuento sobre el precio del alojamiento en El Milano Real.

Sólo aplicable a grupos a partir de 10 o más personas. Imprescindible presentar este vale.

¡gracias

por vuestra colaboración en la campaña solidaria de recogida de material escolar y deportivo!

Entre todos hemos conseguido mejorar las condiciones educativas de

1.272 niños

de los Centros de Aldeas Infantiles SOS de Cuenca, Granada, Las Palmas, Madrid, Pontevedra, Tenerife y Zaragoza.



Aldeas Infantiles SOS

Ningún niño sin hogar

