



“From a Ring to a Hotel in Space”

xavier claramunt domenech



INDEX

1. Introduction: Xavier, why do you put yourself through all this?
2. A way of working: It's the attitude, stupid!
3. Innovation through Hybridization: From a ring to a space hotel
4. Internationalization: We are glad to see you back, Mr Claramunt
5. Conclusion: Did anyone understand anything?
6. Some products
7. Press coverage
8. Friends
9. General INDEX.



1. Introduction: Xavier, why do you put yourself through all this?

Entering the oasis of the Palo Alto Foundation in Poble Nou is a real treat for the senses. This former textile factory on Pellaires street in Barcelona is an industrial space that has been converted into a hotbed of creation surrounded by nature, which lends the scene a magical feel. This provides the ideal setting for Xavier Claramunt's studio.

Xavier Claramunt (Igualada, 1965) leads a multidisciplinary architecture team that has experience in jewellery, industrial design, architecture and aerospace, among other fields. In 1990, Xavier Claramunt founded the company alongside other colleagues under the name ADD+ Arquitectura. At the same time, he also set up Duch Claramunt, a jewellery brand that has seen him win many awards. Since 2006, the companies became the EQUIP Xavier Claramunt.

Since the beginning, the practice of Architecture and Interior Design has given Claramunt the required spatial knowledge, and Industrial Design has allowed constant interaction with industries to verify the feasibility of ideas, thus contributing towards the development of innovative techniques. Jewellery has brought him into contact with materials, providing knowledge of their handling and proper use.

The versatility of Xavier Claramunt has seen him design a space hotel, build commercial towers in China, and design cutlery for Ferrán Adrià. To reach this stage, or perhaps merely a result of his permanently inquisitive nature, Claramunt studied two degrees: Aeronautical Engineering and Architecture. He believes that architecture, with its global and imaginative perspective, helps to define and create problems. Engineering, on the other hand, provides the skills necessary to solve these problems.

Xavier believes that “*the absence of style*” is what makes his architecture stand out. His Studio doesn't have a physical style that can be identified in the work produced. Instead, it approaches projects through processes and strategies that define the final form.

Claramunt entered the world of design through jewellery, which ended up influencing his approach as an architect and designer of products in terms of his use of materials, inventiveness and immediacy. He explains:

“The speed at which you go from a proposal to a tangible object is a pleasure. It is the craftsman's pleasure, which he sees as a product taking shape, and which at the end of the day brings him immense pride”.

He admits he has a talent for mixing activities and crossing methods and processes because “*in each activity you learn something that can be applied to another activity in a very different way*”. Perhaps this was why Xavier was a little taken aback when we wanted to nominate him for the National Innovation and Design Awards due to his **contribution to design through hybridization or mixing disciplines and scales**, something he believes is “obvious”, and entirely natural. For Claramunt, the culture of



mixing and multidisciplinary innovation is not an option, or something requiring an explanation. He sees it as common sense.

Ferrán Adrià, for whom he designed a cutlery collection, is his most famous client. Claramunt was asked in an interview what an architect brought to haute cuisine, and his answer sheds light on his concept of the profession:

“If we think an architect is someone who constructs buildings, then we don’t understand anything! However, if we see the architect as an inquisitive person, who constantly asks why people have certain attitudes, about how things are used, about the qualities of certain materials – as someone who is a real pain, whose constant questioning only seems to create doubts –, then we can understand a little better. What the architect brings is the ability to think about haute cuisine from an outsider’s perspective, to see it as physiology, to add experiences to the act of eating, either through touch via new textures for some items of cutlery, or through smell, via a small incision to add an aromatic plant to the spoon you’re going to use to eat some soup”.

In a conversation with his colleague Josep Bohigas, he added more arguments along the same lines:

“Due to our education, architects are very well trained to have strategic global visions, because we have both a humanistic and a mechanical perspective. The problem is that there are still many architects that don’t recognise this ability, because they insist on working like we did before. By entering sectors other than architecture, I’ve discovered that this is how you find out which skills you can do well in contrast with other sectors.

He added:

“The fundamental problem for modern architects lies in education: students have to learn to extract the technical-humanistic education from its context and transfer it to other sectors, because if we don’t, then architects’ offices will become a thing of the past (...) As pure architects, we’re finished. Therefore I’m backing the multi-brand architect: the architect-carpenter, the architect-blacksmith, the architect-politician...”.



2. A way of working: It's the attitude, stupid!

A key principle in Xavier Claramunt and his team's attitude is **to work without prejudices** and to break away from preconceived ideas of **working for people**, thus improving their quality of life and their experiences. **Escaping the routine and labels.** In order to achieve these goals, they clearly believe in prioritising the **search for synergies between disciplines**. Claramunt provides the following explanation:

"A project without prejudices tends to require the involvement of professionals from outside the field of architecture. This happens in any sector. Architecture is an increasingly complex and integrated discipline. The 'know-it-all' professional, a attitude traditionally held by the architect, cannot provide the complex answers needed in the modern world. There are professionals capable of integrating and managing a complex group, and these are the architects we need."

This is because Xavier Claramunt's work, in all its dimensions, requires a diverse, multidisciplinary, and multi-tasking team modelled on his image and likeness, with all his complexity and flexibility. A team structured around three main areas of activity:

- **AGENCY:** where the daily work is done: providing services to clients, and managing income from projects underway, mainly architectural and industrial design projects.
- **LAB:** the laboratory where future visions are designed. Clients have not yet commissioned the future project. Opportunities are discussed, and the stage is set to turn them into potential projects.
- **ANSWERS:** the distilled product of all the knowledge generated in the two previous areas, and the transfer of this know-how through strategic consultancy with clients.

Imagination is risky because it involves a complex-free attitude to find unconventional answers. Therefore, Equip promotes **tolerance to mistakes**. They believe that a disruptive perspective implies risks, and that many ideas that emerge from the laboratory could fail. However this process comes naturally, because it's part of the search for truly creative solutions.

This approach means they do not feel the need to drastically change any strategic decision taken because, in Claramunt's words, *"We change what we don't like, we don't just leave it there. We make mistakes, and we fix them as quickly as possible, without delay and without beating around the bush. We don't have a culture of complaining, and we don't overreact"*. This habit forms part of the creators' vocation, and is valued as part of company culture.

Tolerating mistakes also means tolerating ambiguity, because with many of the projects developed in the LAB, the final results are uncertain. They are open itineraries, sometimes involving a great deal of doubt, with several technical and commercial challenges to be overcome. However, they are driven forward by the conviction that the nature of disruptive innovation involves operating within unknown



boundaries. This demands an attitude that treats uncertainty as a source of curiosity, and not as a source of stress.

This dynamic approach is also seen in the way Claramunt handles the emerging ideas that have some attractive appeal. As soon as an idea is seen to have potential, and responds to an innovation opportunity, he creates a new company that operates as a creative/financial container for the project. If it doesn't work out, they disable it.

Equip is a laboratory of ideas, explained in the following way: *"The only thing we know how to do well is to look at things with an uninhibited vision. We question what we're seeing, which helps us to find answers"*. But to ask the right questions and find answers requires a method, which works on any level, either to create a company or to design a new product.

Xavier Claramunt and his team's way of working could be summarised by the following set of values and principles, which they aim to apply strictly to their clients' projects:

- Work for people
- Look without prejudices
- Ask questions with no inhibitions
- Find the unique qualities contained by things: the soul
- Develop a new work system
- Create a process and follow it rigorously
- Do not impose the final result when beginning a project
- Be intuitive and don't be afraid of making mistakes
- Be aware of what you know and overcome the fear of not knowing
- Create a stimulating beginning to encourage progress in a certain direction
- Discover an interesting characteristic and make it real: innovate
- Always pinpoint a product or a strategy: We are action people
- Avoid speculative processes
- Learn from mistakes: constantly evolve
- Xavier notes that another advantage is operating in unfamiliar sectors, where you haven't yet earned a reputation. You can take on more risks because there's less to lose: *"you can accept failure because no-one expects anything from you"*.



3. Innovation through Hybridization: From a ring to a space hotel

An architect that regularly explores the limits of architecture, and does so without inhibitions, is not inclined to limit his craft to executing works, nor to pure and simple construction. Therefore Xavier Claramunt speaks of “*global innovation*” to tap into strategies that work in other professional fields such as economics, gastronomy or jewellery.

Claramunt's logic seems to work in the following way: “You begin by thinking about what you need, about what people want, and then you look for a way of making it happen. However, the first step is putting up with criticism from people who tell you it's impossible”. Furthermore, as Claramunt explained in an interview published in the **Innobai Magazine**, the following process takes place: “*when you think outside the box, and look in a different direction, it's perfectly normal that people's eyes have to adjust their focus. Until people perceive what they are focusing on clearly, things look blurry*”.

The ability of knowing how to look at things with a different perspective, and his innate curiosity and inquisitiveness to find out about what other people are doing. These qualities characterise the innovation Xavier Claramunt applies to all his projects. This is the **hybridization or mix of disciplines and scales**, which allows him to work simultaneously on a ring for Tous or on the design of a hotel in space with Galactic Suite. The common trend is **the experience** he seeks to offer both parties, a unique experience that sees the user interact with the object. To find these relationships, before any developments take place, you have to ask questions.

Claramunt is constantly looking for questions that need answering. The LAB was the product of this visionary tendency and positive attitude, which works on identified needs, regardless of whether his company has been hired to find answers to them or not, in contrast to the AGENCY or ANSWERS. Therefore, while daily projects are developed in a vessel located in the studio, another studio is home to a group of people working without a specific commission and who explore both projects executed, to improve possible future responses in a similar context, and work based on intuition. “*They might be projects that have a client but who, so to speak, is not yet aware that we're working for him*”.

Work is done both on hypothetical future requests and establishing models for clients they haven't yet come into contact with: “*We work on a line of action before a specific client appears. We prepare something unknown, and that operates as a kind of 'pre-season' where new ideas are put forward which will come (or not come) to fruition*”.

For practical purposes, it could be said that the LAB is a prolific project incubator. Design is seen not only as the product concept and its formalization, but also includes the stages until the product reaches the end consumer. The same strategies that lead to envisaging the product and producing it are applied to marketing. A design has no individual value. It has to become a product and therefore must reach the end user, through its sale.



It is **this product-client relationship structure, more than the discipline of design or the scale that allows us to classify** Claramunt's projects. We can thereby highlight the following [AGENCY](#) (daily projects with a client and set needs) areas:

[Duch Claramunt](#) was born from the union of architecture and jewellery, removing all prior formal frameworks and based on constant revision of the way we understand a jewel. The starting points can come from any field, showing qualities that, after being reviewed and defined, can stimulate new ideas. The pieces move away from a traditional definition of jewellery as a decorative item and the product of a predetermined design. This represents a creative method where the user participates with the jewel, using it as a tool that becomes different and unique.

Faces creates products for the award-winning chef Ferrán Adrià. Alongside Miquel de Mas, Claramunt designs Frankie, the name given to the cutlery born from rethinking the qualities of the tools that have accompanied dining for centuries, thus meeting the needs of Adrià's culinary delights.

Chic&Basic is a pioneering hotel management company for the low-cost hotel model. For this project, Claramunt and his team proposed an activity experience in the hotel that enhances interaction between the people staying in the establishment through light and an innovative room distribution. Claramunt believes in the constant search for experiences, offering opportunities for the client – the user –, to act, because "*it certainly doesn't disappoint*". We just need to show him or her the way and provide the tools. In the Chic&Basic del Born hotel, clients are offered a pair of remotes to control the intensity and colour of the light. They will have to decide if they agree, play around, or argue. A guaranteed happy ending.

[SmartLiving](#) is a new generation developer that integrates the whole business chain, from the plot to the final sale, thus removing the middlemen. Claramunt set an objective of "affordable living" that was high quality, and could be adapted to different clients and locations, with a final sale price below the current market price using manufactured housing that is built quickly. In this instance, the strategy involves building a home with basic finishing, which the user can then decide if he or she wants to complete.

In contrast, there is no *a priori* client in the [LAB](#): an opportunity is identified, an argument is defined to help sell it, the team and company are created to make the goals a reality, and these are accompanied until the product is released on the market.

This was how the **prêt-à-porter Architecture Catalogue** was born, which seeks to provide fast responses to the urgent needs of large-scale symbolic buildings as part of the work internationalization strategy. As Claramunt explains, "recycling non-constructed works, in a catalogue with generic implementation typologies, reduces the project implementation period and allows the client to choose the image he or she wants to project".

Another of the LAB's main lines has been research into fringe settlements, which seeks to map out bases to understand the challenges posed by settling *a priori* inhospitable areas.

The **Sea Suite** project proposes a settlement in the sea, for shallow waters near the coastline. It is a good example of biomimicry, because the idea came from coral colonies, both due to their position and their unique porous structure in icosahedron. The project is now in the study phase for implementation in



the United Arab Emirates, before the construction of the modules on land that will then be transported to the sea where they will be anchored to the seabed.

The [Galactic Suite](#), the proposal that has received the most media coverage from Claramunt's portfolio, seemingly follows this line of LAB work. The project began in 2006 to design a space hotel in low-orbit around the Earth. This not only involves thinking about the capsule architecture, but also the whole experience that accompanies a once in a lifetime journey, which changes your life forever.

It is this "Overview Effect" described by astronauts when they see the planet that inspires the project: *"the effect produced by the vision of the planet as a fragile miracle in space will make this person return to Earth convinced they want to change it"*. This idea drives the design of the whole space tourist experience.

Again, Claramunt is not alone on this project. He has brought together the capacity and experience of the European aerospace industry led by the multinational EADS ASTRIUM, to reuse existing technology but radically changing its use and therefore the way we understand the interface with man.

Claramunt emphasises that: *"It has been the innocence and the complete lack of knowledge regarding the problems posed by a project of this nature that has given us strength and a fresh, uninhibited vision that we've introduced to the dynamics of our technological partners. There are proposals that only an outsider would think of, and this applies to all professional fields. Some will call it an intrusion. We prefer to talk of "a breath of fresh air"*.

Also in space, Claramunt fronts another project seeking multidisciplinary interaction, not only with aerospace engineering but also with marketing, which is essential for the design of a global project.

The [Barcelona Moon Team](#) represents a huge challenge spanning numerous fields, and the key lies not in convincing the client of the product, but of the experience that can involve a whole crowd.

Therefore the Barcelona Moon Team, led by Xavier Claramunt, embarked on a journey to the moon in 2010 as the only Spanish team in the Google Lunar X PRIZE, an international technology competition to send a robot to the moon to travel and take photographs. This also demonstrates the feasibility of such missions, and that people continue to regard the moon as a unique source of inspiration. The industrial consortium includes the most important companies from the Spanish aerospace industry, including the consultancy firm ALTRAN, EADS CASA Espacio, GMV and public institutions such as the National Institute of Aerospace Technology, the Aerospace Technology Centre, the Polytechnic University of Catalonia, the Alcalá University in Madrid and the China Great Wall Industry Corporation.

Finally, in [RESPOSTES](#) (*"Answers" in Catalan*) the client contacts Claramunt for strategy consultancy. **Respuestas** was designed in the LAB as a self-use tool to systemise the process for learning what the client knows how to do, extracting a quality from this process, and creating a product. In RESPUESTES, Claramunt analyses the client and together they find the question that needs to be answered in order to find a solution. Answers are not given. Instead, stimulation is provided so the company itself creates solutions from internal work with its own teams. It leads the client's employees to question company



dynamics, adding a critical distance that opens their eyes to a renewed and fresh vision of a wide range of areas, from their product to the way it's presented and sold.

This is exactly what Xavier Claramunt has been doing for the last three years in the multinational jewellery firm TOUS, where he helps to design work protocols and to design strategies that respond to the industrial production needs of mass consumption, thus allowing the company to renew itself from within.



4. Internationalization: We are glad to see you back, Mr Claramunt

However, this whole product, this whole design, would be useless if it were simply filed away in a drawer. In the years before the financial crisis, Xavier Claramunt began a journey that looked promising, not only to obtain projects but also to enrich processes.

Technology has made the world a smaller place, but creativity and design allow boundaries to be extended, approaching similar problems in very different ways, mixing processes, reinventing ways of working, and learning.

The internationalization required in the modern world has led Xavier Claramunt to implement work centres in China, the United Arab Emirates, the Dominican Republic and Morocco. From these bases, he works on multiple projects, especially architecture, but always employing the same multidisciplinary approach, integrating design, architecture and engineering consultancy services, and project implementation.

Now, in the same way that a frequent traveller to the same city ends up wanting to reach his hotel room, hoping that the receptionist recognises him and says “Welcome back, Mr Claramunt”, the baggage you have accumulated and which you bring when designing in another culture, in another country, is your own... It is the baggage you're familiar with, the distilled version of all the experiences you lived through.

Far from offering a reduced view of the different realities the world offers when it opens up, Claramunt's Mediterranean and Latin baggage allow him to be measured in terms of his exaggerated statements, and respectful with his fresh, new vision of the culture he's immersing himself in.

This, coupled with a sense of irony, led him to produce a catalogue of “predesigned” towers, public buildings and unique features. This “aberration”, as it could be interpreted in architectural circles, so obsessed by permanent innovation and by the uniqueness of their work, is a highly ironic response to the reality of city standardisation around the world, a *“critique of the uniform nature of the urban landscape and the building typologies that populate cities the world over”*, according to Claramunt.

Ironic or not, the current climate requires the internationalization of our design, which is no longer an opportunity but an obligation. The brand of our designers abroad is a guarantee for the recognition of the work done in our country and a legacy for new generations. And Claramunt is out there, beating the drum.



5. Conclusion: Did anyone understand anything?

We could say that Xavier Claramunt has a Renaissance-esque profile. He studied two degrees (Engineering and Architecture), and has adopted a highly versatile approach to his professional career, working in a diverse range of sectors including jewellery, industrial design, architecture and the aerospace business. Both his education and professional experience have necessarily favoured a cross-sectional perspective of the sources of opportunities.

The focus on innovation in Claramunt's design and in his company paint a picture of a hybridizer, a mixer, of someone who doesn't want to be held back by the restrictions of his profession; someone who constantly flirts with the boundaries of his craft, seeking transgressive combinations that reinvent the architect's role in the world. He recovers the role of a systemic architect, with a global and humanist vision that understands his craft as something that goes beyond the construction of buildings and design, or at least the way he goes about these things. This attitude is based on curiosity and the experience of having moved in the intersection between sectors.

The case of Xavier Claramunt also shows how disruptive diversification sometimes responds to a deliberate intention, driven by intrinsic motivations, "*by illusion and the search for sense*", and not by environmental or market demands. Part of this focus requires strength to overcome criticism and defend projects against the current when operating in fields not understood by general opinion.

Another interesting aspect is his strong creative dynamism, alongside his team's, which combined with a high tolerance of mistakes and uncertainty, means he can move in unknown territories without inhibition, and full of confidence in the knowledge that through learning he can achieve whatever he proposes, even if in the short-term results are not those expected.

Claramunt's ability to know how to combine creation and business with different cultures and logic that reinforce and complement each other is particularly eye-catching. On the one hand, there is the architect's work in external markets with a heavy emphasis on service quality and exploiting preconceived solutions, and on the other, the exploration of entirely new territories with a much higher level of risk. This combined strategy is only viable if the architect is able to handle the "unstable balance" created by simultaneously focusing on two forms of innovation logic that appear to contradict each other.

However, Claramunt feels comfortable with this apparent contradiction, which allows him to exploit the synergies between the knowledge areas of multi-disciplinary teams. This reveals a particular talent to feel comfortable in cross-sectional spaces, operating as a "project incubator", creating, activating and disabling quickly, based on the opportunities identified.

This dynamic, hybridising and uninhibited nature is perhaps Claramunt's contribution to design innovation throughout the many years of his career.¹

¹ The texts are extracts of an interview between Xavier Claramunt and Amalio Rey.



6. Some products

+INFO

www.duchclaramunt.com www.equip.com.es www.smartliving.cat www.galacticsuite.com

It would be impossible to feature all the products, and these probably aren't the best examples of his work. Of all the products Claramunt has thought up, designed or produced, who knows which ones are the best?

These are the ones that are here. Some products.



6. Some products

+INFO

www.duchclaramunt.com www.equip.com.es www.smartliving.cat www.galacticsuite.com

These are not all of them. That would be impossible. These probably are not even the best. Having imagined, designed or produced so many, who knows which Claramunt's finest works are?

This art gallery, on a side street to the Igualada city promenade, employs an ingenious closing system allowing it to open and turn the street into its own showcase. There is no alternative but to stroll around among the works of art.

GALERÍA DEL PASSATGE

Igualada, Spain
1989

Galería del Passatge
[+info](#)

28 M²



A jewel inspired by a paperclip. More than an item of jewellery, it is a mechanism to allow users to embellish their appearance however they want: a petal, flying hair, etc. The decision about whether it should be considered precious and worthy of being displayed is radically personal.

REDUNDANT 1990

DuchClaramunt
[+info](#)

0.00045M²



Packaging to turn the act of unwrapping a jewel into an unforgettable experience. This container gives extra warmth to the valuable item inside. It is a short-lived but memorable moment. A warm first contact? A fresh first contact?

TERMPACK 1992

DuchClaramunt
[+info](#)

0.0225M²





A jewel that rises above the trivial, everyday constant displaying. A shimmering series awaits, hidden between three golden washers that you can turn however you want. You decide when to share the beautiful interior.

ARANDELA
1992

DuchClaramunt
[+info](#)

0.000314M²



A series of containers to ensure an always tidy place. Boxes of different sizes you can put in different places. You just need to get it right by freely introducing your things inside. Everything is nicer when you draw a circle around it.

BAÑO MODORI
Igualada, Spain
1992

Domènech
[+info](#)

10.5M²



A ceramic sink and also a large container. Built with different levels and some straight walls that establish order and create a place for depositing objects so they are automatically tidied. An ideal friend for spick-and-span people.

CONTAINER
1995

Industrias Cosmic
[+info](#)

0.36M²



It's a... Its ambiguous nature makes you curious. A cross between a supported surface, a bed with waves and a sofa for sharing. You don't know how to use it. There is no clear function but an invitation to try out almost any position.

EN L'INTENT
1995

EQUIP RDi
[+info](#)

3.24M²





A compact lightbulb with a continual cylindrical section, or almost. It doesn't need a contact panel. A joint divides the cylinder in two parts; one is attached to the ceiling and the other moves to direct the beam of light. Without interruption, hanging from the ceiling, above our heads.

STAGE
2000

Vibia
[+info](#)

0.034M²



This is the Bath Time stores interior design, which adopts a chameleon strategy to gradually change its light properties and ensure that, despite being a long way from sunlight, you can experience the hours going by. Fresh mornings and warm afternoons.

BATH TIME
Barcelona, Spain
2000

Industrias Cosmic
[+info](#)

50M²



A single-family house in a town strangely looking north. Unusually, the roofing is a wall, the façade facing the street is the rear of the building, the floors are staircases... everything to enjoy from a garden, a forest and the south, which also exists.

CASA MUNTANER
Sta Margarida de M.,
Spain
2004

J. Muntaner, E. Ramón
[+info](#)

400M²



A façade that screams out to you, so you turn and look when whizzing by. A call. An enclosure for a car dealer that closes and wants to dazzle you from afar and which opens and lets you take a look when you're near. Then it winks.

**BMW MOTOR
MUNICH**
Sabadell, Spain
2005

Comercial Alari
[+info](#)

6,280M²





The extension of a hotel built in a palace. An extension that by day goes unnoticed to not overshadow the palace – its older brother -, and by night becomes a source of light to illuminate the palace. The value of its presence is its anonymity.

HOTEL HOSPES GRANADA

Granada, Spain
2005

Hospes Hoteles
[+info](#)

7,100M²



A relationship experience between people. Yes, it is also a hotel where the guest is invited to interact with his partner and with the other guests. Private activity within the room is subtly disseminated outside. You don't know what's going on, but you can feel it.

HOTEL CHIC&BASIC BORN

Barcelona, Spain
2006

Chic&Basic
[+info](#)

1,540M²



Items of decoration that feature gold, but let a contemporary and prosaic material, plastic, take centre stage. The plastic provides consistency. The plastic gives it colour. The plastic provides modernity. The precious metal gives it a price.

ENROSCATS PLANS 2006

DuchClaramunt
[+info](#)

0.0006M²



Cutlery that looks like many others but is different. A cutlery set that brings together everything we ever wanted, but will always be a little Frankie. You can tattoo it, engrave it, or wrap it in silk, but don't be fooled: it will always be a Frankie.

FRANKIE 2006

FACES Ferran Adrià
[+info](#)

0.006M²





A hotel at the bottom of the sea. Under the seawater, following the tides that come with the passing day marked by the Sun and the Moon. A settlement in man's last limit on earth: the sea.

SEA SUITE
2006

Galactic Suite SL
[+info](#)
700M²



A hotel that orbits Earth. The first space hotel. It exploits existing technology to assemble the necessary pieces and open space up to travellers. Everyone can be an astronaut. A settlement beyond man's traditional boundaries.

GALACTIC SUITE
OBT 450Kms
2006

Galactic Suite SL
[+info](#)
103M³



A catalogue of high buildings. These are the compendium of studies on towers undertaken out of interest, for tenders or by commission. Don't start from scratch with a complex job: use each discovery made in the past.

CATÁLOGO DE TORRES (TOWERS CATALOGUE)
2007

EQUIP.RDi
[+info](#)



The Flamenco Towers are a pair of towers. In the new, expanding centre in the Chinese city of Hangzhou, alongside the ultra-protected historical centre, a two-tower complex rises up, resisting the temptation to face just one way, and looking in all directions.

FLAMENCO TOWERS
Binjiang, China
2007-2010

NeolInvest
[+info](#)
125,000M²





The Beijing Tower is a tower for a hotel in Peking. It's an undefined object, without a clear façade, without a single height, and which doesn't reveal its name, which emerges geologically to evolve towards prism-like forms. A gentle beginning to an iconic development.

BEIJING TOWER

Beijing, China
2007-2010

NeolInvest
[+info](#)

21,000M²



A jewel and an ornament. A plastic tube which allows precious materials to be presented purely, without processing, without window-dressing, nameless, simply gold and simply silver. If you tell us what it goes with, we'll know who you are.

TUBPLASTIC

2007

DuchClaramunt
[+info](#)

0.0005M²



A presentation hall for Ascer, the Spanish ceramics manufacturers association. What can't ceramics achieve? Movement! Well, that's what we're going to do, and also make 4-engine music visible, which ripples the ceramic tile surface.

CERÁMICA EN MOVIMIENTO (MOVING CERAMICS)

Barcelona, Spain
2007

ASCER
[+info](#)

69M²



The urban extension of a seafront hotel. Excavated in a valley, stone walls have been built to contain the earth and elevate the buildings of a hotel that wants to be a forest, because it knows that perching up there is the only way of being able to see the sea.

HOTEL HOSPES PALMA

Palma de M., Spain
2008

Hospes Hoteles
[+info](#)

5,500M²





Arising from the idea that sleeping and washing are the main activities for a tourist in a hotel. After getting this clear, the shower becomes the façade, creating more light and taking advantage of the need for intimacy to generate a sequence of transparencies.

HOTEL ACTA MIMIC

Barcelona, Spain
2011

Acta Hotels

[+info](#)

4,700M²



Smart Living is the first company to integrate the whole design, construction, sales and financing process with the aim of promoting quality housing at an ultra-competitive price. The IKEA of housing.

SMART LIVING

Barcelona, Spain
2010

Smart Living

[+info](#)





7. Press coverage

+INFO

www.equip.com.es/blogs/News_EQUIP/.es

www.galacticsuiteprocess.com/news/

A lot has been written about the work of Xavier Claramunt. Most of it has been positive. The following pages highlight some of these articles, either because they were the first (young man!), or because they messed up, or also because they took up a whole newspaper page and were nice to look at.

That's what I said: some press coverage.



2004.03.28

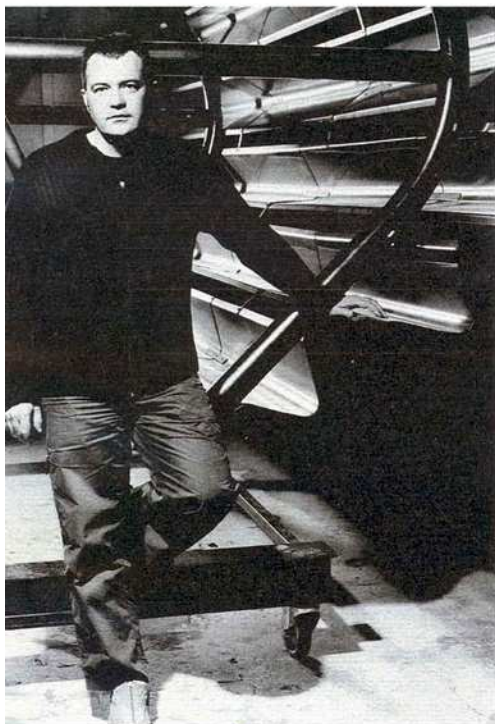
El País

Claramunt desayuna en Tiffany's

CREADOR

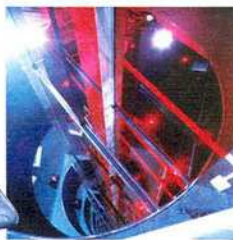
Claramunt desayuna en Tiffany's

Ingeniero, arquitecto, interiorista, diseñador, joyero y empresario, los trabajos de este catalán demuestran que la creatividad no entiende de especialidades ni de límites. Mientras él proyecta tiendas, sillas, lavabos o viviendas, la joyería Tiffany's de Nueva York ha comenzado a vender sus collares. Por **Anatxu Zabalbeascoa**.



CON SORPRESA.

Ése es el objetivo que persigue Xavier Claramunt (a la izquierda) con sus diseños. En el resto de las fotografías, algunas de las joyas, objetos y espacios industriales o comerciales que han surgido de su polifacético e inquieto trabajo.



Xavier Claramunt (Igualada, 1965) habla siempre en plural -"creo que los problemas empiezan cuando comienzas a hablar en primera persona"-, y lo cierto es que su trabajo como arquitecto, orfebre o interiorista siempre ha estado arropado por las ideas y el hacer de otros. "Hoy día, yo sólo hago preguntas, y luego toco las narices y pongo pegas; pero es un equipo de 15 personas el que desarrolla los proyectos". Polifacético y desafortunadamente

inquieto, Claramunt estudió cinco años de ingeniería aeronáutica, para elegir más tarde los altos vuelos de la arquitectura. La suya fue una carrera fulgurante en la que la rapidez con que aprobó los estudios y la precocidad con la que ideó su primer negocio de joyas contrastó con la extraña calma que emanaban algunos de sus primeros diseños. Con la también arquitecta Se Duch lanzó, a principios de los noventa, una colección tan sutil como

inesperada. Un collar con pequeñas pinzas en el que las piedras preciosas se sustituían por pétalos de flores, una gargantilla tejida como encaje de bolillos... En poco más de una década, la firma -que iniciara su andadura con un millón de pesetas- se ha profesionalizado y ha visto multiplicado su capital por 200. "Estamos entrenados. Hemos aprendido a hacer de todo". Con el aplauso y los premios de la crítica, y el respaldo de una clientela pequeña pero volcada, el sello Duch Claramunt recibe ahora el reconocimiento de los profesionales: la joyería Tiffany's de Nueva York ha comenzado a vender sus joyas. Que la mitica tienda se interese por su trabajo, lejos de asentar a Claramunt, le ha incitado a correr más riesgos. Así, algunos de sus últimos diseños han recuperado la fuerza del collar de pétalos con que se inició y han trascendido la idea ornamental de la joyería. Un anillo de compromiso esconde los brillantes en su parte interior y habla de un compromiso más secreto desde el roce de las piedras preciosas. También una serie de pulseras y anillos envuelve en tubos de plástico flexible y transparente los brillantes, esmeraldas o gramos de oro molido que compondrían una pieza. Desde sus nuevos diseños, Claramunt busca sorprender y provocar en lugar de simplemente complacer. "Con todo, el abrazo es el objetivo de nuestros diseños", que, para explotar todos los sentidos, llegan al usuario sensualmente envueltos en seda gris y drásticamente encapsulados en un embalaje de plástico.

"Lo que más me interesa es hacer preguntas, llegar a la gente a través de una idea que en lugar de solucionar cuestiona; aportar algo que proponga, pero que no zanje". Así, al igual que sus joyas las termina el usuario, que decide cómo lucirlas, sus proyectos arquitectónicos reinventan tipologías. La casa muro o la casa tubo responden a ese mismo cuestionamiento. Como interiorista también siembra inquietud, convirtiendo una cristalería en una sala de espejos o una tienda de baño en un espacio camaleónico que cambia de aspecto, como uno cambia desde que entra hasta que abandona el cuarto de aseo. El ingenio, las ideas y la revisión de los conceptos son la raíz mental de sus trabajos; el entusiasmo y la profesionalidad, la receta de su éxito. Por eso, Claramunt insiste en separarse de la figura del *arquitecto artista*. Él trata de ser un profesional que después de duros años de entrenamiento empieza a recoger ahora los inesperados frutos de su singular trabajo. ●



2007.05.06

La Vanguardia

La arquitectura sin complejos

ECONOMÍA

DOMINGO, 6 MAYO 2007

LA VANGUARDIA 79

En línea

AGRICULTURA

Acuerdo entre tres cooperativas

La Cooperativa Agraria de Sabadell i Coarxa (Coagsa), la Agropecuaria de Caldes de Montbui y la de Moia han firmado un convenio para mejorar el asesoramiento técnico, de salud vegetal y animal, así como las fórmulas de promoción, la comercialización e intercambio de sus productos en sus respectivas sedes. El producto estrella de la Coagsa es la *mongeta del ganxet*; en Moia se han especializado en carne ecológica de ternera y de pollo, y en Caldes, en piensos ecológicos. - P. Arenós

URBAN LAND INSITUTE

Pere Viñolas, nuevo presidente del District Council del ULI

Pere Viñolas, consejero-director general del Grupo Financiero Riva y Garea, ha sido nombrado presidente del Barcelona District Council del Urban Land Institute (ULI). Sin ánimo de lucro, el ULI es una organización fundada en Estados Unidos en 1936 cuyo principal objetivo es fomentar el uso y el desarrollo responsable del suelo. Presente en los cinco continentes, cuenta con más de 37.000 miembros y aglutina a profesionales del sector inmobiliario. - Redacción

TRIBUNAL DE CUENTAS

Daniel Faura, presidente de la comisión de auditoría

Daniel Faura ha sido elegido nuevo presidente de la Comisión de Auditoría del sector público del Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE). Esta comisión reúne tanto auditores externos como auditores del Tribunal de Cuentas, así como de los tribunales de cuentas autonómicos y de la propia Intervención General del Estado (IGAE). Daniel Faura es vicepresidente del colegio de Censores Jurados de Cuentas de Catalunya. - Redacción

COPCA

Los exportadores defienden la propiedad industrial

Según una encuesta elaborada por la dirección general de Comer, el Copca i el Idescat a 600 empresas exportadoras catalanas, el 34,3% de éstas cree que la protección de la propiedad industrial es muy importante, mientras que el 36,8% opina que es bastante importante para las ventas en el extranjero y un 12,7% no le otorga ninguna importancia. Un 40% de los exportadores considera que los mecanismos de protección de la propiedad industrial son efectivos. - Redacción

LOS NOMBRES Y LAS COSAS

XAVIER CLARAMUNT, ARQUITECTO, DIRIGE EL EQUIP

La arquitectura sin complejos

RAMON AYMERICH
Barcelona

Si crees en algo, acabará pasando". Dicho en frío, es como no decir nada. En boca de Xavier Claramunt, explica mucho de la personalidad de este emprendedor de 40 años nacido en Igualada, capaz de utilizar la filosofía del diseño industrial para concebir edificios, aplicar la arquitectura a la elaboración de joyas o reconvertir una empresa tomando como base los materiales que utiliza... Los teóricos de la innovación exaltan esa facilidad para mezclar actividades y cruzar métodos y procesos. Los más ortodoxos, sin embargo, critican su actitud gamberra hacia la academia. "En cada actividad se aprende algo que se puede aplicar en otra. Estar en un sector que no es el tuyo, llegar desde fuera, siempre te da ventajas".

Claramunt es formalmente arquitecto. Hijo de arquitecto que antes de estudiar el oficio se dio un rodeo por los estudios de aeronáutica. Ya en la facultad, se agarró como pudo -la expresión es suya- a Enric Miralles y Carme Pinos. "Para mí, el más ambicioso y mejor equipo de arquitectos con que me he topado". En 1990 fundó ADD+Arquitectura junto a otros

Claramunt reparte su tiempo entre el diseño industrial, la joyería y proyectos arriesgados. El último, un hotel espacial

colegas. En paralelo, constituía Duch Claramunt, firma de joyería que se ganó toda clase de reconocimientos. "Para nosotros, aquello era un negocio puro. Diseñabas, fabricabas y vendías". Se aventuraron en las joyas orgánicas, emulaban la técnica de las *puntaíres* y probaron con joyas interactivas... Les fue más que bien, hasta el día que un proveedor erró en el material suministrado y los clientes le devolvie-

ron los pedidos. Claramunt salió como pudo de aquel bache y todavía hoy defiende el valor del fracaso. "Equivocarse es importante. De lo contrario, no avanzas".

Xavier Claramunt ha hecho hoteles para Hospes y Chic&Basi: "Lo que me gusta de verdad es trabajar las habitaciones, pensar en la relación de pareja y en las situaciones que puedes provocar"; también ha hecho interiorismo para Bath Time, Tag Heuer y Frederic Homs, cuberterías para Ferran Adrià -de quien descubrió que "lo importante es perder los comple-

jos"- y diseños de grifería para Cosmic, de cafeteras para Bra o de taquillas para Altimiras, entre otros...

Un día del 2004, Claramunt desplazó parte de su equipo a Asia. Empezó a proyectar edificios comerciales en Pekín y, en un gesto poco comprendido por su gremio, a pasear por el continente un catálogo de torres diseñadas por su equipo. China le cambió la visión de las cosas. Por tamaño. "Allí te puedes plantear levantar grandes edificios. Aquí cada día es más difícil". Pero también por contraste. "Trabajar en la distancia te hace valorar lo que tienes a tu alrededor. Cuando regresas y ves que todavía hay gente que fabrica, que produce algo material, piensas que es increíble. Porque, no nos engañemos, cuando un europeo va a China a explicar cómo se fabrica un producto, lo que está haciendo es regalarle el mercado".

China le reconcilió además con su peculiar ética del trabajo. "Si algo sé hacer es trabajar. Proponer cosas y llevarlas adelante en equipo". Es la filosofía que aplica en el Equip, un colectivo de treinta personas que trabajan en un almacén de Palo Alto, el oasis del diseño que Javier Mariscal creó hace unos años en el Poble Nou.

El Equip es la continuación de ADD+Arquitectura. El taller está muy lejos de otros despachos de arquitectos, en los que domina el diseño asistido por ordenador. En el Equip trabajan rodeados de maquetas, de madera, de cartón, de fibra. Se huele la cola y se oye el rugir del *hackandecker*. "No todo lo que hacemos tiene una aplicación inmediata. La mayor parte de los trabajos es el resultado de proyectos de investigación que tienen un resultado final incierto".

De uno de esos trabajos de investigación surgió, en agosto del 2006, el Galactic Suite, un proyecto de hotel espacial. "Empezamos a desarrollar la idea a partir de un racimo de uvas. Se trataba de aplicar la lógica de los viajes espaciales a la idea de residencia en el espacio". El proyecto hizo ruido y levantó algún que otro comentario escéptico. Pero Claramunt es tozudo. Calcula que el montaje del hotel -incluida su puesta en órbita- puede costar unos 1.500 millones de euros. Ha hablado con gente de la NASA y se ha dejado aconsejar por BAIE (Asociación Barcelonesa Aeronáutica y del Espacio) y el CTAE (Centre Tecnològic per a la Indústria Aeronàutica i de l'Espai).

Puede parecer una quimera, pero en el mundo en el que los viajes aeroespaciales son ya una realidad para muchas fortunas, el proyecto de Claramunt no anda desencaminado. "Lo importante, para mí, es todo lo que rodea la estancia en el hotel. Estar allí arriba son 24 horas. Pero serán necesarios unos ocho meses de preparación para ello". Para Claramunt, ya lo advertimos, lo importante es que ocurran cosas. ●

La facturación de Serhs crece un 23% en el primer trimestre

BARCELONA. (Redacción.) - El grupo de hostelería Serhs ha anunciado un aumento del 23% en su cifra de negocio durante los tres primeros meses del año. La facturación ha pasado de los 53 millones registrados en los tres primeros meses del 2006 a los 65 del presente ejercicio. Estas cifras permiten a la compañía mantener la previsión de cerrar el 2007 con una facturación de 465 millones (un 15% más que en 2006) y unos beneficios antes de impuestos superiores a los 10,5 millones (un 50% más).

En consecuencia, el dividendo que pagar a los accionistas el próximo mes de septiembre será de 0,85 euros por acción y no de 0,80 euros (un 6,25% más). Asimismo aumentará de una por cada 40 a una por cada 32 el reparto de acciones liberadas (un 25% más). ●

Antoni Grau, director general financiero de Vueling

BARCELONA. (Efe.) - La compañía aérea Vueling ha nombrado a Antoni Grau nuevo director general financiero-corporativo en sustitución de Javier Carrasco. Este abandona el cargo tras "haber aceptado nuevos retos profesionales", según explicó la compañía. Abandona el cargo apenas siete meses después de haberse incorporado al equipo directivo. De los tres responsables de las nuevas direcciones que Vueling creó en noviembre del 2006, sólo queda el director comercial, Vicenç Martí.

Antoni Grau -licenciado en Derecho y Ciencias Empresariales y máster en dirección financiera por ESADE- ha dirigido hasta ahora las auditorías internas de Vueling. Antes trabajó en el grupo Celsa y en la división de auditorías de KPMG. ●



2007.12.24
El Periodico
Arquitectura 'pret à porter'

Cosas de la vida SOCIEDAD

LUNES
24 DE DICIEMBRE DEL 2007

el Periódico 25

INICIATIVA PIONERA PARA PROMOCIONAR PROYECTOS

Arquitectura 'prêt à porter'

Xavier Claramunt crea un catálogo de 21 rascacielos para que sus clientes elijan

ROSARIO FONTOVA
BARCELONA

Si la alta costura coexiste con Zara, ¿por qué no aplicar el sistema a la arquitectura? Con esa premisa, el arquitecto Xavier Claramunt ofrece un catálogo con 21 rascacielos -ampliados a 41- que facilitan a sus clientes la elección. Claramunt predice que con el desplome del negocio inmobiliario el futuro será incierto y que solo con audacia y nuevas ideas se sobrevivirá. Con el título de *Ready to built*, el catálogo ofrece una selección de torres de distintas formas y materiales que pueden adecuarse a un emplazamiento concreto.

Claramunt pertenece a una nueva hornada de profesionales que no rinden excesiva pleitesía a los maestros. Incluso no considera indispensable seguir una de las máximas clásicas del urbanismo, que dice que los edificios tienen que construirse teniendo en cuenta el lugar donde se ubican. «Nos crucificarán», predice el arquitecto con estudio en Barcelona, una ciudad donde la arquitectura es sagrada.

«Hacer un catálogo no es popular. Hay un punto de provocación y estará mal visto», sospecha. Pero, aun así, considera que el taller-laboratorio que dirige lleva años proyectando edificios que se presentan a concurso, no logran un contrato o se diseñan por afán de innovación y que por lo tanto sería una lástima que se perdiera el esfuerzo.

En su taller de Palo Alto, en Poble Nou, se fraguan encargos diversos, desde interiorismo hasta joyería pasando por la experimentación en materiales como la cerámica en movimiento o el vidrio. Proyectos que se suman a la construcción de hoteles, su especialidad hasta el momento. Con ese bagaje asegura que su equipo está más que cualificado para afrontar proyectos en altura.

El mercado asiático

El gran objetivo del arquitecto es levantar rascacielos. «Y en España nadie nos los encarga», constata. Así que animado por la construcción de una torre en Shanghai, ahora en proceso de cimentación, bautizada como Flamenco Tower a causa de que los promotores chinos identificaron su forma torreada con el gesto de las manos al bailar, agrupó todos los edificios en altura en un catálogo.

El repertorio de torres, explica, está pensado para el mercado asiático. «Donde hay suelo disponible, se construyen nuevas ciudades y hay gran demanda tanto de viviendas como de oficinas». «Nos gustaría ser de los equipos puente con Asia y especializados en altura», resume. La tipología de los edificios que propone el catálogo es variada y ofrece desde el equipamiento hasta el complejo de oficina, hotel y viviendas. Las torres tienen de 35 a 65 pisos y la más alta mide 220 metros.



► La oferta ► El arquitecto sostiene el catálogo con los modelos.

EL RECONOCIMIENTO

«Lo que hago no es popular. Hay un punto de provocación y estará mal visto», admite

LA ESPERANZA

Su aspiración es poder trabajar en Asia, donde hay suelo y mucha demanda

Poco partidario del historicismo, de los maestros de la arquitectura moderna de estilo más contenido que excesivo, los referentes de Claramunt se inspiran en las magnitudes macro. Así, explica que su interés se dirige a Qatar, donde se está construyendo la Dubai Tower, de 439 metros de altura y 80 pisos. Una desmesura que encabeza un ranking de rascacielos que van desbancándose unos a otros y que desde hace años ya solo se bate en Oriente. ■

RELIGIÓN

Los católicos practicantes ganan a los anglicanos en Inglaterra

El cardenal O'Connor pide que los sacerdotes puedan estar casados

EL PERIÓDICO
LONDRES

La conversión al catolicismo de ex-primer ministro británico Tony Blair, que se hizo efectiva el viernes, ha sido la penúltima buena noticia que ha recibido el Vaticano del Reino Unido. La última se produjo el sábado, cuando se dieron a conocer las cifras de feligreses que frecuentaron los lugares del culto en el 2006. Por primera vez, en Inglaterra el número de católicos practicantes ya supera al de anglicanos.

Los datos, difundidos ayer por *The Sunday Telegraph*, señalan que una

media de 861.000 católicos acudió regularmente a misa aquel año, frente a los 852.000 anglicanos que participaron en los oficios de su confesión. En Gales y Escocia los anglicanos todavía les sacan ventaja, pero andan pisándoles los talones, de forma que en todo el Reino Unido la Iglesia de Inglaterra, que se separó de la Iglesia católica romana en 1534, solo cuenta con 50.000 feligreses practicantes más que su rival. Y ello en un país donde, solo entre Inglaterra y Gales, hay 25 millones de anglicanos censados, frente a 4,2 millones sometidos a la obediencia del Papa.

La llegada de inmigrantes procedentes de África y Europa del Este engorda las filas católicas y hace que el descenso de la práctica confesio-

El arzobispo ya cuestionó el celibato con Juan Pablo II

► Nada más llegar a Westminster, en el 2000, Cormac Murphy O'Connor ya levantó una polvareda al afirmar que la norma eclesial que regula el celibato sacerdotal podría modificarse y dar a entender que su permanencia era solo una mera cuestión de tiempo. Entonces gobernaba la Iglesia católica Juan Pablo II, pero la ascensión de Joseph Ratzinger a la silla de san Pedro ha alejado todavía más el horizonte del que hablaba el cardinal arzobispo.

nal, que afecta tanto a una como a otra confesión, tenga menor repercusión que en las filas anglicanas, coinciden los expertos.

REIVINDICACIÓN # No todo son alegrías para el Vaticano. Al lado de las buenas noticias, el arzobispo de Westminster y presidente de los obispos católicos de Inglaterra y Gales, el cardenal Cormac Murphy O'Connor, desempolvaba ayer una vieja reivindicación en una entrevista del *Financial Times* en la que volvía a pedir que el Papa revise la doctrina que impide que los casados puedan convertirse en sacerdotes.

Murphy O'Connor habla en la entrevista de Benedicto XVI en compañía con Juan Pablo II y dice que, a diferencia de lo ocurrido durante anterior papado, cuando Wojtyła cautivaba a los creyentes «con sus gestos y su proximidad», ahora «la gente va a Roma, no tanto a ver el Papa como a escucharle». Ratzinger se gana a la gente «por lo que enseña y predica», asegura. ■



10 detenidos en Lleida por tráfico de drogas

LOS MOSSOS realizaron el jueves y el viernes varias entradas en domicilios y dos almacenes de la calle de Juneda y de Sant Isidre, donde encontraron 900 gramos de cocaína, entre 600 y 700 de marihuana, 40.000 euros, una pistola y un revólver, munición, joyas y una báscula y herramientas de corte para la droga. EFE

Ola de robos con violencia en Madrid

EL ATRACO a una boutique de Chanel por cuatro encapuchados armados que se llevaron relojes por valor de 300.000 euros es el octavo que sufre la comunidad en 10 días, tras los asaltos de la tienda Ikea en Valdecasas, el centro comercial Pleniturno, el homicidio de un comerciante en Parla y el ataque a José Luis Moreno.



23 muertos durante la operación salida

LOS 19 ACCIDENTES que se produjeron en las carreteras españolas a lo largo del fin de semana también han dejado 12 heridos graves. La operación navideña de tráfico se ha saldado con una víctima en Catalunya. En Gran Canaria murieron ayer dos jóvenes tras perder el control de su coche (en la foto). EFE

Asesinada por su hermano en Lugo

EL AGRESOR sufre problemas psicológicos, según fuentes familiares, por lo que el ataque podría deberse a que el hombre no se había tomado su medicación. El suceso ocurrió ayer en el mismo domicilio familiar donde la víctima y su hermano convivían. La mujer falleció tras ser apuñalada con un cuchillo de cocina. EF

Cae un negocio de falsos adelgazantes

LA EMPRESA Nutra Life International, desmantelada por la Guardia Civil en Sevilla, vendía al menos 30 variedades de productos que prometían «adelgazar milagrosamente» gracias a una «fórmula secreta». Contaban hormonas peligrosas para la salud. Han sido imputadas cuatro personas.



2009.11.03
The Times
Space Hotel



Newspaper of the Year

Tuesday November 3 2009 timesonline.co.uk No 69783

F&M

Printed in Madrid International edition

Karzai is declared poll victor

Run-off scrapped as West seeks power-sharing deal

Jeremy Page, Jerome Starkey Kabul

Almost ten weeks of political paralysis in Afghanistan was brought to a close yesterday when a presidential election run-off was cancelled and President Karzai was declared the winner following the withdrawal of his only rival. Western leaders rushed to endorse the Independent Election Commission's decision and congratulate Mr Karzai, desperate to end a crisis which has undermined their efforts to defeat the Taliban and build democracy in Afghanistan.

Dr Abdullah Abdullah, who pulled out of the race on Sunday in protest at Mr Karzai's failure to tackle electoral fraud, also appeared tacitly to accept the decision after coming under intense pressure from the international community.

But questions remained over the legality of the result which gives Mr Karzai another five-year term in office. The Afghan leader is expected to make a victory speech today and will be inaugurated before world dignitaries later this month.

But his reelection lacks credibility because he did not win the necessary outright majority in the first round on

August 20, after which a UN-backed investigation disqualified a million of his votes because of fraud.

Western officials were also still trying to broker a power-sharing deal between Mr Karzai and Dr Abdullah to prevent a potentially dangerous split between the Tajik-dominated north and the predominantly Pashtun south.

"The point is Karzai's mandate is very, very, tenuous," Nick Horne, a

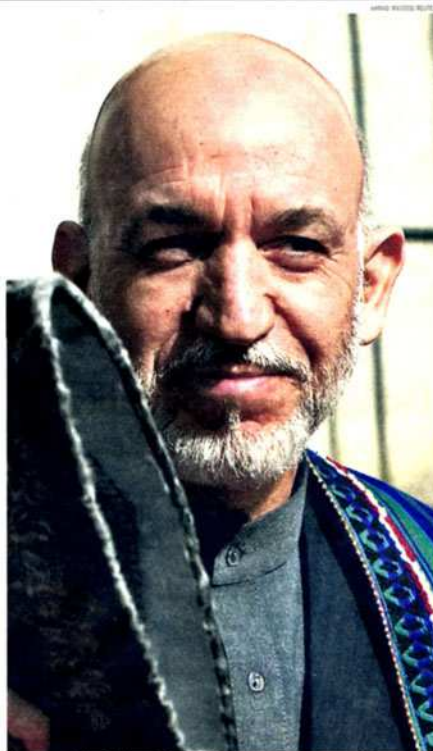
Karzai must now deliver real reform

Leading article, page 2

former UN political officer in Afghanistan who worked on the elections, told The Times.

The IEC, whose top officials were appointed by Mr Karzai, said it made the decision because of the cost and risk of organising Saturday's run-off, and because a one-horse race would compromise the President's legitimacy.

"The Independent Election Commission declares the esteemed Hamid Karzai Continued on page 4



A contented Hamid Karzai after Afghanistan's election commission declared him President for a second term yesterday



Twin Towers ship sails in

The USS New York, a battleship built with steel from the World Trade Centre, sailed into New York harbour yesterday on its maiden voyage with a 21-gun salute near Ground Zero. Page 14



China fixes early snow

Cloud-seeding by Chinese meteorologists led to the earliest blizzard in Beijing for two decades. The 11-hour snowfall brought the capital to a halt. Hundreds of flights were delayed. Page 14

IN THE NEWS

BP secures deal over Iraq's biggest oilfield

British oil giant BP is taking control of Iraq's biggest oilfield in the first major energy deal since the US-led invasion, putting the country on a path to rival Saudi Arabia within a decade. Iraqi lawmakers have condemned the deal as "illegal". Page 8

Karadzic's 'one regret'

Radovan Karadzic's only regret at the 1995 Srebrenica massacre of 8,000 Muslim men and boys was that some got away, a prosecutor told the Bosnian Serb's war crimes trial in The Hague. Page 12

Pakistan bomb kills 34

At least 34 people were killed in a suicide bomb attack close to the Pakistani army's headquarters in Rawalpindi. It was the second attack in the high security zone within a month. Page 6

Fears for pirate couple

Fears rose yesterday for a British couple kidnapped by Somali pirates as reports suggested that Islamist militants are heading for the area where they are held and intend to seize them. Page 3

Litvinenko clouds talks

The ghost of Alexander Litvinenko, the dissident former agent killed in London, loomed large over attempts by Britain's Foreign Secretary David Miliband to thaw relations with Russia. Page 12

Mass sacrifice protest

Plans to sacrifice half a million animals in a two-day Hindu festival in Nepal this month have prompted calls by animal rights activists for the 300-year-old ritual to be banned. Page 9



Space hotel for earthlings — but cost is astronomical
Page 5

Source: The Times sources.
Australia: 41.10; Belgium: 41.10; Bulgaria: 41.10; Canada: 41.10; Czechia: 41.10; Denmark: 41.10; France: 41.10; Germany: 41.10; Greece: 41.10; Hungary: 41.10; India: 41.10; Ireland: 41.10; Italy: 41.10; Japan: 41.10; Korea: 41.10; Latvia: 41.10; Lithuania: 41.10; Luxembourg: 41.10; Malta: 41.10; Netherlands: 41.10; Norway: 41.10; Poland: 41.10; Portugal: 41.10; Romania: 41.10; Slovakia: 41.10; Slovenia: 41.10; Spain: 41.10; Sweden: 41.10; Switzerland: 41.10; Taiwan: 41.10; Thailand: 41.10; Turkey: 41.10; Ukraine: 41.10; USA: 41.10; Venezuela: 41.10; Vietnam: 41.10; World: 41.10. The Times is published daily except on Sundays and public holidays. The Times is published in the USA and Canada by The Times Syndicate Inc. The Times is published in the UK by The Times Syndicate Inc. The Times is published in the USA and Canada by The Times Syndicate Inc. The Times is published in the UK by The Times Syndicate Inc.



2009.12.17

La Vanguardia

"Verás la Tierra desde tu habitación del hotel espacial"

JUEVES, 17 DICIEMBRE 2009

LA VANGUARDIA

LA CONTRA

Xavier Claramunt, creador de un proyecto hotelero en el espacio para el 2012



Tengo 44 años. Nací en Igualada y vivo en Barcelona. Soy arquitecto, y fundador de Galactic Suite. Estoy soltero, con novia. ¿Política? Soy emprendedor, creo en la capacidad de las personas para impulsar proyectos. ¿Dios? No pienso en ello. Me entretiene volar en autogiro

"Verás la Tierra desde tu habitación del hotel espacial"



ANA JIMÉNEZ

Dónde estará en el 2012? Orbitaré en torno a la Tierra desde un hotel espacial, Galactic Suite.

Olé.
A 450 kilómetros de altura, el turista espacial gozará de fabulosas vistas sobre el globo terráqueo.

"Mi casa", que diría ET.
Orbitando a 28.000 kilómetros por hora, en 24 horas circularás la Tierra 16 veces: verás 16 amaneceres y 16 ocasos.

No sé si me apetece subir allá arriba...
Tenemos ya 50 reservas en firme, y siguen llegando peticiones: ¡serán pioneros de un turismo que en el futuro será habitual!

¿Cuánto pagarán estos pioneros?

Tres millones de euros por cabeza.

¿Ni en varias vidas podría yo pagar eso!
Hay en el mundo 40.000 personas con facilidad para pagárselo. Ellos serán la vanguardia de lo que en quince años será normal: subirá usted con su familia a pasar un fin de semana en el espacio. Aunque ahora puede parecerle tan extravagante como hace un siglo nos parecía un vuelo transoceánico...

¿Y cómo subirán los turistas arriba?

Será un lote recreativo que incluirá un entrenamiento de varias semanas en una paradisíaca isla del Caribe, seguidas del lanza-

miento en trasbordador espacial que se acoplará al hotel Galactic Suite.

¿Cómo será ese hotel?

Parecerá un racimo de uvas. Cada uva -cada módulo- albergará una habitación de 36 m² para cuatro personas, con un gran ventanal. En una primera fase habrá una sola habitación, más un spa y la zona común.

¿Y qué hará el turista allá?

Disfrutar de la estancia como si se albergase en un refugio de alta montaña por tres días, y gozar de la ingravidez, las vistas y sensaciones. Llevará en el traje un sistema (tipo velcro) para engancharse a las paredes y reposar. Todo pensado: la comida, el aseo...

¿Cómo pondrán ese hotel en órbita?

Los módulos caben en las bodegas del cohete Ariane 5 o del Soyuz, así irán subiendo.

¿Quién construye este hotel?

La empresa aeronáutica francesa Astrium. Esto me apena: España tenía aquí una ocasión dorada para liderar en el mundo el futuro sector turístico aeroespacial, pero...

¿Cuánto dinero hay que invertir?

Sólo 2.000 millones de euros. No es tanto. Pero el dinero lo han puesto inversores de los emiratos árabes, para apuntarse el tanto y tomar posiciones en ese mercado. ¿Por qué aquí tenemos tan poco empuje, tan poco entusiasmo?, me pregunto. Es bien triste...

Robot a la Luna

Su taller de arquitectura en Palo Alto, antiguo centro fabril del Poble Nou, rebosa luz y creatividad. Alza la maqueta de Galactic Suite, la mira con cariño: las treinta personas de su equipo han pulido una idea parida hace cuatro años y que sigue creciendo. Relatan el proceso en el libro *Galactic Suite, o cómo construir un hotel en el espacio* (Empresa Activa), escrito por Xavier Claramunt, Ariadna Boada, Joan Cuevas y Marc Zaballa (www.galacticsuite.com). Tienen más ideas: Catalunya en la Lluna (concurso para poner en la Luna un robot que envíe imágenes on line), o la de un globo gigante que subirá a cincuenta kilómetros de altura una cabina en la que seis personas verán la curvatura terrestre.

¿Cómo se le ocurrió esta idea?

Con mi equipo diseñamos hoteles, y tenemos un laboratorio de ideas para proyectos en espacios límite: de ahí salió esta idea.

¿No les parecido una idea loca?

No hay ideas locas: hay ideas. Nuestra filosofía es propositiva, sin complejos, sin miedos, buscando ser útiles a las personas y trabajando mediante pruebas y errores.

Eso, errores... ¿No teme equivocarse?

¡Equivocarte es lo mejor que puede pasarte! Sólo equivocándose progresas. No hay más fracaso que el miedo a fracasar.

La mayoría somos más cautos...

Todo está al alcance de tu mano: se trata sólo de querer de verdad alcanzarlo. El espacio está aquí mismo, muy, muy cerca...

Visto así...

Cuando saltó la noticia del proyecto, nos escribió una niña austriaca de 13 años, Lara: "Mi sueño es hacer un hotel en la Luna", nos contaba. Y las preguntas elementales que Lara nos planteó nos han ayudado a avanzar. ¡Si todos fuésemos como Lara...! Es la actitud: ir caminando hacia los objetivos.

Parece mentira que a nadie se le ocurriese antes una idea como la suya...

Bigelow, un estadounidense, está en lo mismo, pero creando una nueva tecnología. Nosotros sacaremos partido de la ya existente.

¿Es su modo de amortizar los avances logrados en la conquista del espacio?

Eso es: ha llegado el momento de privatizar y socializar el espacio. ¡Ha llegado la hora de que todos lo disfrutemos! ¿Cómo influirá eso en la humanidad? ¡Nada me excita más que pensar que algo que yo hago pueda influir en las vidas de otros!, sean unos cubiertos para El Bulli o un hotel con luz negra en los dormitorios, como el Xic & Basic.

¿Luz negra?

Ves a tu pareja como si fuese otra persona, y eso puede dinamizar esa relación, ¡modificar esas vidas! ¿A usted no le excita pensar que según qué entrevista publique puede cambiar la vida de alguien?

Si es para bien...

¡Siempre lo es! ¡Todo es ganancia! Pero estamos anestesiados: ¡tanto bienestar nos matará! ¡Démonos cuenta de lo mucho que tenemos, desde este clima, democracia, paz, seguridad...! Valóralo, alégrate... y, sin miedos, ¡actúa!: si hay energía y ganas, ¿qué haces ahí parado? ¡Métete en algún lío! ¡Ya!

¿Un lío?

Es mi filosofía: métete en líos, haz que pasen cosas..., y luego quédate con lo bueno. ¿Que no consigues lo que querías? ¡No importa! Por el camino han pasado cosas fantásticas que te han enriquecido, ¡seguro!

¿En qué cree que nos cambiará haber flotado tres días en Galactic Suite?

Saber que este planeta es frágil no es lo mismo que haberlo visto: constatar la delgadez de nuestra atmósfera, atravesarla, verlo todo de golpe desde allí... Y si los primeros en experimentarlo son los más poderosos del planeta..., ¡pueden cambiar algunas cosas!

VÍCTOR M. AMELA



2009.03.24

Innobai

La innovación no conoce prejuicios ni complejos

Iritzia

4 | innobai

Berrikuntzak ez du aurreiritzi ez konplexurik La innovación no conoce prejuicios ni complejos

Enpresa batek tradizioaren bide "seguru"an bikaina izatea izan dezake helburu, baina bikaintasuna eta berrikuntza bateratzen dituzten proiektuak era gara ditzake. Aurretiaz ezarritako bideari jarraitzeak ez du arrakasta ziurtatzen, beraz, zergatik ez bide berriak saiatu? Xavier Claramunt Euskadiko Sormen eta Berrikuntzaren Urteko inaugurazioaren protagonistetarikoa bat izan da.

Una empresa puede aspirar a ser excelente en el camino "seguro" de la tradición, pero también puede proponerse desarrollar proyectos que aúnen excelencia e innovación. Seguir un rumbo predeterminado no es garantía de éxito, así que, ¿por qué no explorar nuevos caminos? Xavier Claramunt ha sido uno de los protagonistas de la inauguración del Año de la Creatividad y la Innovación en Euskadi.

Xavier Claramunt

Equip Xavier Claramunt enpresako zuzendari eta sortzailea
Galactic Suite proiektuko zuzendaria
Director y fundador de la empresa Equip Xavier Claramunt
Director del proyecto Galactic Suite



Berrikuntzaren aldeko apustua egitea erabaki duten enpresek aurretiaz dituzten ideiak alde batera utzi beharko lituzkete bezeroei zer eskaini behar diotenari dagokionez, aurreiritziak baztertu eta oinarritzko kontzeptuak berrikusi behar dituzte, oso ezagunak izan arren, edozein proiektuk, bakoitzaren berezitasunak gora behera, behar duen erantzun bakarra aurki dezan.

Sormenerako estrategietan ez dago inolako eragozpenik berriro berakatzu soparen osagaiez nahiz gurrupilaz galde egiteko. Horrela oso zaila izango da berriro sopa berdina asmatzea edo gurpila aurkitzea. Funtsezkoa da aurreiritzirik gabe lanean hastea, proiektu bati ekitea konponbidea eza-gutu gabe. Aurretiazko ideiak alde batera uztea lortuz gero askoz errazagoa izango da bezeroen benetako beharrezanez erreparatzea — beharizan kontzienteak izan baino lehen ere — edo belarria berrikuntzetarako adi izatea, teknikoak nahiz antolaera, produktu edo beste eremu paralelo batzuetakoak izan.

Eskuarki bezeroa harritu egiten da beharrezkotzat jotzen den erantzunaren eremua espero zuena baino askoz zabalagoa dela ohartzen denean, berrikuntzak ekonomia, gastronomia, harri-bitxigintza eta beste lanbide arlo batzuetako estrategiak baliatzen dituelako. Eskaini ahal dugun

Las empresas que hayan decidido apostar por la innovación deberían eliminar las ideas preconcebidas en lo que se refiere a qué deben ofrecer a los clientes, evitar los prejuicios y revisar los conceptos básicos, por muy conocidos que sean, para conseguir encontrar la respuesta única que todo proyecto, cada uno con sus peculiaridades, necesita.

Las estrategias de creatividad pasan por no tener ningún reparo en volver a preguntarse por los ingredientes de la sopa de ajo o por la rueda. De esta forma será muy difícil acabar inventando la misma sopa de ajo o descubrir la rueda. Es fundamental comenzar a trabajar sin prejuicios, empezar un proyecto sin conocer la solución. Si uno consigue liberarse de las ideas preconcebidas, será mucho más fácil estar atento a las necesidades reales de los clientes, incluso antes de que sean necesidades conscientes, o tener los oídos atentos a las innovaciones, que pueden ser tanto de índole técnica como organizativa o de productos, o incluso de otros ámbitos paralelos.

Normalmente, el cliente se sorprende al descubrir que el ámbito de respuesta que se identifica como necesario es muy superior al que él esperaba, dado que la innovación global aplica estrategias de otros ámbitos profesionales



2009.03.24

Innobai

La innovación no conoce prejuicios ni complejos

innobai | 5

Opinión



berrikuntzarik onena konplexurik ez duen jarrerarena da, errezeta edo mugei jaramonik egin gabe.

Galduta gaudenean sistema bat eduki behar dugu, bidea erakutsiko digun lan estrategia bat; baina, hortik aurrera, benetan berrikuntzaren bidean egoteko, errutinatik alde egin beharra dago, ezaguna den erantzuna saihestu eta etiketak baztertu.

Gure aurreko jakituriatik ikasi

Halaber, tradizioa funtsezkoa da enpresentzat, oso berri-tzaileak badira ere. Aurretik egin, pentsatu, disfrutatu eta sufritu den guztia erabili behar den altxorra da. Edozein proiekturi ekiterakoan aurreko ekarpenak edo kontrastatu-rik dauden klasikoak aztertu eta berrikusi behar dira: obra bikain bat, aulki baten oinarritzko definizioa, eguneroko keinua den eskua ematearen esanahia aztertu... Honetaz, komenigarria da ere senior profesionalak berreskuratzeko estrategia izatea; haiek ezin gal daitezkeen jakintza eta eskarmentua dituzte. Honela lantalde bikainak sortzen dira.

Berrikuntzan hazteko aintzat hartu behar da beti ikasteak ez duela amaierarik: oraindik ezagutzen ez den eta bere-ganatua izan behar duen guztiarekin zabalik egon beharra

como son la economía, la gastronomía, la joyería, etc. Esta actitud desacomplejada y sin atender a recetas o restricciones es el rasgo de innovación más singular que aportamos.

Es necesario tener un sistema, una estrategia de trabajo que sirva como guía en los momentos en que uno se encuentra perdido, pero, a partir de ahí, para estar efectivamente en la línea de la innovación, hay que escapar de la rutina, evitar la respuesta conocida y expulsar las etiquetas.

Aprender de la sabiduría que antecede

Igualmente, la tradición es fundamental para las empresas, por muy innovadoras que sean. Todo lo que se ha hecho, pensado, disfrutado y sufrido con anterioridad es un tesoro que hay que utilizar. Al iniciar cualquier proyecto, se deben analizar y revisar las aportaciones anteriores o los clásicos contrastados, desde una obra excelente hasta la definición básica de qué es una silla o qué puede significar un gesto cotidiano como estrechar la mano. En este sentido, también es conveniente una estrategia de recuperación de los profesionales senior, ellos acumulan un conocimiento y una experiencia que no se puede perder. De esta manera se crean equipos excelentes.



2009.03.24

Innobai

La innovación no conoce prejuicios ni complejos

Iritzia

6 | **innobai**

ohiko norabidera begiratzen
ez dugunean begiek fokatzea doitu behar
dute. baina fokatzen dena argi ikustea
lortzen den bitartean gauzak lanbrotsu
ikusten dira

cuando uno mira en una dirección
diferente de la habitual es
más que natural que los ojos tengan que
ajustar el enfoque. lo que sucede es que
hasta que uno logra percibir lo que se
enfoca con claridad se ve borroso

dago. Gure aurreko tradizio guztia funtsezkoa da etengabe
agertzen dena interpretatzeko; identifikatzeko eta ulertze-
ko balio behar du, baina ez etiketatze edo mugatzeko.

Irudimena, ikuspegia eta ekintza

Berrikuntzaren prozesua hasteko irudimentsua da, eta hori
arriskutsua izan ohi da. Irudimena ohiko gauzetatik urrun
dauden erantzunak ematearekin lotzen da.

Zalantzarik gabe, nolabait igarlea ere izan beharra dago,
beste inork ezin ikus dezakeena intuitu eta ikusteko gauza
izan, beharbada ez dutelako norabide egokian begiratzen
edo ez dutelako begiratu egokiarekin egiten. Batzuetan
ohartzen dena zorabiatu egiten duen aberrazio optikoa
baino ez da, baina ondorio egokia sortzen du berririo argi
ikusten denean ezer berdina izan ez dadin. Ohiko norabi-
dera begiratzen ez dugunean begiek fokatzea doitu behar
dute. Baina fokatzen dena argi ikustea lortzen den bitar-
tean gauzak lanbrotsu ikusten dira.

Azkenik, interesgarria den zerbait sortu denean, berrikun-
tza gerta dadin gauzatu egin behar da, hau da, ekoitzi:
ekintzaileak izan beharra dago.

Halaber, nolabaiteko ziurgabetasuna sartzeko beldurra
galdu behar da eta horren kontra ahal den gehien zehaztu
behar da. Zenbait ahots entzutea edo burugabeko ideien
bat erabiltzea eragozten duten konplexuak alde batera
utzi behar dira. Garrantzitsuena hastapenak iradokitzaileak
izatea da, edozein norabidetan aurrera egiteko indarra
emango dutenak. Hortik aurrera pertsonen motibazioak eta
ekintzak zehaztu beharrik berrikuntza ekarriko dute. Ez da
beti arrakasta berdina lortzen, baina porrotak aztertzea ere
baliagarria da.

Para crecer en innovación es necesario tener en mente que
el aprendizaje nunca termina: hay que estar abierto a todo
aquello que aún no se conoce y que habrá de ser asimila-
do. Toda la tradición que nos precede es fundamental para
interpretar lo que continuamente aparece, debe servir
para identificarlo y entenderlo, pero no para etiquetarlo o
restringirlo.

La imaginación, la visión y la acción

El proceso de innovación empieza por ser imaginativo, lo
cual acostumbra a ser arriesgado. La imaginación se rela-
ciona con la actitud de no tener complejos para ofrecer
respuestas alejadas de lo convencional.

Sin duda, también hay que tener algo de visionario, ser
capaz de intuir y ver ahí donde nadie más puede ver, quizá
porque no miran en la dirección correcta o quizá porque no
lo hacen con los ojos adecuados. A veces lo que se percibe
es simplemente una aberración óptica que marea, pero
produce el efecto adecuado para que, cuando se vuelva a
ver con claridad, ya nada sea igual. Cuando uno mira en una
dirección diferente de la habitual es más que natural que los
ojos tengan que ajustar el enfoque. Lo que sucede es que
hasta que uno logra percibir lo que se enfoca con claridad se
ve borroso.

Por último, una vez que se ha concebido algo interesante,
para que se produzca la innovación es necesario llevarlo a
cabo, es decir, que entre en producción: hay que ser gente
de acción.

Asimismo, se debe perder el miedo a introducir cierta incer-
tidumbre, contra la que se debe lanzar toda la capacidad de
concreción posible. Hay que liberarse de los complejos que
impiden escuchar determinadas voces o utilizar alguna idea
descabellada. Lo importante es que se generen inicios suge-
rentes, que den fuerza para avanzar en cualquier dirección.
A partir de ahí, la motivación de las personas y la necesidad
de concretar las acciones harán que se produzca la innova-
ción. No siempre se obtiene el mismo éxito, pero estudiar los
fracasos también es útil.

