

Sergi González
cònsol major de Andorra la Vella

Andorra la Vella quiere convertir la belleza en un nuevo punto de encuentro para el comercio, el conocimiento y la innovación. Con esta vocación nace *Andorra és Bella,* una iniciativa que celebra este año su primera edición y que reúne a establecimientos, marcas y profesionales en torno al Andorra *Beauty Congress* y a un programa de experiencias abiertas al público. Sergi González explica las razones que han impulsado el proyecto, las oportunidades que identifica para el sector y una ambición que va más allá de esta primera convocatoria.

Andorra és Bella celebra este año su primera edición. ¿Cómo nace la iniciativa y qué os llevó a impulsar un proyecto que reúne belleza, comercio, turismo y conocimiento profesional?
Andorra és Bella no nace de cero, nace de una realidad que ya tenemos en Andorra la Vella. La ciudad cuenta con cerca de 200 negocios vinculados a la belleza y al cuidado personal. Queríamos poner en valor este sector, darle más visibilidad y crear un espacio donde comercios, marcas y profesionales pudieran encontrarse, compartir conocimiento y explorar nuevas oportunidades. De ahí surge un proyecto con voluntad de continuidad, que quiere ayudar al sector a innovar y crecer.

¿Qué potencial habéis identificado en el sector de la belleza para contribuir a la dinamización económica y comercial de Andorra la Vella?
Tenemos un sector diverso, con negocios que van desde el comercio especializado hasta los servicios de estética y cuidado personal. Muchos ya están incorporando nuevas propuestas y formas de relacionarse con sus clientes. Creemos que, si les damos visibilidad y facilitamos la conexión entre ellos, pueden ampliar su actividad, atraer nuevos públicos y contribuir a la dinamización comercial de la ciudad y del país.

¿Por qué apostar por la belleza como elemento de posicionamiento turístico? ¿Qué puede aportar este sector a la imagen de Andorra como destino?
Andorra ya tiene una trayectoria vinculada al comercio y al bienestar. El cuidado personal, la estética y la cosmética nos permiten conectar estos dos ámbitos y ofrecer experiencias que van más allá de la compra. También nos dan la oportunidad de mostrar la especialización de nuestros negocios y el talento de los profesionales del país. Creemos que

"Si conseguimos que las conexiones y las iniciativas que nazcan de ellas perduren entre ediciones, *Andorra és Bella* habrá cumplido su propósito"

pueden sumar un nuevo atractivo a la oferta de Andorra la Vella y contribuir a darla a conocer desde otra perspectiva.

La iniciativa combina un congreso profesional con experiencias abiertas al público. ¿Qué papel desempeña cada una de estas propuestas dentro del proyecto y cómo se complementan?
El Andorra *Beauty Congress* reúne el 15 de octubre a expertos del sector para compartir su visión sobre las tendencias, la innovación y los cambios en la forma de comprar y vender productos de belleza y cuidado personal. Para los profesionales de Andorra es una oportunidad de escuchar a personas con experiencia, intercambiar ideas y establecer nuevos contactos. Después, las experiencias abiertas al público acercan el proyecto a los establecimientos y a los espacios de Andorra la Vella. El congreso aporta conocimiento y conexiones; las actividades permiten que la ciudadanía y los visitantes descubran de cerca las propuestas del sector.

El Andorra *Beauty Congress* abordará cuestiones como la inteligencia artificial, la innovación, la omnicanalidad y los nuevos hábitos de compra. ¿Qué importancia tiene acercar estos debates a los comerciantes y profesionales del país?
Los hábitos de compra están cambiando y la tecnología abre nuevas posibilidades para los negocios. Queremos que los comerciantes y profesionales de Andorra tengan acceso a ese conocimiento y puedan participar en esta nueva etapa del sector. Ahí también tenemos una responsabilidad como administración: acercarles a expertos, crear espacios para compartir experiencias y ayudarles a identificar oportunidades que puedan aplicar a sus negocios. El congreso es una manera concreta de hacerlo y de acompañar al sector en su crecimiento.

¿Cómo se ha articulado la colaboración entre el Comú, Andorra Turisme, las empresas y los profesionales del sector para poner en marcha esta primera edición?
Desde el Comú llevamos tiempo trabajando para reforzar el comercio de Andorra la Vella y generar nuevas oportunidades para sus negocios. Andorra és Bella se enmarca en esa apuesta. Nosotros hemos impulsado el proyecto, Andorra Turisme se ha sumado para darle una proyección de país y las empresas y profesionales del sector han aportado su conocimiento para darle forma. También ha sido esencial la implicación de los establecimientos que participarán en las experiencias. Hemos puesto a trabajar juntas estas miradas para que esta primera edición sea útil para el sector y tenga recorrido.

Más allá de la actividad comercial, ¿qué oportunidades puede generar Andorra és Bella para las marcas, los establecimientos y los emprendedores vinculados a la belleza?
Puede abrir puertas que van más allá de los días del evento. Queremos que sea un espacio para crear contactos y hacer crecer proyectos. Una marca puede encontrar nuevos colaboradores, un establecimiento puede descubrir ideas para ampliar su oferta y un emprendedor puede dar a conocer lo que hace. Y todo esto también debe llegar a los clientes, que podrán descubrir nuevas propuestas y beneficiarse de un comercio más preparado, innovador y capaz de ofrecerles una atención cada vez más personalizada.

¿Qué empresas y entidades participan en esta primera edición y qué tipo de colaboración se ha establecido con ellas para dar forma al evento?
Esta primera edición cuenta con la implicación de grandes nombres del sector y del comercio de Andorra la Vella, como Perfumeries Júlia, Perfumeries Gala, Farmàcia Meritxell, Farmàcia Galeno, Pyrénées y Embassy, entre otras empresas, comercios y profesionales. Su participación da fuerza a Andorra és Bella y muestra el potencial que ya tiene el sector en la ciudad y en el país. Queremos que esta primera edición sirva también para crear vínculos entre ellos y abrir la puerta a nuevas colaboraciones.

Dentro del programa del Andorra *Beauty Congress*, ¿qué ponencias o perfiles de expertos destacaría especialmente y qué ideas considera que pueden resultar más relevantes para los profesionales asistentes?
El programa reúne perfiles que conocen los cambios que vive el sector y abordará cuestiones clave para su futuro. Tenemos ponentes de primer nivel, como Jorge Calvo, que hablará de inteligencia artificial; Camila Tomas y Creezy Courtoy, que aportarán nuevas miradas sobre la perfumería; o Meritxell Martí, que compartirá su experiencia creando una marca desde Andorra. También abordaremos cómo la tecnología y los nuevos hábitos de compra pueden ayudar a crecer a los negocios. Queremos que los profesionales salgan del congreso con ideas útiles para aplicar en su día a día.

Si dentro de unos años miramos atrás, ¿qué tendría que haber conseguido *Andorra és Bella* para que pudierais considerar que ha cumplido su propósito?
Nos gustaría que, dentro de unos años, los profesionales pudieran decir que Andorra és Bella les ha ayudado a evolucionar, a conectar entre ellos y a encontrar oportunidades para hacer crecer sus negocios. También que el público lo tenga marcado en su calendario como una cita de relevancia internacional para descubrir lo que ofrece el sector en Andorra. Si conseguimos que esas conexiones y las iniciativas que nazcan de ellas perduren entre ediciones, habrá cumplido su propósito