



Pablo Piñero:

“El Condohotel, un producto de futuro para Baleares”



Depósitos anticrisis



Dirigir en épocas de crisis



Rafa Nadal promociona a Baleares en velero



HACIA UNA NUEVA CONCIENCIA

La energía ha sido la responsable de nuestro nivel de progreso como especie y la energía debe llevarnos al siguiente paso. Endesa, como una de las compañías energéticas líderes en el mundo, tiene una gran responsabilidad en este reto: reinventar nuestra manera de estar y vivir en el planeta. Por eso, en nombre de todos los que formamos Endesa, asumimos este compromiso con los hijos de nuestros hijos. No va a ser fácil pero ¿acaso hay algo más apasionante que volver a imaginarlo todo?



**PER MOSTRAR-TE TOTS ELS AVANTATGES D'LKXA
NECESSARIEM TOTES LES PÀGINES D'AQUESTA REVISTA**

Si tens menys de 26 anys i una targeta de "la Caixa", fes-te LKXA i prepara't per beneficiar-te d'avantatges, avantatges, avantatges i més avantatges.



INFORMA-TE'N A LKXA.COM



Estrategias de los bancos para conseguir clientes

Fernando Alonso, Cristiano Ronaldo, Rafa Nadal o Pau Gasol prestan su imagen, y a veces su nombre, a la promoción de los más diversos productos bancarios. Son el "gancho" perfecto para que estos encuentren salida. A las caras famosas se unen denominaciones curiosas y originales, utilizadas con el mismo objetivo: impactar al público y conseguir captar el mayor número posible de clientes.

10

16 y 17

Mercedes Clase M, líder en cualquier superficie

A primera vista, el aspecto exterior de la nueva generación de la Clase M es musculoso. Al mismo tiempo, un conjunto de rasgos definen sus dinámicas proporciones. Las nuevas llantas de aleación de 17 a 21 pulgadas y los prominentes guardabarros con protección antirroce constituyen una buena base sobre el asfalto.



Los hidratos de carbono en la alimentación deportiva

El cuerpo humano no puede utilizar directamente la energía contenida en los alimentos ya digeridos para realizar una contracción muscular. Para que la célula muscular pueda utilizar esa energía, previamente los componentes más simples de los alimentos (monosacáridos, ácidos grasos libres y aminoácidos) tienen que cederla a un compuesto químico llamado adenosín trifosfato (ATP).

18 y 19

23 - 25

Japón, el país de los contrastes

Un lugar donde la tradición más antigua se mezcla con una modernidad casi futurista. Cuatro mil islas donde se fusionan la armonía de sus parques con el bullicio de sus ciudades verticales, la meditación con el consumismo. Japón es un país único que cautiva nada más pisar tierra. Su historia ha curtido su cultura. De vivir durante siglos aferrado a un rígido sistema feudal, ha pasado a abrir sus fronteras para convertirse en la sociedad más desarrollada y tecnificada del mundo.



38 y 39

Los condohoteles, una tendencia en alza

Los condohoteles son establecimientos turísticos de carácter hotelero cuya característica principal es que las habitaciones -o apartamentos- que la componen son titularidad de inversores particulares y se hallan explotados y gestionados de forma conjunta.



40 y 41



Las agresivas ofertas no logran llenar los hoteles en plena temporada estival

El turismo no ha salvado su crisis en la temporada alta. En los principales destinos costeros españoles no resulta difícil reservar habitaciones para septiembre, última oportunidad para que los hoteles traten de recuperar las pérdidas por la caída de su ocupación.

Las empresas que nazcan durante la crisis serán más fuertes

Las compañías que nazcan y superen épocas duras como las actuales tendrán una fortaleza superior que las que nacieron en tiempos de bonanza. Los emprendedores son personas normales que cuentan con conocimientos, decisión, horas de trabajo y una capacidad de sacrificio a la que recurrir en algunos momentos más intensos.



56

Rafa Nadal promociona Baleares en velero

El tenista manacorí Rafa Nadal ha empezado a grabar en un velero en Mallorca la primera parte del nuevo anuncio promocional de Baleares destinado a atraer al turismo a las diferentes islas durante la próxima temporada, mediante el cual el número 3 del tenis mundial de la ATP será la imagen del archipiélago durante los próximos tres años.



44 y 45

Cómo crear una cultura empresarial sólida

Las empresas de éxito se distinguen por ser capaces de combinar objetivos exigentes y ambiciosos con un sentido de misión y unos valores que van más allá del beneficio, y estimulan el cambio a través de la mejora continua.

46



Y también:

14-17 Motor

20-21 Golf

26-29 Tecnología

50-51 Exteriores

52-53 Noticias de Empresa

59 Son Amar en exclusiva para eventos

60-61 Tomfer cumple 30 años

62-63 Tintado de Lunas, ¿necesidad o moda?

64-65 Al Rojo Vivo

66-67 Noticias

68-69 Increíble pero cierto

70 Ferias y Congresos

72-73 Vamos a comer

74 Servicios Inmobiliarios



54

La economía balear bajará un 3% por la caída de los ingresos turísticos

El conseller de Economía y Hacienda del Govern balear, Carles Manera, realizó recientemente una nueva estimación del Producto Interior Bruto (PIB) de Baleares correspondiente a 2009, el primero durante la actual temporada turística, que va camino de finalizar de forma anticipada.

Editor

Rafael Company

Jefa de Redacción

María Pineda

Colaboradores

Eduardo de la Fuente
Ignacio Perea
Jesús Peña

Director Comercial

Dioni Ildardia Arranz
Antonia Company

Diseño Gráfico

Fernando Borrás
Juan Francisco Marín

Dirección

Mallorquina de
Comunicación
y Servicios S. L.
Carrer d'Aubarca, s/n
local 2 07141 Pont d'Inca
Nou (Marratxí)
Tel: 971 60 71 96
Fax: 971 60 71 97
www.granempresa.info
correo@granempresa.info

Imprime

Ithomar Industria Gráfica

Deposito Legal

PM-2173-2001

“Hay que hacer algo”

La navarra Montse Lezáun, madre de Diego Salvá, uno de los guardias civiles asesinados en el atentado mortal cometido por la banda terrorista ETA en Palma de Mallorca, caminaba por Jaime III cuando se encontró con la Reina Sofía y las Infantas Cristina y Elena que también paseaban por la zona. La reconocieron y se acercaron y la saludaron cariñosamente.

Montse habló a la Reina de Esther, la madre de Carlos Sáenz de Tejada, el guardia civil asesinado en el mismo atentado que mató a su hijo: “Esther no tiene siete hijos como yo y ella no se está sintiendo tan arropada.” Por ello, aseguró, había “que hacer algo”.

Más allá de mi intensa repulsa a estos atentados y a ETA, hubo en este cariñoso encuentro una frase que me marcó y que me hizo pensar que si todos nos preocupáramos un poco más de cómo se sienten las personas de nuestro lado todo sería más fácil de sobrellevar.

Montse nos recuerda con un sincero y sencillo gesto que en la vida uno no elige el dolor o las dificultades; le vienen solas y muchas veces todas juntas. Lo que sí está al alcance de nuestra capacidad de elegir es la reacción que podemos tener ante ellos.

La actitud de esta madre y la de su familia ha dado a toda Mallorca esperanza; la esperanza de pensar que es posible seguir caminando a pesar de que el camino se tuerza de una manera que, en un principio, era imposible imaginar.

Y es esta lectura la que se extiende a todo: a difíciles situaciones familiares; a empresas con dificultades económicas, a parados que no ven que el panorama laboral mejore... una visión de la vida que se extiende a todas aquellas cosas que nos hacen, por decirlo de algún modo, más ligero el día a día. Por todo lo que nos has enseñado: Gracias Montse.

María Pineda Lázaro.

Jefa de Redacción de la revista Gran Empresa

BALEAR DEL TOLDO Y ALUMINIO



Toldos en General: manuales y motorizados, carpas, sombrillas...

**ARQUITECTURA TEXTIL * MANTENIMIENTO *
HIBERNACIÓN DE TOLDOS * TECHOS FIJOS Y
MOVILES * PANELES AISLANTES Y ACÚATICOS *
MAMPARAS DE BAÑO * CARPINTERÍA DE ALUMINIO
* CRISTALERÍA DE TODO TIPO**

www.baleartya.com
Balear
del **T**oldo
y **A**luminio

Polígono Ca'n Valero
C/ Palma n° 32 naves 2 y 3
baleartya@baleartya.com



971 75 55 49
971 75 51 25

Los depósitos *anticrisis*

Las rentabilidades rondan el 3% TAE a un año, un interés atractivo en el actual contexto de deflación.

Los depósitos bancarios son un producto muy apreciado por los inversores españoles. En la actualidad, un 40% del volumen de ahorro total de las familias se invierte en depósitos: unos 680.000 millones de euros. Esta cifra supera con creces la cantidad que se destina a fondos de inversión, 160.000 millones, y a fondos de pensiones, 50.000 millones. El depósito gusta en todas las épocas, con o sin crisis. Pero es en estos momentos de incertidumbre económica cuando las entidades promocionan más sus imposiciones a plazo con el objetivo de captar ahorradores.

Tipos menguantes

El contexto de tipos bajos de interés ha hecho caer la rentabilidad de los depósitos. Si a mediados de 2008 era sencillo encontrar imposiciones a un año a un 6% TAE, en la actualidad, el interés se reduce en torno al 2,5%. Quien suscribió hace un año una imposición que vence estos días, puede sentirse decepcionado al comprobar que, si desea renovar su depósito, los tipos de interés se han rebajado demasiado. No obstante, con la caída de la inflación (del 1% a cierre de junio), la rentabilidad real es más alta que la que ofrecían las imposiciones hace un año (cuando el IPC superó el 5,3% anual). Ahora se gana más poder adquisitivo que en el ejercicio pasado al contratar un depósito, ya que la alta inflación suponía la pérdida de buena parte del ahorro generado.

Esto explica que muchos inversores se esfuercen en encontrar un depósito. El entorno actual de deflación juega a favor del ahorrador bancario, por lo que cualquier depósito que remunere el ahorro por encima del 1% se considera un producto anticrisis adecuado, si bien algunas ofertas cuentan con extratipos de hasta el 3%.

Las mejores ofertas, en Internet

Casi todas las entidades disponen de depósitos. A pesar de ello, las mejores ofertas se localizan a menudo en Internet. Antes de elegir depósito, conviene decidir el plazo en el que se desea mantener el dinero. Esta cuestión es importante ya que, en general, las entidades imponen altas comisiones si el usuario decide retirar su dinero antes de tiempo. Cuando se estime que se necesitará el dinero a corto plazo, es preferible optar por un depósito a uno o tres meses, o por una cuenta de ahorro bien remunerada.

En depósitos a un mes, Caja Madrid comercializa un producto al 1,66%. A tres meses, Openbank cuenta con un depósito al 2%, Ibanesto dispone de su Depósito Azul al 3,10%, ING Direct ofrece también un 2%, la oferta de Uno-e se sitúa en el 3% y el Net Duero Premier 3 meses de Caja Duero llega al 3,25%.

En cuentas de ahorro, el interés es similar. Por ello, puede ser más interesante optar por este producto, con liquidez absoluta y sin comisiones por retirar el dinero (que sí aplican los depósitos). La Cuenta de Ahorro Pau Gasol remunera el ahorro al 3%; la Cuenta Open Plus Seguridad, de Openbank, ofrece un 3,25% durante los tres primeros meses; la Cuenta Azul de Ibanesto, un 3,10% a cinco meses y la Cuenta Naranja de ING Direct, un 3% en cuatro meses.

A seis meses, la diferencia es poco significativa. Bancopopular-e, la filial online de Banco Popular, ofrece un depósito al 2,96% TAE, Citi España remunera el ahorro al 1,07% y Bancaja da un 3%. Esta misma cuantía es la que reparte Caixa Galicia en su Depósito 3x6.

En productos a doce meses: Openbank y Activobank (la filial de internet de Banco Sabadell) ofrecen un 2,5%, el depósito Creciente de Caixa Galicia da un 2,49% e ING Direct, un 2% si se invierten



Ahora se gana más poder adquisitivo al contratar un depósito que en el ejercicio pasado.



más de 10.000 euros y un 2,10% si se depositan más de 50.000. Al mismo plazo, Bancopopular-e remunera a un 2,25% e Ibercaja Directo, a un 1,50%. Sa Nostra, la caja de ahorros de Baleares, sube hasta un 3,3%.

La rentabilidad mejora poco en plazos más largos. El tipo de interés del Depósito Multisalida de Barclays, a 16 meses, se sitúa entre el 3,04% y el 3,23%, según el importe que se invierta (desde 3.000 y desde 50.000 euros, respectivamente). La Caixa, por su parte, comercializa el Depósito Creciente a cinco años con un interés del 3% TAE.

Apostar por el corto plazo

Las rentabilidades difieren poco por plazos. Sin embargo, algunos expertos creen que a final de año la situación podría cambiar y los tipos de interés podrían empezar a subir. Hasta entonces, una opción es apostar por depósitos para cortos periodos de tiempo, de tres o seis meses, y aprovechar la fecha de vencimiento para revisar la oferta. Si se tiene el dinero capturado en un depósito durante varios años, no es aconsejable cancelarlo. Las comisiones que se pagan en este caso -algunas entidades cobran en torno al 2% y 3%- suponen un descenso de la rentabilidad. Conviene saber, no obstante, que el Banco de España obliga a las entidades a cobrar comisiones más bajas que los intereses que ofrecen. De esta forma, el cliente nunca perdería dinero por invertir en un depósito.

Lo apropiado en este momento es optar por tener el dinero en liquidez para retirarlo, si fuera necesario, sin pagar comisiones. La situación de crisis ha propiciado que algunos inversores hayan encontrado el dinero de los productos que tenían contratados. Por este motivo, otra opción puede ser contratar una cuenta de alta rentabilidad, que ofrece liquidez sin penalización alguna.

En general, el interés de los depósitos ha sido siempre más alto que el de las cuentas de ahorro por una cuestión de liquidez: quien suscribe un depósito a plazo y renuncia a poder extraer su dinero cuando lo necesite o le apetezca, consigue un plus de rentabilidad. Las cuentas, al ser un producto líquido, rentaban algo menos. Sin embargo, en estos momentos, numerosas entidades las han convertido en sus productos estrella para captar a quienes buscan tener su dinero dispo-

El Banco de España obliga a las entidades a cobrar comisiones más bajas que los intereses que ofrecen.

nible. Esto explica que algunas cuentas den más rentabilidad que los depósitos. Su inconveniente, no obstante, es que no son operativas. El usuario necesita disponer de otra cuenta asociada transaccional a través de la que realizar las operaciones bancarias básicas, como domiciliar recibos o nóminas y hacer transacciones.

Depósitos crecientes

Los depósitos crecientes también son habituales en las entidades. Su interés aumenta de forma periódica, por lo general, cada trimestre. Antes de suscribirlos, hay que preguntar por la remuneración media de todo el periodo ya que, a menudo, el interés publicitado corresponde al periodo final y es más elevado: puede superar el 4%.

Otra desventaja de estos depósitos es que, al reembolsarlos antes de lo previsto, la entidad sólo reconoce los intereses del periodo pasado, con lo que las ganancias serán más reducidas que en un depósito suscrito al mismo plazo, pero con interés lineal. Son productos atractivos si se mantiene el ahorro hasta la fecha de vencimiento.

Vinculación

Los depósitos tradicionales ofrecen un tipo de interés a un plazo determinado, sin requerir ninguna condición para disfrutar de esa remuneración. Sin embargo, en la actualidad se imponen entre las entidades financieras los depósitos de alta rentabilidad, que exigen la suscripción de otros productos. Caja Castilla La Mancha (CCM) comercializa un depósito a seis meses al 4,25%. Es un extratipo llamativo, que casi duplica la rentabilidad de la media del mercado en depósitos a este plazo. No obstante, la entidad exige suscribir un plan de pensiones de la caja. Además, si el cliente quiere retirar el dinero antes de tiempo, debe abonar una comisión de cancelación anticipada del 4%, con lo que el interés recibido se quedaría en un exiguo 0,25%.

Citi España comercializa su Cuenta de Ahorro a un interés del 4,10% durante los primeros cuatro meses. Esta rentabilidad es muy superior a la media del mercado, si bien para disfrutar de ella hay que hacer un traspaso o invertir al menos 15.000 euros en fondos de inversión, fondos de pensiones o notas estructuradas de la entidad.

Estrategias de los bancos para conseguir clientes

Las entidades utilizan a famosos deportistas y nombres curiosos como gancho para dar salida a su oferta.

Fernando Alonso, Cristiano Ronaldo, Rafa Nadal o Pau Gasol prestan su imagen, y a veces su nombre, a la promoción de los más diversos productos bancarios. Son el "gancho" perfecto para que estos encuentren salida. A las caras famosas se unen denominaciones curiosas y originales, utilizadas con el mismo objetivo: impactar al público y conseguir captar el mayor número posible de clientes. Rivalizan en originalidad y rostros conocidos, pero los beneficios para el cliente que los suscribe no son proporcionales al "caché" del famoso que aparece en la publicidad. En realidad, muchos son productos promocionales o con una duración limitada.

Crear expectativas

Los depósitos son uno de los productos bancarios más demandados por los españoles. Por esta razón, se les bautiza con los nombres más llamativos. Pero no son los únicos; poco a poco, créditos al consumo o hipotecarios, e incluso cuentas, tienen apelativos que no dejan indiferente al usuario. Las condiciones, sin embargo, difieren poco de las de cualquier producto sin nombre ni apellidos. Además, en la mayoría de los depósitos exigen vinculación con la entidad; incluso la domiciliación de al menos dos recibos en una cuenta, como sucede en el caso del On Depósito "Escalera", de Caixa Galicia, que destaca por su interés creciente (3% el primer semestre, 4% el segundo y el 5% el tercero). También hay que ser cliente (de Banesto) para suscribir el "Al Tirón", que permite recibir al comienzo de la imposición todos los intereses por el plazo contratado.

Se apuesta por nombres como "Himalaya" o "Escalera", que sugieren altas rentabilidades

El Depósito "Himalaya 16", de Ibercaja, hace honor a su nombre y tiene una rentabilidad más alta de lo normal (5% TAE). Pero sólo durante los seis primeros meses de sus cuatro años de plazo. Además de obtener un tipo de interés fijo, se puede conseguir un rendimiento adicional según la evolución de diferentes acciones. Estrategia parecida sigue el "Mosquetón", de Caja Navarra: el 40% de la inversión se rescata en tres meses al 4% nominal anual (TAE 4,06%), y el 60% restante puede dar una rentabilidad de hasta un

13,50% (TAE máxima 4,31%) pues está referenciado al comportamiento de cinco acciones que cotizan en el "Ibex-35" (Telefónica, Popular, Repsol, Iberdrola y Santander). Su parte fija es muy buena, pero es una opción sólo para los más arriesgados, ya que mantiene el capital inmovilizado durante tres años.

Créditos e hipotecas

Los nombres curiosos también han llegado, aunque en menor medida, a los productos destinados a créditos al consumo e hipotecas. Como en el caso de los depósitos, la principal novedad respecto a los préstamos al uso es tener un apelativo sonoro. Destacan el "Turbocrédito" de Ibercaja, y las hipotecas "Cuota Bonsai" o "Smash", de Caja España y Banesto, respectivamente.

Máxima rapidez en su tramitación y concesión, como se puede colegir de su nombre, son las señas de identidad del préstamo lanzado por Ibercaja. A cambio de tales condiciones, el interés nominal es muy elevado (un 9,95%), y tiene una comisión de apertura del 1%.

En el caso de los préstamos hipotecarios sucede lo mismo: utilizan nombres evocativos, como "Cuota Bonsai". Esta hipoteca blindada propone una cuota fija durante toda la vida del préstamo, puesto que en las revisiones se modifica la duración del mismo (hasta 40 años), no la cuantía de los pagos. Es una hipoteca a interés variable camuflada, ya que se referencia al Euribor, más un diferencial de entre el 0,35% y el 0,60%. Para un Euribor al 4,7% con un diferencial del 0,5%, una hipoteca de 150.000 euros a 25 años da como resultado unas cuotas mensuales de 894 euros; a 35 años se reduce hasta 776 euros.

La "Hipoteca Smash", cuyo gancho es Rafa Nadal, es un producto de subrogación activa con el que los clientes pueden cambiarse a Banesto, a un nuevo tipo de Euribor + 0,38%. Además, sin asumir coste alguno, puesto que la entidad se hace cargo de todos los gastos del cambio: cancelación, notaría, registro, gestoría y tasación. Las condiciones son buenas pero es muy estricta en la medición de riesgos: hay que tener un mínimo de cinco años de antigüedad en la hipoteca anterior, sin incidencias de impagos y que la solicitud sea del 65% -como máximo- del valor de la tasación de la vivienda, que hay que hacer de nuevo.



enterprise europe

Ofertas y Demandas de Cooperación Comercial

20090604064

Una empresa **italiana** especializada en la producción de pasta artesanal busca servicios de intermediación comercial (agentes, representantes y distribuidores)

20090604063

Una empresa **italiana** fabricante de productos de artesanía de vidrio y cerámica busca una compañía italiana que ofrezca servicios de intermediación comercial (agentes, representantes y distribuidores)

20090604062

Una empresa **italiana** especializada en la fabricación de productos lácteos y quesos típicos busca servicios de intermediación comercial (agentes, representantes y distribuidores) y ofrece acuerdos de producción recíproca

20090604061

Una empresa italiana especializada en servicios turísticos busca intermediarios comerciales (agentes, representantes y distribuidores)

20090604048

Una empresa **italiana** productora de nuevos ingredientes para el mercado de alimentos funcionales y suplementos dietéticos busca distribuidores y ofrece sus licencias. Su principal producto combina los beneficios del selenio orgánico y de los lactobacilos

20090604046

Una empresa **italiana** especializada en la fabricación de puertas de interior, cornisas y elementos curvos para fabricantes de muebles busca intermediarios comerciales en Europa. El principal material de revestimiento es un material laminado resistente a los rasguños, impermeable y resistente a la luz e impactos

20090604035

Una empresa **italiana** especializada en la fabricación de puertas y barandillas de hierro forjado para hoteles y chalets busca intermediarios comerciales en Europa. Las puertas se fabrican en diferentes estilos: medieval, barroco, finales del siglo XIX y "art nouveau"

20090603042

Una empresa **escocesa** dedicada a la venta de cuadernos de música escocesa (música folk) busca distribuidores. La empresa ofrece también clases en vídeo para tocar instrumentos y busca agentes/distribuidores que trabajen con tiendas de música especializadas

20090603041

Una empresa **polaca** especializada en la producción de sistemas solares (colectores solares e instalación de colectores y centrales solares) busca intermediarios comerciales en la Unión Europea

20090603016

Una empresa **rumana** especializada en procesamiento de madera busca fabricantes del mismo sector para establecer acuerdos de producción recíproca y distribución de sus productos en Rumanía. La empresa fabrica viviendas de madera ecológicas y artículos decorativos para jardín

20090602044

Una empresa **británica** especializada en software paratéléfonos móviles busca agentes y distribuidores en el sector de tecnologías móviles o agencias de marketing. La empresa ofrece herramientas de inteligencia empresarial y de captura de datos móviles que permiten a organismos y compañías hacer un seguimiento de la plantilla, de la venta de productos, actividad promocional y entendimiento con el cliente

20090602042

Una empresa **sueca** que fabrica mandos a distancia para grúas, vehículos profesionales y sistemas para abrir puertas busca intermediarios comerciales. El socio buscado se encargará de crear y gestionar el canal de ventas y gestionar las ventas en su país. No es necesario que un único socio se encargue de la gestión de todos los productos

20090602041

Una empresa **checa** especializada en fundición en moldes de arena y de metal busca distribuidores y se ofrece como subcontratista. Su nueva maquinaria permite obtener fundiciones desde 1000x1000x300/300mm hasta 200 kg. La empresa ofrece servicios adicionales de corte, esmerilado, procesamiento térmico, mecanizado, impregnación y barnizado

20090602019

Un fabricante **sueco** de pasteles y productos de harina (galletas, cookies, galletas rellenas, etc.) busca distribuidores europeos

20090602011

Una empresa **británica** ha desarrollado un software para personas con dificultades de aprendizaje y busca distribuidores que conozcan el mercado de tecnologías de asistencia orientado a personas con problemas de aprendizaje. Específicamente busca socios en España, Italia, Alemania y Francia

20090602008

Una empresa **polaca** especializada en la producción de componentes de calefacción por suelo y técnicas de calefacción y sanitarias busca distribuidores. También está interesada en la venta o adquisición total o parcial de la empresa

20090602004

Una empresa **alemana** busca distribuidores europeos de maquinaria agrícola. La empresa ofrece una línea de productos completa y distribuye maquinaria agrícola en el mercado doméstico

20090601035

Una empresa **checa** especializada en productos de vidrio decorativo hechos a mano busca agentes y distribuidores

20090529031

Una empresa **rumana** especializada en servicios turísticos busca y ofrece servicios de intermediación comercial y franquicias. Específicamente busca socios en Alemania, Francia, España, Italia, Grecia, Egipto, Turquía, Austria, Inglaterra, EE. UU. o Rusia



Solicitar más información por email:

een@cbe.caib.es



Para comprobar si un valor está sobrecomprado o sobrevendido basta fijarse en los indicadores de los gráficos que presentan los valores o índices bursátiles.

Cuándo *comprar* y *vender* en Bolsa

Conocer el estado general de un valor ayuda al inversor a determinar si está sobrecomprado o sobrevendido.

Cuándo comprar y en qué momento vender son aspectos determinantes en el proceso de inversión en Bolsa. Para establecer la estrategia más adecuada, el inversor cuenta con numerosas herramientas, entre las que destaca el conocimiento del estado general del valor: saber si está sobrecomprado o sobrevendido. En el primer caso, el precio de un mercado o activo financiero sube de manera brusca como resultado de una fuerte demanda. Por el contrario, cuando su valor se encuentra próximo al límite inferior de la escala y ha progresado a la baja demasiado rápido, está sobrevendido y es posible que las cotizaciones repunten en el corto plazo. Además de proporcionar la información necesaria para detectar la salud real de un valor, el estado general indica en qué grado se efectúan las compras y las ventas, y advierte de la presencia de inversores institucionales, brokers o intermediarios financieros en el mercado.

Comprobar si un valor está sobrecomprado o sobrevendido es muy sencillo: basta fijarse en los indicadores de los gráficos que presentan los valores o índices bursátiles. En concreto, el RSI o Indicador de Fuerza Relativa (Relative Strength Index, en inglés) es el que proporciona esta valiosa información. Es un oscilador del análisis técnico que muestra la fuerza del precio mediante la comparación de los movimientos individuales al alza o a la baja de los sucesivos precios de cierre.

Muy popular y fácil de interpretar, es un indicador de la fortaleza interna que tiene un activo en cada momento: fluctúa entre 0 y 100. Conforme se acerca a los tres dígitos, mayor es el grado de sobrecompra, y viceversa. Si el gráfico de un determinado banco indicara que el oscilador RSI está en 70, sería sinónimo de sobrecompra. Por el contrario, si el RSI se situase en 29, indicaría una venta importante, aunque tampoco

excesiva. El inversor, en este caso, debería comprar, ya que el valor estaría infradimensionado por la ley de la oferta y la demanda.

¿Cómo utilizar la información?

El seguimiento de estos indicadores es uno de los métodos más objetivos para planificar una inversión, con la ventaja adicional de que puede seguirse a través de los medios de comunicación especializados y los portales web de Bolsa, sin necesidad de disponer de conocimientos previos. Si se tiene en cuenta la información proporcionada por el RSI, un inversor puede operar del siguiente modo: Cuando se observe que se ha producido una situación de sobreventa, la estrategia adecuada pasaría por comprar, mientras que, si hubiera sobrecompra, lo conveniente sería vender.

Hay que tener en cuenta que estos indicadores son útiles, sobre todo, en las operaciones a corto plazo, ya que a largo plazo dependen de otros parámetros más amplios y sofisticados.

Cuanto más acusada sea la figura, mayores serán las posibilidades de que haya un cambio de tendencia, en especial, en las situaciones extremas. Cuando el RSI está en la franja media (50), lo mejor es no moverse. No es un indicativo fiable de la tendencia hacia la que pueda virar el valor en próximas sesiones.

El seguimiento de este indicador permite ver con rapidez los valores más sobrecomprados y sobrevendidos del Mercado Continuo español y de otros índices bursátiles internacionales, como el "Dow Jones", "Eurostoxx-50" o "CAC-40", entre otros.

El indicador MACD

Otro indicador que puede ser útil para operar en Bolsa es el MACD (Moving Average Convergence Divergence) o de Convergencia o Divergencia del Promedio Móvil, que tiene tres componentes: el MACD, la señal y el histograma.

El MACD es la diferencia entre dos medias móviles exponenciales de diferente longitud: el primer promedio es más sensible a los movimientos del precio en el corto plazo y el segundo es un promedio de mediano plazo. Lo habitual es usar la diferencia entre el promedio móvil de 12 periodos y el de 26 periodos, aunque se pueden tomar otros valores.

Este indicador se mueve alrededor de una línea central o línea cero, sin límites superior e inferior. En ésta, se entiende que las fuerzas de la demanda son idénticas a las de la oferta, con lo que el MACD está en zona neutra. Por encima de ella, el indicador empieza a estar sobrecomprado y por debajo de este nivel, sobrevendido. Pero el concepto de sobrecompra o sobreventa no debe tenerse en cuenta hasta que el MACD se aleja lo suficiente de la línea cero. Es habitual que estos límites se fijen por los mínimos o los máximos que ha alcanzado este indicador a lo largo del chart.

Sacar jugo a una Bolsa revuelta

En todo momento surgen oportunidades de compra en la renta variable, incluso en los periodos menos favorables cuando predomina el

proceso bajista en la mayoría de valores. Siempre se dan situaciones en las que se pueden producir importantes revalorizaciones, ya sea a través de ampliaciones de capital, por medio de movimientos corporativos entre su accionariado, o en las operaciones de venta al público (las popularmente conocidas OPV). Es en los ciclos bajistas cuando resulta más difícil sacar "jugo" a la renta variable ya que la mayoría de títulos que cotizan en los mercados bursátiles se encuentran inmersos en una espiral bajista. Pero también en estas etapas se pueden encontrar oportunidades para tomar posiciones en el mercado y obtener plusvalías. En estos casos no está de más que el pequeño y mediano inversor, además de actuar con precaución, planifique su inversión siguiendo una serie de consejos como

fijarse en los valores que se encuentran únicamente en tendencia alcista, y apostar por ellos. Son minoría, pero se podrán detectar algunos que dispongan de estas características para ir a la contra del sentimiento del mercado.

Por otro lado, para los inversores de corto plazo se recomienda buscar los títulos que se encuentren excesivamente sobrevendidos. La razón estriba en que a corto plazo es probable que haya una reacción técnica para solucionar esta situación en forma de subidas parciales o puntuales. Esta estrategia está dirigida a los ahorradores más experimentados, acostumbrados a operar en estas situaciones.

A pesar de estar inmersos en periodos bajistas también se producen movimientos corporativos o fusiones entre empresas que pueden disparar la cotización de sus acciones, como ha sucedido siempre que se ha producido un ciclo bajista en la renta variable.

Conviene estar al tanto de las operaciones de venta al público que, si bien no han sido muy positivas en los últimos años, en momentos concretos pueden interesar a los pequeños y medianos inversores. Para ello habrá que examinar detenidamente las condiciones de las mismas y si el precio al que salen las acciones es razonable. En muchos casos es aconsejable aceptarlas, aunque haya que venderlas a los pocos días.

Por último, aprovechar aquellos sectores que pueden ir a contracorriente del mercado, como puede ser el energético, alimentación, farmacéutico... Todo dependerá de cómo afecte la actual situación económica a su cuenta de resultados y expectativas empresariales.

Estas oportunidades de compra no se circunscriben a la renta variable nacional, sino que también se pueden aplicar a los muchos mercados bursátiles internacionales en los que es posible operar a través de los principales bancos y cajas de ahorro.

Periodos alcistas

En periodos alcistas es más fácil encontrar títulos "ganadores", ya que esta corriente alcanza a la mayoría de los valores que cotizan en bolsa, en mayor o menor intensidad. Los valores se dejan llevar por la inercia de los mercados, y destacan las grandes revalorizaciones que pueden obtener los valores especulativos que, en la mayoría de los casos, son de pequeña y mediana capitalización. La posibilidad de alcanzar más del 20% de ganancias no es ninguna utopía para los inversores en estas situaciones, pues solamente los títulos de empresas con ciertos problemas en sus cuentas obtienen pérdidas en los periodos de bonanza bursátil.



COMPRA Y VENTA DE METALES

PÉREZ

Su empresa de reciclaje en Son Castelló

Gremi Sabaters, 62 - Polígono Son Castelló - 07009 Palma de Mallorca - Tel. 971 434 988 - 670 335 445

Ayudas del Plan 2000E

Se benefician particulares, autónomos y pymes que adquieran un coche nuevo o de menos de cinco años con un precio inferior a 30.000 euros.

Una de las primeras víctimas que se ha cobrado la crisis económica ha sido la industria del automóvil. La compra de todoterrenos y coches de alta gama, símbolo de los años de bonanza económica de los que un día disfrutamos, ha dejado paso a unos gráficos de ventas que caen en picado. La industria del automóvil ha echado el freno y está más parada que nunca. Mes a mes las ventas retroceden. Tras el descalabro contabilizado en enero y febrero pasado, en marzo el sector tampoco logró levantar cabeza: tan sólo se matricularon 124.698 unidades, lo que supuso una caída del 28,2% sobre marzo de 2007. La industria no conocía un retroceso tan alto desde el mes de abril de 1993, "annus horribilis" en el que la economía española estaba en recesión. Ante este panorama, el Plan 2000E intenta paliar los continuos batacazos sufridos por la industria del automóvil: la compra de vehículos nuevos contará con un descuento de al menos 1.500 euros, partida de la que se encargan Gobierno (500 euros) y fabricantes de vehículos (1.000 euros). En el mejor de los casos, si la comunidad autónoma en la que reside el comprador se ha adherido al Plan 2000E, la ayuda aumentará otros 500 euros hasta alcanzar los 2.000. O incluso puede que sea algo mayor si el consumidor vive en Navarra, Valencia, o Galicia, territorios que cuentan con planes propios que se pueden complementar con las ayudas estatales, según informa la revista Consumer.

Un mapa desigual

En Europa ya son 11 los países que han optado por la concesión de ayudas directas para estimular la compra de vehículos nuevos: Austria, Francia, Alemania, Italia, Portugal, Rumania, Luxemburgo, Chipre, Eslovaquia, Holanda, Reino Unido y Polonia. Lista que a partir de ahora será algo más larga, al estrenar España un plan que contempla la concesión de este tipo de bonificaciones. Por países, Alemania es la que ofrece mayores incentivos con 2.500 euros por comprador a cambio de entregar un coche de más de nueve años o de adquirir otro que cumpla las normas Euro 4 sobre emisiones.

En nuestro país, pese a que en un principio se anunció que el Plan 2000E no entraría en vigor hasta el próximo mes de junio, la Administración se ha visto obligada a adelantar su puesta en marcha al pasado 18 de mayo por las numerosas críticas recibidas desde el sector de automóvil, que preveía una congelación de las posibles ventas si el plan arrancaba en junio.

Desde un principio, la medida se presentó como un puzzle en el que debían encajar diferentes piezas hasta formar una ayuda de 2.000 euros: 500 euros aportados por el Gobierno central, 1.000 por las marcas fabricantes y otros 500 por el Gobierno de cada comunidad autónoma. Sin embargo, no todas las comunidades se han subido al carro, lo que ha dado lugar a un mapa de ayudas configurado de forma desigual. Improvisación, falta de dinero, la puesta en marcha de planes propios por parte de algunos gobiernos autonómicos o de otra serie de medidas que incentivan la adquisición de vehículos nuevos son los principales argumentos que algunas comunidades emplearon para explicar sus bajas. Sin embargo, el panorama ha ido cambiando poco a poco. Andalucía, Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla León, y Extremadura fueron las primeras en anunciar el deseo de adherirse al Plan 2000E. Más tarde lo han hecho País Vasco, Islas Canarias, Cataluña, Islas Baleares y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Murcia es aún la única comunidad que parece no tenerlo del todo claro, mientras que la Comunidad de Madrid y La Rioja, por el momento, se niegan a hacerlo.

El coche viejo a la chatarra

A diferencia de lo que ocurre con el Plan VIVE, que continuará en vigor hasta que su partida presupuestaria se agote y convivirá con el nuevo, el reciente Plan 2000E no es una medida de financiación para la compra de un vehículo sino que se trata de ayudas que se conceden directamente, de cuya gestión se encarga el propio concesionario. Ahora bien, es el consumidor el que debe elegir entre la

Los requisitos de los coches

Los vehículos que vayan a ser adquiridos están obligados a cumplir una serie de condiciones directamente relacionadas con sus niveles de emisión:

- Si lo que se va a comprar es un vehículo turismo categoría M1 hay tres alternativas:
- Que sus emisiones de CO₂ no sean superiores a 120 grs/km.
- Que sus emisiones de CO₂ no sean superiores a 149 grs/km pero que el vehículo incorpore sistemas de control electrónico de estabilidad y detectores presenciales en las plazas delanteras.
- Que sus emisiones de CO₂ no superen los 149 grs/km y que el coche disponga de un catalizador de tres vías para vehículos de gasóleo o dispositivos EGR de recirculación de gases de escape para vehículos diesel.
- En el caso de que el vehículo que se vaya a adquirir sea de transporte y de categoría N1 (vehículos de transporte cuya masa máxima no supere las 3,5 tm) deberá cumplir lo siguiente:

1. Sus emisiones no deberán ser superiores a 160 gr/km

El cliente deberá dar de baja un vehículo de turismo de categoría M1 o un vehículo de transporte de categoría N1 con una antigüedad mínima de 10 años o un kilometraje mínimo de 250.000 kilómetros si el vehículo comprado es nuevo, o de una antigüedad mínima de 12 años si es de segunda mano.

para *comprar vehículos*

ayuda a la financiación del primero, o la ayuda directa del segundo. En cualquier caso, conviene informarse debidamente y confirmar antes de lanzarse a la compra del vehículo para evitar posibles sorpresas de última hora.

El Plan 2000E tendrá una dotación presupuestaria de 100 millones de euros, de la que saldrán las aportaciones del Gobierno central, y una duración de un año o hasta que se agoten los fondos. Podrán acogerse particulares, autónomos y pymes que adquieran un coche nuevo u otro con menos de cinco años de antigüedad con un precio inferior a 30.000 euros (IVA incluido) a cambio de que el comprador entregue otro para convertirlo en chatarra. En el caso de que el comprador adquiera un vehículo de segunda mano, debe saber que recibirá la ayuda de 500 euros de la Administración, pero no podrá disfrutar de las ayudas por parte de los fabricantes.

Además, otra condición que se fija es que los vehículos destinados al achatarramiento tengan una antigüedad mínima de 10 años o un kilometraje mínimo de 250.000 kilómetros si se adquiere un vehículo nuevo, o una antigüedad de al menos 12 años si lo que se compra es uno de segunda mano.

Se benefician particulares, autónomos y pymes que adquieran un coche nuevo o de menos de cinco años con un precio inferior a 30.000 euros

La industria del automóvil no conocía un retroceso tan alto desde el mes de abril de 1993.



COMPRAMOS, VENDEMOS,
REPARAMOS Y ALQUILAMOS
TODO TIPO DE MAQUINARIA
NUEVA Y USADA. AIRE
ACONDICIONADO CÁMARAS
FRIGORÍFICAS



Frima

FRIGORÍFICOS MALLORQUINES S.A.

AIRE ACONDICIONADO

MAQUINARIA E INSTALACIONES PARA:
HOSTELERÍA, RESTAURACIÓN Y ALIMENTACIÓN

**LÍDERES
EN OFERTAS**

Avda. 16 de julio 42 Polígono de Son Castelló Tel. 971 205 511 - 971 757 256

Fax contestador automático: 971 208 060 07009 Palma

www.frimasa.com

nieto@frimasa.com

Mercedes Benz Clase M líder en cualquier superficie

Con la Clase M no dependerá de las carreteras. Basta con accionar la tecla para todoterreno y todos los equipos electrónicos se adaptan a las condiciones de circulación campo a través.

A primera vista, el aspecto exterior de la nueva generación de la Clase M es musculoso. Al mismo tiempo, un conjunto de rasgos definen sus dinámicas proporciones. Las nuevas llantas de aleación de 17 a 21 pulgadas y los prominentes guardabarros con protección antirroce constituyen una buena base sobre el asfalto.

La nueva parrilla del radiador con aplicaciones cromadas, el faldón delantero actualizado con protección estética de los bajos y faros de nuevo diseño, los llamativos retrovisores exteriores con rasgos dinámicos, los grupos ópticos traseros oscuros en el nuevo paragolpes y la salida de escape doble acreditan a primera vista las ambiciones deportivas de esta serie. Como opción pueden encargarse grupos ópticos traseros de diodos luminosos con cubiertas transparentes. Dos detalles muy prácticos: las barras sobre el techo de serie y el gancho para remolque opcional.

Exclusividad

No sólo el diseño se distingue por su exclusividad, sino también los materiales de mayor calidad y los acabados, expresión de lujo. El volante con levas de cambio de serie está forrado de elegante cuero. Los paneles centrales de las puertas presentan de serie un revestimiento de símil de cuero artico, opcional para el tablero de instrumentos. Los potentes altavoces, prácticamente invisibles tras los nuevos embellecedores, hacen que el disfrute esté garantizado también para los oídos. Opcionalmente, la Clase M está también disponible con un tapizado de cuero y de cuero bicolor.

Más placer de conducción con menos consumo: esto es lo que ofrecen los motores de la nueva generación de la Clase M. El ML 350 es un prodigio de dinamismo. Su motor de gasolina de seis cilindros desarrolla unas grandes prestaciones en combinación con una suavidad de marcha ejemplar. Gracias a la técnica multiválvula y otros detalles técnicos avanzados, el ML 350 puede entregar una potencia nominal de 272 CV y un par motor máximo de 350 Nm alcanzándose una velocidad máxima de 225 km/h.

Los dos propulsores V8 para la Clase M brindan un desarrollo espectacular de potencia y una sonoridad inconfundible. Es posible elegir entre el ML 500, con 388 CV y un par motor máximo de 530 Nm, y el modelo punta de la gama, el ML 63 AMG. La mecánica AMG de 6,3 litros de cilindrada arroja unos valores impresionantes: una potencia de 510 CV, 630 Nm de par máximo y la capacidad de pasar de 0 a 100 km/h en sólo 5,0 segundos, pudiendo alcanzar una velocidad máxima (limitada electrónicamente) de 250 km/h.

Motor

Los motores CDI de la Clase M garantizan una capacidad de aceleración máxima, unida a un consumo bajo. Utilizan una versión optimizada de la inyección directa common-rail, que mejora claramente el desarrollo de la potencia.

Puede usted disfrutar del confort de unos seis cilindros con dos modelos diferentes: el ML 280 CDI con una potencia nominal de 190 CV y un par motor máximo de 440 Nm acelera el vehículo hasta un máximo de 205 km/h. El ML 320 CDI entrega 224 CV y un par motor máximo de 510 Nm. Su velocidad punta es de 215 km/h.

El ML 420 CDI cuenta con un propulsor diésel V8, caracterizado por sus tiempos de inyección precisos, que se traducen en un mejor aprovechamiento del combustible. Con sus 306 CV y un par motor máximo de 700 Nm, no sólo garantiza un consumo moderado, sino también una conducción deportiva.





Hidratos de carbono en

Son un grupo de moléculas con una función primordial, almacenar energía para poder desarrollar el esfuerzo físico sin que aparezcan signos de fatiga.

El cuerpo humano no puede utilizar directamente la energía contenida en los alimentos ya digeridos para realizar una contracción muscular. Para que la célula muscular pueda utilizar esa energía, previamente los componentes más simples de los alimentos (monosacáridos, ácidos grasos libres y aminoácidos) tienen que cederla a un compuesto químico llamado adenosín trifosfato (ATP). Este compuesto, que se encuentra almacenado en todas las células vivas, es el encargado de ceder la energía necesaria para todos los procesos celulares que la requieren, como la contracción y relajación muscular. Es la "pila" de nuestro organismo.

Los hidratos de carbono son un grupo de moléculas de diferente tamaño y complejidad con una función primordial, almacenar energía potencial para la síntesis de ATP.

Digestión y aprovechamiento

Los procesos de la digestión transforman a los hidratos de carbono en sus unidades elementales, moléculas de glucosa, que es la forma aprovechable por el organismo de los hidratos de carbono. Cuando no se utilizan inmediatamente, el organismo almacena una pequeña parte de estos nutrientes en forma de glucógeno, un polímero de la glucosa. El glucógeno se sintetiza principalmente en periodos en los que la cantidad de glucosa presente en las células es mayor que la cantidad precisada para la producción de energía. Sin embargo, la "despensa" de la que dispone el organismo es muy reducida. Es decir, la capacidad de almacenamiento es pequeña y, por lo tanto, las posibilidades de que se agote la fuente de energía rápida son muchas, si no se cuenta con un aporte externo adecuado.

Las dos "despensas" orgánicas son el hígado y el músculo, y en el acto deportivo la utilización de una u otra es importante, ya que tienen funciones diferentes. Por un lado, el glucógeno hepático regula la concentración de glucosa en sangre, y es esta glucosa la que alimenta el cerebro de forma constante (el cerebro no dispone de reservas y sólo puede utilizar glucosa como fuente de energía). Si el cerebro está bien alimentado, funciona bien, lo que garantiza la capacidad de concentración y un buen estado de ánimo. El glucógeno en el hígado alcanza una reserva de 100 gramos aproximadamente. Estas reservas son mayores después de las comidas pero disminuyen entre las mismas y especialmente durante la noche y el ayuno, ya que se degrada el glucógeno hepático para mantener normales los niveles de glucosa en la sangre.

Por otro, el glucógeno muscular debe abastecer las necesidades del músculo para llevar a cabo el trabajo derivado del desarrollo de la actividad deportiva. El almacenamiento de glucógeno en los músculos se agota sistemáticamente durante el ejercicio. La tasa de

agotamiento depende de la intensidad del ejercicio y de la cantidad de glucógeno almacenado en los músculos antes de comenzar el entrenamiento. En 15 minutos de ejercicio intenso puede agotarse del 60% al 70% del glucógeno almacenado en los músculos. El agotamiento total puede producirse después de 2 horas de ejercicio intenso. Una vez agotado este glucógeno se necesitan de 48 horas para reponer el almacenamiento de glucógeno en los músculos, en condiciones de una dieta normal, es decir, cuando una dieta contiene el habitual 55% a 60% del valor energético total de hidratos de carbono (cuando la dieta es deficitaria en hidratos de carbono se necesitan no menos de 5 días de recuperación). Varios investigadores han demostrado que una dieta rica en hidratos de carbono (70% al 80%) puede disminuir el tiempo necesario de reposición de 48 a 24 horas.

Influencia del ejercicio

Durante el reposo, prácticamente la totalidad de la energía precisa para el metabolismo basal se deriva de las grasas, con excepción de la requerida por el sistema nervioso central y los glóbulos rojos, que dependen de la glucosa sanguínea. La relación posible de suministro de energía en esta situación puede ser del orden de 90 % grasas: 10 % hidratos de carbono. Durante una situación de mayor actividad, por ejemplo, trabajo físico o una actividad deportiva moderadamente intensa, el organismo movilizará una cantidad adicional de glucosa desde las reservas de glucógeno de hígado y músculo para conseguir energía, inducido por los sistemas de control metabólicos, hormonales y nerviosos. En este momento, la relación posible de suministro de energía entre grasas e hidratos de carbono sería del 50:50. A mayor intensidad, el organismo comenzará a utilizar cada vez más glucógeno, lo que significa que durante las actividades deportivas de alta intensidad, los hidratos de carbono pasan a ser el combustible más importante. La relación entre grasas y hidratos de carbono puede alcanzar ahora cifras de 10:90.

Tan pronto como se agotan los depósitos de glucógeno del hígado, y si continúa en aumento la utilización de glucosa por los tejidos activos, la glucosa en sangre descenderá hasta producir hipoglucemia. Esta situación crítica induce una movilización máxima de las grasas y también una degradación y utilización de las proteínas. La captación de glucosa por el músculo disminuirá hasta niveles marginales apareciendo fatiga local y central.

Aumentar la capacidad de las reservas de glucógeno muscular para no comprometer el rendimiento deportivo es una de las batallas de los entrenadores y deportistas. En la dieta del deportista se aconseja que no menos del 55% de las calorías consumidas diariamente procedan de hidratos de carbono, por su gran importancia.

Fuentes de hidratos de carbono:

* Hidratos de carbono simples o de absorción rápida: Son de digestión rápida, de rápida absorción y de rápida combustión a energía. Ejemplo: glucosa o azúcar de la uva, azúcar, miel, fruta fresca y su zumo, fruta desecada (uvas pasas, ciruelas pasas, higos secos...), almíbar, caramelo, jalea, dulces, melaza, chocolate y derivados, repostería, pastelería, bollería, galletería, bebidas refrescantes azucaradas, mermeladas&

* Hidratos de carbono complejos: Son de absorción lenta, lenta digestión y de lenta combustión a energía. Ejemplo: pan, arroz, pasta, patatas, legumbres, cereales... Deben ser los alimentos más abundantes en la dieta del deportista

la alimentación *deportiva*

El agotamiento total puede producirse después de 2 horas de ejercicio intenso.



España, candidata a celebrar la *Ryder* en 2018

Podría ser la segunda vez que España organizaría la competición

"Ryder Cup Europa ha confirmado oficialmente que seis países, entre los que se encuentra España, son candidatos para organizar la edición de 2018, la número 42, de un torneo que, cada dos años, enfrenta a los mejores golfistas europeos frente a los jugadores de Estados Unidos. La decisión definitiva será anunciada en 2011.

Francia, Alemania, Holanda, Portugal y Suecia conforman el resto de opciones, que, junto con España, deberán presentar sus propuestas antes del 30 de abril de 2010, según informa la Federación Española de Golf.

Ésta será la segunda vez que la Ryder Cup, cuya próxima edición tendrá lugar entre el 1 y el 3 de octubre en Newport (Gales), se dispute fuera de Reino Unido, desde su creación en 1927. La primera

ocasión tuvo como escenario el campo andaluz de Valderrama en 1997, un entorno perfecto para la práctica del golf. Así, en caso de salir España elegida supondría su segunda Ryder Cup, uno de los eventos que mayor popularidad tiene entre los aficionados a este deporte.

España

España ya ha organizado un total de 196 torneos de golf (152 del European Tour, 31 del Challenge y 13 del European Senior), y cuenta con nueve jugadores que han representado a Europa en la Ryder Cup: Severiano Ballesteros, José María Cañizares, Antonio Garrido, Ignacio Garrido, Sergio García, Miguel Ángel Jiménez, José María Olazábal, Manuel Piñero y José Rivero.





Govern promocionará el turismo de golf, que atrajo en 2008 a 112.752 turistas

La Conselleria de Turismo ha firmado un convenio con la Asociación de Campos de Golf de Baleares (ACGB) para que lleve a cabo diferentes acciones promocionales de este tipo de turismo, que atrajo en 2008 a 112.752 personas a las islas. Según informa este departamento en un comunicado, el acuerdo de promoción, firmado entre el conseller de Turismo, Miquel Nadal, y el presidente de la ACGB, José Jiménez, contempla un presupuesto de 180.000 euros para acciones de publicidad. El año pasado, indica la Conselleria, llegaron a Baleares 112.752 turistas de golf, lo que supuso un incremento del 1,8 por ciento con respecto a 2007. Estos turistas realizaron una estancia media de 9,8 días y efectuaron un gasto total por persona y día de 211 euros, lo que significa un aumento del 1,9 por ciento con respecto al año anterior. En 2008 los ingresos totales por turismo de golf en las islas fueron 183 millones de euros, un 3,7 por ciento más que el año anterior.



Luna Sobrón, segunda en el Campeonato Internacional del Norte de Inglaterra Sub-16

Luna Sobrón Galmes ha concluido en segunda posición en el Campeonato Internacional de Norte de Inglaterra Sub-16 que se ha celebrado en el campo de golf de Heswall. Estuvo acompañada en el podio por la catalana Andrea Vilarasau, tercera clasificada tras la inalcanzable Bronte Law, que dominó por completo la competición desde el primer momento. Luna Sobrón estableció desde el primer momento la caza y captura de la joven Bronte Law, una jugadora de 14 años que lideró la competición con mayor firmeza tras la segunda jornada al entregar una tarjeta de 72 golpes en el segundo recorrido y que dio la puntilla cuando, en los terceros 18 hoyos, presentó otra de 70 impactos. A la lucha se sumó Andrea Vilarasau durante la segunda jornada, cuando igualó el registro de la ganadora. La barcelonesa ascendió entonces hasta la tercera plaza, una posición que mantuvo hasta el final en dura pugna con su compatriota Luna Sobrón.



Campeonato de Europa Senior Femenino por Equipos

España jugará por el triunfo en las tres últimas jornadas del Campeonato de Europa Senior Femenino por Equipos de Dun Laoghaire (Irlanda), toda vez que la primera fase ha concluido con el sexteto español en la tercera posición. Marta Estany, Vicky Pertierra, Cristina Marsans, Pía Allende, Catalina Castillejo y Ana Vilella deberán doblegar a las otras siete escuadras que han accedido al primer flight -con Irlanda a la cabeza- para obtener el que sería el segundo título para el golf español. Cerrada la primera fase -31 de agosto y 1 de septiembre-, España se medirá en la ronda de cuartos de final a Francia, sexta al término de las dos primeras fechas. En caso de ganar se enfrentaría al vencedor del duelo entre italianas y suecas.




La primera tienda de Mallorca especializada en Padel, con las mejores marcas, más de 150 modelos de palas, y una pista de pruebas para que hagas la mejor elección. Te esperamos.

PADELUNO.com




Of Capitan Salom, 77 - Palma de Mallorca **PADELUNO.com**

ESPECIAL VIAJES



Japón: el país de los contrastes



Un lugar donde la tradición más antigua se mezcla con una modernidad casi futurista. Cuatro mil islas donde se fusionan la armonía de sus parques con el bullicio de sus ciudades verticales, la meditación con el consumismo.

Japón es un país único que cautiva nada más pisar tierra. Su historia ha curtido su cultura. De vivir durante siglos aferrado a un rígido sistema feudal, ha pasado a abrir sus fronteras para convertirse en la sociedad más desarrollada y tecnificada del mundo.

Lo más urbanita: Tokio y Osaka

Tokio es la puerta de acceso a Japón. Bajo un decorado urbanita y luces de neón al más puro estilo "Las Vegas", Tokio es la imagen del Japón contemporáneo. Pero bajo esa inmensa capa de cemento aún pervive una cultura milenaria que no se deja ahogar por la metrópolis. Junto a los elevados edificios de oficinas y diminutos apartamentos, aún se pueden encontrar pequeñas casas de madera o los típicos comercios de kimonos.

Osaka es la segunda ciudad más grande de Japón y muy cosmopolita. Frenética y excitante, es especial por su vida nocturna, sus restaurantes, sus zonas comerciales y sus excelentes tiendas.

Pura tradición

Kyoto es la encarnación de la tradición, la ciudad de las geishas. Es el corazón espiritual de Japón, ya que ha sabido conservar sus tradiciones y sus antiguas construcciones de templos y jardines de guijarros peinados con rastrillo, que se levantan orgullosas entre las recientes luces de neón que inundan la ciudad. Además, ha sabido mantener viva y explotar unos de los mejores patrimonios del país, el mundo de las geishas, una de las atracciones más buscadas por los turistas, ávidos de tópicos. Pero Kyoto es también una moderna metrópoli llena de vida, zonas comerciales y alojamientos 'first class'.

La campiña japonesa

Takayama, Nara, Hiroshima y Nagasaki, Miyajima, Shirakawago, Kanazawa, son las zonas rurales de Japón. En cada lugar aparece un jardín clásico, un templo antiguo, un santuario Shinto o un castillo medieval. Colinas cubiertas de bosques, jardines, lagunas..., todo un espectáculo para los cinco sentidos.

ESPECIAL VIAJES

Destacar Takayama, conocida como la “pequeña Kyoto”. Está situada al pie de los Alpes Japoneses (compuestos por más de 3.000 cimas, el “techo de Japón”). En Nara, uno de los destinos turísticos más importantes debido a la gran cantidad de templos antiguos y por su buena conservación, muchos de los cuales forman parte de la herencia mundial de la UNESCO, se puede disfrutar de los baños termales públicos al aire libre (onsen), especialmente en invierno.

Hiroshima y Nagasaki también son tristemente conocidas, por ser los lugares donde se lanzaron las primeras bombas atómicas. Ahora han resurgido literalmente de sus cenizas para convertirse en unas ciudades bellísimas, donde se respira un ambiente muy especial. Así, Hiroshima se ha convertido en el símbolo mundial de la paz.

Los espectáculos más tradicionales

- Geishas. El barrio más famoso se encuentra en Kyoto, en el distrito de Gion. Aquí es habitual encontrar a alguna Geisha salir de su okiya o en alguna de las numerosas salas de té.
- Sumo. Tokio es también la capital del sumo, deporte nacional de Japón. Existe una zona llamada Ryogoku donde se encuentra el estadio de sumo (Kokugikan) y todo lo relacionado con él. Por ejemplo, existe un museo donde se puede conocer la historia de este deporte, del que los japoneses son auténticos apasionados.
- Kabuki. Es una manifestación escénica dramática, en la que generalmente se reproducen hechos históricos y conflictos morales



Tokio es la imagen del Japón contemporáneo.

En Japón se unen tradición y modernidad



Monte Fuji, todo un símbolo del país oriental.



Tokio esta considerada como la capital mundial de la tecnología.

o amorosos. El teatro más famoso de este tipo es el Kabukiza, que se encuentra en Ginza.

- **Samurais.** En Kamakura, cuna de la cultura samurai, se respira el budismo zen, base sobre la que se asentó esta herencia cultural. Una ciudad llena de templos, jardines, tesoros artísticos y paz.

Lo más sorprendente

Japón es una auténtica caja de sorpresas. Para viajar hasta aquí hay que abrir la mente a nuevas ideas y nuevas propuestas, por muy irreales que puedan llegar a parecer. Aquí se tiene la oportunidad de surfear en una piscina de olas artificiales, visitar uno de los famosos hoteles del amor o dormir en una cápsula espacial.

- **Seagaia Ocean Dome, surf bajo cubierta.** Situado en Miyasaki, Seagaia es un parque acuático con playa de arena blanca de 140 m de longitud y un cielo siempre azul. Su atracción estrella es una piscina de olas casi perfectas, la locura de los surfistas y sólo apta para expertos.

- **Hoteles del amor.** En el barrio Shibuya de Tokio se encuentran los llamados hoteles del amor, con temáticas para todos los gustos:

desde un castillo gótico en miniatura hasta un templo de Extremo Oriente; con habitaciones inspiradas en un harén o en una película de ciencia ficción. Incluso por los gustos más extravagantes, se puede optar por camas vibratorias, espejos en la pared, instalaciones sadomasoquistas y cámaras de vídeo con cintas 'take way'. Simplemente hay que seleccionar las preferencias en una pantalla digital, situada a la entrada del hotel, con fotos iluminadas de todas las ofertas disponibles.

- **Visita a la Torre Eiffel... de Tokio.** La Torre de Tokio se encuentra en Minato-ku y su diseño está basado en la Torre Eiffel de París, eso sí, pintada en blanco y rojo de acuerdo a regulaciones de aviación. La torre mide 333 metros de altura, 9 más que la original, y aunque su función principal es como antena de transmisión de señales, también es centro de atracción turística.

- **Hoteles cápsulas.** Parecen nichos, pero son habitaciones de hotel. Diseñados para ejecutivos sin tiempo para volver a casa, se han convertido también en atracción turística. El Green Plaza Shinjuku, de Tokio, es el mayor hotel-cápsula del mundo. Con un metro de alto, uno de ancho y 1,90 de largo, no es apto para claustrofóbicos. Sin baño, sin vistas, sin armario..., eso sí, con televisión y radio, para hacer la noche más amena.

¿Dónde dormir?

La red hotelera es extensa y ofrece toda clase de opciones. Desde hoteles clásicos, Japan Hotel Network (Red de Hoteles de Japón, www.japanhotel.net/), hasta alojamiento al estilo tradicional, Japan Ryokan Association (www.eryokan.co.jp/).

Pero lo más sencillo es escoger algunos de los paquetes turísticos que ofrecen las tour operadoras. El precio variará según los destinos escogidos.

Básico. Tokio, Nikko, Hakone, Kyoto, Nara. 8 días desde 2.445 euros.

Escénico. Tokio, monte Fuji, Hakone, Kyoto, Nara, Osaka. 7 días desde 1.710 euros.

Círculo Shogun. Tokio, excursión a Nikko Monte Fuji, Hakone, Takayama, Shirakawago, Kanazawa, Kyoto, Nara. 14 días, desde 2.860 euros.



Dos mujeres vestidas con el traje típico japonés.

Los *sitios web* de mayor recomendación *social*

Estos servicios permiten al usuario descubrir información y productos que le pueden interesar.

La tienda web Amazon los puso de moda con su legendario “Si le gusta este libro, tal vez le interesen también los siguientes”, y los han adoptado muchos más servicios. Entre ellos, la radio social Last.Fm. Los sistemas web de recomendación son una buena opción para filtrar la información y dar con lo que, en realidad, busca el usuario. Se basan en algoritmos estadísticos que intuyen los gustos de una persona tras estudiar los del resto de ciudadanos que desean un mismo producto, según publica la revista consumer.

En general, este tipo de predicciones se realizan según los datos que se conocen del usuario, acerca de sus películas, su música o sus libros favoritos. Además, si sus contactos están interesados en un tema, se considera que éste debe ser también de interés para él. Esta información se suele completar con una recopilación de datos más explícitos, que pueden obtenerse al pedir al consumidor que elija, entre un rango, sus productos preferidos o que se decida entre dos objetos que son deseo de compra para él.

Amazon, el pionero

Considerado el gran sitio de las compras electrónicas, Amazon utiliza un sistema de recomendaciones muy sofisticado para asesorar de forma personalizada la compra de productos. Recurre tanto a los artículos que el usuario ha adquirido con anterioridad, como a los que, de alguna forma, le han interesado al visitarlos o añadirlos a su lista de deseos.

Amazon utiliza tres criterios principales: el usuario, el entorno social y los productos. De esta manera, basa sus recomendaciones en el comportamiento individual y en el de otros usuarios ante el mismo tipo de producto. Resulta obvio que busca incentivar la compra de un mayor número de artículos a la hora de crear un pedido en su tienda.

También la radio en Internet Last.Fm usa un programa de recomendación en base a la música elegida, que permite al usuario, con un solo click de ratón, decir si lo que se le recomienda le gusta o no. De este modo, el sistema recopila información para aconsejar a otros usuarios.

Pero más allá de Amazon o Last.Fm, en la actualidad, los sistemas de recomendación se utilizan en multitud de sitios web y plataformas on line. Las redes sociales se han convertido en uno de los lugares donde más se han popularizado estos sistemas, basados en el entorno social. Redes como Facebook son capaces de mostrar en la página personalizada de cada usuario los grupos, hilos de conversación o personas de su interés basados en el comportamiento del resto de sus contactos. También se utilizan estas técnicas para mostrar publicidad personalizada y segmentada.

Estos sistemas han dado, incluso, el salto a los mismos buscadores y han aprendido de las sesiones anteriores del usuario para sugerirle resultados que, aunque no sean el objeto principal de su indagación, pueden interesarle. Bing, la apuesta de Microsoft en este segmento, utiliza diferentes tecnologías para sugerir búsquedas

The screenshot shows the Amazon.com interface for the book 'The Stolen Child: A Novel (Hardcover)' by Keith Donohue. The page includes a search bar, navigation links, and a detailed product listing. The listing shows the book cover, author name, list price (\$23.00), and current price (\$14.37) with a 40% discount. It also features a 'More Buying Choices' section with a table of alternative formats and prices, and a video player for an author interview.

Also Available in:	List Price:	Our Price:	Other Offers:
Paperback	\$14.95	\$11.16	Order it used.
Hardcover (Large Print)	\$21.95	\$21.95	Order it used.
Audio Download	\$14.95	\$18.37	

Con sus recomendaciones, Amazon busca incentivar la compra de un mayor número de productos.

Wine - Social - You -

What can you do with Snooth?

As the world's largest interactive wine database AND a flourishing social network, there are lots of ways to use Snooth. Check out some examples below.

- Don't have an account? -
SIGN UP HERE
 It's quick, simple, and free

Find a bargain - worldwide
Sort prices by country or by zip code, helping you spot bargains worldwide or in your own backyard. Check out some wines [here](#).

Simplify your search
Our powerful but simple search filter makes it easy to zero in on exactly what you're looking for.

Personalized recommendations
Our recommendation engine will automatically help you find more of what you like, and less of what you don't. View your recommendations [here](#).

Meet people with similar tastes
With more than half a million users around the world, we're building a vibrant community of wine lovers. Meet some new people [here](#).

y realizar comparativas de productos según el perfil del usuario. Por su parte, Google puede personalizarlas en función de la ubicación o actividad reciente del usuario, si éste ha accedido al buscador a través de su cuenta Google.

Algunos servicios Interesantes

Los sistemas de recomendación social más conocidos son los relacionados con estaciones de música o compra por Internet. Plataformas como Last.fm, Pandora, Slacker y el sistema Genius, que forma parte de la tienda on line iTunes, son algunos de los sistemas más conocidos que recomiendan música.

Analizan los datos de las canciones escuchadas por los usuarios y, a partir de ellos, seleccionan tonadas de apariencia similar.

Junto con el sistema de recomendación de productos de Amazon, también existen otras plataformas con tecnología parecida orientada a las compras, como ChoiceStream y StyleFeeder. Estos servicios ayudan a los usuarios a encontrar productos que respondan a sus gustos y preferencias. Analizan los datos de cada consumidor para encontrar los artículos más adecuados a su perfil.

Snooth es una plataforma social para la recomendación de vinos. Dispone de un buscador y un sistema que permite a los usuarios recibir sugerencias personalizadas en función de las valoraciones de catas de caldos que con anterioridad hayan sido introducidas. Por

Snooth es una plataforma social para aconsejar vinos que se basa en las valoraciones que escribe el usuario en su perfil.

tanto, cuanto mayor sea el número de valoraciones realizadas por el usuario en la plataforma, más acertados serán los consejos.

Por su parte Jenni es una red social que envía sugerencias de películas y programas de televisión en función de los gustos personales. Para que el sistema funcione de forma correcta, es necesario realizar hasta una docena de test sobre gustos de películas y programas de televisión, con el objetivo de trazar un perfil del usuario.

Consideraciones importantes

A pesar de la eficacia de este tipo de servicios, estas tecnologías se enfrentan a problemas que pueden hacer que el sistema falle. El principal inconveniente es la falta de datos. Desde Amazon a Last.fm, es menester que haya una gran cantidad de información para que la recomendación funcione de forma eficaz. Por otra parte, los gustos varían con el tiempo.

Como colofón, es necesario tener presente que cada persona es un mundo y, en consecuencia, las recomendaciones deben contemplar toda la gama de grises respecto a las afinidades. De lo contrario, terminarán por fracasar. El contenido no se puede marcar sólo como "blanco" o "negro" y segmentar bajo este patrón.

naves
locales
oficinas
suelo

¿qué estás buscando?

tus gestores inmobiliarios

contáctanos:

Palma de Mallorca **971 75 85 94**

delegación: Barcelona **93 414 26 14**

gesmorent
www.gesmorent.com

Lo último en *tecnología*

El Corte Inglés, primera empresa española que fabrica un libro electrónico

El Corte Inglés es la primera empresa española que ha sacado al mercado una marca propia de libro electrónico, con la que pretende reforzar la librería on line del grupo de distribución español, que cuenta con más de 10.000 títulos. El nuevo producto se fabrica y comercializa en exclusiva por el gigante español de la distribución y está a la venta desde primeros de mes. Fuentes de la compañía dijeron que se trata de una apuesta importante hacia el nuevo mercado de la industria del libro, en la que prevén un gran desarrollo. Este es el motivo del lanzamiento del producto que destacaron que existe una gran demanda e interés de los clientes por el producto. El nuevo modelo de la firma es el inves-book, del que pronto saldrán nuevas versiones y que se vende a un precio de 299 euros con 120 títulos ya cargados, y que ya se puede adquirir tanto en las tiendas on line como en los grandes almacenes de la firma. El libro electrónico mide 18 centímetros de largo y 11 de ancho, tiene un grosor de 8,5 milímetros, un peso de 174 gramos y una autonomía de batería de 8.000 páginas.



Nuevo disco duro "flash" Kingston de hasta 256 GB

Este disco es la solución perfecta para los consumidores habituales de tecnología. Con el disco SSDNow V+, el sistema operativo del ordenador se beneficiará de la impresionante memoria RAM con velocidad de lectura de hasta 6,300 IOPS, y random 4K con velocidad de escritura de hasta 291 IOPS. Por su parte, el disco Kingston SSDNow V+ tiene una tremenda velocidad de lectura secuencial de hasta 220MB/seg. y de escritura de hasta 180MB/seg. El nuevo Kingston SSDNow V+ está disponible en Europa, Medio Este y África (EMEA) solo en capacidades de 64GB, pero lo estará en capacidades de 128GB y 256GB a partir de este mes de septiembre. El disco Kingston SSDNow V+ utiliza una interfaz estándar SATA, es extremadamente resistente al no contar con partes móviles y produce menos generación de calor que un disco duro típico



GeeksPhone Two

Los mismos creadores del Geeksphone ya andan preparando la versión 2 del terminal que llegará durante el próximo año. Este que aún no tiene fecha prevista de lanzamiento, incorporará dos novedades importantes: la doble SIM y el reconocimiento por el iris. La doble SIM permitirá al usuario disponer de "dos móviles en uno", una prestación muy popular en Oriente (China y Japón, principalmente) ya que facilita al propietario llevar un solo móvil para sus llamadas profesionales y personales. Otra novedad y en esta ocasión relacionada con la seguridad será la presencia del reconocimiento del iris lo que evitará que un usuario que no sea el propietario pueda usar el terminal.



Apolonia Company Castillo Abogada

Matrimonial y herencias
Reclamación de impagados
Accidentes de circulación
Arrendamientos
Defectos en la construcción
Derecho mercantil en general

policompany@gmail.com
971 724 988 - 666 033 681



G-Shot 501, una cámara versátil de Alta Calidad

La G-Shot 501 cuenta con avanzado sensor de 5 megapíxeles y seis cómodas configuraciones de disparo que aseguran que cada foto salga perfecta. La cámara digital G-Shot 501 de Genius integra un avanzado sensor de imágenes CMOS de 5.0 megapíxeles que permite a los usuarios obtener fotografías extremadamente claras y de alta calidad, con una resolución de hasta 12 megapíxeles a través de interpolación por software. Se trata de una cámara delgada y ligera, muy fácil de usar, características que la hacen la opción ideal para que todos los miembros de la familia, desde los niños hasta los abuelos, participen en la recopilación de hermosos recuerdos para la posteridad. La G-Shot 501 incluye seis modos de disparo para asegurar buenas fotos en diversas condiciones de ambientación e iluminación.

Endura: GPS portátiles para outdoor

Estos nuevos GPS están especialmente diseñados para senderismo, mountain bike, caza, pesca, excursionismo, geocaching, moto de nieve, kayaking, esquí, etc. Los GPS Endura de Lowrance ofrecen una variedad de mapas y un slot de expansión micro SD de hasta 32GB de almacenamiento para mapas, imágenes y archivos de audio MP3. La serie Endura de Lowrance consta de tres innovadores modelos de GPS portátiles, con pantalla táctil, diseñados para el outdoor: Endura SIERRA (el GPS portátil más potente y completo para el aventurero), Endura SAFARI (el GPS más versátil para cualquier actividad de outdoor) y Endura OUTBACK (un nuevo GPS portátil asequible y de fácil manejo). El contenido pre-cargado incluye cartografía InterMap Accuterra, contenidos para outdoor y puntos de interés, así como la red de carreteras de NAVTEQ con una actualización continua para el Sierra y el Safari de datos de navegación en vehículo, giro a giro.



Mitsubishi Electric incorpora monitores de 52" y 65" a su gama de LCD

A sus monitores de 32", 42" y 46" suma los de 52" y los de 65", estos últimos con la peculiaridad de que ofrecen una máxima flexibilidad de posición, ya que están disponibles en versión horizontal y vertical. Los monitores LCD de Mitsubishi Electric, todos ellos especialmente diseñados con fines comerciales, han sido equipados con paneles LDT que incorporan materiales duraderos. La resolución nativa de 1920 x 1080 (Full HD) de los modelos de 46", 52" y 65" y la resolución de 1366 x 768 (WXGA) en los monitores de 32" y 42", permiten proyectar imágenes nítidas de alta definición. Permiten varias entradas de PC con D-Sub 15, DVI-D o HDMI y 5 BNC y una salida para conectar varios monitores en circuito. En cuanto a la señal de vídeo estándar, disponen de entradas de vídeo BNC con conexiones para vídeo compuesto, por componentes e Y/C, además de una salida para crear un circuito de varios monitores.



LLEONART & SERVEIS GENERALS

**ADMINISTRACIÓN FINCAS, SEGUROS GENERALES, ASESORÍA
ALARMAS, SEGURIDAD, CONTRAINCENDIOS, GESTIÓN INMOBILIARIA**

TEL. 607 303 093

C/ MANACOR, 52 - 1º 07006 PALMA DE MALLORCA

PRESUPUESTOS
SIN COMPROMISO

Trablisa
SERVICIOS DE SEGURIDAD

PREFOC
GRUPO TRABLISA

MGS
Mutua General de Seguros

ENTREVISTA

PABLO PIÑERO

FUNDADOR Y PRESIDENTE DEL GRUPO PIÑERO

por María Pineda Lázaro

“Siempre me he sentido muy entregado a Mallorca...

...y es muy bonito que te lo reconozcan”

Pablo Piñero, fundador y presidente del Grupo Piñero, recibe este mes la Medalla de Oro con la que la Cámara de Comercio de Mallorca reconoce el apoyo y la labor de este empresario al desarrollo y la internacionalización del sector turístico de Baleares; un tributo a un empresario luchador que con su clara y audaz visión ha logrado internacionalizar la empresa turística de las Islas.

Pablo Piñero es un empresario hecho así mismo que ha conseguido en plena turbulencia financiera que los resultados económicos del Grupo Piñero de 2008 fueran superiores a los del año precedente.

Una fructífera trayectoria profesional cimentada en un gran espíritu de sacrificio y trabajo, acertada gestión y olfato para los negocios que ha logrado traspasar las barreras empresariales y le han convertido en un embajador excepcional de las Islas. A pesar de que la dimensión global de su empresa le permitiría ubicar su residencia en cualquier lugar del mundo, él ha escogido a Mallorca como su hogar -donde además, dice, han nacido sus nietos- por considerarla un “auténtico paraíso”.

El futuro de Baleares

Hoy, Pablo Piñero habla con Gran Empresa acerca de la situación actual del sector turístico balear, sus nuevos retos de futuro, las nuevas oportunidades y políticas como la lingüística que considera actualmente equivocada. Para este empresario, el modelo de Sol y Playa no está agotado, por lo que anima a las autoridades a “cuidarlo, mimarlo y mejorarlo” porque “si en Mallorca no tuviéramos esto, no tendríamos nada”.

En su opinión, “el turismo balear presenta un exceso de oferta hotelera, por lo que cree conveniente reducir el número de plazas y aumentarlas de categoría. Apuesta sin vacilar por el turista de élite y la fórmula del “condohotel”, un modelo que permitiría una reconversión natural.

RECONOCIMIENTO A UN GRAN EMPRESARIO

Acaba de ser premiado por la Cámara de Comercio con la Medalla de Oro por su activa labor en el sector turístico balear. ¿Podría hacer un resumen de su trayectoria a nuestros lectores?

Todo empezó cuando era universitario y organicé el viaje de estudios a Mallorca en el que además de ganar dinero me di cuenta que había una importante oportunidad de negocio. Más tarde, organicé espontáneamente un charter de Murcia a Mallorca y volví a ganar dinero.

“Me considero trabajador y muy exigente... quizá me tomo las cosas demasiado ‘a pecho’”

A raíz de estas dos experiencias, y tras unos años trabajando en la Administración Pública, en 1970 decidí probar suerte como agente de viajes y cree “Soltour”. En 1980, “Soltour” inició su expansión abriendo oficinas por toda España. En la actualidad cuenta con delegaciones también en Portugal, Rusia, Caribe y Estados Unidos.

Posteriormente, me lancé al mundo de la hostelería, comprando hoteles en Mallorca y Tenerife para completar la oferta del touroperador. En 1985, trasladé la sede de la empresa y mi residencia a Mallorca. Más adelante creé la cadena de Hoteles Piñero que, en la actualidad, cuenta con tres hoteles en la Isla.

Paralelamente (1995), comencé mi andadura en el ámbito de los “Grandes Resorts Todo Incluido” con la creación del concepto “Bahía Príncipe Club&Resorts”, que se inició con el Hotel Bahía Príncipe San Juan (República Dominicana) y que, en la actualidad, cuenta con 22 hoteles en los mejores destinos vacacionales: República Dominicana, Jamaica, Riviera Maya y Canarias.

Mi última gran apuesta es la división Inmobiliaria del Grupo “Bahía Príncipe Residencial Golf”, complejos residenciales de lujo con todo tipo de servicios y ubicados en los entornos más privilegiados del mundo.

Su carrera ha sido de fondo. ¿Cuál es ahora su principal reto?

Sobrevivir en estas difíciles circunstancias que estamos atravesando. Sin embargo, quiero destacar que en estos años de crisis nuestros resultados económicos están siendo positivos gracias a la división inmobiliaria y a los hoteles del Caribe que son los que nos aportan la mayor parte de nuestros beneficios.

Buenos resultados y muchos reconocimientos...

Agradezco a los empresarios de la Cámara de Comercio el haberme otorgado este premio que, en cierto modo, es un reconocimiento a mi trabajo y mi dedicación a Mallorca. Siempre me he sentido muy entregado a esta Isla y es muy bonito que se acuerden de uno y se lo reconozcan.

Pero que hay detrás del empresario. Si Pablo Piñero tuviera que definirse...

Me considero trabajador y muy exigente; controló hasta el más mínimo detalle de mis empresas. En cuanto a un defecto confesable... quizá soy un poco nervioso y me tomo las cosas demasiado “a pecho”.



GRUPO PIÑERO

¿Cuándo nació el Grupo Piñero?

El Grupo Piñero nació en 1975 y actualmente está formado por seis empresas especializadas en el sector turístico e inmobiliario, cuenta con más de 10.000 empleados, una valoración patrimonial de 1.904 millones de euros y un volumen de negocios de 534 millones.

“Nos hemos planteado acabar el año con unos buenos resultados a pesar de lo incierto de la actividad económica”

¿Podría describirnos cuáles son los valores que distinguen a su compañía de los demás grupos turísticos?

Yo diría la adaptación a las necesidades del mercado, la flexibilidad en las respuestas, la constante innovación de los productos, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

En una situación tan complicada como la que estamos atravesando, ¿cuál es la estrategia del Grupo Piñero?

Nos hemos planteado acabar el año con unos buenos resultados a pesar del ámbito complejo e incierto de la actividad económica mundial. Los resultados obtenidos en este primer semestre confirman nuestro exitoso modelo de negocio.

En concreto, a cierre de junio del 2009 el resultado de Ebitda acumulado del semestre del Grupo Piñero ha sido de 69,8 millones de euros; cifra que supone un incremento del 31,3% con relación al año anterior. Sin el efecto de los resultados extraordinarios en ambos ejercicios, el incremento ha sido del 58%. La división hotelera ha generado un Ebitda de 56,3 millones de euros, con un incremento del 18%, y la división residencial ha obtenido 15,5 millones de euros, con un crecimiento significativo, consolidando su recurrencia en los resultados globales.

Es una realidad que el sector turístico está viviendo uno de los momentos más difíciles. ¿Esto le quita el sueño?

No. Si es verdad que en estos momentos hay que vigilar la venta y preparar el invierno que va a ser muy complicado tanto por la crisis económica como por la Gripe A (H1N1).

Ante esta situación complicada, ¿tiene previsto reducir su plantilla?

Más que reducir, la ajustaremos.





¿A través de qué empresas actúa Grupo Piñero?

El Grupo Piñero actúa a través de siete empresas: Soltour, Bahía Príncipe, Hoteles Piñero, BP USA Travel, INMO PMP, Sol Bus y Bahía Príncipe Residencial & Golf.

Soltour

Fundada en 1975 como especialista en paquetes vacacionales charter a Baleares, Canaria y Caribe es la el mayorista de viajes del Grupo Piñero que ya se ha consolidado como uno de los grandes touroperadores del sector, alcanzando igualmente una posición de relevancia internacional ya que cuenta con oficinas en España, Portugal y Rusia. Su principal actividad se centra en la elaboración y venta de productos turísticos a diversos destinos vacacionales.

El principal canal de distribución de Soltour son las agencias de viajes, que bien pueden hacer sus reservas a través del Call Center o de la página web, y que en los últimos años representa el 80% de las ventas.

“El Grupo Piñero cuenta con 10.000 empleados y un volumen de negocios de 534 millones de euros”

Bahía Príncipe Clubs & Resorts

Cuenta con 18 hoteles ubicados en los lugares más bellos del mundo: República Dominicana, México, Jamaica y Tenerife.

Con una ubicación exclusiva en primera línea de playa, y en un marco incomparable de naturaleza y confort.

El éxito de Bahía Príncipe radica en su concepto “Experiencia Todo Incluido” que ofrece al cliente todas las prestaciones y servicios necesarios para sus vacaciones durante las 24 horas del día, con la calidad de un establecimiento de 5 estrellas.

Hoteles Piñero

Es la cadena hotelera mallorquina perteneciente al Grupo Piñero y cuenta con tres hoteles en Baleares. Ubicados entre la Platja de Palma y Magalluf, son una alternativa cómoda y asequible para el alojamiento del turista en Mallorca. Todos ellos se han renovado de forma continuada con el objetivo de mantener un alto nivel de calidad y de servicio.

BP USA TRAVEL

En septiembre de 2005, se creó el segundo touroperador del Grupo Piñero, situado en Estados Unidos, concretamente en Miami. Con el objetivo de incrementar el número de turistas desde la Florida y lo que se denomina el SUNBELT (cinturón del sol) a los hoteles de Bahía Príncipe and Resorts, con charters propios desde Miami y Puerto Rico

Inmo PMP

Es una Agencia Inmobiliaria oficial que abrió sus puertas en octubre de 2005 en Palma de Mallorca. Está formada por un equipo de profesionales con muchos años de experiencia en la compra, venta y alquiler de inmuebles principalmente en Mallorca pero con conexiones en el resto del mundo.

Sol Bus

Es la empresa de transporte del Grupo. Cuenta con una flota de autocares de equipamiento confortable y moderna tecnología, dedicados a garantizar un servicio exclusivo para las actividades de Soltour en dichos destinos e igualmente proporciona parte de sus servicios como proveedor, a otras empresas turísticas operativas en el país.

¿Cuál es la última gran apuesta del Grupo Piñero?

La División Inmobiliaria. Estoy convencido de que tanto en el Caribe como en Mallorca el futuro va a ser el “Condohotel”: áreas que se puedan vender como apartamentos y que puedan ser explotadas como “Condohoteles”. Podemos decir que ya hemos tenido un gran éxito con esta fórmula en México y República Dominicana.





FUTURO DEL SECTOR TURÍSTICO BALEAR

¿Cuáles son los retos a los que se enfrenta el turismo balear?

El problema de Mallorca no es que haya caído el turismo, sino que existe un exceso de oferta hotelera. Mi propuesta se basa en un cambio de uso que llevaría a la reconversión de un gran número de hoteles que se convertirían en apartamentos. De esta forma, las camas se revalorizarían y no se perjudicaría la economía de la región. Creo que cuánto antes nos demos cuenta podremos trabajar en esta dirección.

“Con la imposición exclusiva del catalán estamos retrocediendo a una sociedad de la Edad Media”

¿Considera que la política de promoción de Baleares está siendo acertada?

Depende de los países. La promoción de Mallorca en Rusia no ha sido acertada. Lo ilustraré con una anécdota. Hace unos años, organicé una comida con las principales agencias de viaje para promocionar Mallorca en Rusia. Se les puso una proyección de las principales playas y calas para acercar el Turismo de Sol y Playa a esta tierra. Finalizada la proyección, los rusos preguntaron donde se iban a alojar y si vivía alguien en Mallorca... Esto demuestra que todavía hay mucho por hacer.

¿Considera que está agotado el modelo turístico de Sol y Playa?

Nuestro modelo turístico de Sol y Playa representa el 90% del sector en Baleares y, por ello, hay que cuidarlo, mimarlo y mejorarlo. De éste es de lo que viviremos en los próximos años, ya que todo lo demás son sinergias. Si en Mallorca no tuviéramos sol y playa, no tendríamos nada.

“Sin sol y playa en Mallorca no tendríamos nada”

Por otra parte, corresponde a la juventud crear cosas nuevas. Es necesario contar con una generación llena de ilusión que hable, piense y escriba correctamente en castellano (aunque también lo haga en catalán) porque será éste su porvenir y su futuro. Con la imposición exclusiva del catalán estamos retrocediendo a una sociedad de la Edad Media.

¿Parece que no está muy conforme con la actual política lingüística?

Sin meterme en valoraciones políticas, yo reivindico la necesidad de primar la lengua castellana debido a su impacto e importancia mundial.

¿Qué pediría a los principales responsables políticos?

Que piensen en las futuras generaciones y dejen una Mallorca mucho mejor de la que se han encontrado. Para ello, deberán buscar las recetas adecuadas que les podrían proporcionar los grandes empresarios que Mallorca ha dado al mundo.

Grupo Piñero



El Grupo Piñero cuenta con 10.336 habitaciones distribuidas en 21 hoteles en total, todos ellos en propiedad. A continuación se detalla la distribución de estas habitaciones:

****	Hotel	Hab.	Zona	****	Hotel	Hab.	Zona
3*	Piñero Tal	198	ESP-Mallorca	5* (cont)	Gran Bahía Príncipe Cayacoa	295	REP.DOM
	Piñero Bahía de Palma	423	ESP-Mallorca		Gran Bahía Príncipe El Portillo	462	REP.DOM
	Total 3*	621			Gran Bahía Príncipe La Romana	400	REP.DOM
4*	Piñero Coral Playa	184	ESP-Mallorca		Gran Bahía Príncipe Tulum	858	MEX
	Total 4*	184			Gran Bahía Príncipe Akumal	630	MEX
4*SUP	Bahía Príncipe Costa Adeje	486	ESP-Tenerife		Gran Bahía Príncipe Premier Akumal	360	MEX
	Bahía Príncipe San Felipe	291	ESP-Tenerife		Gran Bahía Príncipe Coba	720	MEX
	Bahía Príncipe Tenerife	255	ESP-Tenerife		Gran Bahía Príncipe Jamaica	680	JAMAICA
	Bahía Príncipe San Juan	941	REP.DOM		Total 5*	6830	
	Total 4* Sup	1973		5*L	Gran Bahía Príncipe Ambar Don Pablo Collection	528	REP. DOM
5*	Gran Bahía Príncipe Punta Cana	1020	REP.DOM		Total 5* L	528	
	Gran Bahía Príncipe Bavaro	792	REP.DOM	5* GL	Gran Bahía Príncipe Cayo Levantado Don Pablo Collection	200	REP. DOM
	Gran Bahía Príncipe Premier Bavaro	504	REP.DOM		Total 5* GL	200	
	Gran Bahía Príncipe Samana	109	REP.DOM		TOTAL	10.336	

Los *condohoteles*, una *tendencia en alza*

Los condohoteles son establecimientos de carácter hotelero cuya característica principal es que las habitaciones -o apartamentos- que la componen son titularidad de inversores particulares y se hallan explotados y gestionados de forma conjunta.

En los últimos meses y según publicó el Diario de Mallorca el término condohotel ha gozado de una presencia poco habitual hasta entonces en los medios de comunicación no especializados. El mérito se lo debemos al proceso de gestación del recientemente aprobado Decreto Ley 1/2009, de 30 de enero, de medidas urgentes para el impulso de la inversión en las Islas Baleares -más conocido popularmente como "Decreto Nadal"-, aunque finalmente no haya recogido previsión alguna en relación con esta figura jurídica.

Pero ¿Qué es un condohotel? El término condohotel procede de la fusión de las palabras inglesas condominium y hotel, y constituye una fórmula híbrida entre el modelo hotelero y el residencial. Haciendo abstracción de las diversas estructuras jurídicas de inversión/explotación, fundamentalmente interviene un promotor inmobiliario que vende las habitaciones de un hotel ("unidades condo") a inversores particulares (cualquiera de nosotros) y, posteriormente, estas habitaciones son cedidas en gestión por sus propietarios a favor de una empresa hotelera que las explotará conjuntamente. En consecuencia, los condohoteles son establecimientos turísticos de carácter hotelero cuya característica principal es que las habitaciones -o apartamentos- que la componen son titularidad de inversores particulares y se hallan explotados y gestionados de forma conjunta.

Es importante no confundir esta figura jurídica con otras afines como puede ser la multipropiedad o timesharing en las que, entre otros aspectos, sólo se adquiere un derecho de uso temporal durante un determinado período de tiempo que oscila normalmente entre 30 y 50 años. En la fórmula del condohotel se adquiere por compraventa un inmueble cuya titularidad se inscribirá en el Registro de la Propiedad. También son distintos los sistemas establecidos para sufragar los gastos de mantenimiento, comunidad y suministros que, en el régimen de condohotel son asumidos generalmente por la entidad gestora de forma que el propietario no debe preocuparse en ningún momento de su gestión.

El promotor obtiene el beneficio correspondiente a su actividad y dispone de oportunidades de inversión

Ventajas

Las ventajas para los distintos sujetos que intervienen son claras. El promotor obtiene el beneficio correspondiente a su actividad y dispo-



En la fórmula del condohotel se adquiere por compraventa un inmueble cuya titularidad se inscribirá en el Registro de la Propiedad.



En España la incertidumbre legal ha frenado el desarrollo de los condohoteles.

ne de oportunidades de inversión, tanto en nuevos proyectos como en la reconversión y actualización de establecimientos obsoletos. El gestor hotelero obtiene ingresos derivados de su gestión especializada ocupando las habitaciones en los períodos que no disfruta el propietario y sin necesidad de realizar una gran inversión inmobiliaria. Por último, el propietario dispone de una segunda residencia para determinados períodos del año, con la posibilidad de disfrutar de los servicios y zonas de ocio del hotel (restaurantes, spas, piscinas, gimnasios, etc.) a precios reducidos, y además puede obtener una rentabilidad de la unidad cuando no la utiliza.

Como hemos comentado, el propietario tiene un derecho real de propiedad susceptible de ser transmitido a terceros, sin embargo, el derecho al uso de la habitación es restringido (por ejemplo, un mes al año, de forma continua o discontinua), excluyendo en general aquellos meses de verano en los que la demanda hotelera es mayor y la entidad gestora pueda obtener una mayor rentabilidad. Es por tanto un producto pensado para aquellas personas que dispongan de mayor flexibilidad para organizar sus vacaciones.

La rentabilidad obtenida por el propietario será distinta en cada caso concreto pudiendo depender tanto de la propia rentabilidad del establecimiento, de la eficacia de la gestión empresarial así como del acuerdo concreto de reparto de resultados que se establezca entre los propietarios y el gestor hotelero.

No obstante lo anterior, uno de los inconvenientes más relevantes de este modelo vacacional es su falta de regulación jurídica -tanto a nivel estatal como autonómico-, que contribuye a crear cierta inseguridad en su implantación. Aspectos tales como el supuesto uso residencial en suelo de uso terciario hotelero, la garantía de

El gestor hotelero obtiene ingresos derivados de su gestión sin necesidad de realizar una gran inversión inmobiliaria

la unidad y continuidad en la explotación turística del inmueble, la publicidad registral del régimen de condominio hotelero o el tipo de licencias necesarias para operar son aspectos esenciales que, entre otros, sería aconsejable que la ley clarificara, tanto desde el punto de vista empresarial como de los inversores privados.

A diferencia de países como Estados Unidos o Francia, en España la incertidumbre legal ha frenado en cierta forma el desarrollo de los condohoteles, aún así han sido varios los grupos hoteleros que han establecido hoteles en condominio en diferentes zonas del territorio nacional y se prevé que a finales de 2009 exista en nuestro país una oferta cercana a las 7.000 plazas. Este tipo de desarrollos pueden ser una buena alternativa desde el punto de vista de la creación de empleo, la desestacionalización turística y la racionalidad en la ordenación urbana y turística.

Probablemente en el medio plazo asistiremos a un desarrollo normativo adecuado de esta figura que conllevará sin duda alguna una consolidación de este modelo de negocio, con gran potencial en zonas de turismo costero como nuestras Islas y también en el sector urbano de grandes ciudades

¿Están ustedes interesados en captar 142.000 posibles clientes con un alto poder adquisitivo?



El Aviso llega puntualmente a las manos de sus lectores y se ha convertido en un « MUST » a la hora de comprar, vender, relacionarse o ser informado de cuanto sucede en el ámbito mallorquín.

Desde 1998 El Aviso el mejor medio de información

Información 902 092 991 • publicidad@el-aviso.com • www.el-aviso.com

Las agresivas ofertas no logran llenar los hoteles en plena temporada estival

El turismo no ha salvado su crisis en la temporada alta. En los principales destinos costeros españoles no resulta difícil reservar habitaciones para septiembre, última oportunidad para que los hoteles traten de recuperar las pérdidas por la caída de su ocupación.

Rafael Gallego, presidente de la Federación Española de Agencias de Viajes, afirma que "la ocupación en agosto alcanzó una cifra cercana al 60%, lo que supone una caída interanual entre el 5% o el 7%. La crisis está disminuyendo la llegada de turistas alemanes y británicos a nuestras costas, que de alguna manera se está paliando con un aumento del turismo nacional".

No obstante, a la falta de las cifras de agosto que alienten el moderado optimismo, los residentes en España realizaron en julio un total de 17,3 millones de viajes, lo que supone un descenso interanual del 6%, según el avance de la encuesta de Movimientos Turísticos de Residentes publicados recientemente.

Los últimos datos publicados por el INE apoyan esta evidencia. En el mes de julio disminuyeron las pernoctaciones en establecimientos hoteleros un 5,5% respecto al mismo periodo de 2008. Los hoteles trataron de frenar esta caída reduciendo el precio de sus alojamientos un 6% en tasa interanual.

La ocupación está lejos de alcanzar el lleno total. En el mes de julio tan sólo se cubrieron un 61,7% de las plazas ofertadas, lo que supone un descenso interanual de 6 puntos. A la espera de los datos oficiales de agosto, esta cifra parece no recuperarse.

Por su parte, José Manuel Maciñeiras, presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes (AEDAVE), señala que en agosto la situación ha sido muy similar a la de julio. "Se han realizado reservas de última hora con tarifas muy bajas y con preponderancia del turismo nacional", añadió.

Campana agresiva

Maciñeiras advierte de que la campaña agresiva de precios que el parque hotelero está llevando a cabo este verano para conseguir mantener la ocupación puede tener consecuencias negativas. "El problema de este tipo de actuaciones es que al final del verano las cuentas pueden no cuadrar como se esperaba ya que la disminución de precios es muy significativa".

Por otro lado, el presidente de AEDAVE matiza que la crisis está favoreciendo que en ciudades del interior, como Madrid, aumente la llegada de turistas nacionales en la temporada estival, lo que podría favorecer a la cifra total de ocupación hotelera del pasado mes de agosto.

BALEARES

Baleares, uno de los pocos supervivientes de la crisis nacional. Las Islas Baleares son el destino más solicitado de la costa española. En el mes de julio, Baleares fue la comunidad autónoma que alcanzó el grado de ocupación más elevado, con una tasa del 81,5%. Esta cifra parece mantenerse en el mes de agosto, ya que en destinos como Ibiza los hoteles no sólo completaron la ocupación en los últimos días de agosto, sino que resulta difícil encontrar alojamiento para septiembre. Mallorca tampoco es una excepción y sus hoteles también se encuentran prácticamente completos para el tramo final de la temporada alta. La explicación, según Rafael Gallego, reside en la alta fidelidad que muestran los turistas de Baleares ya que seis de cada ocho son repetidores.

En contraste, las Islas Canarias no han colgado este verano el cartel de no hay plazas. La playa de Maspalomas en la turística isla de Gran Canaria no ha completado su ocupación y todavía dispone de habitaciones con ofertas especiales de última hora. Tampoco la playa de Los Cristianos, en Tenerife, ha llenado sus plazas para el tramo final del verano. Si bien es importante destacar que, por su clima, Canarias comienza su temporada alta con el declive del resto de destinos de costa españoles, a partir del mes de octubre.

COSTAS ESPAÑOLAS

Costa de la Luz

Cádiz es uno de los destinos privilegiados para el turismo de sol y playa. En El Puerto de Santa María era difícil encontrar ocupación para los últimos días de agosto. Sin embargo, los hoteles todavía no se encuentran completos para septiembre. Sancti Petri, otro de los enclaves destacados de la Costa de la Luz, no ha cubierto sus plazas, especialmente en los hoteles de cinco estrellas.





En el mes de julio, Baleares fue la comunidad que alcanzó el grado de ocupación más elevado, con una tasa del 81,5%.

Costa de Azahar

Benicassim es un enclave destacado en el que los turistas nacionales conviven con visitantes internacionales procedentes de los mercados emisores clásicos. A pesar de esto, los hoteles todavía disponen de habitaciones para este mes. Peñíscola, que ofrece además el atractivo de su castillo, tampoco ha llenado sus hoteles.

Costa del Sol

Marbella constituye un destino preferente para los turistas que busquen hoteles lujosos con instalaciones complementarias como el golf o el spa. Sin embargo, éste parece no ser atractivo para completar la ocupación, incluso para el mes de septiembre. Estepona también ha sufrido la crisis y dispone de plazas en hoteles de todas las categorías.

Costa Dorada

La Costa Dorada es uno de los destinos clásicos en el turismo de sol y playa español. Desde el Delta del Ebro y ascendiendo hacia los Pirineos existen numerosos municipios costeros en los que el turismo es una de sus principales fuentes de ingresos. Salou es la población más destacada. Sin embargo, esto no le ha asegurado la ocupación completa.

Costa Blanca

Benidorm y su gran capacidad hotelera supone un punto de encuentro entre turistas nacionales e internacionales. Pero este clásico, con más de 50 años como destino de sol y playa, no ha completado las plazas este verano y todavía se pueden reservar habitaciones. La típica estampa del peñón de Calpe tampoco ha atraído a suficientes turistas para llenar sus hoteles.

Las Islas Baleares son el destino más solicitado de la costa española

Costa del Garraf

La costa catalana, con la cercanía de las montañas a sus playas, es un enclave destacado para los que deseen disfrutar de espectaculares paisajes. Además, la proximidad a Francia facilita la llegada de turistas hasta sus costas. Sitges es uno de los destinos más solicitados. Sin embargo, la oferta hotelera tampoco se ha llenado.

Costa de Valencia

Por el cuidado de sus playas y por su proximidad para el turismo nacional, ha hecho de sus costas uno de los destino más solicitados para las vacaciones veraniegas. Gandía ofrece una extensa playa con una animada vida nocturna.

Costa Verde

Las costas del norte de España son otro destino demandado especialmente por el turismo nacional. En la bien llamada Costa Verde destaca el municipio de Llanes que está sufriendo las inclemencias de la crisis. En el municipio asturiano todavía quedan numerosas plazas disponibles en los alojamientos hoteleros para septiembre.

La *mitad* de turistas recorta su gasto en *vacaciones* por la *crisis*

El número de pasajeros se redujo un 7% en agosto respecto de 2008, y la ocupación hotelera un 11%.



cho de cada diez ciudadanos de los principales países occidentales admite que está conteniendo el gasto o planea hacerlo del gasto; pero sólo la mitad (44 por ciento, más precisamente) aplica esta rebaja a su presupuesto para las vacaciones anuales.

Esta es la principal conclusión del estudio realizado por la consultora THR para la conselleria de Turismo, a partir de quince millares de encuestas en ocho grandes países europeos más los Estados Unidos y Rusia. La empresa calcula que el margen de error es aceptable, hacia el 3,5%, y el departamento autonómico asume sus resultados.

Estos han sido presentados en detalle al sector turístico, en la jornada dedicada a observar 'Cómo cambia el comportamiento turístico en tiempos de crisis y posibles

respuestas para el sector en Baleares', según explicó el representante de THR Miquel Salom.

El objeto es que el mercado pueda "adaptarse mejor a la nueva situación a la hora de desarrollar sus campañas de mercadotecnia y, sobre todo, detectar dónde puede haber oportunidades en la actual situación económica", aseveró.

Mejor que en 2005

Estas cifras son avaladas por la caída del 25% que los hoteleros calculan en sus cuentas de explotación. Sin embargo, el conseller aprovechó el encuentro para suavizar el "dramatismo" de la situación que atraviesa el negocio turístico en Balears. Miquel Nadal desveló que el número de visitantes llegados a Balears durante la primera quincena de agosto experimentó un descenso de siete puntos respecto del "excepcional" 2008, mientras que julio la caída fue aún menor, de un 4%.

En todos los casos, además, estas cifras se han situado en una posición ventajosa respecto de la media estatal; y el conseller apreció que la caída de ocupación hotelera deja a Balears en los márgenes de 2005 y 2006, "que entonces se consideraban muy buenas, hasta que 2007 batió el récord absoluto, maravilloso".

Horas más tarde, el Ministerio confirmaba que la ocupación hotelera de Balears se situó en un 84% en el pasado mes de agosto, frente al 95% del año pasado, según los datos de su encuesta Ocupatur. La cifra supera en 4 puntos la media estatal en zona costera.

El conseller rehusó mostrarse "pesimista" respecto de la continuidad de la temporada turística en septiembre.



El objeto es que el mercado pueda adaptarse mejor a la nueva situación a la hora de desarrollar sus campañas de mercadotecnia.



¿Problemas con su dentadura?

Enrique Amorós Cerdá
Médico Odontólogo
COL. N° 266

clidents
Clínica Dental

C/. Francisco Martí Mora, 12 - 1º B - 07011 Palma de Mallorca - Tel. 971 73 18 43
Carrer Llarg, 93 - 07320 Santa Maria del Camí - Tel. 971 62 11 81

La ocupación turística en Baleares alcanzó el 84% en agosto

El turismo en Palma alcanzó un 71%, por encima de la media.

La ocupación turística en la costa y en las islas durante el mes de agosto no logró superar el 84 por ciento en Baleares, según la nueva encuesta Ocupatur, realizada por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. La ocupación en Baleares en agosto suele ser del 100%.

Por zonas, destaca la alta ocupación registrada en la Costa Blanca, que alcanzó el 86 por ciento; la Costa Brava, el 85 por ciento, y la Costa del Sol, el 81 por ciento.

Los alojamientos turísticos de Baleares llegaron al 84 por ciento, mientras que los de Canarias se situaron en el 75 por ciento.

Así mismo, la ocupación en hoteles alcanzó el 75%, y en casas rurales ha sido del 58%, superando en seis puntos porcentuales las previsiones que se realizaban en función de las reservas que tenían los alojamientos.

El turismo en las ciudades alcanzó el 61 por ciento de media, porcentaje superado por la ocupación en lugares como Barcelona (80%), Málaga (76%), Santiago de Compostela (75%) o Palma (71%).

Esta nueva encuesta, que se realizó por primera vez con motivo de la Semana Santa, tiene por objeto conocer el grado de ocupación en alojamientos turísticos en épocas de mayor afluencia, como son los viajes de temporada y los principales puentes



El turismo en Palma alcanzó un 71%, por encima de la media.

CENTROS DE WELNESS 902 07 66 55 www.illescf.com



¿Quieres mas?

!ENHORABUENA!
No podemos permitir que estes sin hacer ejercicio



Tu primer ejercicio:

Cómo crear una *cultura empresarial* sólida

Las empresas de éxito se distinguen por ser capaces de combinar objetivos exigentes y ambiciosos con un sentido de misión y unos valores que van más allá del beneficio, y estimulan el cambio a través de la mejora continua.

A principios de los años ochenta, el mundo empresarial, marcado por la crisis del petróleo, trataba de encontrar nuevas soluciones. Aparecieron unos cuantos best sellers, como el conocido "En búsqueda de la Excelencia", de Tom Peters y Robert H. Waterman, que pusieron al descubierto que la clave del éxito no residía en unas determinadas estrategias, sino en algo de lo que se hablaba muy poco hasta entonces: la perspectiva cultural. Hoy en día, empresas familiares y no familiares siguen preocupándose por construir y transmitir una cultura que fomente el compromiso de las personas en un proyecto común.

El compromiso con la misión lleva a sentir el proyecto empresarial como propio

¿Cuál es problema? Muchas empresas están enfocadas exclusivamente al beneficio económico, y éste por sí solo no es capaz de motivar. Numerosos estudios, como los de Collins y Porras, demuestran que las empresas de éxito se distinguen por ser capaces de combinar objetivos exigentes y ambiciosos con un sentido de misión y unos valores que van más allá del beneficio, y

estimulan el cambio a través de la mejora continua según destaca Helen Wilkinson, investigadora asociada del IESE.

Los valores han de guardar una coherencia con los objetivos corporativos y la misión

Ejes fundamentales

La cultura empresarial comprende tres ejes fundamentales: misión, valores y competencias, que deben estar alineados para crear una cultura consistente. Sólo si se cumplen esas condiciones, la empresa dejará de ser un conjunto de personas que funcionan como una máquina para convertirse en una institución con identidad propia y con unos fines compartidos por todos sus miembros.

Misión

Empecemos con la misión. Hoy son muchas las empresas que cuelgan en sus paredes (o en su página web) un enunciado de misión. Pero eso, por sí solo, no garantiza que esa misión esté viva. La misión ha de tener un contenido motivador. De ahí la importancia de incluir en ella no sólo el beneficio del accionista, sino el desarrollo de los empleados y la específica contribución a la sociedad. Pero sobre todo, ha de ser creíble. Por ejemplo, de nada sirve que los empleados ocupen un lugar destacado en la misión si la empresa no apuesta por su formación y reciclaje profesional.

Sigamos con los valores. Un estudio llevado a cabo por Cardona y Rey en empresas españolas y portuguesas pone de manifiesto que más de la mitad de los empleados no comparten los valores propugnados por la empresa. ¿Cómo pueden las empresas superar ese desacuerdo? Los valores han de guardar una coherencia con los objetivos corporativos y la misión. De nuevo, si la empresa proclama que entre sus valores está el espíritu de servicio y luego no sanciona las actitudes individualistas de algunos empleados, los valores quedarán en papel mojado.



SON CASTELLÓ
AUTODESGUACE
Centro Autorizado de Reciclaje y Descontaminación de Vehículos

Venta de Recambios

Tramitamos la baja y recogida de su vehículo gratis

Gr. Tejedores, 13 - 07009 Pol. Son Castelló - 971 43 69 29 - 658 99 82 12
bajastrafico@autodesguacessoncastello.com - autodesguace@gmail.com



Los comportamientos y actitudes de quienes trabajan en la empresa deben secundar la misión y los valores de la misma.

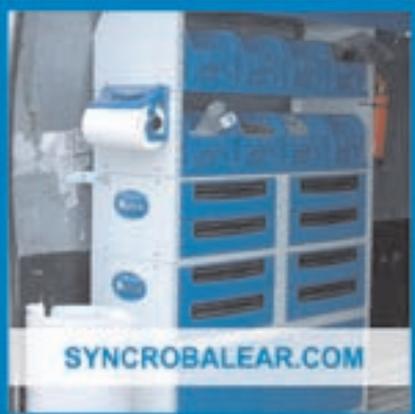
Compromiso

Por último, los comportamientos y actitudes de quienes trabajan en la empresa deben secundar la misión y los valores de la misma. Más allá de los objetivos, su compromiso con la misión les llevará a sentir el proyecto empresarial como propio y a contribuir con todos los recursos a su alcance. Para hacerlo eficazmente, necesitarán contar con competencias como la visión de la organización, que les permitirá comprender las interdependencias entre departamentos; la comunicación y el

trabajo en equipo, imprescindibles para mantener la implicación de todos en el proyecto; o el equilibrio personal, para saber reaccionar adecuadamente a las distintas circunstancias.

La empresa familiar es un marco idóneo para potenciar una cultura corporativa fuerte, anclada en la misión. Y es que, por lo general, las empresas familiares tienen claro el por qué y para qué de su existencia. Para complementar esta misión, sólo necesitan descubrir cómo quieren contribuir a la sociedad y formar un equipo que crea en esos principios y los lleve a la práctica.

Parece fácil, pero no es algo que pueda improvisarse o limitarse a los códigos escritos. La cultura empresarial es algo vivo y cambiante que sólo se construye con un liderazgo que extienda el compromiso a todos los niveles de la organización.



SYNCROBALEAR.COM



Tel. 606 440 832

MOBILIARIO PARA FURGONETAS



AHORRE TIEMPO Y DINERO

Las empresas que nazcan durante la crisis serán más fuertes

Las compañías que nazcan y superen épocas duras como las actuales tendrán una fortaleza superior que las que nacieron en tiempos de bonanza.

¿A

quién se le ocurre lanzar una empresa durante la crisis? ¿Será que los emprendedores han perdido el sentido común? ¿O quizá son superhéroes, personas con unos conocimientos y una energía absolutamente extraordinaria, gente difícilmente imitable? Pues resulta que no, explicó el profesor del IESE Pedro Nueno: nada de eso, son personas normales. Simplemente cuentan con conocimientos, decisión, horas de trabajo y una capacidad de sacrificio a la que recurrir en algunos momentos más intensos.

Fue la primera ponencia -titulada "Emprender en tiempos de crisis"- del II Foro de Inversión y Crecimiento, evento organizado por el Centro de Empresa Familiar e Iniciativa Emprendedora (CEFIE) del IESE, en colaboración con Finaves, que tuvo lugar en la sede de la escuela en Barcelona.

Los emprendedores han desarrollado un plan de empresa, en el que creen, y cuentan con unos inversores que les apoyan. Tras estudiar bien el proyecto, algunos se atreven a lanzar empresas en tiempo de crisis. "Saben que las compañías que nazcan y superen épocas duras como las actuales, tendrán una fortaleza superior que las que nacieron en tiempo de bonanza", afirmó el profesor.

¿Cómo afecta el credit crunch a los inversores?

El foro también contó con un panel en el que varios emprendedores y varios inversores en capital, moderados por la profesora Julia Prats, debatieron sobre cómo la coyuntura actual afecta sus actividades. Intervinieron Johan Ahlund, de Artificial Solutions; Marcel Rarfart, de Nauta Capital; Adriana Oller, de Private Equity Investor; y Jean-François Alandry, de Eurohold. Más prudencia y lentitud de movimientos, falta de liquidez ("hay más proyectos que dinero"), cuestionamiento de cualquier operación por parte de los bancos, y apertura a nuevos mercados hasta ahora inexplorados fueron algunas de las conclusiones comunes de los panelistas.

Proyectos

Paralelamente, el II Foro de Inversión y Crecimiento sirvió para que estudiantes del MBA del IESE y antiguos alumnos presentaran sus proyectos, mayoritariamente emprendedores los primeros y en crecimiento los segundos.

Los cinco proyectos emprendedores fueron el sistema de monitorización del tráfico en tiempo real BIT CARRIER, a cargo de Martín Méndez; los supermercados Aldi a la mexicana DISCONTI, por Sebastián Miralles; el sistema integrado de telecomunicaciones AVUI TELECOM, presentado por Nicolas Danré; la plataforma online para poner en contacto a másters y empresas MBA & COMPANY, de Daniel Callaghan; y la promotora de eventos musicales STAR LIVE (Claudia Ribas).

En cuanto a los cuatro proyectos en crecimiento, fueron presentados por los antiguos alumnos del IESE Joelle Fritjers (la tecnología de gestión de ingresos IMPROVE DIGITAL), Javier Luch (IMPACT MEDIA, gestión de campañas publicitarias) y Madhur Srivastava (la web de subastas MADBID.COM), así como por el actual MBA Sergio Malagrida (el fabricante y comercializador de máquinas de lavado de vehículos WASH SOLUTIONS).

Los nuevos emprendedores cuentan con conocimientos, decisión, horas de trabajo y una capacidad de sacrificio a la que recurrir en algunos momentos más intensos.

Dirigir en épocas de crisis

Sólo la adaptación constante al entorno y al mercado garantiza el éxito de las empresas.

Según un reciente estudio, de las empresas consideradas excelentes hace veinte años, un tercio han desaparecido. Sólo cuatro de las quince empresas más valiosas en 1999 según la revista Fortune lo siguen siendo en 2007. Sólo la adaptación constante al entorno y al mercado garantiza el éxito de las empresas.

Sin entrar a debatir si estamos en crisis, en recesión o en desaceleración, es evidente que hemos entrado en una nueva etapa, que será larga, en que ha desaparecido la euforia económica en la que veníamos viviendo en España desde hace quince años. Durante este largo periodo, nuestro país ha tenido crecimientos superiores a la media de los países industrializados, y algunos sectores como el inmobiliario y el bancario, han tenido beneficios espectaculares y yo pienso que excesivos.

Ante esta situación, todas las empresas, incluso las que vayan bien, deben revisar sus estrategias, adaptarse a la nueva coyuntura y tomar medidas para asegurar su competitividad a corto y a medio plazo. Todas las empresas deberían someterse a un chequeo para ver si necesitan una estrategia de emergencia. En este análisis deberíamos verificar si: ha bajado sustancialmente la rentabilidad, se ha deteriorado la estructura del pasivo, si para vender no se tiene otro argumento que bajar el precio, si crecen los impagados, se deteriora la productividad, se pierde cuota de mercado, se van de la empresa personas clave, si hay reticencias en la banca para dar financiación, si hay reticencias en los proveedores para suministrar mercancía, etc.

Las empresas que detecten estos síntomas de deterioro y vayan a entrar o ya estén en crisis deben afanarse en reestructurar y hacer reingeniería de todos sus procesos y actividades, adaptando su dimensión a las nuevas circunstancias, reduciendo sus activos materiales e inmateriales, es decir, suprimiendo todas aquellas funciones, todas aquellas tareas, todos aquellos activos y todas aquellas personas, que no aportan valor a la compañía. En épocas de expansión económica es usual que las empresas engorden, adquiriendo activos, con nuevas instalaciones, contratando más personas, etc. Es seguro que, en estos momentos, mucho de esto no sea necesario.

Medidas

El profesor del IESE, Jaume Llopis, recomienda coger las tijeras y empezar a recortar. Hay que tomar medidas. Todas las empresas deben revisar sus estrategias y adaptarse a la nueva coyuntura para conseguir mejoras en la productividad, mejorar la utilización de todos sus activos, asegurar la liquidez, optimizar los precios de venta, mejorar el clima laboral, mejorar la calidad y el servicio, y todo ello integrado en un plan de revitalización con una definición clara de los objetivos que se persiguen. Una estrategia de emergencia será necesaria cuando hay desorientación en la empresa, cuando no se cumplen las expectativas financieras, cuando las divisiones internas impiden una acción eficaz. En estos casos, la propiedad o la central debe estar dispuesta a intervenir, establecer "la verdad" de lo que ocurre y mostrarse decididos y, a veces, despiadados. Al inicio de la crisis, los directivos pueden perder mucho tiempo negando que algo haya ido mal. Hay que saltarse ese paso. Sin embargo, y dicho todo lo anterior, la reestructuración y la reingeniería son condiciones necesarias pero no suficientes para asegurar la competitividad de la empresa.

Se han cometido muchos errores en todos los países y en todos los sectores, reestructurando simplemente. Tenemos ejemplos en nuestro país en el sector textil, la siderurgia y los astilleros, entre otros. Reestructurar lo que hacemos es mejorar los costes, reducir los gastos a corto plazo; es decir, damos un poco más de vida a la empresa, ponemos un "parche" que puede servir para subsistir un poco más, pero si además de reestructurar no regeneramos la estrategia, adaptándonos a los cambios del mercado, satisfaciendo las rápidas y cambiantes demandas de nuestros clientes, con productos y servicios diferenciales que aporten valor añadido a nuestra empresa y a nuestros clientes, no aseguraremos la competitividad y la supervivencia futura.

En definitiva, en la situación actual de nuestra economía, estemos o no estemos en crisis, todas las empresas deben hacer continua y constantemente el triple ejercicio de reestructuración, reingeniería y regeneración de las estrategias. La reestructuración y la reingeniería son condiciones necesarias pero no suficientes para ser competitivos. La regeneración y la adaptación constante de la estrategia a los cambios del mercado es la condición necesaria y suficiente para asegurar la competitividad.

Niños, los líderes del futuro

Los especialistas apuestan por la alta motivación en la infancia.



¿Cuál es el camino que conduce al éxito profesional? ¿Existe alguna fórmula magistral para llegar a ser un buen líder? El liderazgo, cómo alcanzarlo y cómo ejercerlo correctamente es una de las preocupaciones más relevantes que hoy en día atañe a los altos cargos. Además, de la calidad y buen (o mal) hacer de los líderes actuales dependerá la formación de los líderes futuros.

“Aquí queremos formar a líderes”, asegura a Gran Empresa Ana Alomar, directora de los colegios mallorquines Aixa y Aladern, centro educativo que depende de la Fundació Educació i Família de las Islas Baleares y que “fueron impulsados por un grupo de padres conscientes de la necesidad de que sus hijos recibieran una formación de calidad junto a unos valores humanos y un proyecto educativo de vanguardia”.

Por su parte, Javier Doncel, director del colegio mallorquín Llaüt, explica a esta revista que el objetivo de este centro educativo es formar excelentes profesionales y excelentes personas que puedan influir en la realidad social económica de Baleares gracias a su profesionalidad, integridad y espíritu de servicio. Un objetivo que para ambos profesionales pasa por la alta motivación de sus alumnos. “Médicos, abogados, arquitectos, maestros que sean conscientes que con su trabajo bien hecho pueden prestar un buen servicio a la sociedad”, asegura Javier.

Por esto intentan motivar a cada alumno en sus facetas más destacadas. “Por ejemplo, si vemos a alguien que le gustaría ser médico y posee cierta sensibilidad ante el sufrimiento de los demás le ayudaremos, le motivaremos y le proporcionaremos todo el apoyo y ayuda necesaria para que sea un buen médico....”, explican Ana y Javier.

Este es el principal reto y lo que intentan inculcar a todos los alumnos que forman parte de los colegios situados en el Parc Bit (Aixa, Aladern y Llaüt). Pero este programa educativo, recuerda Ana, está centrado en todas las dimensiones de la persona en estrecha colaboración de los padres, principales y verdaderos protagonistas de la educación de sus hijos.





-  En invierno deje el agua de su piscina con el pH ajustado entre 7,2 y 7,8. Si es necesario, aplique un corrector de pH.
-  Limpie y escobille a fondo las paredes y el piso de la piscina.
-  Limpie el "skimmer" y el filtro de pelos.
-  Lave el filtro durante varios minutos para asegurar su completa limpieza.
-  Nunca deje el filtro seco, ya que el material filtrante puede endurecerse con las sales propias del agua obligando al cambio de carga al inicio de la próxima temporada.
-  Para mejores resultados realice una supercloración del agua agregando el doble de cloro de lo habitual. Se recomienda el uso del producto en tabletas o granulado, ya que su acción es más efectiva.

Graní Sucres i Candelers, 20 - Nave 4
 Poligono Son Castelló - 07009 Palma
 Tels.: 971 433 028 / 971 431 316
 Fax: 971 910 152
 Móviles: 816 952 400 / 526 996 192
 p.illes@hotmail.com

EXTERIORES

Coca-Cola estrenará nueva sede en Madrid en un edificio 'verde'

Desde Coca-Cola aseguran que la nueva sede, en la que se han invertido más de 20 millones y que tendrá más de 7.500 metros cuadrados útiles repartidos en cuatro plantas en altura y tres sótanos, pretende ser un ejemplo medioambiental. Para lograrlo y entre otras características dispondrá de una cubierta vegetal. Además, toda su carpintería y muebles de madera contará con la certificación FSC (Forest Stewardship Council). La compañía de refrescos vendió a principios de 2007 el edificio que ha venido siendo su sede, situado en la calle Josefa Valcárcel (al lado de la autovía A-2), a la inmobiliaria Sotohenar por un monto que no se ha querido desvelar. Desde entonces la empresa se ha mantenido en el edificio -que la inmobiliaria vendió después al Banco Popular por 57 millones- como inquilino.

BBVA amplía un 22% su presencia en EE UU al comprar Guaranty

Francisco González, presidente del BBVA, afirmó a finales de marzo que cuando hubiera oportunidad, trataría de complementar a Compass, su banco en el sur de EE UU, con otra compra. El momento llega ahora de mano de una crisis financiera que está haciendo estragos en la banca de este país. El BBVA se ha hecho con el banco tejano Guaranty, el segundo en el estado según el ranking de activos que maneja la Asociación de Banqueros de Texas. Aunque desde la entidad española no se ha querido confirmar, el BBVA es el ganador de una subasta para hacerse con este banco que está tutelado por la Oficina de Supervisión del Ahorro (OTS) y lleva seis semanas buscando, sin éxito, una recapitalización que evite su colapso. Se desconoce el detalle de los términos del acuerdo al que han llegado la FDIC y el banco de González.



Siemens trae a España el metro sin conductor

El metro está sufriendo una gran revolución en los últimos tiempos. La implantación de trenes subterráneos no tripulados, que ya se ha realizado en otras ciudades del mundo como París, Lyon, Nuremberg o Helsinki, ha llegado al metro de Barcelona, gracias a la tecnología utilizada por Siemens. Concretamente, a la línea 9, en donde ya está en proceso de prueba para ponerlo posteriormente en funcionamiento, según la previsión de la empresa, en el mes de octubre. La llegada de este metro sin conductor a la ciudad condal supone el primer caso de esta tecnología en nuestro país. La conducción automática de los trenes ha causado siempre un temor en la ciudadanía. La desconfianza que genera para muchos usuarios una máquina programada para transportar personas podría llevar a que no se utilizara el servicio.

Desciende en un 5,3% el número de pasajeros de Air Berlin hasta julio

El número de pasajeros de Air Berlin descendió un 5,3% durante los siete primeros meses de 2009, un dato que la empresa achacó a que la "capacidad" de la aerolínea también fue un 3% inferior en ese mismo periodo. A través de un comunicado, la segunda mayor compañía aérea alemana explicó que desde el mes de enero hasta julio del presente año, un total de 15.525.847 pasajeros viajaron con Air Berlin, mientras que en el mismo periodo en 2008 fueron 16.403.054. Asimismo, la empresa informó de que la ocupación de los aviones de Air Berlin disminuyó un 1,8%, pasando de 78,1% en 2008 a 76,3% en 2009. Los datos del mes de julio desprenden que las operaciones de esta aerolínea fueron similares a las del pasado año, pues la ocupación de sus aviones fue de un 83,4%, un 0,1% más que en julio de 2008.

BRUNET & AGUILAR
ASESORES

**Fiscal
Laboral
Contable**

**Gestión y Asesoramiento
Pymes - Autónomos - Particulares**

**Tramitación Escrituras
Asesoría Jurídica**

c/ Fluvià, 9 - 3º - B (Polígono Son Fuster) 07009 - Palma. Tel. 971 247 122 Fax. 971 248 107 info@brunetaguilar.com
www.brunetaguilar.com

NH amplía capital en 197,2 millones de euros para ganar liquidez

La firma hotelera NH ha ampliado su capital en 197,2 millones de euros, según una comunicación remitida a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). Esta ampliación es consecuencia de la emisión de nuevas acciones que la última Junta General de accionistas aprobó como medida para ampliar la liquidez de la compañía. Así, el capital social de NH queda fijado en 493,23 millones de euros, representado por 246,6 millones de títulos. La compañía no ha presentado todavía los resultados del segundo trimestre del año, aunque en los tres primeros meses obtuvo unas pérdidas de 39,2 millones de euros, un 111,5% más que en idéntico trimestre del año 2008. Además de con la emisión de nuevas acciones, NH también pretende ganar en liquidez desinvirtiendo en varios activos que no resultan estratégicos para la compañía.

Iberia mejora en 0,2 puntos su tasa de ocupación en julio

Iberia ha aumentado en 0,2 puntos porcentuales su tasa de ocupación en julio, hasta el 84,8%, el nivel más alto para un mes de julio "en la historia de la compañía". La demanda, medida en pasajeros por kilómetro transportado (PKT), ha cedido un 3,7%, hasta 4,733 millones, un porcentaje muy similar a la oferta de asientos, que ha caído un 3,8% medida en asientos por kilómetro ofertado (AKO). La aerolínea española ha destacado que "ambos descensos interanuales son menores que los registrados en los dos meses anteriores". La ocupación ha sido mayor en los vuelos de largo radio. Ha cerrado julio en el 86,9%, con una caída de 2,2 puntos respecto al mismo mes del año anterior. Sin embargo, ha aumentado en 2,8 puntos porcentuales en Europa, hasta alcanzar el 83,8%.



Nestlé invierte un millón de euros para mejorar el perfil nutricional de sus helados

La compañía Nestlé invertirá más de un millón de euros en una nueva tecnología que permitirá mejorar el perfil nutricional de sus helados para hacerlos más saludables y equilibrados sin renunciar al sabor ni a la cremosidad, informó la compañía en un comunicado. Esta inversión se centralizará en la fábrica que la compañía tiene en Araia (Álava), especializada en la producción de helados, donde gracias a esta tecnología se podrá trabajar a una temperatura muy inferior a la utilizada hasta ahora. El objetivo, indicó la compañía, será reforzar la amplia oferta de helados bajos en grasa, aptos para una dieta sin gluten, sin azúcares añadidos o enriquecidos con calcio. El grupo alimentario suizo Nestlé registró un beneficio neto de 5.071 millones de francos suizos en los seis primeros meses del año, lo que supone un retroceso del 2,7%.

Orange lanza una tarifa a seis céntimos por llamada y SMS para combatir la crisis

Orange ha lanzado una nueva tarifa que permite llamar y enviar mensajes SMS entre las 18.00 horas y las 8.00 horas por sólo 6 céntimos de euro por minuto, con un consumo mínimo mensual de 6 euros, con el fin de ayudar a sus clientes a combatir la crisis económica. Según informó Orange en una nota de prensa, el 'Contrato Generación 6' se convierte, por tanto, en la tarifa más barata del mercado para llamar y enviar mensajes en horario de ocio. Se trata de una tarifa muy adecuada para jóvenes y para todas aquellas personas que buscan reducir sus gastos fijos en estos momentos de crisis. También considera que es una tarifa "ideal" para dar el salto de tarjeta a contrato. Con este contrato, Orange afirma profundizar en su apuesta por el ahorro y la sencillez en su oferta de productos y servicios.

Cerques treballadors?

Vols saber més?

Ajuntament de Palma
imfop
 Institut municipal de formació, ocupació i foment

telèfon d'informació gratuït
900 139 138

Vols montar una empresa?

Cerques feina?

Vine a l'IMFOF!



TUI reclama una modernización de la planta hotelera de Menorca

El director general de TUI en Gran Bretaña, David Harper, solicitó a los hoteleros de Menorca una “modernización de la planta de establecimientos turísticos de la isla con un reajuste de precios que permita competir en condiciones con otros mercados”. Harper intervino en la asamblea general de la Asociación Hotelera de Menoría (ASHOME), a la que también asistieron el presidente del Consell, Marc Pons; el conseller de Turismo, Lázaro Criado; y Joan Sastre, director general de Promoción Turística del Govern balear. El encuentro fue convocado bajo la denominación “Análisis de la situación del mercado turístico en el Reino Unido y previsiones para 2010-2012”. Este encuentro se produjo después de la visita que llevó a cabo a la sede de TUI, en Londres, una delegación de ASHOME encabezada por su presidente, Joan Melis, con el presidente Marc Pons y el conseller Lázaro Criado.



Air Europa transportó en julio 971.666 pasajeros, el 0,7 por ciento más

La compañía aérea Air Europa, del Grupo Globalia, transportó en julio 971.666 pasajeros, el 0,7 por ciento más que en el mismo mes de 2008 y ha sido la única aerolínea española que creció el pasado mes. La compañía informó en un comunicado que aumentaron un total de 7.021 pasajeros, lo que considera más importante en el actual momento de crisis económica. Añade que este incremento de pasajeros le sitúa en un inmejorable punto de partida para ser compensada con la devolución de las tasas aeroportuarias prometida por el Gobierno para aquellas aerolíneas que aumenten sus clientes en lo que resta de 2009. Air Europa, miembro de la alianza SkyTeam, forma parte de Grupo Globalia y cuenta con una flota de 41 aviones: 29 Boeing 737, dos Boeing 767, seis Airbus A330 y cuatro Embraer.



Banca March cierra el semestre con un beneficio de 122,8 millones, un 17,1% más

Banca March obtuvo un beneficio neto de 122,8 millones de euros en el primer semestre del año, un 17,1 por ciento más que en el mismo período de 2008, incremento debido a la consolidación de la venta de la participación que ACS -de la que es primera accionista- tenía en Unión Fenosa. Sin esta consolidación, el incremento del margen bruto es del 0,9 por ciento y el beneficio del banco después de impuestos cae un 18,3 por ciento, según detalla un comunicado emitido hoy por la entidad financiera.

La tasa de morosidad se situó al final de estos primeros seis meses en un 2,60 por ciento, “entre las más bajas del sector”, según el comunicado, en el que subraya que el nivel de cobertura de insolvencias ha alcanzado el 98,44 por ciento. Banca March destaca sus “elevadas ratios de solvencia”, con un Tier I (recursos propios de mayor calidad) que ha registrado un nivel del 16,8 por ciento, “uno de los más elevados de la banca europea, con un patrimonio neto de 3.079 millones”.

Ryanair unirá en 2010 Palma e Ibiza con aeropuerto británico Leeds Bradford

La aerolínea irlandesa Ryanair ha anunciado la inauguración de dos nuevas rutas aéreas que unirán los aeropuertos de Palma e Ibiza con el aeródromo británico de Leeds Bradford a partir del 26 de marzo de 2010. Según afirma Ryanair en un comunicado, la frecuencia en Ibiza será de dos vuelos semanales, martes y jueves, mientras que a Palma arribarán aviones todos los lunes, miércoles, viernes y domingos. Con este anuncio Ibiza verá incrementadas sus rutas con Ryanair hasta once, una de ellas doméstica hacia Girona, y en Palma sumarán veintinueve, de las que cuatro tienen como destino los aeropuertos españoles de Girona, Reus, Alicante y Madrid.





Sa Nostra destina 12.000 euros al Principal de Mahón para promover artes escénica

El director de la zona de Menorca de Sa Nostra, Germám Sintes, y el alcalde y presidente del Teatro Principal de Mahón, Vicenç Tur, firmaron la renovación del convenio con el fin de promocionar y difundir las artes escénicas en la isla menorquina, por un importe de 12.000 euros. La entidad bancaria informó mediante una nota de prensa de que su colaboración económica de 12.000 euros posibilita la temporada teatral que supondrá, a lo largo de este año, entre diez y doce obras teatrales que ofrecerán “diversidad, tanto en temática como en público”. Además el convenio incluye también nuevas ediciones del concierto anual “Camerata Sa Nostra”, que este año se celebró el 7 y 8 de marzo, y la celebración del Día Mundial de la Danza, que tuvo lugar en el mes de abril con la coreografía original “Darwin, la danza de la vida” bajo la dirección de Joan Taltavull.



Barceló invierte ocho millones para reformar su hotel urbano más viejo en Santo Domingo

La cadena hotelera Barceló ha destinado ocho millones de euros a la reforma del hotel urbano más viejo de la compañía en Santo Domingo, el Barceló Lina, que fue inaugurado hace 20 años, como apuesta por el turismo de negocios, informó hoy en un comunicado. El Barceló Lina, situado en el centro de la capital de la República Dominicana, ha rehabilitado todas sus habitaciones, así como su equipamiento con la “más avanzada tecnología”, como Internet de banda ancha y ‘wifi’. Asimismo, el ‘resort’ del grupo mallorquín en Santo Domingo contará con un “exclusivo Club Premium para la clientela más exigente”, y una azotea con jacuzzi. Concretamente, el Barceló Lina está próximo a la zona comercial y financiera de la ciudad de Santo Domingo, a 30 minutos del aeropuerto internacional.



Nace reserva123.com para competir con los portales principales de reserva

Un grupo de inversores mallorquín han apostado por el turismo online con el lanzamiento de la web www.reserva123.com, un portal de reservas hoteleras que nace con el objetivo de competir con los principales portales vacacionales. Actualmente cuenta con más de 20.000 establecimientos y precios ‘ganga’ desde un euro la habitación doble. La empresa, de capital mallorquín, esta liderada por grandes expertos en el mundo turístico y digital. Como oferta de lanzamiento, reserva123.com, ofrece 30 habitaciones de hotel por el precio de un café. Desde 1 euro, el usuario podrá encontrar habitaciones de hotel para dos personas a lo largo del territorio nacional. No es necesario registrarse. Tan sólo hay que acceder a www.reserva123.com y localizar las 30 reservas seleccionadas por 1, 2 ó 3 euros. Vacaciones en agosto, septiembre y octubre en las mejores costas de España. Los más rápidos, tendrán las vacaciones más baratas.

Sol Meliá gestionará el Sheraton Bilbao

La compañía Sol Meliá anunció que a partir del próximo 15 de septiembre pasa a gestionar el actual Hotel Sheraton Bilbao, y aspira a convertirlo “en un nuevo referente de la vida social bilbaína”. Sol Meliá detalló que comunicó a los trabajadores la firma de un contrato con la propiedad del actual Hotel Sheraton Bilbao, el Grupo Cosimet e Ybarra & Cia y que así, el hotel se denominará Meliá Bilbao. Según los representantes de Sol Meliá, el nuevo contrato permitirá “reforzar la gestión a partir de un proyecto más ambicioso que pueda convertir a este magnífico edificio, como se merece, en el ‘Hotel de Bilbao’ por excelencia”. Ubicado en la zona nueva de Bilbao, surgida a partir del plan de reordenación de la Ría de Bilbao, que incluye como buque insignia el Museo Guggenheim, el hotel tiene 211 habitaciones, spa, y una oferta de salas para reuniones para acoger la creciente demanda de convenciones e incentivos de esta ciudad, analizaron los nuevos gestores del hotel.



La *economía balear* bajará un 3% por la *caída* de los *ingresos turísticos*

El conseller Carles Manera detecta que la recaudación impositiva descende y que “no se ven brotes verdes”

El conseller de Economía y Hacienda del Govern balear, Carles Manera, realizó recientemente una nueva estimación del Producto Interior Bruto (PIB) de Balears correspondiente a 2009, el primero durante la actual temporada turística, que va camino de finalizar de forma anticipada.

Manera estimó que el PIB bajará un 3 por ciento este año, una cifra que siendo negativa “no es tan mala como la media española, que descenderá aún más, es decir, que la caída no será tan severa”.

Manera manifestó ser “cauteloso” porque “continuamos viviendo una dura etapa, y no se aprecian signos importantes de recuperación. Sigo sin ver brotes verdes”. El sector económico más importante, el turismo, está dando muestras de recesión, pero Manera entiende que lo preocupante no es la bajada en el número de turistas que nos visita, sino su menor capacidad de gasto.

“La reducción de los visitantes es leve, pero los ingresos generados por el gasto de los turistas descenden más. El vector clave para Balears es el ingreso, no el número de turistas”. Observa que “gastan menos y eso redundará en los ingresos agregados”.

Temporada turística

No obstante, el jefe de la economía balear sostiene que al estudiar el comportamiento de las temporadas turísticas, sería conveniente no comparar la de 2009 con la de 2008 o 2007, “porque ambos fueron años anormales, con récords que se generaron en parte por las dificultades que han tenido otros destinos competidores”, refiriéndose de este modo a los atentados terroristas que restaron turistas a Turquía.

A su juicio, 2009 debería ser comparado con 2005 o 2006 para ser más realistas. Si así se hiciera, se apreciaría que la marcha del turismo no es tan recesiva este año.

La reducción del gasto turístico tiene su consecuencia inmediata en la caída de la recaudación impositiva, “que es lo que está lastrando a la economía de las islas”. Ello provoca “desviaciones presupuestarias” aunque también están basadas en la corrupción “puesto que hay partidas que se podrían haber dedicado a inversiones sensatas”.

Respecto a las buenas noticias sobre el crecimiento del PIB de países emisores de turistas como Alemania y Francia, Carles Manera dijo que no hay que llamarse a engaño, “porque hay que ver si el crecimiento es sostenido”. Además, el conseller de Economía considera que dichos incrementos se deben a que han reducido la importación de productos, y al mantener la exportación, produce un saldo favorable de la balanza comercial.

Para certificar la salida de la recesión, Manera considera que a ambos países “les falta que responda el consumo, por eso no hay que lanzar de momento la campanas al vuelo”.



El conseller de Economía y Hacienda del Govern balear, Carles Manera.

ACOTUR

Associació de Comerciants i Empreses de Serveis Turístics de Mallorca

C/ Córdoba, 5
Edificio Nova Centro (Club de Hielo)
07181 - Palmanova (Calvià)
971 68 05 86 - www.acotur.com



ADALMO

apostamos por el futuro

GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS

SOLICÍTENOS
PRESUPUESTO
SIN
COMPROMISO



ASESORAMIENTO AMBIENTAL

RECUPERACIÓN Y RECICLAJE

· Hierro · Metales (aluminio, cobre, latón, plomo...)

GESTOR DE RESIDUOS PELIGROSOS

- Todos los sectores: Automoción, Náutica, Construcción, Hoteles, Imprentas, Fotografía, Carpinterías, Lacadores, Tintorerías, Electrónica, Cuero...
- Suministro de envases homologados
- Documentación oficial
- Tramitación de pequeño productor
- Formación y asesoramiento ambiental

EMPRESA DE SERVICIOS

- Desguace industrial
- Contenedores de 5m³ a 30m³, AutoCompactadora,
- Residuos no peligrosos: voluminosos, escombros, poda...

TRABAJOS CON AMIANTO

- Realización de planes de trabajo
- Personal formado
- Gestión de residuos de amianto

**NUEVAS
INSTALACIONES**

Area empresarial Ses Veles, Parcela 43 - 46
07110 Buñola

Josep Antoni de Cabanyes, 24
Polígon Can Valero - 07011 Palma de Mallorca

Fusters, 26 - 971 55 51
07500 Manacor



ADALMO

GESTOR DE RESIDUOS
RTP/G-027.97/CAIB

Tel. 971 60 64 70

Rafa Nadal promociona Baleares en velero

El tenista será la imagen de las islas durante tres años.

El tenista manacorí Rafa Nadal ha empezado a grabar en un velero en Mallorca la primera parte del nuevo anuncio promocional de Baleares destinado a atraer al turismo a las diferentes islas durante la próxima temporada, en el marco del convenio de colaboración iniciado en diciembre de 2008 con la Conselleria de Turismo, mediante el cual el número 3 del tenis mundial de la ATP será la imagen del archipiélago durante los próximos tres años.

En un comunicado, la Conselleria dirigida por Miquel Nadal explicó que se trata de un anuncio grabado por completo en Baleares, que pretende promocionar "no tan sólo el destino, sino también los principales productos turísticos de Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera", por lo que dentro del anuncio saldrán imágenes de todas las islas.

Por cuestiones de agenda del tenista, indicó que el rodaje se deberá hacer en diferentes días y, por el momento, la Conselleria de Turismo ha grabado ya una primera parte que ha tenido lugar en un barco de vela en la zona de sa Ràpita, es Trenc y Cap Salines, con la isla de Cabrera al fondo. Así, esta primera parte del rodaje se completará con otras imágenes, todavía por grabar, en diferentes ubicaciones del archipiélago, en los que se reflejarán otros atractivos de esta Comunidad Autónoma, como los campos de golf, la naturaleza, el senderismo y el ocio.

La Conselleria detalló que con todas estas imágenes que se están grabando está previsto que se hagan dos modelos de spots publicitarios, de forma que unos serán genéricos de las islas, mientras que los otros serán específicos para cada una de las islas Baleares.

Nadal no es la primera vez que presta su imagen para la promoción de Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera, puesto que la temporada pasada, la Conselleria de Turismo ya utilizó al tenista manacorí como imagen de las islas en un spot publicitario, que fue emitido en las principales televisiones de mercados de gran importancia para el archipiélago, como es el británico, el español o el alemán.

Precisamente, el Govern pagó un total de dos millones de euros al tenista mallorquín por su participación en el citado anuncio publicitario, que constituyó el núcleo central de la campaña publicitaria de choque que la Conselleria de Turismo lanzó durante los primeros



El tenista Rafa Nadal, a los mandos de un velero para un anuncio de las islas Baleares.

cinco meses de 2009 sobre los tres principales mercados emisores de visitantes hacia Baleares.

Concretamente, la campaña tuvo un coste de cinco millones de euros, que se repartieron entre el caché de Nadal, la realización del spot y su difusión en las principales cadenas de televisión españolas, británicas y alemanas, siempre en horario de máxima audiencia y con un mensaje basado en que el tenista animaba a británicos y alemanes a visitar "su casa", que son las cuatro islas que conforman el archipiélago.

Soluciones para cada cliente

- 1 Para financiar proyectos profesionales
- 2 Para obtener liquidez
- 3 Para reestructurar sus deudas
- 4 Para mejorar su actual hipoteca
- 5 Para la compra de vivienda habitual

Escoja la suya en

[financial brokers]
agencia de intermediación financiera

Rambla dels Ducs, 13-1ª
 07003 - Palma (Illes Balears)
 Tel. 971 76 18 51 - 607 307 667
www.fbroker.com

Entrega de *premios* de la *Copa de Rey de Vela*

El Rey Don Juan Carlos I, acompañado por SS.AA.RR. Los Príncipes de Asturias, Don Felipe y Doña Leticia, presidieron la entrega de premios de la 28 Copa del Rey.



SS.AA.RR. Los Príncipes de Asturias, Don Felipe y Doña Leticia, posaron tras la entrega de premios con los asistentes al acto.

El Rey Don Juan Carlos I, acompañado por SS.AA.RR. Los Príncipes de Asturias, Don Felipe y Doña Leticia, presidieron la entrega de premios de la 28 Copa del Rey Audi Mapfre que se terminó de disputarse en aguas de Palma de Mallorca después de seis jornadas y un total de doce pruebas para todas las clases, a excepción de los TP52 que disputaron diez.

Los primeros en subir al escenario fueron los ganadores del Trofeo Real Federación Española de Vela a los terceros clasificados; barcos 'Vindio' (ORC670), 'Telefonica' (RI), 'Tixelio' (X-35), 'Charisma' (SWAN 45) y 'Container' (IRC). Después fue el turno de los vencedores del Trofeo Audi Mapfre a los segundos clasificados, a los barcos 'Telefonica' (ORC670), 'Gramona' (RI); 'Just 4 Fun' (X-35); 'Earlybird' (SWAN 45) y 'Bellamente' (IRC).

Los ganadores absolutos han sido, en esta ocasión, los equipos del 'Realstone-Matador' del armador Alberto Roemmers en la clase TP52; el 'Garmin' de Luis Mas y Carles Rodriguez en RI; el 'Alfa Romeo' de Neville Crichton en IRC; el 'Vertigo Dos' de Antonio Guash en ORC 670; el 'Karhu' de Javier Banderas y Dani Cuevas en X-41; el 'Karma' de Vladimiro Pegoraro en X-35, y el 'No Limits' de Gideon Messink en Swan 45.



La primera revista mallorquina dedicada al mundo de la Construcción y la Vivienda

CONSTRUMA

CON LA GUÍA MÁS COMPLETA DE EMPRESAS Y SERVICIOS



**LA HERRAMIENTA DE
PROMOCIÓN MÁS
RENTABLE**

971 607 196

Son Amar en exclusiva para eventos



Son Amar es el lugar ideal para la celebración de eventos inolvidables: empresas, bodas, bautizos, comuniones...

Son Amar organiza eventos que se adaptan al gusto particular de cada cliente, tanto si se trata de funciones grandes como pequeñas. Son Amar es capaz de ofrecer todo tipo de detalles, desde recibimientos con coros en un patio del siglo XVI hasta la decoración más exquisita, con antorchas, centros de mesa, vajilla y cristalería de lujo.

Desde 1963 la noche más espectacular de Mallorca

Organizan eventos de todo tipo, desde congresos, incentivos y hasta asambleas políticas, disponiendo de un gran equipo técnico para dar el apoyo necesario a la realización de presentaciones, lanzamientos de productos, y demás eventos comerciales, conmemorativos, celebraciones y entregas de premios.

En Son Amar el cliente elige el menú que quiere servir en el evento de entre una gran variedad de productos y acompañados de música en vivo. Todo ello, si se desea, por el magnífico espectáculo de Son Amar, eligiendo cada cual las partes del mismo que estime más adecuadas para la ocasión.

Además, en su afán por apoyar la cultura y las tradiciones locales de la isla, el restaurante espectáculo Son Amar (Mallorca) ha recuperado su antigua 'tafona', un espacio de 350 metros cuadrados de finca rústica ideales para celebrar reuniones, banquetes, bodas o comuniones, con capacidad hasta 300 personas.

Son Amar, una boda de ensueño

El marco de Son Amar, en plena campiña mallorquina, y sobre todo ahora, el de Sa Tafona, con un decorado que recuerda el gusto que los antiguos moradores del norte de la isla profesaban por la

pedra viva, constituye el punto de partida para la celebración de una boda de ensueño. El resto lo pone una puesta en escena de lujo, con la llegada de los novios en un Bugatti que atraviesa un corredor plagado de antorchas. Menús variados para todos los gustos y presupuestos, música en vivo o DJ's, servicio de autobuses para trasladar a los invitados y la experiencia que da llevar casi 45 años en el sector de la restauración y del entretenimiento, ponen la guinda a una propuesta nupcial que se posiciona como una de las mejores de la isla. Son Amar es el lugar ideal para la celebración de eventos inolvidables para: empresas, bodas, bautizos, comuniones, etc.

Son Amar está situado en la carretera de Sóller, km. 10,800 frente a la entrada de Palmanyola, a 15 minutos de Palma.

Una exclusividad a la medida

Montaje especial de la sala:

- Vajilla y cristalería de Gala
- Logotipos en láser
- El Espectáculo de Son Amar (no imprescindible)
- Baile con Orquesta/Disco

**Más información al
900 712 345**

Tintado de lunas, ¿necesidad o moda?

Evolution Cars ha protegido a millares de vehículos, casas y oficinas del sol y de los ladrones gracias a instalación de láminas de vinilo en los cristales.

La moda de los jóvenes por llevar los cristales de los coches tintados ahora también es solicitada por personas de todas las edades, no es una cuestión únicamente estética es sobre todo funcional. Son muchas las ventajas que ofrece este sistema que consiste en pegar al cristal del vehículo una fina lámina de vinilo con características mecánicas y de protección luminosa especiales. La legalidad vigente limita esta aplicación solo a los cristales posteriores de los coches. Al igual que hay distintas calidades de cristales de sol que garantizan una protección segura y una buena visión, también el tintado de lunas puede hacerse con materiales de distintas calidades y precios, pero no todos cumplen los requisitos exigidos, Evolution Cars garantiza que solo trabaja con láminas de primera calidad.

Ventajas del tintado

Los más pequeños son quienes sufren más acusadamente las molestias de la fuerte luz solar y del calor que puede reducirse hasta en un ochenta por cien. Los rayos ultravioleta afectan negativamente a los asientos, plásticos y demás elementos del vehículo. Este sistema reduce hasta en un noventa y nueve por ciento su huella. Ofrece una visión más relajada al reducir el resplandor del sol y reduce los deslumbramientos. Además, impide ver los objetos depositados en su interior, protegiéndolo de robos ya que además dificulta la rotura de los cristales e impide su desmoronamiento.





Por último, ofrece una mayor privacidad al impedir la visión de su interior y proporcionar una visión buena de sus ocupantes hacia el exterior. Realza el diseño y el estilo del vehículo.

Aplicaciones

Vehículos de todas las marcas y modelos han adoptado las láminas de tintado de lunas en sus cristales por todas las ventajas mencionadas, en la actualidad todos los coches oficiales y de los famosos mantienen su privacidad y seguridad gracias a ello.

Oficinas y casas

Las empresas y domicilios son castigados por la energía de los rayos del sol y como consecuencia los consumos de energía eléctrica de nuestros equipos de aire acondicionados se disparan en verano. La solución pasa por colocar un buen filtro solar de vinilo en las ventanas. Las ventajas son las mismas que las apuntadas anteriormente para nuestros vehículos, pero en este caso, con un

importante ahorro en la factura eléctrica y también una mejora en la climatización de las estancias.

En los escaparates las láminas anti-decoloración protegen las mercancías expuestas de los efectos nocivos de los rayos solares con el consiguiente ahorro que supone la buena conservación de las mismas. También el apartado de seguridad toma mayor consistencia al evitar el astillamiento en el caso de un desafortunado impacto contra el cristal.

Otra opción decorativa, estética y de mayor privacidad son los vinilo al ácido muy adecuados para la oficina, el hogar, locales, peluquerías, clínicas, bares, restaurantes, etc.

Rotulación

Evolution Cars también hace la rotulación de todo tipo de vehículos, empresas, barcos, letreros, escaparates, locales, peluquerías, bares, tiendas, fruterías, talleres, panaderías, restaurantes, locutorios, etc.

Para más información sobre los productos mencionados puede dirigirse a:

Evolution Cars

Avenida Eusebio estado 117
 (zona Son Oliva) Palma
 Tel/ Fax 971 750 912
 Móvil 685 436 739



Tonfer cumple 30 años

Esta prestigiosa empresa se dedica desde 1979 a la distribución de material de higiene y desinfección y de productos de droguería y limpieza.

TONFER inició su andadura en el mundo empresarial balear de la mano de Don José García Torres en 1979. Actualmente, la empresa está constituida por ocho socios-todos ellos hermanos- de los que trabajan cinco en TONFER.

Desde sus inicios, se ha dedicado a la distribución de material de higiene y desinfección y de productos de droguería y limpieza.

Canales de distribución

Actualmente, Tonfer presta sus servicios de distribución logística, comercial y administrativa a través de distintos canales como el HORECA (Hostelería y Restauración), el tradicional (ferreterías, droguerías...), las mayoristas tradicionales del sector higiene, los supermercados, los estamentos oficiales, así como las compañías de limpieza.

Servicio de calidad e integral

Tonfer nació con una clara misión: ofrecer un servicio de calidad.

De hecho, el lema corporativo de esta empresa se resume en dos palabras "Servicio y Calidad".

Asimismo, el personal de esta empresa está especializado en ofrecer un "servicio integral" que consiste en comercializar un producto y proporcionar la información y formación útil al cliente.

Toda su actividad está certificada por la norma ISO 9001 y desarrollan un catálogo de productos ecológicos y respetuosos con el medio ambiente, donde la base está en el reciclaje.

Futuro

Los retos de TONFER para este año se resumen en superar la actual cifra de negocio en estas difíciles circunstancias y en aumentar los clientes de hostelería, con el objetivo de "hacerse más fuertes cada día".

Por último, desde TONFER destacan que, recientemente, han llegado a un acuerdo con una empresa de placas solares en energía fotovoltaica para alquilar alquilen la techumbre de la empresa.

TONFER OFRECE:

- Calidad total
- Certificaciones
- Formación continuada.
- Cursillos homologados
- Demostraciones
- Servicio Técnico
- Servicio Urgente
- Defensa del medio ambiente.
- Seguridad
- Protocolos.
- Apoyo y control de stocks y consumo



Tienda al público para la venta de productos químicos y pequeña maquinaria.



Amplio almacén para atender a sus clientes.



José Luís, Amparo y Juan Carlos García, hermanos y directivos de la empresa.

DISTRIBUCIONES

Químicos de limpieza
Celulosas y derivados
Maquinaria de limpieza
Carros de limpieza y hostelería
Dispensadores, dosificadores y secadores
Equipamiento Mobiliario
Bolsas de plástico
Iluminación
Textiles
Utiles de limpieza
Guantes
Menaje y artículos desechables

CONTACTO

Calle Licorers 168, B - Polígono Industrial
Marratxí - 07141 Marratxí (ESPAÑA)

Teléfono: 971 604 658/ 971 604 655

Móvil: 610 409 170

joseluis.direccion@tonfer.es

Vista exterior de su empresa en Marratxí.





El sector servicios balear cae un 12,1% y el empleo baja un 7,7%

La facturación del sector servicios cayó en junio un 12,1 por ciento en Baleares con respecto al mismo mes de 2008, por debajo de la media nacional (-14,1 por ciento), y el empleo lo hizo un 7,7 por ciento, por encima de la media estatal (-6,1 por ciento). En cifra de empleo, Baleares ha sido la cuarta comunidad en la que más ha subido el paro en el sector, por detrás solo de Canarias (-9,1 por ciento); Navarra (-8,5 por ciento), y Comunidad Valenciana (-7,8 por ciento). Según informó el Instituto Nacional de Estadística (INE), todos los sectores redujeron su cifra de negocios en junio en términos interanuales, especialmente el comercio, con el 15,7%, seguido del transporte (12,8%), los servicios a empresas (12,7%), el turismo (10%) y las tecnologías de la información (7,8%). Si se elimina el efecto calendario, el índice de cifras de negocios del sector servicios registró una caída mayor en términos interanuales (el 14,8%).



Acotur denuncia la presencia de prostitutas en Calvià

La Asociación de Comerciantes y Empresas de Servicios Turísticos de Mallorca (Acotur) denunció, el pasado mes de agosto, la "grave situación" que se vive en el municipio mallorquín de Calvià ante la presencia de prostitutas "muy agresivas y violentas". La asociación indicó en un comunicado que ha presentado varios escritos durante los meses de marzo, junio, julio y agosto ante el Ayuntamiento de Calvià y la Delegación del Gobierno en Baleares para informar de esta situación, que está creando "fuerte malestar y tensión entre comerciantes, vecinos y turistas". Según los comerciantes, las prostitutas "violentas" son de nacionalidad nigeriana y su presencia y la de proxenetas hace "estragos" sobre los turistas, a quienes "agreden, persiguen y roban". Por todo ello, la asociación solicita al alcalde del municipio, Carlos Delgado, y al delegado del Gobierno, Ramón Socías, "más implicación, voluntad y sensibilidad después de la difícil y complicada temporada" actual.



La cifra de empresas disueltas en Baleares asciende a 47 en junio, el 56,6% más

El número de sociedades disueltas en junio en Baleares fue de 47, un 56,6 por ciento más que el mismo mes de 2008, según los datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE) que indican que en todo el país se disolvieron 1.171, el 41,8 por ciento más que en junio del año pasado. En cuanto a la cifra de sociedades constituidas en las islas, fueron 187, un 19,7 por ciento menos que en junio de 2008, aunque el capital suscrito únicamente descendió un 0,61 por ciento, ya que alcanzó los 10,24 millones de euros, frente a los 10,31 del año pasado. El capital medio suscrito en las sociedades creadas en Baleares fue de 54.802 euros, lo que sitúa a las islas como la sexta comunidad en este concepto, por detrás de La Rioja, Madrid, Cataluña, Asturias y Castilla y León.



Soluciones fáciles y efectivas para ferias y exposiciones

Stands reutilizables y portátiles.
Carpas, pop ups, mostradores, displays, totems y expositores para interior y exterior.



Llinàs 1, bajos
Palma de Mallorca
Tel. 971 220 555
Fax 971 220 136



www.dospuntos.com

dospuntos@dospuntos.com



Baleares, tercera comunidad con más impagos de efectos del comercio vencidos

Baleares fue la tercera comunidad con el mayor número de efectos de comercio impagados sobre vencidos en junio, concretamente un 5,3 por ciento (frente al 4,7 por ciento de media nacional), lo que se traduce en 5.394 efectos sin pagar en el mes mencionado por un importe medio de 3.263 euros. Canarias y Andalucía fueron las comunidades con mayor porcentaje de efectos impagados, con el 6,6 y el 5,5 por ciento, respectivamente. Los impagos en las islas correspondieron a un total de 17,5 millones de euros de los mencionados 5.394 efectos, lo que supone que el importe medio impagado fue de 3.263 euros por artículo adquirido y con el plazo de pago vencido. Por número de impagos, Cataluña fue la región donde se registraron mayor número en junio (151.875), seguida de Madrid (89.651). En función del importe de dichos impagos, Cataluña también encabezó las mayores cuantías, con 222,25 millones de euros, seguida de Madrid (187,72 millones) y la Comunidad Valenciana (143,4 millones).

Consumo retira 900 gafas de sol porque su etiquetado es incorrecto

La dirección general de Consumo de la Conselleria de Salud y Consumo realizó en las últimas semanas 25 actuaciones de control que han supuesto la retirada de 900 gafas de sol porque, o bien su etiquetado es incorrecto, o porque no cuentan con la preceptiva marca "CE" exigida en la Comunidad Europea. Uno de los objetivos de este departamento autonómico es controlar el etiquetado de las gafas y velar para que las mismas puedan ser utilizadas por los consumidores sin que haya peligro alguno para sus ojos. Por ello, la dirección general de Consumo está realizando una campaña de control de etiquetas y de calidad de las gafas de sol que están a la venta en los establecimientos de Baleares. En una nota informativa, este departamento autonómico informa de que hasta ahora ha retirado 21 muestras de gafas de sol, dirigida a la población adulta e infantil, para ser analizadas por el laboratorio del centro de Investigación y Control de la Calidad del Ministerio de Salud y Política Social.



Baleares inspeccionará a las nueve compañías que más operan en su territorio

Cada comunidad realizará inspecciones en materia de consumo a las compañías aéreas que más operan en su territorio, lo que en el caso de Baleares se traduce en nueve aerolíneas. En total está previsto que las autoridades responsables del área de Consumo de las comunidades autónomas controlen a quince compañías nacionales de transporte aéreo, 35 comunitarias y una de terceros países. En Baleares, la Comunidad se encargará de inspeccionar a Air Comet, Air Europa, Air Nostrum, Iberia, Iberworld Airlines, Privilege Style (con sede en las islas), Pullmantur Air, Spanair y Vueling Airlines. Para la realización de la campaña las autoridades responsables de Consumo comprobarán el cumplimiento de la normativa de protección al usuario tanto en las empresas como en sus páginas web



Concord

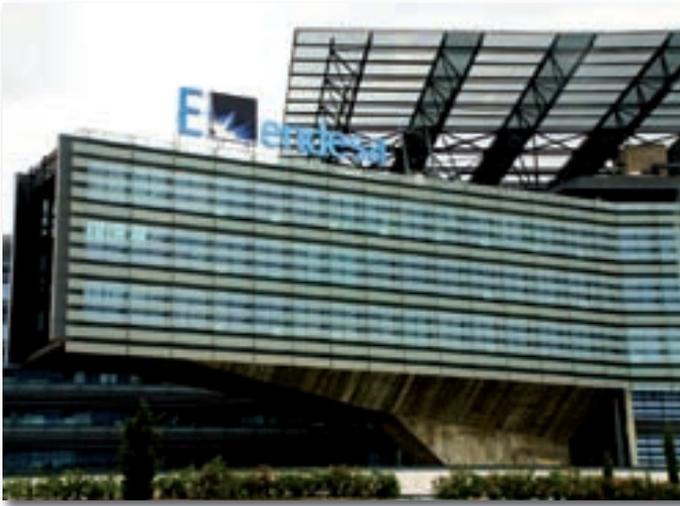
Rotulación Integral | Gran Formato | Stands Feriales



es una empresa balear con años de experiencia en el mercado. Años de crecimiento participando en la comunicación de cada día entre cientos de empresas y miles de personas. **Comprometidos** con la calidad, experiencia y servicio. **Concord Imagen Industrial** sostiene su premisa de brindarle a sus clientes **soluciones gráficas.**



www.concordimpresion.com



Gesa Endesa quiere alcanzar el doble de producción eléctrica en el verano de 2010

Gesa Endesa ha puesto en funcionamiento la primera turbina de gas del segundo ciclo combinado de las instalaciones en la Central de Ca's Tresorer, en Mallorca, con el fin de doblar su producción eléctrica en el verano de 2010. Según informa la eléctrica en un comunicado, la primera nueva turbina se puso en funcionamiento el pasado julio y en octubre comenzará a funcionar una segunda turbina de gas, tras lo cual, en mayo de 2010, se instalará una tercera turbina de vapor. Con estas tres nuevas turbinas, Gesa pretende alcanzar una capacidad de producción eléctrica de hasta 478 megavatios (MW), frente a los 238 que produce actualmente. La inversión total del segundo ciclo combinado, con la instalación de las tres turbinas, asciende a 207 millones de euros.



Palma se promocionará por segundo año consecutivo en Semana Grande de Bilbao

El acuerdo de colaboración firmado el año pasado entre las concejalías de Turismo de Bilbao y Palma propiciará la presencia de la ciudad de Palma en la Semana Grande de Bilbao por segundo año consecutivo, según informó el Instituto Municipal de Turismo (IMTUR) del Ayuntamiento de Palma. La ciudad mallorquina participará en este acontecimiento con la colaboración de la Cámara de Comercio y tendrá un expositor de información turística que contará con una "posición estratégica" en los alrededores del Ayuntamiento vasco. La presencia de la capital balear, desarrollará una acción promocional vinculada al acuerdo firmado entre ambas concejalías, el "Proyecto Bilbao", que tiene como objetivo generar sinergia y unir esfuerzos entre ambas ciudades como destinos turísticos complementarios.

Comercio invertirá 1,4 millones de euros en ayudas para impulsar las pymes

La Conselleria de Comercio, Industria y Energía del Govern anunció que invertirá durante 2009 1.424.296 millones de euros en la línea de ayudas "Innoempresa" para dar apoyo a la innovación a las pequeñas y medianas empresas de Baleares. Según informó el director general de Promoción Industrial de la conselleria, Toni Femenias, cualquier empresa pequeña y mediana podrá solicitar las ayudas hasta el próximo 10 de septiembre, siempre que tenga menos de 250 trabajadores en plantilla o no supere un volumen de negocios anual de 50 millones de euros. Esta línea de ayudas supone un incentivo para la inversión en innovación con el objetivo de mejorar la productividad de un negocio y permite recibir apoyo económico para la implantación de sistemas de gestión medioambiental y de calidad de las empresas.



Comercial Vera

Cochinillo - Caza menor - Deriv. del palo
Lechazo - Carnes rojas - Caza Mayor



Comercial Vera,
Industrias Cárnicas Castilla la Mancha. S.A.
C/ Licorers, 163 Nave 6 - 07141 Marratxi - Mallorca
971 75 68 16 cialvera@infonegocio.com





Palma dispondrá de cinco nuevos carriles bici a finales de 2009

La ciudad de Palma contará con cinco nuevos carriles bicis a finales de año, lo que supondrá aumentar la actual red existente de unos 30 kilómetros, en diez kilómetros más, según explicó el regidor de Movilidad del Ayuntamiento de Palma, Joaquín Rodríguez. “Queremos hacer una auténtica red de carril bici, es decir, que tenga conexión entre ellos, ya que había pocos carriles, en tramos muy concretos e inconexos totalmente. Lo que estamos haciendo es una verdadera red”, indicó Rodríguez. Concretamente, los cinco carriles bici discurren por la calle Salvador Dalí (las obras ya han finalizado), la Avenida Picasso, las Avenidas, la carretera de Valldemossa y el Camino de Jesús. La construcción de los cinco carriles bici ha supuesto un gasto total de 1.355.742,42 euros.

La afiliación de extranjeros a la Seguridad Social bajó un 11% en julio

La afiliación media de trabajadores extranjeros a la Seguridad Social se situó en julio en Baleares en 91.352 cotizantes, lo que supone un descenso del 11,03 por ciento con respecto al mismo mes del año anterior, cuando se registraron 102.682 afiliados, según datos difundidos por el Ministerio de Trabajo e Inmigración. En el conjunto del país, la Seguridad Social ganó 4.940 cotizantes extranjeros (+0,25 por ciento), hasta alcanzar la cifra de 1.934.877. En cambio, con respecto al mes anterior, Baleares ganó 3.009 cotizantes extranjeros en el séptimo mes del año (3,4 por ciento más). Así, en julio, del total de afiliados extranjeros en las islas, 67.775 cotizaban en el Régimen General, 14.657 en el Régimen de Autónomos, 6.942 en el Régimen del Hogar, 1.725 en el Régimen Agrario y 254 en el del Mar.



El consumo en las Islas Baleares sufrirá la mayor caída de la historia

Baleares será este año la cuarta Comunidad Autónoma donde menos bajará el consumo privado, con un -3,8%, por debajo de la media nacional (-4,1%) y sólo superada por Asturias y Galicia (ambas con un -3,3%) y Castilla-La Mancha (-3%), según las previsiones efectuadas por Caixa Catalunya en un informe sobre consumo y economía familiar. En igual situación que Baleares se encuentran Murcia y Comunidad Valenciana (ambas con un -3,8%), Madrid (-3,9%), todas ellas por debajo de la media nacional de caída del consumo privado. En el otro extremo se encuentran Canarias, que es el territorio donde más descenderá el consumo privado, con un -6%, seguido de Cantabria (-5,1%), Extremadura y Navarra (ambas con un -5%), Castilla y León (-4,8%) y Aragón, País Vasco y La Rioja (-4,5% en los tres casos).

RÓTULOS
VEHÍCULOS
IMPRESIÓN DIGITAL
PANCARTAS
TOLDOS
CERRAMIENTOS

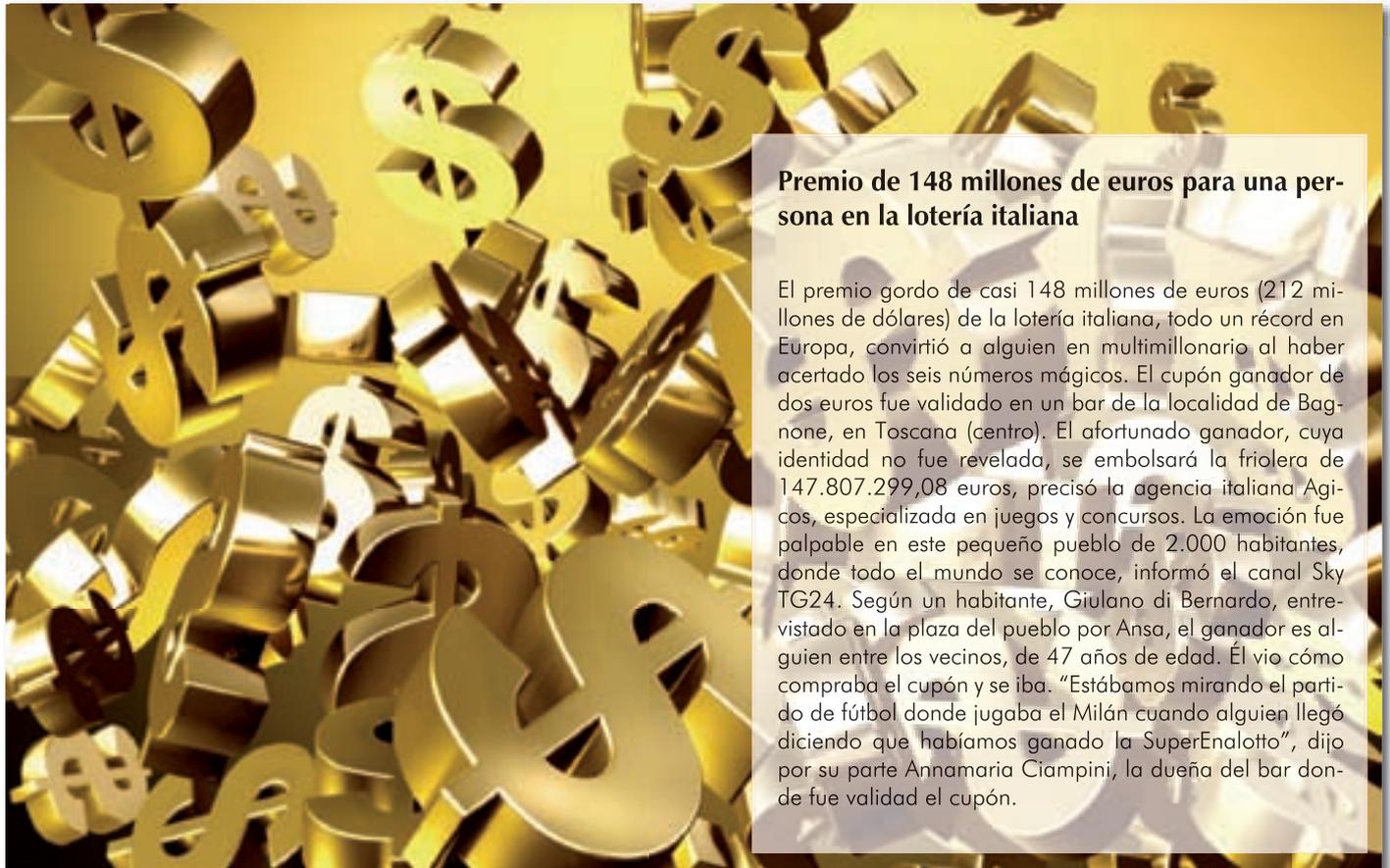
COLORS[®]
integral s.l.

670 33 44 92

Licorers 169 - Nave 11 - 07141
Pol. Ind. Marratxi - Mallorca - Illes Balears

Esperan concluir una carretera iniciada hace 47 años en Costa Rica

El Gobierno de Costa Rica espera que por fin este año se concluya una carretera de 222 kilómetros iniciada hace 47 años, que conectará las poblaciones del Pacífico sur del país y agilizará el tráfico desde Nicaragua hasta Panamá. La ministra de Obra Pública y Transporte costarricense, Karla González, dijo que las dos empresas contratadas para terminar la obra tienen plazo hasta el primer trimestre de 2010, pero "están corriendo" para estrenarla en diciembre próximo. La carretera 'Costanera Sur', como se le conoce, fue ideada desde mediados del siglo pasado como parte de un proyecto regional para agilizar el tránsito de personas y mercancías a lo largo de Centroamérica, pero diversos factores han convertido esta iniciativa en una especie de "calvario". Entre los múltiples obstáculos que ha enfrentado están las sucesivas apelaciones interpuestas por empresas privadas que no ganaron las licitaciones, la falta de dinero para pagar expropiaciones de terrenos y los interminables reclamos de los expropiados, problemas climáticos y algún que otro escándalo de corrupción



Premio de 148 millones de euros para una persona en la lotería italiana

El premio gordo de casi 148 millones de euros (212 millones de dólares) de la lotería italiana, todo un récord en Europa, convirtió a alguien en multimillonario al haber acertado los seis números mágicos. El cupón ganador de dos euros fue validado en un bar de la localidad de Bagnone, en Toscana (centro). El afortunado ganador, cuya identidad no fue revelada, se embolsará la friolera de 147.807.299,08 euros, precisó la agencia italiana Agicos, especializada en juegos y concursos. La emoción fue palpable en este pequeño pueblo de 2.000 habitantes, donde todo el mundo se conoce, informó el canal Sky TG24. Según un habitante, Giulano di Bernardo, entrevistado en la plaza del pueblo por Ansa, el ganador es alguien entre los vecinos, de 47 años de edad. Él vio cómo compraba el cupón y se iba. "Estábamos mirando el partido de fútbol donde jugaba el Milán cuando alguien llegó diciendo que habíamos ganado la SuperEnalotto", dijo por su parte Annamaria Ciampini, la dueña del bar donde fue validado el cupón.

Un niño de 11 años entrevista a Barack Obama en la Casa Blanca

Un niño de 11 años ganó notoriedad en los medios estadounidenses al entrevistar al presidente Barack Obama en la Casa Blanca. "El presidente es una persona normal", comentó el escolar, Damon Weaver, a la salida de una entrevista exclusiva con el mandatario, filmada por la cadena de la escuela primaria Kathryn Cunningham, en Canal Point (Florida, sudeste). Weaver había solicitado la entrevista hace ocho meses en el marco de un proyecto escolar, en el que también interrogó al vicepresidente Joe Biden durante la campaña electoral. "Bonito traje", dijo el presidente al aprendiz de periodista, instalado, con corbata y micrófono en mano, en un sillón de un salón de la Casa Blanca. Preguntado sobre su función de presidente, Obama constestó: "Es muy interesante. Es mucho trabajo. A veces es cansado, pero cada día uno tiene la posibilidad de ayudar a alguien". Durante la entrevista, de unos diez minutos de duración, hubo preguntas sobre la educación, la violencia en las escuelas, las comidas en las cafeterías escolares y los deberes de los niños. Por momentos Obama, hablándole a Weaver como a un periodista profesional, le mencionó los "presupuestos escolares" y los "fondos federales", y le anunció que hará un "gran discurso" sobre la escuela el 8 de septiembre. "¿Lo molestaban a usted en la escuela?", le preguntó el niño. "No, no me molestaban mucho en la escuela. Yo era bastante grande para mi edad", respondió el presidente. "Es muy alto y amable", contó Weaver quien, al final de la entrevista, hizo sonreír al presidente al preguntarle: "Ahora que ya lo entrevisté, ¿quiere ser mi amigo?".





Detenido un colombiano al dejar su teléfono móvil en la casa que asaltó

Un atracador colombiano ha sido detenido en Seseña (Castilla-La Mancha) tras dejarse su teléfono móvil al huir precipitadamente de un piso que trató de asaltar, informó esta la policía española. El presunto ladrón perdió su móvil al escapar por una ventana cuando fue sorprendido por el propietario de la vivienda en la que había entrado tras forzar dicha ventana, según la misma fuente. Las llamadas realizadas desde el móvil a una empresa de Seseña permitió a los agentes "averiguar la identidad del ladrón y proceder a su detención", afirmó la policía en un comunicado. Los agentes procedieron a registrar la vivienda del detenido, donde localizaron numerosos efectos robados en otros asaltos, por lo que hasta el momento, el presunto ladrón, que entraba en las casas de sus víctimas cuando éstas estaban durmiendo, está acusado de "cinco robos con fuerza". No obstante, la policía española no descarta que haya podido ser el autor de hasta una veintena de asaltos.



Un taxista de Mahón devuelve una cartera con 60.000 euros en efectivo

Un taxista de Mahón ha devuelto una cartera en cuyo interior había 60.000 euros en efectivo, que un cliente había olvidado en el interior del vehículo que conduce y que ya ha podido recuperar. Según informaron fuentes municipales, el cliente dejó, al abandonar el coche, una cartera de piel con 60.000 euros en efectivo, así como dos talonarios y documentación empresarial. El taxista se percató del descuido, cuando, una vez había despedido al cliente, concluyó la siguiente carrera. De inmediato, acudió a las dependencias policiales de Mahón para hacer entrega de la cartera. La colaboración entre la Policía Nacional, receptora de la denuncia de extravío de la cartera, y la Policía Local, depositaria del dinero y documentos encontrados, permitieron localizar al propietario y entregarle tanto los 60.000 euros como la documentación. El Ayuntamiento de Mahón valora y agradece "la iniciativa y la honradez del taxista, a la vez que lo felicita por su conducta".

Muere tras las rejas el único perro 'preso' en Argentina

'Chiquito', un perro mestizo que estaba "preso" desde hacía más de seis años en una comisaría argentina por morder a un hombre, murió sin que su caso tuviera una resolución en la Justicia, reveló una fuente policial. "El animal, de pelaje claro, falleció el fin de semana en el destacamento policial La Orilla, de la ciudad de Esperanza, provincia de Santa Fe (centro-este), a unos 450 kilómetros al norte de Buenos Aires", indicó la oficina de prensa de la Unidad Regional XI de la policía provincial. 'Chiquito' murió a los 18 años, aquejado por enfermedades propias de la vejez, después de pasar más de seis años en el puesto policial acusado de provocar a una persona "lesiones leves culposas", cuando vagabundeaba sin dueño. El animal se había ganado el cariño del personal de la comisaría, donde había ingresado el 9 de enero de 2003, indicó la fuente.





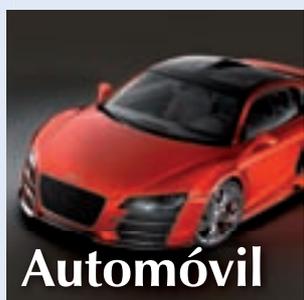
Joyas



Moda



Viajes



Automóvil



Cine



Náutica

Ferias y Congresos

BARCELONA

OCTUBRE

Caravanning Salón Internacional de Barcelona del 10 al 18 de octubre de 2009

Piscina BCN - Barcelona Salón Internacional de la Piscina del 20 al 23 de octubre de 2009.

NOVIEMBRE

Salón Náutico Internacional de Barcelona del 7 al 15 de noviembre de 2009.

DICIEMBRE

EIBTM Barcelona Salón de la Industria de Viajes de Negocio, Congresos e Incentivos del 1 al 3 de Diciembre del 2009

PRÓXIMAS FERIAS EN ESPAÑA

- 080 Barcelona fashion (Moda, Joyería y accesorios)

- Alimentaria (Alimentación)

- Antiquaris (Regalos, Arte y Antigüedades)

- Automation university (Electrónica, Informática, Tecnología, Comunicación)

- Automovil (Automóviles y Transporte, Náutica)

- Barcelona degusta (Alimentación)

- Barcelona meeting point (Construcción, Cerámica, Climatización, Inmobiliaria)

- Bcn bridal week - noviaespaña (Moda, Joyería y accesorios)

- Bcn rail (Automóviles y Transporte, Náutica)

- Bebes & mamás (Familia, Bebés y niños)

- Bnf Barcelona negocios & franquicias (Técnicas empresariales)

- Bodas & bodas (Bodas)

- Bread and butter winter (Moda, Joyería y accesorios)

- Bta Barcelona tecno alimentaria (Alimentación)

- Caravanning (Hostelería y restauración, Turismo)

- Carbon expo (Plástico, Química, Minerales y energía)

- Chemspec europe (Plástico, Química, Minerales y energía)

- Conference on home mechanical ventilation (Electrónica, Informática, Tecnología, Comunicación)

- Construmat (Construcción, Cerámica, Climatización, Inmobiliaria)

- Cosmabelleza (Perfumería cosmética y peluquería)

- Ecocity (Industria y equipamiento)

- Eibtm (Industria y equipamiento)

- Ele españa (Automóviles y Transporte, Náutica)

- Emart-energy (Plástico, Química, Minerales y energía)

- Epe 2009 (Plástico, Química, Minerales y energía)

- Esc congress (Medicina Farmacia y hospitales)

- Eurocoat (Industria y equipamiento)

- Expoaviga (Agricultura, Jardinería, ganadería)

- Expo ecosalud (Medicina Farmacia y hospitales)

- Expohogar regalo/otoño (Regalos, Arte y Antigüedades)

- Expohogar regalo / primavera (Mueble, Madera, Decoración, Iluminación)

- Expominer (Plástico, Química, Minerales y energía)

- Fira del disc (Deportes, Juguetes, Música, aficiones, colecciones)

- Fira taxi (Automóviles y Transporte, Náutica)

- Forum dental mediterráneo (Medicina Farmacia y hospitales)

- Futura (Didácticas, Librería - papelería, Empleo)

- Globalgeo (varios)

- Graphintro (Electrónica, Informática, Tecnología, Comunicación)

- Graphispag digital (Artes gráficas)

- Hispack (Embalaje, Ferretería, papel, Cristal)

- Hit Barcelona (Electrónica, Informática, Tecnología, Comunicación)

- Icnc (Plástico, Química, Minerales y energía)



ihomar
industria gráfica

www.ihomar.com

971 430 920



Bar Espiral

En el Polígono de Son Castelló encontramos esta magnífica opción, tanto para merendar a media mañana, comer de menú al mediodía o tener una cena de empresa dentro de su reservado. Su menú 8€, que incluye la bebida y el café, nos da la opción elegir entre 9 combinaciones de primer y segundo plato y 3 postres caseros.

Como ya hemos mencionado dispone de un reservado para 80 personas en el que se celebran comidas de empresa y otros eventos.

Tiene un amplio horario de Lunes a Jueves desde el desayuno a la cena (7:00 a 24:00). Viernes (7:00 a 3:00) y Sábados (20:00 a 3:00), queda abierto hasta las 3 de la madrugada para tomarse una copa y algo más.

C/ Gremi Sabaters, 7
Pol. Ind. Son Castelló
Tel: 649 97 89 83



E-Cosi Art

Situado en el Pont d'Inca, nada más salir de Palma, E-COSI ART se encuentra en una casa señorial del siglo XIX. Cualificada como B.I.C (BIEN DE INTERES CULTURAL). Se puede ir y disfrutar de su maravilloso y tranquilo patio, relajarse y disfrutar de una buena comida en un entorno inigualable. La casa también dispone de tres grandes salas, y dos reservados además del ya mencionado patio.

En el restaurante se puede degustar todo tipo de pasta artesana, desde unos tagliatelle nere con bogavante hasta unos ravioli rellenos de bacalao pasando por unos gnocci caseros. También disfrutar de sus pizzas especiales hechas en el horno de leña y dejarse aconsejar por las esquisitas carnes hechas a la brasa que harán de la comida un auténtico placer.

Av. Antoni Maura, 45 - Pont d'Inca
971 60 07 80 - 664 611 595
www.e-cosi.info



Cuina de MerKa't

Cuina de Merka't nació a raíz de las nuevas necesidades y gustos de muchos clientes que quieren disponer de una cocina distinta. Desde sus menús diarios, que son renovados dependiendo de los productos disponibles en el mercado, pasando por su selecta carta de Risotto, Carnes, Pastas, Ensaladas, las cuales también cambian periódicamente, dependiendo de los productos de temporada.

Situado en una zona empresarial, junto al Polígono de Son Castello, en la Carretera de Soller, en la misma rotonda de acceso al polígono, frente al servicio de ITV. El Restaurante Cuina de Merka't esta en el recinto de MERKAMUEBLE, con un amplio parking y de fácil acceso.

C/ Passatemps 1 - Rtda. Ctra. Sóller
Palma de Mallorca
971 43 53 39 www.cuinademerkat.es

San Marçal

Especialidad en comida italiana, pastas, carnes, pizzas y también platos de la cocina tradicional española. Prueba de paellas tanto en el restaurante como para llevar. Dispone de fácil aparcamiento y de dos niveles, el superior apto para acontecimientos sociales y comidas de empresa. Los menús diarios se elaboran con productos frescos y como en casa. Su fiel clientela garantiza la calidad de su cocina.

**Carrer Casa del Poble, local nº 3
Sa Cabaneta
Tel: 971 79 79 65**



Restaurante Victoria

Ofrece un variado menú, elaborado con productos de temporada, muy conocido y apreciado por la clientela, cuesta 8€ de lunes a viernes, 10€ los sábados y 8€ para los niños. Dispone de una variada carta con carnes y pescados frescos, también se elabora a diario un "plato del día". Se realizan comidas de empresa y acontecimientos sociales. Dispone de salones separados para fumadores y no fumadores. Servicio diario de 8:00h a 16:00h (inclusive los sábados).

**Gremio Horneros, 28
Polígono Son Castelló
Tel: 971 43 22 53**



El Greco

El restaurante El Greco nos ofrece un ambiente selecto y acogedor junto con comida excelente al más puro estilo griego. Es el ambiente perfecto para cualquier encuentro profesional o particular. Ellos nos recomiendan su menú especial con diez platos griegos, agua, vino y postre incluidos en el precio. Tienen un servicio rápido y eficiente, atención personalizada al cliente y música en vivo los fines de semana. Están en la primera planta de Festival Park. Horario: De lunes a sábado de 12 a 16 horas y de 19 a 24 horas. Domingo de 13 a 17 horas y de 19 a 24 horas.

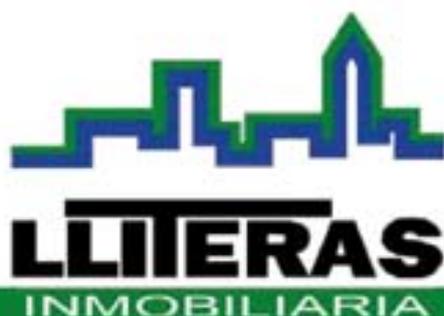
**Parc d'Oci Festival Park,
Terrassa Valldemossa (1ª planta),
971 226 739
www.restaurant-elgreco.com**





Colegiado nº 461

C/ HOSTALS, 41 - 07300 INCA
TEL. 971 880 376 - FAX 971 503 241
inmobiliaria@gestiliteras.com
www.gestiliteras.com



SANTA EUGENIA RUSTICA PRECIOSA

Vivienda del siglo XI restaurada con gusto conservando el estilo mallorquín (parte de un Predio antiguo con interés histórico). Consta de una entrada amplia, salones, comedores, cuatro dormitorios - uno de ellos con baño ensuite y vestidor, baño con bañera hidromasaje, aseo y pequeña bodega/trastero. Porches y terrazas con vistas preciosas Tramuntana. Jardines con piscina, porche/barbacoa y estudio/despacho. Dispone de calefacción, aire acondicionado, climatit (tipo acabado de madera), riego automático etc...

Precio: 1.490.000 euros ref: 8275



MANCOR DE LA VAL ZONA MONTAÑA

Sitio privilegiado, vistas preciosas hasta la Bahía de Alcudia. Vivienda de piedra con mucho encanto, salón comedor-cocina, dos dormitorios (posibilidad de tres), dos baños (uno en suite). Porche, terrazas y trastero. Luz de gesa, aljibe/cisterna, línea teléfono.

Precio: 340.000 euros Ref: 8034



MONTUIRI ESTUPENDA RUSTICA

SITIO ELEVADO, TRANQUILO Y VISTAS DESPEJADAS. Superficie 7000mts. Construidos 280mts. Vivienda con calefacción central, salón comedor con chimenea, cocina equipada, despensa, dormitorio amplio, baño con bañera y ducha, porche. Estudio con porche y apartamento independiente con terraza. Piscina y jardines bonitos con frutales y palmeras. ¡Imprescindible verla!

Precio: 480.000 euros Ref: 8223



ALGAIDA - ¡¡OCASION!! RUSTICA

Bien comunicada a Palma, zona Ses Maiors. Vivienda - salón comedor con chimenea, cocina-comedor con despensa, cuatro dormitorios, baño. Porche encerrado con puertas de cristal /climatit con facilidad de abrir. Piscina con bomba y filtro, terrazas y jardín. Calefacción radiadores, luz de gesa, línea teléfono. Agua canalizada y cisterna. MUCHAS POSIBILIDADES

Precio: 298.000 euros Ref: 8303



INCA - RUSTICA CON PISCINA

Vivienda de piedra ,400años, restaurada con gusto, calidades buenas. Dos plantas, vigas vistas, paredes de piedra, calefacción por suelo. Salón, comedor, cocina, despensa, dos dormitorios amplios con baños en suite y armarios empotrados, aseo. Casa invitados independiente. Porche, terrazas, piscina con vistas.

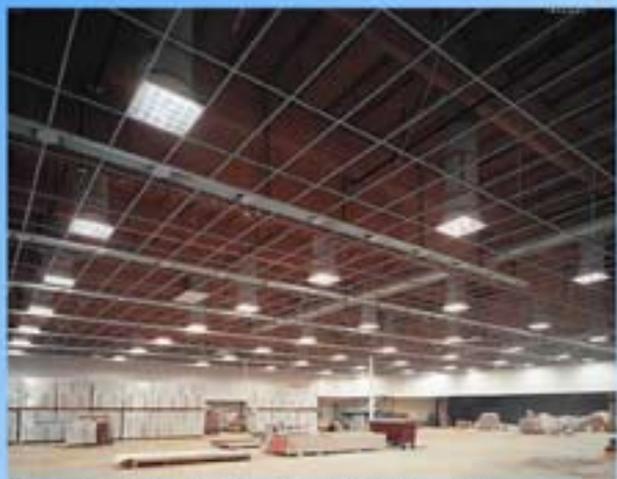
Precio: 590.000 euros Ref: 5074



LLITERAS



SOLATUBE



cadena de supermercados Starbuc Bros - California Sur (1000m2)

EN OBRA

Solatube es la forma más sencilla de introducir la luz natural en los hogares, oficinas y naves industriales



DESPUES

ILUMINANDO EL MUNDO NATURALMENTE
Importador Oficial para España y Portugal:

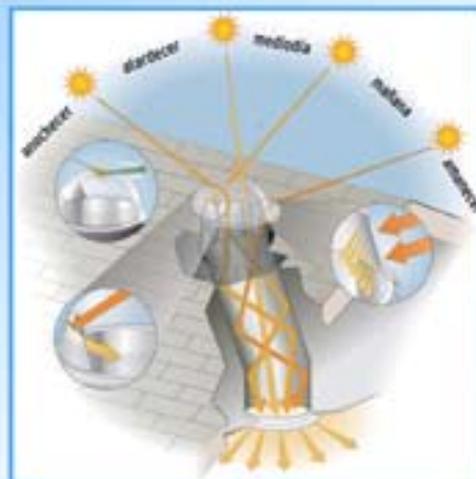


MORA & ROSSELLO
VIBRATS DE FORMIGÓ

C/. Es Terrers, s/n - 07260 PORRERES
Tel.: 971 647 143 - Fax 971 166 550



Certificado USA equivalente a nuestras Clase A



El tragaluz tubular más vendido desde 1992
Millones de clientes satisfechos en el mundo.

¡Ver es creer!

SPECTRALIGHT
INFINITY



100% Luz natural

- NO NECESITA MANTENIMIENTO
- NI CONSUME ENERGÍA
- 3 TAMAÑOS DIFERENTES
- EL MATERIAL MAS REFLECTANTE DEL MUNDO
- NO TRANSMITE NI RUIDO NI CALOR
- INSTALACIÓN EN EL MISMO DIA
- DIFUMINA LA LUZ LLEGANDO HASTA 12 METROS
- SE ADAPTA A CUALQUIER TIPO DE TEJADO
- EL ÚNICO CON ACCESORIOS



REGULADOR DE LUZ



KIT DE ILUMINACIÓN ELÉCTRICA



KIT DE VENTILACIÓN

LLAMENOS Y LE INFORMAREMOS DE SU DISTRIBUIDOR MAS CERCANO O VISITE:

www.teclusol.com

info@morarossello.com

EXPERT·BALLE

NAVES INDUSTRIALES EN VENTA Y ALQUILER

NAVES INDUSTRIALES EN ALQUILER

SON ROSSINYOL 48m2 +24m altillo	600,00€
SON CASTELLO 117m2	1.000,00€
SON CASTELLO nave 200m2 +100 altillo	1.500,00€
SON CASTELLO nave 200m2	1,000,00€
SON BUGADELLAS nave 500m2	3.500,00€
SON OMS naves de 500m2	2,000,00€
SON OMS nave planta baja 190m2+altillo 150m2	1.800,00€
SON OMS nave de 200m2	1,000,00€
C'AN VALERO nave 1.500m2	6.000,00€
SES VELES solar 4.000m2	6,000,00€
SON CASTELLO 600m2	2.000,00€
MARRATXI 224m2	1.300,00€
SON CASTELLO nave de 1000m2 1ª línea Via Asima	12,000,00€
MANACOR nave con exposición Tienda 1700m2+300 altillo	12.000,00€
MANACOR Solar 4.000m2	12,000,00€
C'AN VALERO nave 1700m2+1700 altillo, exposición y oficinas	21.000,00€
CIUDAD JARDÍN nave 2.300m2 + 1.300 patio	24.000,00€
SOLARES	
POL.SON MORRO solares 1.800m2 - 8.000m2	1000 € el m2
POLIGONO DE ARTA 1.376m2 y otro solar 16.000m2	300 € el m2
SON OMS 16.000m2/ alquiler máx 2 años	1,5€ el m2
SON CASTELLO 5.000m	7.000.000,00€
MARRATXI solar 2500m2 vallado y compactado alquiler	3.500€
BINISALEM 1.100m2, licencia obras	850.000,00€
POLIGONO SANTA MARIA 1.130m2	550.000,00€
C'AN VALERO solar 1800m2, nave 600m2	1.200.000,00€
POLIGONO DE IKEA a partir de 1.700m2 -10.000m2	650€ el m2

SON BUGADELLAS

solar 2200m2 1.300.000,00€
Solares industriales varios Polígonos desde 1130m2 a 25.000m2

OFICINAS Y DESPACHOS EN ALQ. Y VENTA.

Polígono Son Castelló, Son Rossinyol, Son Valenti...
desde 150m2 Desde 1.000,00 €el m2.

NAVES INDUSTRIALES EN VENTA

SON CASTELLO 200m2 + 100 altillo,luz 380w,baño, oficina	472.000,00€
SON CASTELLO 200m2 + 100 altillo	402.000,00€
SON OMS 400m2 en 1ª planta, con 2 aparcamientos	535.000,00€
SON OMS 223m2 techo libre	412.550,00€
SON NOGUERA solar 250m2, + 250m2 patio	500.000,00€
SON NOGUERA 200m2+ 100 altillo + 150 patio	362.000,00€
POLIGONO SANTA MARIA 320m2 1ª línea + parking	470.000,00€
BINISALEM nave 160m2	375.000,00€
MARRATXI nave 406m2	660.000,00€
SON CASTELLO nave 323m2 + 40 oficinas + puente grua	660.000,00€
SON OMS 446m2 en planta baja + 3 aparcamientos	920.520,00€

INVERSIONISTAS

SON CASTELLÓ nave 200m2+ 100m2 altillo /alquilada 2.500€	530.000,00€
SON CASTELLÓ nave 200m2 + 100m2 de altillo / alquilada por 2.000€	462.000,00 €
SON CASTELLÓ nave 1300m2 / alquilada por 9.000€	2.000.000,00 €
CA'N VALERO 200m2 +100 patio/ alquilada por 1.250€	360.000,00 €
SON NOGUERA nave 277m2 + 100m2 oficinas/ alquilada por 2.000€	520.000,00 €
MARRATXI nave 300m2+ 225 altillo / alquilada por 2.400€	630.000,00 €
POLIGONO DE MANACOR nave 1.000m2/ alquilada 6.300€	1.600.000,00 €
LOCAL PALMA bien situado 1.800m2 /alquilada 38.000€	6.500.000,00 €
LOCAL PALMA bien situado 360m2/ alquilada 3.000€	700.000,00 €

20 años de experiencia

Móvil 609 603 333 www.expertballe.com

Plaza del Olivar, nº 7, 2º C. CP 07002 Palma

Tel 971 723 563 Fax 971 722 830 e-mail: expertballe@yahoo.es

Nº 90 Septiembre 2009 | Gran Empresa | La revista del Empresario Balear 2,75 €