

Arom Bait, dedicada a la elaboración de cebos ecológicos, inicia su aventura internacional



La compañía burgalesa da sus primeros pasos fuera de España en el caladero de Gran Sol, en Mauritania y en el Atlántico Sur, tras haberse expandido por España en comunidades como Galicia y Cataluña.

Arom Bait, con domicilio social en Salas de los Infantes, es una empresa familiar creada en 2007 y que empezó a operar en 2008. Con una facturación prevista para 2011 cercana a los 200.000 €, produce y distribuye cebos ecológicos, alternativos a los que se han usado tradicionalmente en la pesca profesional y de competición.

Este nuevo tipo de señuelo tiene menor impacto medioambiental porque es biodegradable, no genera residuos y evita la pesca dedicada al cebo.

Los cebos ecológicos se producen a partir de productos naturales procedentes de los concentrados del pescado y de la industria alimentaria. Se consideran innovadores y ecológicos ya que aprovechan todos los residuos que se generan de los descartes, no son tóxicos y forman parte de la pesca sostenible.

Los productos de Arom Bait aguantan hasta seis meses sin congelar, soportan temperaturas de 25 grados y optimizan su uso en la pesca, por lo que ofrecen motivos prácticos y económicos aparte de los medioambientales. Por ejemplo, con el señuelo tradi-

cional se necesitan 70 kilos para cebar 300 kilos de nasas, mientras que con el cebo ecológico tan sólo son necesarios 30 kilos.

Estas características permiten el ajuste de los costes de las flotas pesqueras, dado que reducen el consumo de energía, el espacio y el tiempo dedicado al cebo.

La compañía pretende la sustitución de los cebos vivos o congelados actuales por esta nueva modalidad, principalmente en la pesca con palangre y nasas, tanto deportiva como de profundidad.

Hasta ahora los cebos tradicionales han sido sustituidos en el caladero de Gran Sol (en el Atlántico Norte), en Mauritania y en el Atlántico Sur. También se pretende extender el cebo ecológico a empresas internacionales de pesca que operan en Hawái, Australia y Uruguay.

Además, se están enviando muestras para la pesca con nasas a Irlanda y Escocia y estudiando los canales de distribución en Francia y Reino Unido para la pesca deportiva.

Conseguir el cierre de dichos acuerdos lograría multiplicar por diez la producción y la facturación de la compañía. Actualmente producen unos 2.000 kilos semanales y las exportaciones suponen un 25% de su facturación ::

Almeida Viajes extiende su negocio a Brasil

El grupo Almeida Viajes ha iniciado la apertura de sus primeras agencias en Brasil, concretamente en Barra da Tijuca, en Río de Janeiro, y Barbacena, en el estado de Minas Gerais.

El grupo español supera las 400 agencias en España, Portugal y Sudamérica desde su creación en 2004. En el ejercicio 2011, prevé cerrar con 30 agencias de viaje en el mercado brasileño, tras haber comenzado hace un año y medio los primeros contactos en Brasil y de contar desde hace un año con una delegación en el país carioca.

Antes de entrar en el mercado brasileño, Almeida Viajes hizo un estudio de mercado, diseñó el proceso de implantación de la marca y estableció una estructura en el territorio para buscar y negociar con proveedores y colaboradores locales, así como socios inversores de todo el país sudamericano.

De este modo, se han cerrado acuerdos con proveedores del país



como Agaxtur, Calcos, Designer Tours, Intercambio Global, Master Operadora, MGM Operadora, Pomptur, Queensberry y Schultz, de los que podrán hacer uso especialmente los franquiciados brasileños.

El negocio de Almeida destaca por la implantación de las nuevas tecnologías al modelo de agencias de viajes y por la oferta de productos exclusivos, siendo la única red de agencias que, por ejemplo, cuenta con una aplicación de reservas online para teléfonos móviles.

El grupo considera que Brasil es un mercado con un gran potencial de crecimiento en el sector turístico, principalmente en la actividad de las agencias de viajes. Este país recibió más de 5 millones de turistas extranjeros en 2010, lo que supuso un incremento de 7,8% en relación con el ejercicio anterior.

El Ministerio de Turismo brasileño confirma la importancia de la actividad turística del país, que va en aumento de la mano de la mejora del nivel de renta. De hecho esperan que la contribución directa de viajes y turismo al Producto Interior Bruto nacional sea de 57 millones de euros en 2011, un 4,8% más que el año anterior.

El crecimiento del turismo en Brasil se verá beneficiado, además, por los grandes eventos deportivos mundiales que el país organizará en los próximos años: el Mundial de Fútbol en 2014 y las Olimpiadas en 2016.

Para aprovechar ese potencial turístico, Almeida viajes ha creado almeidaviagens.com.br, una web específica para los franquiciados y clientes brasileños en la que se pueden encontrar promociones para viajes desde Brasil, con especiales conexiones con Portugal, España y México.

Así, en la web brasileña se podrán encontrar circuitos como 'Capitales ibéricas', un circuito que combina los destinos turísticos más atractivos de España y Portugal ::

N2S inicia la exportación a Francia de tecnología de recarga de vehículos eléctricos

N2S, compañía dedicada a la prestación de servicios de gestión energética y comunicaciones, ha iniciado su actividad en el mercado galo tras alcanzar un acuerdo con el operador de telefonía SFR (Société Française de Radiotéléphone).

En virtud del acuerdo alcanzado entre ambas empresas, la española instalará puntos de recarga inteligente de vehículos eléctricos en la sede corporativa del operador francés. El edificio, conocido como Torre Sequoia, tiene 33 plantas y está ubicado en La Défense de París.

SFR ha llevado a cabo la adquisición de una flota de vehículos eléctricos cuya recarga será gestionada por la plataforma diseñada por N2S, primera compañía que ha logrado transmitir distintos tipos de señales a través de la red eléctrica a nivel mundial.

La empresa gala es el segundo operador de telefonía móvil en el país vecino, con 16 millones de clientes y 10.000 empleados, y se ha decantado por la plataforma de N2S por su capacidad para integrar cualquier sistema de comunicación.

Esta plataforma, conocida como POWER2DRIVE, aporta inteligencia a la carga de vehículos eléctricos, pudiendo gestionar en tiempo real y en remoto (desde un ordenador, tablet o teléfono móvil) todos los puntos: monitorización de cada carga, identificación del usuario o establecimiento de roaming interpuntos, entre otras funciones.

Otra ventaja de este sistema es el control automático del proceso de recarga del vehículo, pudiendo autorizar o denegar la misma, vigilar sobrecargas en la red y proteger la



batería del vehículo de picos de tensión imprevistos.

La solicitud de autorización de la recarga se puede realizar mediante tarjetas RFID, SMS, aplicaciones para Smartphone o el servicio de soporte telefónico 24 horas. El sistema permite gestionar el modo de cobro y generar una factura automática.

Según sus administradores, Francia es un mercado estratégico para N2S. Este primer paso en el mercado francés tiene una especial relevancia, dado que la compañía cuenta en España con grandes multinacionales francesas como clientes, entre otros ACCOR y VINCI.

Desde la compañía están seguros de que esta primera instalación generará muchas más oportunidades en el futuro, ya que el sistema se puede instalar en todo tipo de aparcamientos: parkings públicos, de empresas, flotas, hoteles, centros comerciales y comunidades de vecinos ::

España, único país de la UE en mantener su cuota exportadora mundial

España ha sido la única gran economía de la Unión Europea que no ha perdido peso en el comercio mundial en el periodo enero-marzo de 2011, manteniendo la misma cuota, del 1,70%.

No obstante, nuestro país ha caído hasta el decimotercero puesto en el ranking de economías con mayor cuota exportadora, descendiendo dos posiciones respecto al año pasado. Ello se ha debido principalmente al mejor comportamiento de los países emergentes, de forma que países como India y Arabia Saudí se han colocado por delante del nuestro en el citado ranking ::

Modificación del reglamento de control del comercio exterior de material de defensa

El Consejo de Ministros ha aprobado un Real Decreto que modifica el RD 2061/2008, de 12 de diciembre, por el que se aprobaba el Reglamento de control del comercio exterior de material de defensa, de otro material y de productos y tecnologías de doble uso. Ello se produce en respuesta a la necesidad de armonización de la normativa española con las previsiones del Derecho europeo.

Entre las modificaciones está la introducción de la denominada "Licencia General de Transferencia de Material de Defensa", una nueva autorización para envíos intracomunitarios de material de defensa, y la "Licencia Global de Transferencia de Componentes de Material de Defensa", otra autorización novedosa para transferencias de componentes, subsistemas y recambios de material ::

La Directiva "euroviñeta" permite aumentar hasta un 30% los peajes a camiones

La Eurocámara ha aprobado la normativa por la cual los países miembros podrán incrementar hasta un 30% los peajes aplicados a camiones de más de 3,5 toneladas que cruzan el espacio europeo, ya que podrán repercutir los costes asociados a la contaminación y al ruido. Si bien, aquellos camiones que cumplan determinados límites en cuanto a emisiones, en los primeros años (máximo hasta diciembre de 2017) no tendrán que satisfacer ningún desembolso adicional por contaminación.

Antes del verano, corresponde a los países la adopción formal de la norma y, en el plazo de dos años, han de incorporarla a su legislación nacional. No obstante, dicha norma no es obligatoria, de tal forma que cada Estado podrá decidir si introduce tal in-



cremento de peajes y en qué carreteras.

En el caso de España, el gobierno ha manifestado que no pretende aplicar nuevos peajes, ya que nuestra condición de país periférico supondrá un encarecimiento de las importaciones y exportaciones de bienes transportados por carretera. La iniciativa se ha encontrado también con el rechazo por parte de Italia, y la abstención en la votación de la norma de Irlanda, Portugal y Países Bajos ::

América de Sur, más prometedora para el sector minorista

El Global Retail Development Index 2011, elaborado por A.T. Kearney, ofrece una visión sobre el grado de atractivo de los países emergentes para la inversión minorista, al analizar el nivel de desarrollo del comercio al por menor en el país. En la última clasificación, los países mejor posicionados son, por este orden: Brasil, Uruguay, Chile, India, Kuwait, China, Arabia Saudí y Perú.

El crecimiento económico continuado, la mejora de su entorno de negocios o la disponibilidad de mano de obra, hacen de los países latinoamericanos y, más en concreto, de algunos situados al sur del continente americano, como Brasil, Uruguay, Chile y Perú, mercados de alto atractivo.

La región de Oriente Medio y Norte de África, por su parte, presenta también buenos indicadores de potencial a largo plazo ::

