

## Grupo Pinar lleva a sus clientes a ver la Formula1 en Barcelona

Grupo Pinar llevará a sus clientes a la zona VIP del Circuito de Cataluña para disfrutar del Gran Premio de España de Fórmula 1 que se celebrará el próximo 14 de mayo en el circuito catalán. Grupo Pinar que recientemente ha firmado un acuerdo de imagen con Fernando Alonso para 2006 invitará a una de las exclusivas salas VIP del circuito de Montmeló, a los primeros clientes que reserven un piso.

## CB Richard Ellis entra en Finlandia de la mano de la principal consultora finlandesa

La consultora inmobiliaria internacional CB Richard Ellis ha suscrito un acuerdo de colaboración con Huoneistokeskus Oy, principal consultora finlandesa, con sede central en Helsinki y ochenta oficinas repartidas por el país.

A través de su nueva asociada, CB Richard Ellis prestará servicios de Inversiones, Agencia Oficinas, Valoraciones y Servicios de Consultoría en todo el país nórdico.

Con su entrada en Finlandia, CB

Richard Ellis cuenta con 115 oficinas en 31 países y da empleo a 3.500 profesionales en su división EMEA, incluidas 66 asociadas y participadas en 16 países. En el mundo, la consultora cuenta con más de 300 oficinas en cincuenta países, con más de diecisiete mil profesionales.

En los últimos meses, CB Richard Ellis ha abierto oficinas en Eslovaquia y Croacia y ha adquirido el 51% del capital de Ikoma, su empresa afiliada en Japón.

## Cushman & Wakefield asesora a Flour para el alquiler de 2.400 metros

La consultora internacional Cushman & Wakefield (C&W) ha asesorado el alquiler de 2.400 metros de oficinas del Edificio Atria a la multinacional norteamericana de ingeniería Fluor.

El Edificio Atria, situado en el número 16 de la calle Ribera del Loira, en el Campo de las Naciones de Madrid. Atria, propiedad de IOSA Inmuebles, posee en el interior un gran atrio con una pirámide de 800 metros.

## Metrovacesa compra un edificio de oficinas en París por 130 millones

Metrovacesa a través de su filial francesa Gecina ha comprado al Grupo Carlyle un edificio nuevo de oficinas en París por más de 130 millones de euros (158 millones de dólares).

Carlyle había comprado en abril de 2004 este edificio de siete plantas, situado en la periferia de París. Según fuentes cercanas a la operación la transacción de compra se formalizará en las próximas semanas.

### ÁNGEL SERRANO

DIRECTOR GENERAL NEGOCIO DE AGUIRRE NEWMAN

## “La oficina digital definirá el entorno laboral del futuro”

M. ESTHER GALA

Madrid. La oficina del futuro ya está en marcha. Así lo indican los responsables de la consultora inmobiliaria Aguirre Newman quienes han contado con el apoyo de multinacionales de la talla de Microsoft, Amena, Philips, Alcatel o Daikin a la hora de lanzar la oficina digital, un proyecto pionero en nuestro país.



Ángel Serrano, director general de Aguirre Newman.

¿En qué consiste la oficina digital?

La oficina digital es un proyecto pionero en España que definirá como será el entorno laboral del futuro. Se trata de optimizar el espacio laboral, incluyendo para ello los últimos avances en el campo de las telecomunicaciones, tecnología, domótica, arquitectura o mobiliario. Se trata de conseguir un espacio laboral mucho más eficaz productivo y motivador para el empleado, quien pasa a convertirse en el eje central de nuestro proyecto.

¿Cuáles son los mayores atractivos de este proyecto ideado por Aguirre Newman?

Entre las principales ventajas está el ahorro y el aumento de la productividad. Así, implantar una oficina de estas características genera un ahorro económico directo al optimizar la gestión de los metros cuadrados disponibles, por ejemplo. Mientras, el empleado contará con soluciones tecnológicas más avanzadas, lo que obviamente facilitará su trabajo diario. En la práctica, este nuevo concepto de oficina permitirá al trabajador disponer de un horario mucho más flexible, lo que favorecerá la conciliación de la vida laboral y familiar.

¿Qué costes conlleva implantar este modelo de oficinas?

A pesar de que para la puesta en marcha de una oficina

de estas características es necesario hacer frente a un sobrecoste estimado entre el 5% y el 15% en relación a una oficina normal, lo cierto es que ésta es una inversión marcada no sólo por la productividad que genera a posteriori, sino por su atractiva rentabilidad. Por un lado, el empleado trabaja con las últimas tecnologías en un ambiente más amable y motivador, lo que favorece la productividad. Por el otro lado, este sobrecoste genera un ahorro a posteriori que puede ser, por ejemplo, del 15% en el caso del consumo de electricidad.

¿Qué compañías han mostrado su apoyo en este macroproyecto?

Esta iniciativa cuenta con la participación de multinacionales como Microsoft, Amena, Alcatel, Philips, Daikin, editorial La Ley o Tecam, entre otras. Cada una de ellas aporta su experiencia y profesionalidad a la hora de poner en marcha este proyecto pionero. Es más, desde que pusimos en marcha la oficina digital, numerosas multinacionales procedentes de diversos sectores han mostrado su interés en trabajar mano a mano con nosotros. Es un proyecto único en nuestro país que puede adaptarse a las necesidades tanto de grandes compañías como de pequeñas y medianas empresas.

# El sector de tiempo compartido generó 650 millones en España

España ocupa el segundo puesto de este mercado, tras EEUU

LUZMELIA TORRES

Madrid. Comprar el derecho a disfrutar un alojamiento turístico por semanas en diferentes sitios dentro y fuera de España, es una alternativa a la compra de un apartamento para pasar las vacaciones. La ventaja del tiempo compartido es que cada año puedes pasar tus vacaciones en un lugar diferente.

El sector de tiempo compartido se ha posicionado en España en un segundo puesto por detrás de Estados Unidos tanto por número de complejos turísticos como de propietarios, y representa un 7% del total mundial. En 2005 registró un crecimiento de su facturación en torno al 10% en España hasta alcanzar los 650 millones, según Carlos Vogeler, presidente de la Organización de Tiempo Compartido Europea (ANETC-OTE España).

Cerca de 80 empresas, la mayoría británicas, comercializan actualmente productos de tiempo compartido en España que cuenta con 327 complejos. De éstos 140 se ubican en Canarias, 92 en la Costa del Sol, y 33 en Baleares. Entre un 85% y un 90% de los casos el cliente en España es extranjero, siendo el principal mercado emisor el británico, seguido del alemán. Por ventas, las principales empresas de tiempo compartido son Anfi del Mar, Club La Costa y RMI.

Según el primer estudio sobre el impacto económico que el sector de tiempo compartido genera en España, las 327 complejos ubicados en España representan un 6% del total mundial y el número de unidades de alojamiento (24.200) suponen un 7% del total.

“El sector del tiempo compartido tiene un impacto muy importante en España y fideliza mucho al cliente, al tratarse de alojamientos utilizados de forma diferida en el tiempo”, explica Volager.

El estudio encargado a la consultora Ragatz por OTE cuyos datos corresponden a 2003, recoge que un total de

### Datos de la industria del tiempo compartido en España en 2003

#### ► Semanas vendidas

Número	
· Canarias	21.700
· Costa del Sol	14.100
· Baleares	5.000
· Resto España	9.600
Total	50.400

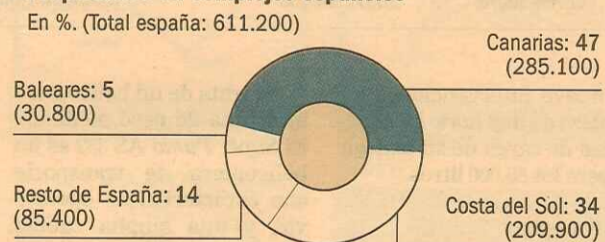
#### ► Volumen de ventas

Miles de euros	
· Canarias	187.000
· Costa del Sol	170.000
· Baleares	56.000
· Resto España	117.000
Total	530.000

#### ► Porcentaje de ocupación



#### ► Propietarios en complejos españoles



FUENTE: OTE

611.200 titulares se registraron en complejos españoles, lo que supone un 9% del total, mientras que el número de turistas que disfrutaron de sus vacaciones en estas instalaciones se situó cerca de los 2,2 millones, con una estancia media de 9,9 noches. El índice de ocupación en 2003 fue del 76%, y el gasto medio por grupo de visitantes y estancia fue de 1.583 euros. El estudio también refleja que el empleo directo generado por el sector en 2003 llegó a los 58.700 puestos de trabajo.

#### Hoteles

El presidente de OTE piensa que hoy en día no se están construyendo más de seis o siete nuevos resorts turísticos en España. Pero piensa que la cosa cambiará cuando las grandes cadenas hoteleras se lancen en este merca-

do. “En España cada vez hay más complejos de tiempo compartido explotados por cadenas hoteleras.

La primera fue la cadena americana Marriott y ahora Sol Meliá entrará de lleno donde hasta la fecha ha puesto este negocio en dos de sus hoteles. Para el hotelero ahora es una gran oportunidad, en un momento en que se revisan los modelos de negocio”, afirma.

Además el sector arrastra la mala fama antes de que entrara la ley en vigor para regular este sector y dar garantías al consumidor. “Han surgido actividades paralelas con técnicas de venta agresivas y captación callejera que agreden al comprador y no tienen que ver nada con el sector, pero los clientes pueden relacionar con el ámbito del tiempo compartido”, afirma Volager, que asegura

## Motivos para comprar este tipo de producto

Los motivos de compra más importantes son: tener seguridad de alojamientos de calidad en una zona turística deseada, la oportunidad de intercambio y la flexibilidad global del producto.

Las dudas de compra más frecuentes son: inquietud por tomar una decisión de compra en el mismo día y la posibilidad de aumentos de las cuotas de mantenimiento en el futuro.

Los canales de venta más utilizados para este producto son la venta telefónica, el correo directo y los huéspedes de intercambio.

La gran mayoría de los propietarios de Tiempo Compartido (87,2%) son matrimonios y el 59,9% no tienen ningún hijo menor a su cargo. El 91,2% son propietarios de una primera vivienda y sus ingresos medios por unidad familiar son de 49.000 euros anuales.

que están llevando a los tribunales todos los productos que no estén regulados.

“Deberíamos ser capaces de transmitir mejor las diferencias de un producto como el tiempo compartido, regulado por la legislación española y por una directiva europea del año 1996, que ofrecen un nivel de protección al consumidor”, subrayó Vogeler.

Ante la presencia de estos grupos fraudulentos, la OTE se está planteando pedir la reforma de la directiva europea de tiempo compartido o la directiva de viajes combinados.

“Las empresas vinculadas a la organización cumplen con la Ley y tienen que adherirse a un código de ética adicional de la OTE, que cuenta además con un servicio de información al consumidor”, asegura Volager.