

Cosentino inaugura sus instalaciones de Oiartzun tras invertir tres millones



La compañía espera facturar este año 400 millones de euros • Emplea a 1.800 personas y dispone de 21 centers en la Península Ibérica • Silestone, un aglomerado de cuarzo, es su producto estrella

La firma almeriense Cosentino inauguró hace unas semanas sus instalaciones de Oiartzun, desde las que, además de ese territorio, cubrirá el sur de Francia y la parte oeste de Navarra, hasta Pamplona. En las mismas, la compañía ha realizado una inversión que asciende a los tres millones de euros. Situadas en el polígono Lanbarren, las nuevas instalaciones Cosentino cuentan con un almacén de 1.800 m² y un show-room

de 600 m² en el que se muestran las últimas novedades en mármoles, granitos y el que en la actualidad es el producto estrella de la empresa, el Silestone, un aglomerado de cuarzo cuyo lanzamiento, hace ahora quince años, supuso una revolución dentro del mundo de los materiales para las encimeras de cocina. La empresa emplea a un total de 1.800 personas y dispone de 21 centers en la Península Ibérica. **Página 3**

El Banco de España adjudica a BBK la intervenida CajaSur

BBK se ha hecho con CajaSur tras imponerse finalmente a Unicaja en la subasta por los activos de la entidad cordobesa, intervenida por el Banco de España en mayo tras fracasar su integración, precisamente, con Unicaja. Tras valorar las distintas ofertas presentadas por BBK, Unicaja, Caja-

sol, Banco Sabadell y Banca Cívica, el Banco de España decidió que sea la caja vasca la que se haga con el control de CajaSur. La entidad recibirá 392 millones de euros del FROB. Con la adjudicación de CajaSur por parte de la BBK se va a crear la séptima entidad española por activos. **Página 28**

La actividad comercial vasca destaca por su eficiencia

El País Vasco es uno de los territorios del Estado más eficientes en términos de actividad comercial, medida en densidad de centros comerciales por habitante, inversión, empleo y facturación. Y al igual que en el resto de España, sus 27 grandes centros comerciales están ha-

ciendo frente a la crisis con un reajuste de precios y una mayor cercanía al cliente. Todo esto se pudo conocer durante el XII Congreso Nacional de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC), celebrado en el Bilbao Exhibition Center (BEC), en Barakaldo. **Página 29**

Alex Gibelalde, director de Marketing para Pymes de Google

“Detectamos un importante nicho en el comercio on-line”



Con 22 millones de usuarios a nivel estatal y un millón en el País Vasco, Google es el motor de búsqueda más popular del mundo, además del instrumento óptimo para la internacionalización de las pymes, independientemente de su tamaño y del sector al que pertenezcan. “Se está utilizando muchísimo para encontrar proveedores, clientes, socios..., sobre todo en momentos como el actual”, señala el responsable de Marketing para Pymes en Google España, Alex Gibelalde, quien apunta, además, que gran parte del comercio on-line se va fuera de España por falta de oferta. Según Gibelalde, “estamos un poco rezagados en ventas on-line, lo cual parece contradictorio con la demanda potencial que existe”. **Página 22**



■ OPINIÓN

“Pioneros en Euskadi en la formación a directivos”, Mikel Madariaga, director general de APD Zona Norte **Página 2**

■ INDUSTRIA

Aplazada la firma de la fusión para crear Tecnalia Research & Innovation **Página 13**

■ AGRO ALIMENTARIA

La lechuga se incorpora como producto con Eusko Label a los mercados vascos **Página 15**



■ MUNDO FINANCIERO

La bolsa eleva un 25% su volumen de negocio y reduce un 6,5% la contratación **Página 26**

■ ADMINISTRACIONES

El PIB vasco crecerá el 0,3% en 2010, según Caja Laboral **Página 32**

■ MANAGEMENT

La RSE puede ser la palanca de impulso de la empresa en los momentos de crisis **Página 35**

Construcciones Antzibar apuesta por diversificar e internacionalizarse

La reflexión sobre el futuro de la compañía, plasmada en el Plan Estratégico 2009-2012, ha llevado a Construcciones Antzibar a apostar por la innovación, por la búsqueda de nuevos productos y por el acceso a nuevos mercados. Primero, Antzibar tratará de consolidar su presencia en Euskadi y su entorno, para, después, dar el salto al exterior. **Página 18**