

Ruta abierta

Número 59 julio de 2015



Antes del verano nuestro especial Convención TIPSA

TIPSA celebró una nueva edición de su convención anual, la decimotercera, y como es habitual el número de Ruta Abierta va dedicado casi en su totalidad a plasmar gráficamente lo que fue ese día.

Como suele ser lógico en un evento de esta magnitud, TIPSA volcó todo su esfuerzo en organizar una jornada a la altura de sus invitados, ni más ni menos que los representantes de las delegaciones de la red. Más de 300 personas asistieron al evento más importante que organiza la compañía y pudieron intercambiar opiniones en un ambiente alegre y distendido.

Ahora llega el periodo de vacaciones que servirá para recargar las pilas y volver con más fuerza para comenzar a implementar algunos de los proyectos que se anunciaron durante las ponencias de la convención y que tratarán de dar soporte comercial a la red. En definitiva herramientas que sigan posicionando a la marca en el sector y que ayuden a las delegaciones en la siempre complicada tarea de captación de clientes.

Volvemos en septiembre, pasad buenas vacaciones.

Miguel Sampedro
Director Marketing y Comunicación

www.tip-sa.com

Sumario

Ruta abierta - Julio 2015

[Tema de portada](#)

3 Especial Convención 2015

[Noticias Sector](#)

10 España sobresaliente en el mercado europeo de logística

[Actualidad eCommerce](#)

12 Crece un 25% el comercio electrónico en Europa

[Escapadas](#)

14 Dubrovnik

Editor

Tips@ Central
Departamento de Comunicación
comunicaciones@tip-sa.com

Imprime

Gamacolor
Calle Romería, 13, 15, 17
28864 Ajalvir, Madrid
gamacolor@gamacolor.es

Deposito legal
M-40803-2005

TIPSA Convención 2015

El pasado sábado 20 de junio se celebró una nueva edición de la convención anual de TIPSA. Con la presencia de un gran número de representantes de las delegaciones de la red se organizó una jornada para el disfrute de los numerosos asistentes que acudieron a la cita. Uno de los días más señalados en el calendario de la compañía.



Como viene siendo habitual por estas fechas, dedicamos el número de julio al Especial Convención TIPSA, un número en el que hacemos un resumen gráfico de lo que fue una nueva convención de la compañía, y ya van trece.

El lugar elegido para dar el pistoletazo de salida a la jornada fue el Casino Gran Madrid, la sala de juegos más grande de España y un lugar habitual de celebración de grandes eventos, además de ser un edificio muy popular gracias a los rodajes de cine y televisión allí realizados.

A la cita acudieron más de 300 asistentes que representaban a las distintas delegaciones de la red.

A la cita acudieron, como ya es norma, más de 300 asistentes que representaban a las distintas delegaciones de la red. Un año más se encargó de inaugurar la convención y dar la bienvenida a los asistentes Marisa Camacho. La consejera delegada de TIPSA centró su charla en agradecer el esfuerzo llevado a cabo por todas las delegaciones para lograr posicionar a la compañía como empresa de referencia en el sector trans-


porte en España. También recordó las muy buenas cifras de negocio de 2014 y mostró su optimismo de cara a las cifras del presente 2015. Una buena parte de su intervención se centró en la reestructuración que la red ha llevado a cabo en la zona de Levante con la apertura de nuevas delegaciones y de tres nuevas plataformas de intercambio en Valencia, Alicante y Murcia, lo que fortalecerá significativamente la presencia de TIPSA en una zona en la que ya lleva años siendo referencia.

José Nemesio Fernández, director de desarrollo de negocio de TIPSA se encargó de continuar con una ponencia en la que desglosó los pasos que se van a dar en política comercial y de marketing. Durante media hora explicó a la concurrencia cuáles serán las acciones que se pondrán en marcha, en el futuro inmediato, para seguir posicionando la marca TIPSA en el mercado, haciendo especial hincapié en las innovaciones que se están llevando a cabo en dos nichos de mercado de especial valor para la compañía, el de eComerce y el de farma/salud.

Tras este periodo de ponencias los asistentes salieron a uno de los jardines del casino para tomar un cóctel antes de subir al espectacular salón Mandalay, donde disfrutaron de una apetecible comida. Nada más terminar de comer comenzó la parte más lúdica de la mañana, primero

con la actuación del conocido cómico Leo Harlem que deleitó a los presentes con uno de sus insuperables monólogos de humor, y después con la celebración de un torneo de póker entre los asistentes que quisieron participar. Un momento muy agradable en la coqueta *Poker Room* del casino, cerrada en exclusiva para los invitados a la convención de TIPSA, que acabó con atractivos premios para los seis mejores del torneo.

Llegó la noche y con ella la cena de gala ofrecida a los asistentes en el Hotel Hilton Madrid Airport. Tras la cena y durante el cóctel previo, se pudo asistir a los espectaculares números de magia de Jorge Luengo, el joven y multipremiado mago extremeño amenizó la velada primero con su repertorio de magia de cerca en la que se ganaba a los asistentes gracias a su simpatía y la calidad de su espectáculo, y más tarde con una sobresaliente actuación que desencadenó constantes aplausos, incluso acompañó a los asistentes durante las copas ofreciendo algunos números de hipnosis y juegos de cartas, todo un espectáculo.

Tras la música y las copas llegó a su fin una edición más de la convención de la empresa en la que los componentes de la red volvieron a verse, intercambiaron experiencias y disfrutaron de buena compañía durante una intensa y bonita jornada. Ahora, a pensar en la próxima. 



Tema de portada TIPS@



Marisa Camacho, consejera delegada de TIPSA y José Nemesio Fernández, director de desarrollo de negocio, se encargaron de las ponencias de la jornada.



Tema de portada TIPS@

Los invitados comieron en el espectacular salón Mandalay del casino Gran Madrid. Imágenes de la comida y los instantes previos durante el cóctel de bienvenida.



Tema de portada TIPS@



Leo Harlem, en la imagen de arriba, se encargó de amenizar la sobremesa. En el centro y abajo imágenes del torneo de póker en el que resultó ganador Francisco Limones de TIPSA Algeciras.



Tema de portada TIPS@





En esta página diversas imágenes de la actuación del mago Jorge Luengo. En la anterior momentos del cóctel y posterior cena en el Hilton Madrid Airport.



La paquetería supera los 50.000 millones en Europa

El negocio de la paquetería en el mercado europeo ha superado los 50.000 millones de euros en 2014, y las previsiones apuntan a que seguirá creciendo durante los próximos años, según recoge un estudio elaborado por Apex Insight.

El informe señala que el crecimiento, aunque alto, ha sido menor en los países del sur de Europa, ya que estos han experimentado en mayor medida la recesión económica y son los que más dificultades están encontrando para salir de ella, sobre todo con respecto a otros países como los de Europa del Este, donde destaca el crecimiento de Polonia debido a su modernización logística, y Reino Unido, con los ingleses liderando el gasto en compras on-line del continente.

El crecimiento de la paquetería viene de la mano, principalmente, del aumento del B2C que ha traído consigo la explosión del eCommerce entre los ciudadanos, una revolución que ha llevado a los operadores logísticos a innovar para mejorar los procesos de entrega, reducir el tiempo de estas y avanzar en tecnologías que amplíen el control de los clientes sobre sus paquetes.

A estas mejoras debe añadirse el necesario aumento de las tiendas físicas de las empresas logísticas para atender la demanda o, en su defecto, la expansión de puntos de conveniencia con tiendas ajenas al sector.

Desde Apex Insight consideran dos hechos claves para el futuro de la paquetería en Europa. Por un lado, la adquisición de TNT por parte de FedEx aumentará la presencia de la compañía norteamericana en el viejo continente, mientras que el papel más activo que Amazon está adoptando para entregar por cuenta propia sus ventas presenta una potencial amenaza para aquellos operadores en los que las entregas del gigante eCommerce soportan el grueso de sus operaciones.

En términos generales, el mercado de la paquetería en su conjunto debería beneficiarse de la previsible recuperación económica europea, un contexto en el que Reino Unido y Polonia seguirán experimentando un mayor crecimiento y en el que las perspectivas para Italia y España han mejorado significativamente con respecto a las de 2014.

Fuente: Cadena de Suministro



España sobresaliente en el mercado europeo de logística

El desarrollo logístico que se ha vivido en España durante los últimos años ha posicionado al país de manera sobresaliente en el mercado europeo de operadores logísticos, según la Guía del Mercado Laboral 2015 elaborada por Hays, en la que también se recogen los salarios de los profesionales logísticos en las principales ciudades españolas.

El cambio de tendencia en la economía y el continuo crecimiento de las exportaciones han hecho que el sector del transporte y el almacenamiento mantenga una línea de recuperación, tanto a nivel del volumen de negocio como del valor de la producción.

No obstante, los últimos años críticos han mostrado ciertas áreas de mejora, entre las que destacan la necesidad de reestructurar las plantillas con personal más cualificado y de optimizar los flujos logísticos en un sector con márgenes cada vez más reducidos.

Realmente, el transporte, la distribución y el almacenamiento, actividades imprescindibles para la economía y que condicionan el coste final de un producto, no se han tenido en cuenta hasta hace poco tiempo como un factor clave para las competitividad de las empresas. Este cambio en la percepción motiva las tendencias actuales y futuras del mercado.



Entre las principales tendencias del sector se encuentran la adopción de innovaciones tecnológicas, con un fuerte incremento de la automatización, los sistemas de control de flota y aquellos que permiten un mayor ahorro energético, así como la potenciación de la distribución capilar para la entrega directa al consumidor.

También se está potenciando el área de la logística inversa y su coherencia con el eCommerce, mientras que, a nivel administrativo, España apuesta por la constitución de la Plataforma Logística Sur de Europa y los corredores ferroviarios para establecerse como puerta de entrada al viejo continente.

Fuente: Cadena de Suministro

Europa apuesta por una distribución urbana sostenible

La Unión Internacional del Transporte por Carretera (IRU), junto con otros 27 socios, ha puesto en marcha un nuevo proyecto llamado Novelog que tiene como objetivo mejorar la cooperación entre los actores de la distribución urbana y el transporte de mercancías con las administraciones públicas, con el fin último de encontrar soluciones para lograr un transporte más práctico, sostenible y eficiente.

Contará con 4,4 millones de euros financiados por la Unión Europea que de este modo continúa impulsando proyectos que ayuden a alcanzar las mejores prácticas en lo que a transporte y distribución se refiere, entre los que también se ha puesto en marcha recientemente el proyecto Success para reducir el impacto del transporte urbano asociado al sector de la construcción.

Para la IRU, cerrar el diálogo y la cooperación entre las autoridades públicas y los operadores de transporte es esencial para mejorar aún más la logística en las zonas urbanas.

La paquetería express crece en China un 50 por ciento

Las compañías chinas de entrega express han suministrado cerca de 13.960 millones de paquetes durante 2014, lo que supone un crecimiento del 51,9 por ciento con respecto al ejercicio anterior.

Con un volumen diario de 38,25 millones de paquetes, el país asiático ha superado a Estados Unidos como la región con mayor volumen de entregas express del mundo.

Cabe destacar que estos servicios generaron unos beneficios para los operadores logísticos del país de 204.540 millones de yuanes, unos 30.000 millones de euros que equivalen a un aumento del 41,9 por ciento con respecto a 2013.

Fuente: Cadena de Suministro



España novena en el ránking mundial de transporte

El subdirector general de aeropuertos del Ministerio de Fomento, Jesús Pérez, ha señalado que España ocupa el noveno puesto mundial en el transporte de mercancías, una posición a la que ha contribuido la carga aérea de Aena, que en 2014 registró más de 685.000 toneladas de carga, lo que supone un 7,2 por ciento respecto al mismo periodo anterior. *"Tenemos un enorme potencial de crecimiento, en consecuencia"*.

Estos datos se aportaron en la Jornada sobre la Responsabilidad del Operador Logístico por UNO y Logista en el Centro Español de Logística. Durante la cita se analizó la operatividad del agente acreditado, el expedidor conocido y el Operador económico autorizado (OEA), así como la manera para mejorar la operatividad de las empresas de carga aérea, al tiempo que se cumple con la normativa en materia de seguridad y los trámites aduaneros.

El Secretario General de UNO, Francisco Aranda, indicó que la carga por vía aérea tiene un valor especialmente importante que exige la máxima rapidez en la movilidad por eso, la búsqueda de la mejora en los procesos debe ser una tarea permanente y, en ese sentido, ha agradecido *"la voluntad del representante de Fomento"*.

A parte de la Unión Europea donde es reconocido el OEA, existen países como Suiza y Noruega donde se reconoce también debido a la similitud de las leyes. Con Japón también existe un acuerdo que está funcionando. *"Estamos trabajando para ampliar los países donde sean reconocidos y confiamos en que en un futuro cercano sean muchos más"*, ha finalizado el subdirector.

Fuente: Cadena de Suministro





Crece un 25% el comercio electrónico en España

La facturación del comercio electrónico en España ha aumentado un 24,8% en 2014, hasta alcanzar los 15.891,3 millones de euros, desde los 12.731 millones del año 2013. Además, durante el cuarto trimestre de 2014, los ingresos han crecido un 25,8% interanual, hasta alcanzar los 4.316,3 millones de euros, según los últimos datos de comercio electrónico disponibles en el portal CNMCDData.

Los sectores de actividad con mayores ingresos han sido las agencias de viajes y operadores turísticos, con el 13,2% de la facturación total; el transporte aéreo, con el 7,7%; y las prendas de vestir, en tercer lugar, con el 5,7%.

Segmentado geográficamente, las webs de comercio electrónico en España se han llevado el 56,4% de los ingresos en el cuarto trimestre de 2014. El 43,7% restante ha correspondido a compras con origen en España hechas a webs de comercio electrónico en el exterior.

El volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior ha sido de 1.884,6 millones de euros, un 26,3% más que en el cuarto trimestre del año anterior. El 90,6% de las compras desde España hacia el exterior se han dirigido a la Unión Europea, seguidas de Estados Unidos (3,9%).

Fuente: ecommerce-news.es

Sólo 2 de cada 10 empresas venden online. Hay mucho espacio para crecer

El comercio electrónico sigue creciendo paso a paso en España. Cada vez son más los consumidores que se decantan por el canal online para realizar sus compras, sin embargo, las empresas tienen todavía un largo camino por recorrer. Según datos ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadística, a lo largo de 2014, el 17,6% de las compañías con diez o más empleados optaron por este sistema para vender sus productos o servicios. Es decir, tan sólo dos de cada diez empresas venden online.

El volumen de negocio generado por estas ventas alcanzó los 198.261 millones de euros, un 1,4% más que en 2013. Las ventas a través de comercio electrónico representaron, el 14,4% del total de ventas efectuadas por las empresas de 10 o más empleados, frente al 15,1% del año anterior. El 13,1% de las empresas realizaron ventas mediante comercio electrónico por página web. El valor total de estas transacciones fue de 60.701,5 millones de euros, el 30,6% del total de ventas de comercio electrónico.

Fuente: ecommerce-news.es

El comercio electrónico en LATAM aún embrionario

Interlat Group elabora y presenta el 1er Estudio sobre Comercio Electrónico en Latinoamérica 2015. Un estudio que da a conocer la relevancia del comercio online en la región, el uso e implementación que consumidores y empresas están haciendo del mismo, así como tendencias y estadísticas para la creación de estrategias que impulsen el crecimiento tecnológico y económico de la región.

Según el estudio, en la región las empresas están realizando comercio electrónico principalmente en categorías de productos y servicios como: publicidad, electrónica e informática, viajes y turismo, moda, telecomunicaciones, alimentos, libros y revistas, temas de gobierno, cultura y educación.

Sólo el 48,41% de los encuestados indica realizar actividades de eCommerce. De las empresas que aún no lo realizan el 83,33% considera hacerlo entre uno o dos años.

El comercio online en Latinoamérica es un mercado en crecimiento, el 43,16% de los encuestados vistos como consumidores realizan compras en internet entre 2 y 6 veces al año, sólo 25,29% lo hace más de 12 veces al año.

Los resultados reflejan que *"en la región hay grandes oportunidades, pero también hay desconocimiento y falta de experiencia en la implementación de comercio electrónico. Sin conocimiento especializado es difícil realizar estrategias adecuadas para sacar provecho a las nuevas tecnologías y ventajas del eCommerce, el mundo globalizado exige a los empresarios adecuar sus negocios al mundo online"* aseguró Luis Carlos Chaquea, director del estudio, fundador y CEO de Interlat Group.

Fuente: diariodemercadeo.com



La compra en pequeños negocios online americanos

A principios de 2015 se ha encuestado a un total de 5.000 consumidores estadounidenses que, en general, indican una mayor investigación de los productos y una mayor frecuencia de compra usando los dispositivos móviles, en donde también reciben la influencia de los medios de comunicación social. Además, el envío gratuito sigue siendo un factor decisivo a la hora de realizar la compra.

En este nuevo informe, se muestra que la mayoría de los consumidores, un 93%, compran en pequeñas tiendas. Además, el 61% compraron porque ese sitio disponía de ofertas únicas para su producto, mientras que el 49% no pudo encontrar lo que necesitaba en las tiendas tradicionales. Por último, un 40% lo ha hecho con la motivación de apoyar a pequeñas empresas de su comunidad.

En cuanto al comercio internacional, un 40% de los encuestados afirmó que había comprado a minoristas procedentes de fuera de los Estados Unidos; un 49% de ellos alegaron que lo hicieron para encontrar mejores precios, mientras que el 35% declaró que sus artículos no se encontraban en tiendas de EEUU.

Fuente: Cadena de Suministro



El eCommerce se muestra clave para generar empleo

La Guía del Mercado Laboral 2015, realizada por la multinacional británica Hays, señala que el sector digital ha seguido creciendo a lo largo de 2014.

El último informe publicado ofrece un análisis global de tendencias y salarios en España, para el que se ha contado con las respuestas y opiniones de 1.500 empresarios y 8.300 trabajadores, de los que 2.970 están en situación de desempleo.

El eCommerce fue la disciplina que más creció en 2014, cerrándose el año con cerca de 17,2 millones de compradores en España. Y es que además, el número de compradores aumenta cada vez más mientras que se muestran abiertos a nuevas propuestas. También hay que destacar que estos compradores son más experimentados, por lo que todo apunta a que el comercio electrónico seguirá su tendencia expansiva durante 2015.

Si hablamos de expectativas de incremento de plantilla, vemos como los departamentos de eCommerce Manager, Analista Web y Social Media Manager son los que cuentan con mejores opciones.

Los perfiles relacionados con redes sociales son cada vez más demandados, en especial los que tienen que ver con Instagram, Vine y Pinterest, debido al desarrollo de éstas aplicaciones en móviles.

Fuente: sabemosdigital.com

El eCommerce de moda crece en España

La moda pisa el acelerador en la red en España. En 2014, las ventas de prendas de vestir a través de Internet crecieron un 68,2%, hasta un volumen de 759,9 millones de euros, tras intensificar su crecimiento respecto al año anterior, cuando la subida fue del 48,8%.

Según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), la moda aumentó su importancia en el eCommerce en España. Las prendas de vestir alcanzaron el 4,8% de la cifra del negocio online en el país, frente al 3,5% del año anterior.

Fuente: modaes.es



Dubrovnik

Belleza medieval en la costa dálmata

Dubrovnik es una de las ciudades de moda en Europa. La preciosa ciudad de la costa Dálmata ha salido del anonimato y se ha convertido en un destino turístico estrella. Patrimonio de la Humanidad y enclave único que, pese a las posibles aglomeraciones, merece una visita para disfrutar de sus numerosos encantos.



Vista panorámica de Dubrovnik.

En Dubrovnik no solo encontraremos preciosas playas de piedra con un encanto inusual, sino también una variada oferta cultural para aquellos que quieran disfrutar de un lugar plagado de elegancia con edificios que nos trasladan a una época en la que el lujo y la ostentación eran los protagonistas. La palabra Dubrovnik significa robleal, algo que describe la cantidad de árboles de este tipo que existieron en la zona. La ciudad fue dominada por los bizantinos, venecianos, húngaros y turcos. En 1272 fue dirigida por un gobierno aristócrata alcanzando su máximo esplendor en el comercio europeo, uno de sus productos estrella era la plata aleada con oro, llamada glama. El declive de Dubrovnik se origina en 1667 cuando un terremoto asola la ciudad. Posteriormente pasa a ser propiedad de Austria.

Una de las ciudades que más sufrió la guerra contra Serbia fue Dubrovnik, de hecho sus heridas aun no se han cerrado a pesar de los grandes esfuerzos que se realizan para que esta bella ciudad brille como lo hizo antaño. Fue bombardeada duramente en 1991, cayeron más de 2000 bombas durante el día 6 de Diciembre, por ello la mayoría de sus edificios y viviendas son nuevas, ya que miles de casas fueron destruidas.

Dubrovnik está rodeada por una gran muralla que alberga 16 torres ofreciéndonos una visión única del lugar, por ello no debemos perder más tiempo y acceder a ella por la entrada situada en la zona norte, cerca de la iglesia de St. Spasa, un recorrido de hora y media que tan sólo nos costará unos tres euros. Las murallas datan del Siglo X, aunque fueron restauradas en el siglo XVII. En total suman 1.940

metros, con un grosos de 6 metros hacia tierra y 3 hacia el mar. Su altura es de 25 metros.

La ciudad está rodeada de una gran muralla que alberga 16 torres que ofrecen una visión única del lugar.

Tras observar la panorámica de la ciudad estamos preparados para descender hacia la Puerta de Pile, erigida entre los siglos XIV y XV, es abierta en un bastión semicircular, por la que accederemos a una amplia rua de piedra que nos conducirá a la zona más aristocrática, lugar en el que gobernaba la



Detalle de la ciudad vieja.

República Ragusea, la élite más distinguida que dominó la ciudad desde 1358 hasta la entrada de Napoleón. Palacios simétricos de estilo barroco que nos llevan a la Plaza Luza, desde aquí no hay tiempo que perder; el Palacio Sponza, notable por la columnata de su atrio y preciosas tallas de piedra, a su lado se encuentra la iglesia de San Blas o Sveti Vlaho, construida entre 1706 y 1715 y diseñada por el arquitecto Gropelli quien tomó como modelo la iglesia de San Mauricio de Venezia.

En verano hay que darse un baño en la playa de la ciudad, situada detrás de la Puerta Ploce.

Otro de los monumentos importantes de la ciudad es el Palacio de los Rectores que fue la sede del gobierno y del rector en los tiempos en que Dubrovnik fue una república independiente. También tiene valor la espectacular Catedral de Velika Gospa, que fue construida en 1192. Los terremotos en 1671 y 1713 la destruyeron totalmente pero fue reconstruida por un arquitecto italiano. En el interior pueden admirarse una asunción del Vergine di Tiziano (1552) y un relicario en oro y plata de San Biagio, además se puede visitar de noche a la luz de las velas.

Pasaremos bajo los pórticos de los claustros de San Domingo y San Francisco para dirigirnos a unos de los museos que nos evocarán un gran sentimiento, no podremos dejar de

emocionarnos viendo fotografías de guerras recientes como la de este bello país, nos referimos al Museo Ron Brown.

En el barrio Pile se encuentra el castillo de San Lorenzo, escenario del Festival de Verano de la ciudad.

Llegamos a la Fuente de Onofrio, de forma circular, que fue construida en el siglo XV para conmemorar el término de los trabajos del nuevo acueducto que servía para dotar a la ciudad de agua desde la fuente de Riieka Dubrovacka. El agua potable y fresca sale por las bocas de las figuras esculpidas.

Si lo que quieres es obtener las mejores vistas de la ciudad debes subir al teleférico, muy cerca de las murallas, la puesta de sol desde la colina es impresionante.

En verano debemos darnos un baño en la playa Gradska Plaza "playa de la ciudad" que se encuentra junto al Lazareto, detrás de la Puerta Ploce. Las playas en Dubrovnik suelen ser de arena gruesa ya que la zona es muy escarpada y rocosa. Pero podemos disfrutar de otras muchas playas desplazándonos a lugares no demasiado alejados. Lo haremos, por ejemplo, en ferry hasta la isla de Lokrum, esta belleza está señalada como Parque Nacional, veremos las ruinas de un monasterio benedictino, así como el Jardín Botánico, y una preciosa playa rocosa para nudistas.


Si quieres disfrutar del ambiente nocturno,

nada mejor que ir a la Calle Prijeco, llena de terrazas con un ambiente muy chic donde podrás escuchar música Jazz, entre otras melodías. Esta zona se ha convertido en un lugar muy transitado donde acuden gentes de todo el país para descansar en sus vacaciones. No obstante todos los años se celebran festivales como el Dubrovnik Summer Festival.

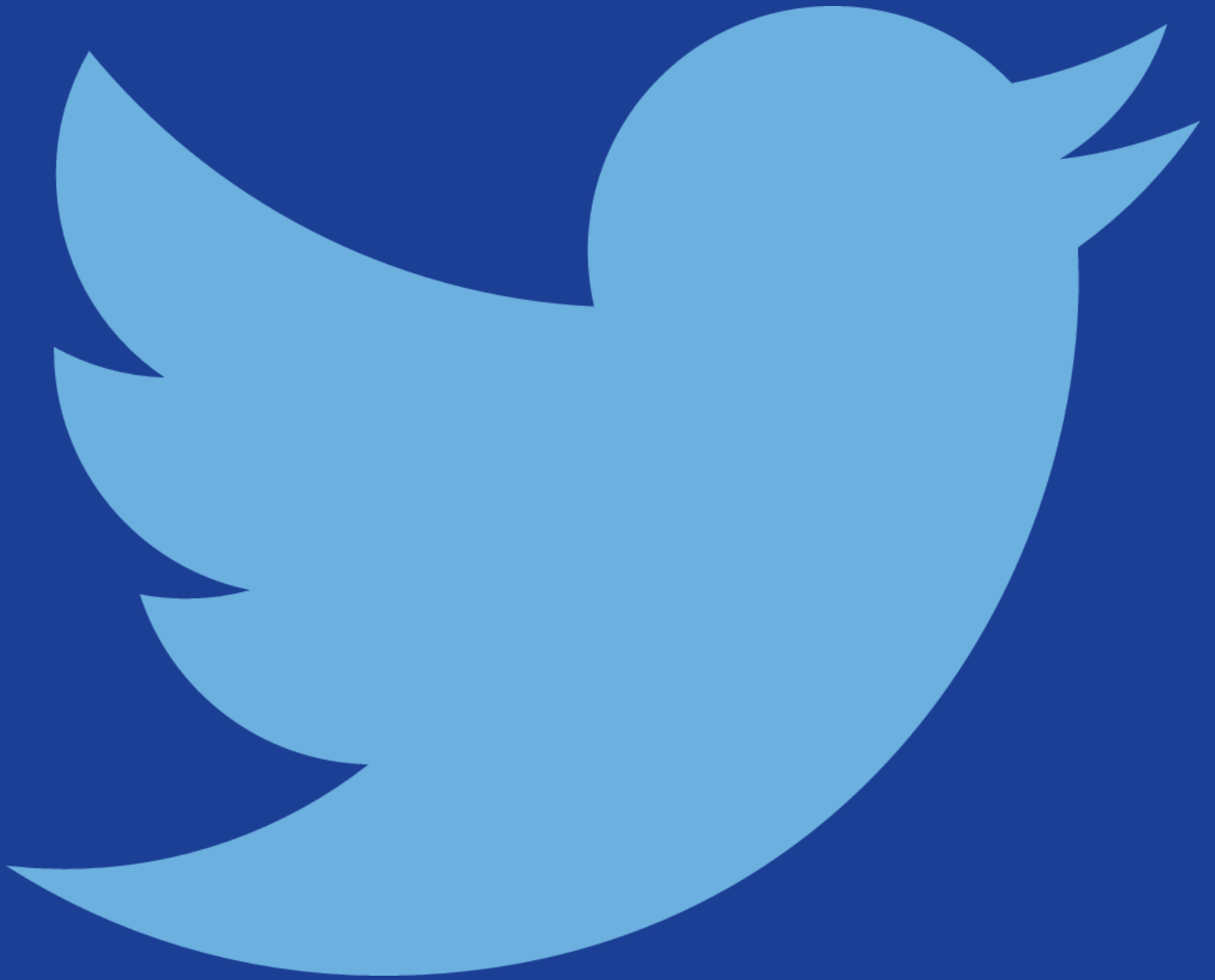
Los barrios de Dubrovnik

El barrio de Ploce alberga numerosos edificios importantes, como el Fuerte de Revelin, desde el que antes de la última guerra, despegaba el funicular por el que se accedía al monte Sergio, y en el que aún se ubica el Fuerte Imperial, levantado por orden de Napoleón en 1808. Si queremos obtener una panorámica perfecta de la ciudad, éste es el lugar. Además en Ploce está el Museo de arte moderno.

En el Barrio Pile, al que accedemos por la puerta del mismo nombre, encontramos el castillo de San Lorenzo con sus anchas murallas. Este precioso lugar se utiliza como escenario para actividades del Festival de Verano de Dubrovnik. Para entrar en él debemos abonar un pequeño importe. Además en este barrio se encuentra el hotel más antiguo de Dubrovnik, el Hotel Imperial, dañado seriamente durante la guerra con los serbios.

El Barrio de Lapad se encuentra en la zona occidental de Dubrovnik, bajo el monte Petka. Aquí es dónde se ubican la mayoría de los hoteles de Dubrovnik, se le denomina Babin Kuk. Sus construcciones góticas son muy bellas. Encontramos además de la Iglesia de la Virgen de la Misericordia, el Museo Arqueológico y el Museo de Historia Moderna. 

TIPSA en twitter



Síguenos

www.twitter.com/TIPSA_red