



Helen Doron English y su espectacular método se expande por España

Con más de 800 centros en todo el mundo y 83 en nuestro país, Helen Doron English prevé incrementar su cifra en España en un 25 por ciento hasta 2020. Barcelona fue su primer punto de apertura hace ahora diez años y desde entonces no ha parado de crecer. En el curso escolar 2011-2012, el número de alumnos matriculados en nuestro país fue de 3.977 repartidos en 21 centros y, actualmente, en el año académico 2015-2016, roza los 14.000 en 83 centros. El éxito de su método, creado hace 30 años, radica en estimular los cinco sentidos y aprovechar el gran potencial que tienen los bebés y niños para la enseñanza del inglés como si fuera su lengua materna. Fomentan con el juego, las canciones y material didáctico y pedagógico el aprendizaje natural a través de la observación y de los sonidos. Desde su nacimiento, acostumbran al niño a escuchar unos sonidos que nuestro vocabulario no tiene en su pronunciación, y con este método obtendrán una escucha activa. Según explican, los resultados son espectaculares, cuando empiezan desde bebés, son capaces de alcanzar el bilingüismo antes de los 7 años.



El sol del Mediterráneo, fuente de inspiración de 'Solarissimo'

El sol del Mediterráneo y las Islas Egadi, un pequeño archipiélago de ensueño situado al oeste de Sicilia, inspiran Azzaro Solarissimo, una nueva colección de tres fragancias en edición limitada para hombre. La primera escala de este viaje es la isla de Levanzo, que ha inspirado este nuevo perfume. Levanzo representa los colores, los aromas y las emociones vividas en los primeros esbozos del día: el alba. Una oda a la naturaleza que se despierta acariciada por los primeros rayos de sol. La naturaleza que despierta al sol atrapa la luz, la energía y la elegancia natural de esta isla del Mar Mediterráneo, dando vida a las notas de esta nueva fragancia: el temperamento enérgico y rebosante de sol nace de la fresca acidulada de la esencia de limón italiano combinada con la fruta de la pasión; la fresca aromática y verde desencadenada por la esencia de la hoja de albahaca junto a la suavidad floral y herbácea de la esencia de lavanda; la elegancia amaderada, cálida y auténtica inspirada por el carisma amolador de las esencias de la madera de cedro y del pachulí. Una creación del perfumista Christophe Raynaud.



Caen los niveles de ahorro y el turismo lidera la intención de compra

La desazón de los españoles sobre la situación general del país aumentó el pasado mes de abril. Si ese estado de ánimo es comparado con la situación personal, la distancia es próxima a un punto y medio porcentual. Este es uno de los datos más significativos del Observatorio Cetelem Mensual del pasado mes. Concretamente la distancia fue de 1,48 por ciento (4,40 en el caso del país, frente al 5,88 personal). La situación personal retrocede 0,10 respecto al mes de marzo. Desde una perspectiva a largo plazo, el Observatorio contempla un aumento del porcentaje de españoles encuestados que opina que la situación general mejorará en los próximos 12 meses. En cuanto al ahorro, abril no fue un buen mes. Un 30,8 por ciento afirma haber ahorrado en el último mes frente al 34 por ciento que lo hizo el mes anterior, lo que significa una disminución de 3,4 puntos. En lo que respecta a intenciones de compra, el top 5 para los próximos tres meses son: el turismo, 24,2 por ciento; textil deportes, 16,2 por ciento; tecnología / informática, 14,8 por ciento; servicios dentales, 14,4 por ciento; y muebles / complementos y decoración, 13,6 por ciento.