



Abbas Moujir: "Canarias Viva basa su idea en cuatro líneas o pilares estratégicos: Artes escénicas, Gastronomía, y dentro de la música, música nacional y también música local" **P60**



Jennifer Goya: "Estamos contentos con el ritmo al que avanza el comercio en nuestro municipio" **P30**



Carmen Luz Baso: "Prestamos un apoyo integral al comercio de Tenerife para que sea más competitivo" **P29**



Francisco Linares: "Se ha duplicado la inversión en el área de Bienestar Social" **P52**

Tribuna de Canarias

Periódico regional líder de información Económica y Política en las Islas Canarias

DICIEMBRE MMXXII | 1,20€ | Islas Canarias

TRIBUNADECANARIAS.ES



María Concepción Brito: "Estoy muy ilusionada en continuar trabajando por el municipio, por su gente y junto a un grupo de personas comprometidas" **P2**

ENTREVISTA.
ALCALDESA DEL
AYUNTAMIENTO DE
CANDELARIA

David Mille: "Las zonas comerciales abiertas constituyen el eje central de la estrategia del Gobierno respecto al desarrollo de los espacios tradicionales de actividad comercial en Canarias" **P20**



NUEVA ECONOMÍA

Jorge Alonso. CIO de Velorcios Group
Crónicas de la Digitalización **P10**



Carmen Pérez. Socia área legal Labory Consultores
Dar de comer al hambriento, dar de beber al sediento **P11**



Sebastián Martínez. CEO de Green Efficient Solutions
La simbiosis del autoconsumo solar y movilidad eléctrica **P12**



Luis Abeledo. Abogado
La peligrosa tensión entre los Poderes del Estado **P13**



Presen Simón. Directora de Transversalia Consulting
¿Y las mujeres para cuándo? **P15**



ENTREVISTA.
DIRECTOR GENERAL DE
COMERCIO DEL GOBIERNO
DE CANARIAS

ESPECIAL NAVIDAD



La Laguna se llena de luz **P32**



Canarian Market, una nueva plataforma de ventas on-line **P54**

La prevención, tu mejor protección **P4**

ENTREVISTA

MARÍA CONCEPCIÓN BRITO
ALCALDESA DEL AYUNTAMIENTO
DE CANDELARIA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Nos acercamos a la última parte de 2022, en términos generales, ¿ha sido un buen año para el municipio de Candelaria? ¿Se ha visto una recuperación económica en sectores como la restauración y el comercio?

Sí. Yo creo que ha sido un muy buen año. Gracias a la afluencia de visitantes y al esfuerzo de nuestro sector económico más representativo que, como bien has comentado, es la hostelería, la restauración y el sector servicios en general, estamos experimentando una recuperación al alza.

Durante la pandemia nos esforzamos y se articularon medidas para que no se produjeran cierres totales y para no aportar mayores dificultades al sector. Habilitamos medidas como la atención a domicilio, facilitamos la logística y los medios de transporte e incidimos en la digitalización, permitiendo que muchas personas pudieran seguir adquiriendo productos y servicios en el municipio.

Es verdad que ha sido muy difícil y más ahora con las consecuencias procedentes de la guerra de Ucrania, nadie esperaba que saliendo de una pandemia nos encontraríamos con un conflicto bélico que afecta a todos los sectores económicos a nivel mundial. No obstante, hemos obtenido una ayuda importantísima por parte del Estado y de las administraciones públicas en general. En el Gobierno de Canarias y en los Cabildos Insulares se ha notado la llegada y el respectivo beneficio de esta ayuda, que ha permitido que muchas empresas no caigan.

Si es cierto que nosotros, como Ayuntamiento, no hemos podido otorgar ayudas económicas directas, porque no tenemos capacidad para poder hacerlo, pero hemos trabajado de la mano con el sector.

De hecho, estos días hemos tenido unos encuentros con ellos, con los empresarios. Nos hemos centrado en la formación, en la capacitación dirigida a los ámbitos digitales y, sobre todo, en mejorar la competitividad de los negocios. Aquí el tipo de empresa que predomina son pymes y micro pymes y las estrategias distan de las que se desarrollan en las grandes corporaciones, donde hay otras economías de valor. Aquí, por ejemplo, el valor predominante es la familia, las personas que están al frente de ese negocio, y la verdad que es muy gratificante escucharles, conocer esas pequeñas cosas que necesitan para poder mejorar y ser conscientes de la cercanía que tiene el Ayuntamiento con ellos.

Nos adentramos en la última parte del año, una parte del año muy importante para sectores predominantes en el municipio. La campaña navideña se espera como agua de mayo para sellar de una manera fructífera este año. ¿Se plantea la primera Navidad tradicional post pandemia? ¿Será una Navidad que ayude a dinamizar los sectores económicos que hemos comentado?



María Concepción Brito: “Estoy muy ilusionada en continuar trabajando por el municipio, por su gente y junto a un grupo de personas comprometidas”

Sí. Hemos estado diseñando un programa adaptado a la nueva situación. Nosotros siempre hemos intentado, incluso en los años difíciles de pandemia, mantener la ilusión que nos debe embargar en este tiempo más que nunca. Nuestras campañas siempre estuvieron activas, pero es verdad que este año volvemos a recuperar actos que en otros años no pudimos celebrar.

La campaña de Navidad comienza con el encendido del alumbrado navideño que hemos incentivado con medidas de ahorro energético. Entendemos que el alumbrado debe estar, pues es un elemento esencial que acompaña a la posterior campaña de dinami-

zación. Su encendido se celebrará el día 2 de diciembre con una feria de tapas y vinos, que pudimos recuperar en verano y que es para nosotros uno de los actos más emblemáticos, pues aglutina y une a todo el sector de la restauración y de las bodegas de la comarca.

Luego, seguiremos con la inauguración de nuestro Belén tradicional, apostando por una campaña de la mano de los comercios, centrada en el embellecimiento de los escaparates, de los espacios cercanos y promoviendo actividades para todas las edades. Queremos un municipio vivo.

El culmen de toda la actividad se producirá en la noche de Reyes, la noche de los

sueños. Nos hace especial ilusión, después de las cabalgatas que hemos tenido que rediseñar en los últimos años, el desarrollo de esa tradicional cabalgata. Queremos que los niños disfruten y vivan junto a sus familias la llegada de sus majestades los Reyes Magos.

También nos acercaremos a otro colectivo de personas: los mayores. Lo vivimos con la pandemia y fue una revelación el ver que había actos en los que las personas mayores no podían participar. Por ello, nos acercaremos a sus casas con el recorrido de los Reyes Magos por el municipio. Estamos muy ilusionados y esperamos que sea una gran campaña.



tiempos de la Administración. Este año, como bien comentabas, comenzamos de una manera y vamos a terminar de otra. Habían muchas esperanzas con el final de las restricciones y resulta, que con el tema de la guerra y la situación económica, he tenido que revisar presupuestos de proyectos cada semana y las licitaciones que teníamos previstas a lo largo del año se han tenido que retrasar. Vamos a intentar sacar a licitación la mayoría de los proyectos, pero sí es verdad que alguno de ellos lo tendremos que posponer.

Estamos sufriendo algunos retrasos, pero confío en que son proyectos imparables, que están en marcha y que van a suponer un desarrollo y van a ir consolidando el futuro del municipio desde el punto de vista de cohesión social, territorial y de sostenibilidad ambiental.



rr

Una de nuestras líneas de acción prioritarias es la social. Nosotros, a parte de la inversión que es necesaria, estamos preocupados por las personas con dificultades por enfermedad o nuestros mayores

Acercar la Navidad a todas las personas no hace otra cosa que revalidar la idea de que Candelaria es un municipio social que apuesta por su gente y sus personas por encima de cualquier cosa...

Sí, efectivamente. Una de nuestras líneas de acción prioritarias es la social. Nosotros, a parte de la inversión que es necesaria, estamos preocupados por las personas con dificultades derivadas de alguna enfermedad y por nuestros mayores. En esta línea, hemos diseñado programas para combatir la soledad y facilitar el bienestar de las personas que necesitan cuidados más especializados.

Uno de los proyectos de los que estamos más orgullosos es el servicio de ayuda a domicilio, pues consta de una empresa que facilita y permite que las personas que han tenido dificultades para acceder al mercado laboral se puedan formar al tiempo que trabajan durante el periodo que denominamos "de inserción" para que después se puedan incorporar al mercado laboral normalizado.

¿Queda algo de este año que a usted le hubiera gustado llevar a cabo en el municipio y que se ha tenido que posponer?

Una de las principales frustraciones que a uno le embargan a finales de año es los

Se ha puesto usted, hace pocos días, a disposición de su municipio y de su partido para volver a ser la próxima alcaldesa de Candelaria. Me gustaría conocer si, en el caso de que volviera a salir reelegida, optará por seguir una línea continuista...

Estoy muy orgullosa del trabajo que hemos venido realizando mis compañeros del grupo de gobierno y yo. Yo he vuelto a dar el paso, he comunicado a mi partido la intención de volver a presentarme y espero seguir generando esa confianza en el municipio de Candelaria para seguir trabajando en él.

Me gustaría salir reelegida, en el mandato anterior vivimos alguna dificultad con pactos de gobierno que, de una manera o de otra, afectaron a la gestión, implicaron retrasos y el no poder avanzar. Tanto en el mandato anterior como en este hemos intentado fijar una estrategia de desarrollo del municipio, un plan de acción en consonancia con las directrices europeas y eso necesita un medio-largo plazo para llevarlo a cabo. Con lo cual, un periodo de 4 años es insuficiente y más en este mandato, cuyos tiempos han sido atípicos y la



gestión eficiente ha llegado en este último año y medio. A pesar de haber estado inmersos en 2 años de pandemia intensa con la suspensión de todos los procedimientos, hemos hecho un gran trabajo, no nos hemos parado elaborando y poniendo en marcha proyectos con los que no contábamos.

Estoy muy ilusionada en continuar trabajando por el municipio, por su gente y junto a un grupo de personas comprometidas y entregadas.

Además, usted es la presidenta de la FECAM. ¿Satisfecha también con el trabajo que se está desarrollando desde esta parcela?

Sí, estoy muy agradecida y honrada. Como sabes, la Federación la integran los 88 municipios canarios y estoy muy agradecida por la confianza que han depositado los compañeros alcaldes y alcaldesas que me eligieron en el año 2019. Aunque poco después entramos en una situación de emergencia sanitaria, con la que tuvimos una llegada y un parón.

La FECAM defiende todos los intereses del municipalismo, trata de conseguir el equilibrio de todo el territorio canario, de todas las personas independientemente de donde vivan y, sobre todo, apoya a todos los municipios, haciendo hincapié en los que tienen menos recursos para poder contribuir a su desarrollo, luchar contra ese reto de la despoblación, para intentar que no se desplace la población únicamente a las grandes ciudades y para que haya una distribución equilibrada de la riqueza en todos ellos. La pandemia fue un reto extraordinario que tuvimos que afrontar y yo agradezco siempre la unión de todos los municipios para hacer frente a lo que nos tocó vivir.

Desde la FECAM seguimos afrontando las dificultades, luchando por nuestra gente, con nuevas iniciativas legislativas y batallan-

do por el nuevo marco de financiación municipal que necesitamos todas las entidades locales. Este nuevo marco de financiación municipal es un elemento clave que esperamos que se pueda abordar en el próximo mandato.

“Desde la FECAM seguimos afrontando las dificultades, luchando por nuestra gente, con nuevas iniciativas legislativas y batallando por el nuevo marco de financiación municipal”

¿Qué le pide usted al año 2023 como alcaldesa, política y presidenta de la FECAM?

Le pido fuerza para afrontar todo lo que está por delante. Es verdad que siempre pedimos salud porque es lo que nos permite estar bien para poder afrontar el futuro, pero para este próximo año pido, sobre todo, fuerza, fortaleza y mantener la ilusión intacta para seguir luchando por nuestro municipio.

La prevención, tu mejor protección



La prevención, TU MEJOR PROTECCIÓN.

EN EL TRABAJO LA PROTECCIÓN ES LO PRIMERO

CEOE
Tenerife

 **Gobierno**
de Canarias

La Confederación Provincial de Empresarios de Santa Cruz de Tenerife (CEOE-TENERIFE), en calidad de organización empresarial representativa de Canarias, viene desarrollando y colaborando activamente con la Administración Autónoma en materia preventiva. Dada precisamente nuestra condición, formamos parte, además, del Consejo Rector del ICASEL, entre otros órganos de Participación Institucional en Canarias.

Estas particularidades han tenido su reflejo en la propia Estrategia Canaria de Prevención de Riesgos Laborales, así como en los Planes de Actuación del Instituto Canario de Seguridad Laboral, participando en la elaboración de ambas de forma corresponsable, así como de su consenso, colaborando con la administración en el ámbito de la Prevención de Riesgos Laborales en la mejora continua de las condiciones de seguridad y salud en el trabajo.

De la lectura de los datos obtenidos en nuestra Comunidad Autónoma en los tres últimos años, en materia de siniestralidad laboral, se confirma que, se ha registrado un repunte en el número total de accidentes con baja de este último año, probablemente producido por la paulatina reactivación de algunos de los sectores económicos. En 2022, hasta el mes de octubre se han producido un total de 18.259 accidentes laborales con baja, lo que supone un incremento de 3.440 accidentes con respecto al 2021, habiéndose visto incrementados tanto los accidentes leves como los mortales. Por el contrario, los graves han visto reducido su número. También se han visto incrementados los accidentes “in itinere” en 549 accidentes, con respecto al mismo periodo de 2021.

Por otro lado, el índice de incidencia acumulado en el año 2022 hasta Octubre (número de accidentes por cada cien mil trabajadores), registra un incremento del

14,52% respecto al mismo periodo correspondiente al ejercicio 2021 para la Comunidad Autónoma de Canarias, según datos proporcionados por ICASEL.

Por sectores, observamos que el que mayor incidencia registra es el de Servicios con 12.999 accidentes, seguido a bastante distancia por la Construcción con 2.963, Industria con 1.375 y Agricultura y pesca con 922.

Así pues, para esta anualidad 2022, el ICASEL nos plantea nuevamente la implicación de las organizaciones empresariales en el desarrollo y ejecución de su Plan de Actuación 2022.

Cabe destacar la importante contribución que realizan las organizaciones empresariales más representativas en la ejecución del mencionado Plan de Actuación, a través de sus respectivos Gabinetes de Asistencia Técnica en PRL, con unos resultados que contribuyen a la mejora de las condiciones de seguridad y salud en las empresas canarias.

Así, durante este año 2022 se planificaron varias actuaciones a realizar, como:

Programa de seguimiento de la actividad preventiva

Hemos visitado a más de 250 empresas de carácter intersectorial y a más de 80 empresas del sector de la construcción, repartidas entre las islas de Tenerife, La Palma y La Gomera.

El objetivo fue facilitar herramientas y apoyo a las empresas para la detección de los cambios y modificaciones con relación a las condiciones de trabajo. Se analizaron aspectos como la evaluación de riesgos, diseño del puesto de trabajo, equipos de protección individual, manual de procedimientos y protocolos médicos, contribuyendo a impulsar la prevención en las empresas y a la vez

aportarle las recomendaciones oportunas de acuerdo con su situación particular.

Como medida de apoyo, se elaboró material informativo y divulgativo relacionado a la modalidad de teletrabajo, además de otros temas que resultaron de interés, según la realidad y situación particular de cada empresa.

Cursos de capacitación

Se realizaron 2 cursos orientados a las Funciones de nivel básico de 30 horas de duración cada uno y otros 3 cursos sobre la Prevención del acoso laboral por razones de sexo de 20 horas de duración cada uno. Se han formado a un total 92 alumnos/as.

Asesoramiento y asistencia técnica telemática, telefónica

Con esta actuación se pretendió facilitar la acción de asistencia y asesoramiento técnico a las empresas atendiendo a todo tipo de consultas en materia de Prevención de Riesgos Laborales. A través de la misma nos mantuvimos en permanente disposición de empresarios, autónomos y trabajadores para la resolución de dudas, aclaraciones y dificultades que se les pudieran presentar, de forma puntual, facilitándoles una respuesta lo más inmediata posible. Se realizaron un total de 85 asesoramientos a diferentes tipos de consultas.

Campaña de sensibilización en prevención de riesgos laborales en la Formación Profesional

Con esta acción se llevó a cabo una labor de promoción y difusión de aspectos claves sobre la actividad de la prevención de riesgos laborales, contemplándose la integración de la formación en prevención de riesgos laborales en las diferentes etapas del sistema educativo y en particular en la formación profesional reglada.

Esta actuación se realizó en estrecha colaboración con la Dirección General de Formación Profesional y Educación de Adultos de la Consejería de Educación.

El objetivo fundamental fue el de ayudar al profesorado de formación profesional en su labor de concienciación y sensibilización en materia de prevención de riesgos laborales a su alumnado.

Desarrollo de Aplicación “WebApp”

La herramienta responde actualmente a la necesidad de aportar y proporcionar asistencia técnica a través de un espacio en el que las empresas puedan encontrar información y recursos que les ayude a avanzar en los retos planteados en el ámbito de la PRL y la salud laboral de los trabajadores/as.

La ejecución de todas las acciones descritas, estuvieron dirigidas a propiciar un descenso en la siniestralidad laboral acaecida en nuestras islas durante la anualidad 2022 (continuando el próximo año), así como un mantenimiento de la atención sobre aquellos aspectos directamente relacionados con la gestión e integración de la PRL en las empresas.

Los servicios son accesibles gracias a la red de oficinas de las que disponemos con sedes en Santa Cruz de Tenerife, La Orotava y Granadilla de Abona. Puede solicitar más información vía email: servicioempresarial@ceoe-tenerife.com, o a través del teléfono 922 280 880.

Las nuevas técnicas de selección de personal desde la visión empresarial



CONFEDERACIÓN CANARIA DE EMPRESARIOS
SERVICIO INTEGRAL DE EMPLEO

**SELECCIÓN DE PERSONAL
NUEVAS TÉCNICAS
DESDE LA PERSPECTIVA EMPRESARIAL**

PARTICIPACIÓN DE TÉCNICOS DE RRHH DE EMPRESAS INVITADAS

**SEMINARIO ONLINE
GRATUITO**

23 NOVIEMBRE
9.30 > 11.30

goip3@ccelpa.org
928 234 064

Gobierno de Canarias
Servicio Canario de Empleo

CONFEDERACIÓN CANARIA DE EMPRESARIOS
CCEE CEPYME

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL
SEPE

Finalmente, Guillermo Cedrés, Director de RRHH de Grupo Inetel, informó a la audiencia de cómo suelen gestionar los procesos de selección en este importante grupo empresarial canario. Además de informar de los perfiles más demandados en su empresa, siempre relacionados con el Call Center y las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, también informó sobre los puestos que tienen una gran dificultad de cobertura, estando muchos de ellos relacionados con la informática y la digitalización.

En referencia a esto, manifestó la importancia de atraer y fidelizar el talento canario, puesto que en muchas ocasiones las personas que sí reúnen los requisitos solicitados deciden aceptar puestos de trabajo fuera de las islas.

Finalmente, sobre las cualidades que debe reunir cualquier candidato o candidata para lograr una contratación, habló de reunir un equilibrio entre las "Tres S": saber, saber hacer y saber estar.

Con esto explicaba que no era suficiente con poseer los conocimientos necesarios para el desempeño del puesto, sino que también es importante ser competente y reunir unas competencias blandas que, aunque no están estrechamente rela-

cionadas con la profesión, sí que permiten un mejor desempeño del puesto, como por ejemplo lo puede ser la capacidad de adaptación, que suele ser una de las competencias más valoradas en las empresas.

En esa ardua tarea que puede ser buscar empleo activamente, hay muchos aspectos a tener en cuenta y cada vez más por contar con mayor competencia al vivir una era marcada por la digitalización en la que todas las ofertas están al alcance de tan un solo clic. Sin embargo, hay muchas técnicas que pueden ser empleadas para posicionarse y hacerse más visible, ya sea antes, durante o después de entrar en un proceso de selección. Todas estas fases son las que suelen abordarse en este seminario de forma anual y este año se ha hecho de una forma diferente por contar con la presencia de administraciones públicas, lo que ha dado un valor añadido.

El Servicio Integral de Empleo de la Confederación Canaria de Empresarios celebró el pasado 23 de noviembre el seminario "Selección de personal: Nuevas Técnicas desde la Perspectiva Empresarial", en el que participaron más de 130 personas, en el marco de las actuaciones que viene realizando cofinanciadas por el Servicio Canario de Empleo y el Servicio Público de Empleo Estatal.

El evento contó con ponencias en directo y en diferido, y ofreció diferentes perspectivas, tanto para aquellas personas que están en búsqueda activa de empleo, como para quienes querían mejorar su trayectoria profesional. Por un lado, se ofreció información a quienes se encuentran en la fase inicial del desempleo, cuando la persona no sabe por dónde comenzar a buscar trabajo.

La recomendación general antes de comenzar a hacer autocandidaturas es la de informarse de la situación del mercado de trabajo y acudir a los servicios públicos de empleo para conocer todas las opciones disponibles. Por otro lado, se continuó con la tradición de este seminario de mostrar una perspectiva empresarial de la búsqueda de empleo, contando con invitados del área de los RRHH que aportaban su visión de la búsqueda de empleo.

Así, desde el Observatorio Canario de Empleo participó el experto en análisis del Mercado de Trabajo Luis Prieto, quien aportó información relevante sobre la situación del Mercado Laboral en Canarias presente y futura. Ofreció una perspectiva práctica en la que, además de explicar el funcionamiento y las mejoras añadidas a la web del OBECAN, también habló de la Red Española de Pacto

Mundial, cuyo objetivo es la adaptación del tejido empresarial a un nuevo modelo económico sostenible. Sin duda, los datos apuntan a que el futuro laboral se encuentra en profesiones relacionadas con la sostenibilidad y la innovación, siendo muchas las empresas en Canarias que ya apuestan por posicionarse a favor de la economía azul, la economía circular y la digitalización. También participó el Servicio Canario de Empleo, y en esta ocasión se aprovechó para dar a conocer la recién creada Red 3000 y los servicios de Gestión de Ofertas, Orientación y Prospección Laboral.

La segunda parte del seminario estuvo marcada por la visión empresarial. Eva Porto, Psicóloga & Recruiter, con miles de seguidores en las redes sociales y conocida por ofrecer consejos para lograr el empleo que se busca aportó interesantes "tips" para afrontar una entrevista de trabajo.



¡Quédate en El Sauzal, también en Navidad!

Campaña Comercial «¡Quédate en El Sauzal, también en Navidad!» 2022/23.

- Tus compras tienen premio si vienes a realizarlas a El Sauzal, podrás conseguir fantásticos premios.
- Para compras realizadas entre el 1 y el 6 de enero de 2023.

El Sauzal
AYUNTAMIENTO

CABILDO DE TENERIFE



www.elsauzal.es



La Cámara y Compañía Cervecería de Canarias renuevan su apuesta por llevar la excelencia al servicio en la hostelería

Compañía Cervecería de Canarias y la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife han renovado un año más su apuesta por la profesionalización del sector de la hostelería con la renovación del “Programa Superior en Gestión de Bares y Restaurantes”, una iniciativa de la Cámara que cuenta con el patrocinio de la popular compañía de bebidas canaria y la colaboración de Coca-Cola Europacific Partners, Ecoembes, Atecresa y el grupo Montesano.

La consejera delegada de Compañía Cervecería de Canarias, Naveen Mehra, y el presidente de la institución cameral, Santiago

Sesé, han suscrito un nuevo convenio de colaboración que permitirá la puesta en marcha de la 8ª edición de este programa formativo encaminado a orientar hacia la excelencia a un sector clave para Canarias.

Conscientes de la necesidad de dar solidez y fomentar la profesionalización del sector, la firma de este convenio de la Cámara de Comercio con Compañía Cervecería de Canarias supone el arranque de la octava edición del Programa Superior en Gestión de Bares y Restaurantes, que se iniciará el 28 de noviembre hasta mayo del 2023 en las aulas de la Cámara de Comercio y cuyas inscripciones ya están abiertas a través de la web www.camaratenerife.com.

[camaratenerife.com](http://www.camaratenerife.com).

Durante la firma del convenio, Naveen Mehra destacó “la solidez de esta iniciativa por la que han pasado más de 300 participantes en las anteriores ediciones, haciendo una gran apuesta por contribuir con esta formación a mejorar el servicio que se presta en el sector de la hostelería”. Por ello, incidió en la importancia de aportar nuevos conocimientos y actitudes con este programa específico un sector tan importante y considerando “el modelo de colaboración con la Cámara de Comercio como el camino a seguir para la capacitación y profesionalización del sector”.

Por su parte, el presidente de la Cámara de Comercio provincial, Santiago Sesé, valoró la alianza con Compañía Cervecería de Canarias como “un acuerdo clave que nos permite dotar a nuestros profesionales de conocimientos de primer nivel, que además son impartidos por profesionales en activo que se enfrentan día tras día a la gestión de sus negocios y, por tanto, pueden aportarles grandes conocimientos a los alumnos. Asimismo, con esta iniciativa también fomentamos una mayor profesionalización del sector y una actualización y mejora de los conocimientos ya adquiridos, permitiendo a los participantes enfrentarse a los retos que cualquier negocio debe superar en materia, por ejemplo, de digitalización o sostenibilidad”.

Este programa especializado pone el acento en la formación de empresarios, tra-

bajadores y emprendedores de la hostelería con el fin de promover el desarrollo de negocios sostenibles, competitivos y responsables, poniendo el foco en un concepto de negocio basado en la excelencia y en el que se incide en dar valor a la atención a los clientes mediante el desarrollo de actitudes como la flexibilidad, la cooperación, la pasión y la ilusión por dar el mejor servicio posible, lo que se traduce en una fidelización de clientes..

En esta 8ª edición, el programa formativo se estructurará en tres bloques de competencias, competencias de restaurante, bar y técnicas con un total de veinticinco módulos destinados al desarrollo de estas competencias personales y profesionales para afrontar el cambio en lo que a la atención de los clientes se refiere, así como adquirir formación sobre gestión para desarrollar una actividad profesional con posibilidades de éxito. A esto se suma, además, la formación técnica para poner en marcha actividades tanto por cuenta propia como por cuenta ajena.

En cada nueva edición se intenta dar repuesta a los nuevos retos que van emergiendo al sector, con la incorporación de nuevos módulos formativos. Así en el 2020 se incorporó como implementar un servicio delivery, en el año 2021 el empleo de los productos de Quinta gama y en esta nueva edición la incorporación de la fotografía gastronómica, siempre de la mano de expertos profesionales de cada una de las materias.

Las Cámaras de Comercio de las Islas y BBVA debaten acerca de los retos de las pymes canarias

El director de red de Banca Comercial de BBVA en España, Xavier Llinares, y la directora territorial de BBVA en Canarias ha mantenido un encuentro con los principales responsables de las cuatro Cámaras de Comercio de las Islas para reflexionar acerca de la situación de los autónomos y las pymes canarias y debatir acerca de los retos a futuro. Los cambios de hábitos de los consumidores han empujado la digitalización de las pequeñas empresas, un cambio de paradigma que, según han coincidido todos los presentes, representa una gran oportunidad para Canarias, que puede potenciar la prestación de servicios de alto valor añadido a distancia.

Según los datos recientemente publicados por BBVA Research, Canarias liderará el crecimiento autonómico en el cierre de 2022. El buen comportamiento del turismo durante la primera mitad del año empujará al alza el PIB canario en el presente año. Sin embargo, las tensiones geopolíticas podrían afectar a los principales mercados de origen de los turistas que llegan a las Islas, lo que podría impactar en la principal industria del archipiélago de cara a los próximos trimestres.

En el encuentro participaron Xavier Llinares, director de red de Banca Comercial de BBVA en España; Guadalupe Hernández, directora territorial de BBVA en Canarias; Luis Padrón, presidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria; Santiago Sesé, presidente de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife; José Valle, presidente de la Cámara de Comercio de Lanzarote y La Graciosa; e Ylenia Alonso, vicepresidenta de la Cámara de Comercio de Fuerteventura.

Entre las grandes oportunidades detectadas, destaca la promoción de empresas que generen alto valor añadido y que puedan prestar su servicio a distancia. “Fomentar los nómadas digitales en unas Islas con un clima óptimo como Canarias es un primer paso para el asentamiento de empresas que puedan prestar sus servicios a distancia y generar empleo de calidad, a la vez que se diversifica sectorialmente nuestra economía”, ha



reflexionado Guadalupe Hernández.

Otro de los grandes retos a los que se enfrentan las empresas locales es la transición hacia modelos productivos más sostenibles, y las empresas están comenzando a prepararse para ello, en muchos casos aprovechando la llegada de los Fondos Europeos Next Generation.

Agradecimiento al trabajo de las Cámaras de Comercio

Durante el encuentro, Xavier Llinares felicitó a las Cámaras de Comercio por su gestión de los préstamos ICO durante los

meses posteriores a la pandemia. Llinares recordó “el gran trabajo de los equipos de BBVA” para entender la situación de cada empresa y gestionar con celeridad la mejor solución. Asimismo, “el trabajo de las cuatro Cámaras de Comercio de Canarias es un ejemplo de la importancia de la colaboración público-privada en la búsqueda de soluciones”, destacó.

En la actualidad, las Cámaras de Comercio también están gestionando algunas de las líneas disponibles de los fondos Next Generation, “que deben facilitar la transformación de la economía de nuestro país y prepararla para el futuro”, aseguró Llinares. Con el objetivo de facilitar que las empre-

sas, pymes y autónomos puedan acceder de manera ágil y sencilla a estas ayudas públicas, BBVA ofrece, de la mano de los mejores socios estratégicos, un servicio integral que va desde el acompañamiento y gestión de las subvenciones hasta la financiación.

El presidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria, Luis Padrón, resaltó que las cuatro Cámaras Canarias representan a todo el tejido empresarial de las islas y se articulan como herramientas indispensables en la transformación socioeconómica que ya estamos experimentando, no solo en el ámbito del turismo, sino también en la digitalización, la sostenibilidad y la forma de hacer negocios.

FACONAUTO

CANARIAS

Patronal de Concesionarios de Automoción de Canarias

Avda. Pintor Felo Monzón, 34 planta baja
35019 Las Palmas de Gran Canaria

+34 600 412 827
faconautocanarias.com



Este 2022 prometimos ser optimistas. Buenos y optimistas. Comenzábamos el año con buenos propósitos y especialmente esperanzados tras dos años donde la pandemia asfixiaba a nuestra gente y nuestra economía. Veíamos la luz al final del túnel y asegurábamos que la felicidad nos esperaba ahí. ¡Cuán errados estábamos! Guerra, inflación desorbitada, escasez de productos... eso nos regalaba el 2022, pero ese no es el tema que nos ocupa, porque todos conocemos bien los sinsabores y desgracias a las que nos hemos enfrentado.

Aún recuerdo aquellos momentos de encierro donde asegurábamos que la pandemia nos iba a hacer mejores, que cuando volviéramos a hacer nuestras las calles seríamos todo bondad y buenas intenciones. Luego nos excusamos en las restricciones, en las dificultades económicas... y así sucesivamente. Realmente nos excusábamos en el contexto (nadie duda que era duro), para seguir siendo seres egoístas y "malcriados", no solo no habíamos salido mejores personas después del covid, sino que habíamos salido siendo la peor versión de nosotros mismos en muchos casos.

Estamos viviendo una realidad marcada por el odio, el desprecio, el rencor, la batalla permanente. Y esto no sucede solo en el ámbito empresarial, más habituado a momentos

Concordia

de tensión. Sin ir más lejos, el Congreso de los Diputados, el lugar de la democracia y la política, se ha convertido en espacio que se asemeja más a un circo de los horrores donde los insultos más variopintos y las subidas de tono forman parte de la jerga diaria. Lo dicho, hasta en el lugar "más sagrado" de la democracia. Aquellos que hemos elegido para que nos representen, y a los cuales pagamos, hacen uso con normalidad de la verborrea más descalificativa en el lugar del que deben emanar las leyes que mejoren nuestra vida. Donde la educación no debe ser una opción, se opta por lo vulgar. Nada que añadir.

Sin embargo, no es el único lugar marcado por las trincheras y los balazos. Organizaciones empresariales, empresarios, jefes, empleados... Odio y crispación es lo que respiramos. También en lo personal. Estamos enfadados con el mundo, con nuestra gente, con los desconocidos. Recurrimos a la crítica ajena como tema central de nuestras conversaciones,

descalificando a todo aquel que no piensa como nosotros sin si quiera hacer una autocrítica acerca de en qué fallamos nosotros. Mientras escribo este editorial en una cafetería, la mesa colindante se encuentra en medio de una profunda discusión en la que la ofensa constante parece ser la protagonista.

Todo bañado por el odio, todas las esferas de nuestra vida envenenadas. ¿Cómo hemos llegado hasta aquí? ¿En qué punto de la vida nos corrompimos de esta manera? ¿Cuándo creímos que, para subir más alto, hay que aplastar y hundir a los demás? ¿Por qué el odio y la guerra permanente se han quedado como habituales en nuestro día a día?

No es posible construir una sociedad próspera con este proceder, no podemos relacionarnos con la discordia y el rencor como punto de partida. ¿Cómo tenemos la desfachatez de decirle a nuestros hijos que deben ser educados y buenas personas si luego nosotros somos todo lo contrario en cualquier ámbito? La tolerancia y el respeto no pueden ser una alternativa sino una obligación ética y moral.

"La Concordia fue posible", es lo que puede leerse en la lápida de Adolfo Suárez. No, ex presidente, no ha sido posible.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Canarias



25 noviembre Día de la lucha contra la violencia de género

OPINIÓN
ANA VEGA

En pleno siglo XXI todavía siguen existiendo bulos y desconocimiento sobre por qué esa fecha se ha convertido en un día de reivindicaciones para erradicar una violencia que lejos de la realidad ni desaparece, si no que sigue estando implantado en nuestra sociedad, así como en el resto del planeta.

Mencionar a las hermanas Mirabal sigue siendo una incógnita que por falta de información o simplemente por no importar hacen que esa fecha vaya vinculada a ellas.

Tres hermanas de la República Dominicana quienes estaban en contra de la dictadura que allí estaba implantada bajo las órdenes Rafael Leónidas Trujillo, y se revelaron contra él. Se las conocía también como Las Mariposas, nombre con el que Minerva se identificaba en todo lo relacionado con la política.

Tanto ella como su hermana María Teresa fueron en varias ocasiones juzgadas, encarceladas y también violadas.

Las hermanas cada vez que salían de la cárcel seguían activas para poder derrocar al dictador.

El 25 de noviembre de 1960 las hermanas Mirabal eran brutalmente apaleadas como también el chófer que iba con ellas Rufino de la Cruz por orden del dictador, hasta morir. Patria que había sido la menos activa, también fue asesinada junto a sus hermanas.

Esta sería una breve biografía de la historia de tres hermanas que fueron ejecutadas, sufriendo anteriormente violaciones por luchar contra la dictadura en su país.

Por ello la importancia de que se sepa el por qué de esta fecha señalada.

Estamos cansadas que en la calle tengamos que seguir escuchando por qué no se pone un día para los hombres maltratados, y esto solo ocurre por falta de conocimiento.

Actualmente seguimos ante esta barbarie en el planeta, donde mujeres y niñas están siendo asesinadas, violadas...

Pero debemos hacer hincapié en parte de la población de mujeres que durante años han sufrido y sufren la violencia de género. Hablamos de las mujeres mayores de 60 años. Mujeres que sufren en silencio esta lacra

social y que desgraciadamente lloran y sangran bajo las cuatro paredes de su casa. Una población invisible que habita en zonas rurales donde nadie las oye y que por vergüenza o miedo a ser descubiertas por sus agresores no dicen nada.

Gracias a las nuevas políticas de Igualdad y Prevención se está trabajando precisamente para visibilizar a estas mujeres, poder ayudarlas y sacarlas de las "carceles" en donde no encuentran salida.

No, no hemos dado grandes pasos, porque tristemente el machismo está tan arraigado que es difícil eliminarlo. Pero eso no significa que nos crucemos de brazos, si no que sigamos en la lucha, luchemos con todo aquello que lleva marcada la violencia de género a través de canciones, películas, discriminaciones...

La adolescencia también forma parte de esta lacra. Cada vez los chicos a una edad temprana han tomado el testigo, bien porque lo han heredado en sus casas, pero también porque en la calle el ir de "machotes" les hace sentirse más "hombres".

No quiero que con este artículo se crea que la que aquí escribe lo haya dado por inútil, al contrario, este artículo debe servir para abrir las mentes, informarnos, dejar que en los centros educativos se trabaje de forma continua contra ella, así como talleres, conferencias, vamos, todo lo que sea necesario para que en el futuro la Violencia de Género quede enterrado, ya que las herramientas las tenemos.

Y por si acaso alguien discrepa, que así será, le ahorro el que me digan la existencia de mujeres, y no pocas, que son más machistas que los hombres. Pero recuerden este artículo pretende que se entienda de una vez por todas el porqué de la conmemoración de este día. Para lo otro, hay tiempo para seguir escribiendo sobre el machismo en la sociedad.

Tribuna de Canarias

Periódico regional líder de información Económica y Política en las Islas Canarias

Edición: Grupo de Comunicación TDC S.L.
Directora: Montserrat Hernández
Secretaría de gerencias: Raquel Gómez
Marketing y Tecnología: La Pepa Studio
Maquetación: Amidi Agencia

Contacto: publicidad@tribunadecanarias.es
redaccion@tribunadecanarias.es

nº 31 | Depósito Legal TF 231-2020
Imprime: TFPRINT, S. L.



OECD Digital Economy
Ministerial Meeting

Gran Canaria, Spain, 2022

Canarias, conectada al mundo

CANARIAS
2030

Organiza:



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Crónicas de la Digitalización



Desde marzo del año pasado tengo la suerte de poder escribir cada mes en este periódico una página dedicada a la digitalización y a la tecnología. Es un ejercicio que hago sumamente encantado y agradecido porque en cada entrega se combinan dos de mis grandes pasiones: la escritura y la tecnología.

A quienes siguen puntualmente esta sección, quizás les pudiera parecer que estos artículos de periodicidad mensual poco tienen que ver entre sí, y lo cierto es que cada idea nace libre sin tener demasiado en cuenta los temas que la han precedido, pero todas estas entregas esconden una línea argumental que ahora, inesperadamente, ha quedado al descubierto con la reciente publicación del libro: *“Crónicas de la Digitalización”*.

“Crónicas de la Digitalización” es una recopilación de una serie de artículos de base tecnológica publicados entre marzo de 2019 y septiembre de 2022 en diferentes medios de comunicación y blogs temáticos de empresas. A través de su lectura resulta fácil reconocer el enorme impacto que la tecnología está teniendo en nuestra sociedad en estos últimos años especialmente convulsos.

Como sabrán los lectores habituales, cada artículo deja una pincelada sobre un aspecto concreto de la tecnología que invita a la reflexión: la ciberseguridad, el uso del cloud, el teletrabajo, la transformación digital en las empresas, la obsolescencia programada, la brecha digital...

Esta obra pretende, de una manera sencilla y amable, acercar al público en general todo el entramado del mundo de los “1” y “0” que, en ocasiones, resulta tan complicado de entender.

Pero detrás de este nuevo libro, y sin darme cuenta ya es el sexto, hay un hecho que me parece interesante resaltar. Estas *“Crónicas de la Digitalización”* han contando con la complicidad necesaria de los Directores de las diferentes cabeceras que han tenido a bien incluirlas a lo largo de los años entre sus páginas.

En este sentido quisiera hacer especial énfasis en *“Tribuna de Canarias”*. Desde el primer día que comencé esta colaboración he sentido la libertad necesaria que todo escritor desea cuando se enfrenta a una página en blanco, al tiempo que el respaldo de la Dirección y de todo su equipo. Sin este dejar hacer, y este acompañamiento en la distancia, estas crónicas no hubieran sido posibles.

Esta reflexión que comparto me lleva también a resaltar la necesidad de reforzar el compromiso de los tecnólogos por llevar las diferentes disciplinas al público en general y aprovechar las oportunidades que nos brindan los medios de comunicación para acercar y explicar de una forma sencilla y transparente todos estos cambios que vienen de la mano de la tecnología.

Me gusta pensar que *“Crónicas de la Digitalización”* es el resultado de una alianza férrea entre el mundo del periodismo y la tecnología. Esta unión se refleja claramente en

esto no ha hecho nada más que empezar.

Las personas intentan sobrellevar todos estos cambios de la mejor manera posible recorriendo su propio camino en su particular travesía del desierto. Y es en estas historias personales de digitalización, donde cada uno de nosotros se convierte en el protagonista principal de un guión que aún no se ha terminado de escribir; disfrutando con cada nuevo logro, cuando alcanzamos a comprender algo nuevo; pero también sufriendo los fracasos y la frustración que muchas veces acompaña a la inmediatez.

Solo la perspectiva que da el tiempo aportará un valor aún mayor a estas *“Crónicas de la Digitalización”* y es que todavía no somos del todo conscientes del periodo tan singular que estamos viviendo. Muy pocas veces en la historia de la humanidad han surgido tecnologías tan disruptivas como para cambiarlo todo de la noche a la mañana.

Esta era de la digitalización, que comenzó con la llegada de internet, es solo comparable con el descubrimiento del fuego o la invención de la rueda. Tenemos que sentirnos muy afortunados por poder asistir a todos estos cambios en primera fila, aunque a veces tengamos la sensación que la situación nos supera.

“Crónicas de la Digitalización” no termina con la publicación de este libro. Esto no ha hecho nada más que empezar, y lo que viene por delante promete ser mucho mejor de lo que ya hemos vivido. Tendremos que enfrentarnos a nuevos retos que van a requerir que saquemos cada día nuestra mejor versión.

La Inteligencia Artificial, por ejemplo, está irrumpiendo con muchísima fuerza y promete ser el catalizador que acelere, aún más, todos los cambios que están por venir. Por otro lado, vemos como, poco a poco, se están terminando de colocar todas las piezas de este ecosistema digital que nos llevará a un nuevo modelo económico muy diferente al que hemos conocido hasta ahora. La llegada del 5G y del Wifi 6E, entre otras tecnologías, facilitarán el desembarco en el metaverso y abrirá un mundo donde la Realidad Virtual (VR) y la Realidad Aumentada (AR) cobrarán muchísimo protagonismo.

Citando el epílogo de estás *“Crónicas de la Digitalización”*, no hay mejor forma de terminar este artículo que diciendo aquello de: *“To be continued”*.



OPINIÓN

JORGE ALONSO
CIO DE VELORCIOS GROUP

Jorge Alonso

@jalonso_VG

la autoría del prólogo y el epílogo del libro; que vienen firmados, respectivamente, por Montserrat Hernández, Directora de Tribuna de Canarias y Andalucía y Pedro Andueza, CEO de Velorcios Group.

De sobra es bien sabido que la sociedad se encuentra metida de lleno en un proceso de digitalización que viene marcando un ritmo frenético que, por momentos, nos supera. La capacidad de asimilar los cambios por parte de las empresas y los profesionales está llegando a su límite, justo ahora que parece que



Descarga aquí tu ejemplar electrónico de *“Crónicas de la Digitalización”* de manera gratuita.



lidad de prestarlos por la otra parte.

En cuanto al primer requisito, es necesario que exista un vínculo conyugal o de parentesco. Debemos conocer que están recíprocamente obligados a prestarse alimentos los sujetos que a continuación se relacionan: los cónyuges; los ascendientes; los descendientes; y los hermanos. Evidentemente, los cónyuges, si dejan de serlo por razón del divorcio, desaparece esta obligación. Los ascendientes se refieren a nuestros padres y abuelos. No obstante, si hay varios, los de grado más próximo exclu-

Dar de comer al hambriento, dar de beber al sediento

OPINIÓN

CARMEN PÉREZ
SOCIA ÁREA LEGAL
LABORY CONSULTORES

 Carmen Pérez

Llega la Navidad y, con ella, las reuniones familiares. Un chascarrillo que más de uno escuchará estos días es el de: *¿La Navidad bien, o en familia?* Y es que, estamos ante unas fiestas tradicionalmente vinculadas a la reunión con nuestros familiares. Ahora bien, ¿conocemos que prestarnos alimentos se convierte en una obligación legal más allá de estas fiestas?

Así es. La deuda alimenticia se contempla en nuestro Código Civil, y a través de ella los parientes se encuentran obligados a prestarse alimentos para poder subsistir. Su finalidad es la de cubrir las necesidades de sustento, habitación, vestido y asistencia médica entre familiares. Por ello, esta obligación tiene su fundamento en el denominado principio de solidaridad familiar, que obliga a los parientes a atender las necesidades vitales que cualquiera de ellos tenga o no pueda satisfacer por sí mismos. Aunque tiene un contenido económico y su cumplimiento, en muchas ocasiones, consiste en la entrega de una cantidad de dinero, su finalidad prioritaria es la de proteger la vida de ese familiar necesitado.

No obstante, para que surja la obligación de prestar alimentos, es preciso que concurren tres presupuestos: en primer lugar, un vínculo de parentesco entre dos personas; en segundo lugar, la necesidad de alimentos por parte de una de ellas; y, finalmente, la posi-

bilidad de prestarlos por la otra parte. En cuanto al primer requisito, es necesario que exista un vínculo conyugal o de parentesco. Debemos conocer que están recíprocamente obligados a prestarse alimentos los sujetos que a continuación se relacionan: los cónyuges; los ascendientes; los descendientes; y los hermanos. Evidentemente, los cónyuges, si dejan de serlo por razón del divorcio, desaparece esta obligación. Los ascendientes se refieren a nuestros padres y abuelos. No obstante, si hay varios, los de grado más próximo exclu-

yen a los de grado más remoto, siguiendo el orden de llamamiento en la sucesión legítima. Los descendientes, es decir, nuestros hijos y nietos, pero si hay varios, los de grado más próximo excluyen a los de grado más remoto, siguiendo el orden de llamamiento en la sucesión legítima. Para los hermanos, esta obligación tiene carácter subsidiario y su ámbito se limita a los auxilios necesarios para la vida y tan solo para supuestos en que se necesiten por cualquier causa que no sea imputable al alimentista. Por lo tanto, el derecho de alimentos entre parientes abarcaría a los “alimentos amplios”, es decir, el sustento, habitación, vestido, asistencia médica y educación, mientras que, el derecho de alimentos entre hermanos se limitaría a los “alimentos restringidos” o “auxilios necesarios para la vida”. Así, los alimentos debidos entre hermanos se limitarían a satisfacer las necesidades mínimas y estrictamente indispensables para la subsistencia, entre las cuales se encuentra la educación. Los alimentos comprenderían la educación e instrucción mientras sea menor de edad y aun después, cuando no haya terminado su formación por causa que no le sea imputable. Inclusive, entre los alimentos entre parientes se incluirían también los gastos de embarazo y parto, en cuanto no estén cubiertos de otro modo.

En cuanto al requisito del estado de necesidad en el alimentista, es decir, en el

que recibe alimentos, nos dice el legislador que la necesidad no implica una necesidad absoluta, sino relativa sobre las condiciones personales y sociales del alimentista. La necesidad se entendería desde un punto de vista objetivo, por lo tanto, independiente de la causa o causas por las cuales se deriva esa situación de necesidad, inclusive para el caso de que esta se deba a la propia actitud del familiar, salvo que sean hermanos, donde sí que es causa de exclusión si la necesidad deriva de su culpa.

Y, finalmente, es necesario que exista una posibilidad real y económica del que va a otorgar alimentos. Se trata de una condición obligatoria para cumplir con la deuda alimenticia y, a su vez, para determinar la cuantía de los alimentos. Por ello, cuando existan varios obligados dentro de un mismo grado de parentesco, la deuda alimenticia se distribuiría entre ellos en la cantidad proporcional a su caudal respectivo, tratándose, por lo tanto, de una obligación mancomunada y divisible. No obstante, si no se ponen de acuerdo, y en caso de urgente necesidad y por circunstancias especiales, el juez puede obligar a uno solo de los obligados a que preste los alimentos provisionalmente, sin perjuicio de su derecho a reclamar de los demás la parte que les corresponda. El criterio legal

general es que la cuantía de los alimentos deba ser proporcional al caudal o medios de quien da y las necesidades de quien recibe. No tiene, por tanto, una cuantía fija, sino que su determinación será atendiendo a estos dos parámetros.

Debemos tener en cuenta que estos “alimentos entre parientes” se pueden satisfacer de dos maneras: a elección, bien mediante una prestación dineraria; o bien, recibiendo y manteniendo en su propia casa al que tiene derecho a ellos. Si se elige la primera fórmula el pago se debe verificar por meses anticipados. El modo habitual de cumplimiento es la prestación en dinero mediante el pago de una pensión, con periodicidad mensual (12 mensualidades al año) y con carácter anticipado. Si se elige la segunda, se entiende que es una prestación natural, recibiendo y manteniendo en su propio hogar al familiar necesitado.

Finalmente, debemos señalar que esta obligación de suministrar alimentos entre parientes puede extinguirse. Las causas para ello son la muerte del obligado al pago o del que recibe alimentos; la extinción del vínculo familiar, o cuando el que recibe alimentos lleva a cabo una falta de las que dan lugar a la desheredación; y la superación del estado de necesidad del alimentista o la reducción de la fortuna del alimentante.

Volviendo al lado más humano, lo cierto es que alimentarse es la primera necesidad que las personas debemos tener cubierta para poder realizar todo lo demás. Tristemente, vivimos en una sociedad en la que las colas del hambre han cobrado protagonismo, y las cifras van en aumento. Por ello, y no solo en estas fechas, quizá no nos mueva la ley, sino un esfuerzo más solidario y fraterno, un eco interior que grita desde el silencio: *“Porque tuve hambre, y me disteis de comer; tuve sed y me disteis de beber”* Mt 25, 35.



La simbiosis del autoconsumo solar y movilidad eléctrica

En la década de la transición energética estamos viviendo unos cambios en la manera de consumir que me parecen radicales, teniendo en cuenta que las tres generaciones anteriores no vivieron cambios significativos. Si a esto le sumamos que es la primera vez en la historia desde el descubrimiento del fuego que el consumidor tiene la oportunidad de independizarse no solo de la energía que necesita para vivir, sino también para moverse largas distancias creo que nos tendríamos que parar a pensar un poco más en la estrategia y no dejarnos llevar por el bombardeo en forma de *green washing* de las energéticas que quieren seguir viviendo a costa de los millones de consumidores que conformamos España.

Si me pongo a pensar en como se veía el futuro hace diez años nadie se imaginaba que una energía relativamente cara como la fotovoltaica iba a tener en menos de 11 meses de 2022 en Canarias unas 7.000 nuevas instalaciones, comparado a unas 300 instalaciones en 2019. Ahora el precio de esta tecnología ha bajado un 80% y su amortización es tan corta que las entidades financieras se han lanzado a ayudar con financiación estas inversiones, además de que la UE apoya con un 45% a

fondo perdido. Todos estos factores han propiciado el boom del autoconsumo en España.

Pero creo que pocos ven en profundidad lo que significa esta tecnología, resulta que es la primera tecnología democrática, es decir, NO necesitamos a una 3o empresa de energía para generarla, solo necesitamos que salga el sol y los paneles se encargan de convertirla en electricidad y así durante más de 35 años estos paneles van a estar produciendo incansablemente energía limpia y con 0 emisiones de CO2.

Desde la aparición de las baterías de Litio, la fotovoltaica se ha visto beneficiada exponencialmente por dos principales razones: 1o nos ayudan a acumular la energía que producimos en el día para poder disfrutarla por la noche. 2o podemos movernos en vehículos eléctricos cargados de electricidad limpia, teniendo una huella de carbono neutra y provocando que en pocos meses tengamos emisiones negativas de CO2. Antes solía decir que el futuro es apasionante y hoy digo el presente es emocionante, el futuro es ahora.

Para que tengáis un ejemplo práctico solo con 4 placas solares podríamos cargar un vehículo eléctrico con capacidad para 5 personas y circular 10.000 Km/año. ¿Cuántos de ustedes hacen esa media de kilómetros



OPINIÓN
SEBASTIÁN MARTÍNEZ
CEO DE GREEN EFFICIENT SOLUTIONS

Sebastian Martinez
 @Sebas_pvsolar

al año? ¿Sabías que con 4 placas con un valor de 800€ podrías amortizar tu inversión en movilidad eléctrica en menos de 8 meses? Estos son los detalles que en muchas charlas y conferencias intento que la ciudadanía entienda ya que si conocemos todo el potencial

de la energía fotovoltaica en un archipiélago con más de 2.900 horas de sol anuales podemos adelantarnos a los objetivos de 2030, al Acuerdo de París, España 2050 ... y un sin número de iniciativas de países desarrollados.

Evidentemente no es tan fácil de desarrollar, hay muchos intereses de seguir manteniendo la gallina de los huevos de oro. Si fuera por las eléctricas todavía tendríamos el impuesto al sol y lo hubieran tapado si le hubiéramos dejado. Las eléctricas y sobre todo Unelco en Canarias está viviendo de las rentas hace muchos años, diría décadas, ya que no hace las inversiones suficientes para ampliar la red de distribución para la inyección de nuevos parques eólicos o fotovoltaicos, retrasando e incluso parando como el que tiene esa potestad el autoconsumo industrial.

La ciudadanía necesita generación eléctrica limpia y puntos de recarga de vehículos eléctricos en la red vial y se están viendo entorpecidos por la paralización de expedientes que incluso afectan a instituciones como los Cabildos. El entorpecimiento llega a ser de tal magnitud que están rechazando e incluso devolviendo fondos Eu- ropeos por que los intereses de Endesa están por delante del interés del pueblo.

Nos queda el consuelo que si el gobierno de turno se planta ante estas atrocidades, el avance de las tecnologías renovables llegará primero y nos empezaremos a desconectar de tecnologías obsoletas y contaminantes. Confiamos que ya sea por legislación, justicia o por nuevas tecnologías, la transición energética se convierta en un aliado prioritario para un desarrollo sostenible.

No somos elevadores

Evitemos los sobreesfuerzos en el trabajo



Este mes hay muchos temas para poder tratar en esta columna mensual.

Tenemos que comenzar por la Ley del Sí es Sí, que ya fue tratada hace unos meses cuando se tramitaba como proyecto de ley y todavía no había sido publicado en el BOE. Salvo error por mi parte, lo que expuse en aquella columna es que no se modificaban la cuestión del consentimiento pero que existían unas cuestiones técnicas difíciles de explicar. Pues de aquellas lluvias, estos lodos; o, dicho de otra manera, de aquellas cuestiones técnicas difíciles de explicar, estas consecuencias de revisiones de penas.

No me cabe ningún género de duda que todo el mundo tiene su opinión jurídica bien porque la habrá leído o bien porque escuchó diferentes opiniones. Bien de gente que sabe bien o de gente que da opinión sin criterio jurídico alguno.

La realidad es que la ley fue votada a favor por todos los partidos menos PP y Vox, que votaron en contra; y la CUP, que votó abstención.

Lo que se supo después es que había informes de varios organismos consultivos que desaconsejaban la redacción y no he leído que se ocultaron a las comisiones correspondientes, pero esto es más especulación que información. La realidad es que los informes existían con expresa advertencia de las consecuencias de revisión de las condenas en determinadas circunstancias.

La realidad es que las audiencias están revisando las penas conforme a la ley y eso, aunque se modifique la ley, ya no va a poder cambiar por el principio de retroactividad de norma más favorable. No dudo que haya una Sala de una Audiencia que vaya por libre, que

en igualdad de circunstancias jurídicas mantenga la pena impuesta y no revise de conformidad con la nueva norma. Sin duda que se aprovecharía por los canales de comunicación habituales para explicar que todos los demás resuelven mal y que es posible otra interpretación. Es como el conductor que va en dirección contraria y llama al teléfono de emergencias diciendo que todo el mundo conduce al revés.

Por otro lado, tenemos la modificación del delito de sedición que se ha colado en las votaciones de esta semana y que implica que si hubiese unos mismo hechos como los que dieron origen al llamado "juicio del proces" los responsables no tendrían las mismas consecuencias penales. Es decir, podrían montar otro show como aquel sin consecuencias. La votación de la reforma del código penal para reformar la sedición es digna de ver. Se levantaron todos en pie votando al grito de: ¡sin fisuras!, mientras aplaudían con gran alborozo.

También tenemos en capilla, que diría un taurino, una ley de familia y una ley de maltrato animal. Ésta, con penas desproporcionadas en el marco de derecho comparado europeo. Más madera a la hoguera.

Todas estas cuestiones que vemos a diario en la televisión junto a otras muchas que no trascienden tiene como consecuencia la amenaza más peligrosa para un estado de derecho: la inseguridad jurídica y la arbitrariedad.

De un tiempo a esta parte vemos como se regulan cuestiones con muy mala técnica jurídica de cuyas consecuencias se culpan a los jueces por su interpretación. En caso de la ley del sí es sí, hubo unanimidad de todas las

La peligrosa tensión entre los Poderes del Estado



asociaciones de jueces para llegar a la misma conclusión. Es muy bueno que las conclusiones a que llegan todos los jueces sean las mismas. Es muy malo que desde un poder del estado: el ejecutivo, se ataque al poder judicial, por algo que aprobó el poder legislativo. La

separación de poderes en España no existe. Esta es una realidad. No hay una democracia plena.

Hay dos poderes: el legislativo/ejecutivo y el judicial. No voy a escribir enfrentados, pero sí posicionados en una dura batalla dialéctica a vida o muerte. No me refiero al Consejo General del Poder Judicial, bloqueado por los caprichos del legislativo, sino de los jueces de trincheras que están soportando, como si fuera Atlas, el peso de los cielos. El poder judicial es la última trincheras, la última residencia que nos queda del estado de derecho.

La gravedad de la realidad que trasciende al papel, que todo lo aguanta, es que esta semana llevaron a una jueza a un programa de televisión, manipularon sus palabras a través de un corta y pega en un video y lo expandieron por los canales mediáticos a sabiendas que era una manipulación. Da igual. No pasa

OPINIÓN

LUIS ABELEDO
ABOGADO

Luis Abeledo Iglesias

@luisabeledo

nada. No existen consecuencias en el mundo de las fake news. No hay moral, decencia ni responsabilidad por las acciones.

Esta es la situación actual: el poder ejecutivo distorsiona la realidad y defiende una ley que fue aprobada en el parlamento por una mayoría amplísima que hoy se esconde. ¿Dónde empieza el Congreso y el Senado y donde acaba el Gobierno? ¿Por qué las críticas se focalizan en la Ministra de Igualdad cuando la norma fue aprobada por una mayoría parlamentaria que solo dejó fuera a PP y VOX? ¿Es posible diferenciar con nitidez los tres poderes teóricos hoy en día?

En fin, esta columna de actualidad jurídica mensual se tiñe de luto porque el panorama es aciago. Mientras, los concursos de acreedores alcanzan máximos de 2013 y rozan el récord histórico.

Navidad en Adeje '22

1 de diciembre 2022 al 5 de enero 2023



CONSULTA TODA LA
PROGRAMACIÓN EN
www.adeje.es



Sin tiempo para enemigos

alma, te conviertes en alguien tranquilo y sin nada que perder.

Construyendo



OPINIÓN

AGONEY MELIÁN
PRESIDENTE DE AJE
CANARIAS

Agoney Melián Sosa

@agoney_melian

Últimamente tengo a mucha gente preocupada. Me refiero a la gente que me quiere y que comparte conmigo la vida. Dicen que me expongo demasiado y que estoy siendo demasiado reivindicativo en lo que a la posición que se merece la juventud empresaria en Canarias se refiere. Supongo que algo de razón tienen.

Muchos son los rumores que he escuchado por ahí. Que, si estoy dando caña para meterme en política, que lo que busco es tener más presencia para posicionarme, cuestiones que me hacen replantearme la baja capacidad de entendimiento que tiene la gente e incluso, la poca altura de miras. Cómo si no tuviese ya ofertas para estar en algún partido o no fuese más fácil conseguir presencia siendo más cauteloso ¿Podría ser quizás, que... lo que estoy planteando sea una demanda real de la organización a la que represento? Véase la ironía en mi comentario.

Cuando pensé en escribir este artículo, no lo hice con alma de BraveHeart, lo hice para lanzar un mensaje más amable y sosegado, un mensaje que explica perfectamente por qué nadie debe preocuparse por mí, por mis acciones y por mis discursos.

El valor de lo importante

Llevo muchos años metido en el mundo del desarrollo personal, trabajando mi inteligencia emocional y ejecutiva con un solo fin ... tener una gran calidad de vida. Lo he hecho a conciencia porque me pueden los sentimientos. Podríamos decir que vivo una vida muy intensa, muy pasional y que podría, incluso, ser una serie de Netflix, soy consciente, me pone mucho el drama.

Por ello, tal y como les contaba, llevo unos años procurándome mucho cariño y tranquilidad.

Seguro que ayudaré a muchas de las personas que me leen cuando les cuente el mayor de mis secretos. Llegar a casa y abrir una botella de vino con una buena serie, peli, libro o podcast. Reír hasta llorar mientras comparto las mañanas en el gym o una conversación estimulante sobre cualquier tema de interés con “mi gente”, son mi mayor secreto para mantenerme anclado a la tierra. Y es que lejos de sentirme el presidente de nada, he asumido el reto con una responsabilidad enorme, pero no me he olvidado de que es solo un apellido temporal. El secreto de mi tranquilidad es saber que, por encima de todo las personas, los momentos de vida. Creo que la clave para hacer tantas cosas, y mantener a raya la frustración, es comprender el valor de lo importante.

Sin nada que perder

Vengo de una familia humilde y ya en mis tiempos de jovenzuelo fui bastante revolucionario. No lo digo con orgullo ni con tristeza, es un dato objetivo con el que me toca vivir. Nunca he tenido grandes bienes materiales, ni grandes tinglados que requiriesen una gran cautela. Lo único que siempre he querido es no dejar de tener palabra ni dignidad, y en eso creo que no he errado. He cumplido siempre y he defendido mis posiciones, a veces erróneas, con el fin último de no fallarle a la persona que veo en el espejo. Importante decir que cuando me equivoco, pido disculpas sin ningún tipo de reparo.

No quiero parecer dramático, pero con aciertos y errores, creo que mi función en este mundo ya está más que cumplida, he venido a disfrutar de él y a dejarlo mejor que como me lo encontré, todo lo que venga, bienvenido sea.

Comparto mi vida con muchas personas, y a veces me pregunto si es sano vivir con el miedo de pensar en la pérdida del estatus, por ejemplo. Creo que esto tiene que ver también con lo que les hablaba en el párrafo anterior.

Obviamente hay que tenerle respeto a la gente mala, a esa que hace cualquier cosa si te pones en su camino, pero quiero pensar que es fácil entender que yo no hago daño y que, por consiguiente, no soy a nadie que se deba abatir.

Si no fuese así y alguien tuviese tentaciones, ¿qué se le puede quitar a alguien que nunca tuvo nada? Supongo que cuando lo valioso lo llevas dentro de ti, dentro de tu

Vivo enfocado en los objetivos, siempre optimista, pienso en todo lo que hemos logrado hasta ahora y me dan ganas de sacar pecho.

AJE no es una organización sin más, es una respuesta organizada de gente que comparte valores y que trabaja para aportar ideas a su tierra. Es una visión de Canarias fresca, sin complejos y que busca el bien social común y no de unos pocos. Es una auténtica pasada estar viviendo este momento.

Hemos puesto en marcha proyectos impresionantes como AJE VERDE, que analiza las nuevas oportunidades de negocio en esta materia. Hemos creado el Punto amigo para que cualquier idea que necesite ayuda, cuente con una red de personas empresarias en activo. Hemos trabajado para estar representados en la España peninsular, en Europa e Iberoamérica y seguimos “currando” para formar parte de aquellos espacios donde creemos que podemos ser útiles.

Sin ir más lejos, estos días hemos asistido a la renovación de la Junta Directiva de la Asociación Socio Cultural Dragón China en Tenerife, para conseguir conectarnos más y crear oportunidades.

Desarrollo territorial, formación o la creación de UNDER 30 un espacio para rejuvenecer la organización, son algunas de las muchas cosas que, sin duda, me hacen pensar que estamos creando una buena tribu, me hace pensar que estamos construyendo.

Queremos hacer más

Es cierto que soy un perreta, que me paso la vida intentando mejorar, pero es mi naturaleza, no hay maldad en ello. Me gusta verme a mí mismo como una persona inquieta, que por suerte o por desgracia, ha encontrado a una pandilla de tarados que quieren mejorar la calidad de vida de la gente que vive en estos terruños.

No les voy a mentir, queremos hacer más, y en eso estamos centrados, en conquistar los corazones de la gente, llámame romántico, pero es así.

Este es un mensaje para la gente que me quiere, no se preocupen porque soy una persona feliz haciendo lo que hago, que valora lo importante y que tiene un ritmo frenético para disfrutar sin complicaciones la vida. Imaginense que, para poder hacer deporte, me despierto a las cinco de la mañana y de ahí en adelante es un “nonstop”.

Soy una persona tan feliz y tranquila haciendo lo que hago; me siento tan contento intentando mejorar las cosas. Tengo una vida tan plena que me atrevería a decir, casi sin equivocarme, que vivo ... sin tiempo para enemigos.



¿Y las mujeres para cuándo?

OPINIÓN

PRESEN SIMÓN
DIRECTORA DE
TRANSVERSALIA CONSULTING

in Presen Simón Rael

Recientemente, participé en la III Cumbre de FEDEPE (Federación de Mujeres Directivas y Empresarias que desde 1987 se organizan para impulsar el liderazgo femenino) como experta en una mesa denominada La incógnita: Hacia un universo digital. Desafíos formativos para las mujeres en la sociedad actual.

Para contextualizar la pregunta que debía responder, la moderadora hizo referencia a que, en los últimos tiempos se vienen denunciando conductas de violencia de género en el ámbito digital, o prácticas que perpetúan los estereotipos y roles tradicionales de la mujer, para preguntarme... “¿Cómo convertir la digitalización y la tecnología en una herramienta al servicio de la igualdad?”

Inicié mi respuesta aseverando que la tecnología no es ni buena ni mala. Lo que es bueno o malo, es el uso que de ella se haga. Y precisamente, ésta es la primera de las 6 leyes sobre la tecnología que, hace 30 años, formuló Melvin Kranzberg, las cuáles, siguen absolutamente vigentes a día de hoy, siendo además capaz de, predecir con bastante precisión lo que está ocurriendo ahora en la era de Facebook, Google y el iPhone.

Exactamente, esta ley reza que “La tecnología no es buena ni mala, sino neutral. Necesita de decisiones políticas y depende del

uso que hagan de ella los seres humanos”. La primera ley del profesor Kranzberg parece una obviedad, pero es la más importante.

En este sentido y ligándolo a la referencia sobre la violencia de género en el ámbito digital, está claro que esto es producto de un mal uso de la tecnología. De hecho, la sexta de las leyes del profesor Kranzberg indica que “la tecnología es una actividad muy humana” ya que, a pesar de su poder, el uso que hacemos de ella depende enteramente de los seres humanos.

La expresión violencias de género, abarcan múltiples prácticas, desde el ciberacoso, sextorsión, grooming, usurpación de identidad, usurpación de claves o sexpredding, son algunos de los delitos cada vez más comunes. Se trata de una forma más de violencia y discriminación contra las mujeres, constituyendo una violación de los derechos humanos.

En el entorno digital en el que nos encontramos, preocupa especialmente la vulnerabilidad de muchas mujeres debido a las brechas digitales y al desconocimiento avanzado del funcionamiento y prácticas como las aplicaciones de seguimiento o control de dispositivo. También preocupa la edad cada vez más joven de las víctimas, debido al uso masivo de estas tecnologías entre menores y adolescentes.

¿Qué se puede hacer al respecto? Soy de la opinión de que una parte importantísima de la solución pasa por contar con una legislación que proteja a las víctimas de estas prácticas indeseables. En este punto, es oportuno hacer referencia a que, la polémica “ley del sí es sí”, modifica el artículo 172 ter del código penal para “dar respuesta especialmente a las violencias sexuales cometidas en el ámbito digital”, como sería el caso, por ejemplo, de quien “crea un perfil falso en una web de citas con

la imagen de otra persona para humillarla”.

Por otro lado, la educación, formación continua y la información, son absolutamente vitales para detectar, de manera preventiva, situaciones especialmente peligrosas y que ayudan, sin duda, a reducir las probabilidades de llegar a ser víctima de acoso en línea.

De manera individual, tener precaución al compartir información personal en internet, no responder a provocaciones de un posible acosador o recabar toda información que puedan ser prueba de ciberacoso, son prácticas que no deberíamos dejar de tener en cuenta.

En otro orden de cosas y, en relación a las prácticas que perpetúan los estereotipos y roles tradicionales de la mujer en esta era digital, es inevitable hacer referencia, de nuevo, las tres brechas digitales de género, entendidas éstas como la diferencia entre hombres y mujeres en:

- El acceso y la adopción de tecnología
- En los usos diferenciados que hacemos de ellas
- En la creación de innovación tecnológica

Lo cierto es que la transformación digital es un tema de sujetos, no de objetos. No se trata de analizar la evolución de la tecnología y los nuevos dispositivos y sistemas que salen al mercado. Lo verdaderamente importante al abordar cualquier transformación tecnológica es hacerlo desde la perspectiva humanística, esto es, desde cómo nos afecta a las personas que habitamos las sociedades; desde como utilizamos e integramos la tecnología en nuestro día a día, hasta como la creamos y diseñamos. En este sentido, las brechas digitales, aunque parecen tecnológicas, son sociales.

¿Qué innovaciones tecnológicas van a afectar de manera más rotunda a nuestras vidas y a los empleos del futuro? Sin duda, la

Inteligencia Artificial (IA) y la Robótica.

Estudios recientes de la UNESCO, señalan cómo, a pesar de las medidas que se han venido desplegando para superar la escasa diversidad en los entornos ligados a la inteligencia artificial, los sesgos en el diseño y creación de tecnologías replican y son un reflejo de los sesgos de género existentes en nuestras sociedades.

Las situaciones de exclusión que se producen en este ámbito, determinan que muchas mujeres, así como integrantes de colectivos desfavorecidos abandonen o eviten trabajar en inteligencia artificial. En este sentido, los sesgos de género y de otro tipo hacen necesario poner en cuestión la calidad de los datos que se toman como referencia para el entrenamiento de los algoritmos y otras herramientas de inteligencia artificial.

En el caso de la IA, la brecha se produce cuando, durante el Aprendizaje Automático, no hay suficientes datos de mujeres; es ahí cuando se crean los agujeros del conocimiento en la IA. Cabe señalar que el Aprendizaje Automático está dirigido por humanos que, consciente o inconscientemente, agregan su propio sesgo al sistema de IA.

Y pudiendo ser una aliada importante, para mejorar nuestras vidas y evolucionar, sin embargo, eliminar el sesgo no depende de una máquina por más intuitiva o inteligente que sea, depende de las personas acabar con los prejuicios y dar paso a la evolución tecnológica sin sesgo. Si quienes enseñan a las computadoras a actuar como humanos son (mayoritariamente) hombres, hay una gran posibilidad de que los productos resultantes tengan un sesgo de género.

Dada la situación expuesta, resulta vital que la IA, la ciencia de datos y todas las tecnologías de la cuarta revolución industrial, cuenten con la participación de mujeres para construir la respuesta a los grandes retos de la humanidad. No pueden ser éstos, asuntos exclusivos de científicos y tecnólogos varones, sino que necesariamente han de contar con la contribución de las mujeres, incorporar su visión de los problemas y tener en cuenta sus intereses.

Y, por cierto, no sólo necesitamos más mujeres informáticas e ingenieras, también es preciso tomar consciencia, de manera general, de que las habilidades digitales son esenciales hoy día para vivir y trabajar, comunicarse, recibir información y formación, participar en la vida ciudadana y política y, todo ello, está especialmente relacionado con las oportunidades de empleo para las mujeres.

No son las mujeres las que tienen que cambiar, se trata de un cambio cultural. Las brechas digitales de género están siempre en proceso de ampliación y reducción, porque son tan complejas como las propias tecnologías digitales y son transversales, en tanto que se alimentan de otras económicas, sociales y culturales.

La transición hacia un nuevo escenario más favorable a la equidad de género en el actual contexto digital y tecnológico, no es sencilla, pero tampoco es imposible de lograr. Hay una frase que me resulta muy inspiradora que dice que “la acción no debe ser una reacción, sino una creación” y soy de la opinión de que, crear un futuro más igualitario es cuestión de desconectar el piloto automático, ser más conscientes y pasar a la acción en cada oportunidad que tengamos sin que medie excusa alguna. Esta, debe ser una misión de todos y de todas para asegurar hoy, el mejor de los futuros, a las generaciones venideras.



OPINIÓN
MIGUEL BORGES
PAREJO
 TOURISM SALES MANAGER

Con este acelerón que ha pegado el devenir de los acontecimientos en los últimos años, y la falta de permanencia, aunque fuera por algún tiempo, de cualquier hecho o tendencia, me ha dado por pensar si tendríamos en Canarias un plan B para nuestra estructura económica regional, es decir, si la tendencia a viajar y disfrutar del ocio a través de servicios de alojamiento y restauración, sumado a una oferta complementaria como la nuestra ya no funcionara, es decir, que nuestra oferta ya no fuera una tendencia de masas.

Y ahora paso a explicarme, el turismo de manera estricta existe desde hace muchísimo tiempo, pero el turismo de masas, tal cual lo conocemos ahora, es un hecho relativamente reciente, que ha ido de la mano de la ampliación de las clases medias y del abaratamiento por diversos motivos del producto turístico. Los patrones de consumo vacacional de amplias capas de población en los países desarrollados, han impulsado el consumo intensivo de productos turísticos durante décadas, pero que pasaría si esas maneras de consumir cambiaran, y el turismo se redujera o bien en

¿Hay Plan B?

cantidad, o bien cambiaran las formas de consumirlo.

Esto a muchos les puede parecer descabellado, pero las nuevas generaciones tienen valores y costumbres distintas a las de sus mayores, incluidas aquellas que tienen que ver con que consumir y la forma en que se hace.

Conceptos como la huella de carbono, y el impacto medioambiental que causan nuestras acciones cotidianas, pueden sonar a cosa de unos pocos, pero en sociedades como las nórdicas son ya una preocupación de primer orden, que hace que se planteen cuestiones como estas: ¿y si la cuestión climática empeorase y los desplazamientos tuvieran que ser más cortos?, ¿y si el verano sigue alargándose?, ¿y llegasen hasta noviembre temperaturas templadas en centroeuropa o incluso países nórdicos?.

Pues con sucesos de este tipo, cambiarían forzosamente los tiempos y formas de consumir el producto turístico, con el subsiguiente perjuicio para la economía canaria, y aquí es donde entra el plan B. ¿Hay plan B?, que haríamos si nuestra temporada más potente, que es la de invierno y que tradicionalmente ha comenzado en noviembre, tuviera que posponerse y comenzase en diciembre y llegase hasta mediados de marzo. El resto del año y dados nuestros paisajes y atractivo tendríamos turistas sin duda, pero si no fuera en la misma cuantía que hasta ahora, ¿qué haríamos?.

Esta última pregunta no creo que sea algo baladí, dado que hay hasta una Comisión en el Parlamento de Canarias que está estudiando el crecimiento poblacional en Canarias, ya que se estima que aumente en 300 mil personas en los próximos 10 años, y que así lleguemos en este pequeño territorio a los 2,5 millones de habitantes, ¿y si no es el motor turístico?, ¿qué otro sector emplearía de forma masiva a esa población?, u otra cuestión derivada de ello, ¿qué sector económica atraería a tanta gente al margen del turismo?.

En ese caso debemos ser imaginativos y diversificarnos, y que entre esas nuevas 300 mil personas, estén incorporados también profesionales del ámbito digital que generen riqueza para el turismo pero también más allá del turismo, ya que si antes teníamos el lastre de que generar productos en Canarias y exportarlos contaba con el altísimo coste del transporte hacia el continente, ahora se pueden generar servicios digitales que por su intangibilidad y creación online, no necesitan de transporte alguno, y desde un territorio como el nuestro podemos ser una auténtica lanzadera digital hacia muchas partes del globo.

Tenemos el talento, las universidades, emprendedores y técnicos con ganas de ello y sin salir de su tierra, y otros con ganas de venir a vivir a ella. Hagamos así un plan B para Canarias, e instemos a los agentes económicos a ponerse a ello.





tadas en el hemicycle. Sin ambages, y poniendo encima del estrado las demandas de nuestro territorio para asumir los retos socioeconómicos actuales, pareciera que son las dos únicas voces de Canarias.

Y aquí es donde la aritmética choca de frente con el compromiso adoptado con la ciudadanía; mientras el grupo nacionalista en Madrid trabaja por Canarias al 100%, el resto de los representantes de nuestra tierra, acatan la decisión de una franquicia establecida a más de 2.000 kilómetros de distancia, sea útil o no para el archipiélago.

Dos suman para Canarias más que quince. Paradójico pero cierto.

Los logros alcanzados por el tándem Oramas-Fernández, al que se suma los de Clavijo en el Senado, permiten reducir la brecha entre los derechos económicos y sociales de los ciudadanos que viven en la península y los que vivimos en este territorio atlántico. Y eso comenzará a notarse a partir del próximo 1 de enero.

Logros y beneficios reales para nuestra tierra que se traducen en transporte gratuito, recuperación de la subvención del 100% para el transporte de mercancías, descuentos en el

Aritmética vs. Compromiso

OPINIÓN

ALFONSO CABELLO MESA
SECRETARIO GENERAL DE CC
EN SANTA CRUZ DE TENERIFE

IRPF para los afectados por el volcán de La Palma, o el impulso de partidas del REF sin un euro en la ficha financiera; y así hasta 21 enmiendas en los Presupuestos Generales del Estado 2023 que repercuten directamente en Canarias.

¿Dónde estaban el resto de representantes canarios cuando más lo necesitaba nuestra gente? A través del diálogo, la única herramienta válida en democracia, es cómo Coalición Canaria, un partido de ámbito regional, ha sido capaz materializar las demandas de un territorio singular en el parlamento estatal.

Por cierto, ¿sabías decirme algún nombre más de diputados o diputadas sin ser Ana o María? Pues eso, mientras trabajamos, el resto de los diputados nacionales canarios permanecen en silencio. Mientras bregamos por Cana-

rias, el presidente del Gobierno de Canarias, Ángel Víctor Torres; el presidente del Cabildo de Tenerife, Pedro Martín o diputadas como Patricia Hernández, miran hacia otro lado incapaces de rechistar ante sus líderes en la península por el atropello de los PGE.

Ante escenario global y regional de incertidumbre, nuestro compromiso piensa, propone y articula políticas que compensen la arquitectura de nuestro territorio, marcado por la insularidad y la ultraperifericidad. Algo que parece no importarle al resto de siglas políticas, en pleno fragor por detener su caída en picado o por acelerar un cambio de color en la Moncloa.

No vamos a permanecer indiferentes a las políticas suprarregionales que sean injustas con Canarias o que lastren nuestro desarrollo. No permaneceremos en silencio. No seremos cómplices.

Seguiremos adelante, con un único objetivo: los 2,2 millones de personas que vivimos en nuestros 7.492 km². Con dos o con más, en el gobierno o en la oposición, en Madrid o en cada uno de los 88 municipios que componen el mapa político de Canarias. Proyectamos, dialogamos y trabajamos: siempre al 100% por Canarias.

En asuntos políticos la cuestión aritmética no es tan exacta como en la pizarra del colegio. Canarias está representada en el Congreso por 15 diputados y diputadas. A priori es un buen número para escuchar nuestras voces en Madrid, pero pareciera que, ante situaciones trascendentes para nuestra tierra, sólo hay dos que marcan la diferencia: Ana Oramas y María Fernández.

Dos mujeres nacionalistas ponen el acento a las cuestiones canarias que merecen ser tra-



Camino San Roque S/N. Vilaflor
Santa Cruz de Tenerife
Tel: +34 922 70 99 30
hotelvillalba@hotelesreveren.com

www.hotelvillalba.com



Tu paraíso en la naturaleza, entre el mar y el cielo



Esta Navidad

LA MEJOR COMPRA

está en la calle



Salir a la calle y disfrutar del encanto de nuestras zonas comerciales abiertas. Ver, mirar escaparates, encontrar, felicitar. Y también comprar. Una tradición que no queremos perder.

Realmente insustituibles

TAMBIÉN EN NAVIDAD



Comercio
de Canarias





ENTREVISTA

JUAN FCO. REVERÓN
DIRECTOR DEL HOTEL & SPA
VILLALBA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cuáles son las características que hacen de este hotel un alojamiento un tanto especial?

La principal característica y por la cual destaca Hotel & SPA Villalba es su ubicación. Estamos situados en plena corona forestal del Teide, a 1.500 metros de altura, en un enclave privilegiado.

Somos el hotel 4 estrellas más alto de Canarias. Antiguamente esta zona se llamaba la zona del sanatorio por cómo favorecen las condiciones climatológicas que aquí se dan sobre la salud. Se trata de un clima seco, en el que se atisban todas las estaciones y donde tanto la flora como la fauna son únicas en todo el mundo.

¿Cuál es el principal cliente que les visita?

Por sorprendente que parezca, nuestro principal cliente es el residente canario. Solemos llenar los fines de semana con residentes de las islas o concretamente de Tenerife que buscan un sitio de descanso, paz y tranquilidad para evadirse de su día a día y recargar las pilas para continuar con su semana laboral.

“Somos el hotel 4 estrellas más alto de Canarias”

¿Qué balance hacen de este último año con respecto a años anteriores?

Ha sido un buen año. Por las características del hotel, su ubicación y al tratarse de un hotel exclusivo de tan solo 27 habitaciones.

El cliente actual busca un alojamiento no masificado y que preste una atención persona-

Juan Fco. Reverón: “Las fechas navideñas se viven de manera entrañable en Hotel & SPA Villalba, nuestra decoración y el ambiente típico navideño invitan a alojarse aquí”



lizada, por lo que nuestros servicios se han valorado mucho y hemos atendido a un aumento de la demanda, tanto local como extranjera.

Concretamente en este último año las expectativas se han superado. El verano fue muy bueno y el invierno lo está siendo también, y la temporada 2023, a no ser que se desarrolle otro conflicto o se recrudezca el conflicto bélico existente, va a ser muy buena también.

Se habla de una posible crisis económica que acecha al año 2023...

La crisis que se prevé, a mi parecer, viene derivada del conflicto bélico. No obstante, desde el COVID nuestros objetivos nos son tan a largo plazo, nos enfocamos en el día a día, en dar el mejor servicio centrados en el cliente, sus necesidades y expectativas. Y no en las circunstancias exógenas que no podemos controlar. Estamos inmersos e insistiendo en

aquello en lo que podemos hacer hincapié, nos centramos en controlar nuestros costes, la demanda, la oferta... Como decía al principio, al ser un hotel de 27 habitaciones nos adaptamos fácil y rápidamente a las circunstancias exteriores.

Además, cabe incidir en que sus instalaciones cuentan con un SPA...

Sí. El hotel cuenta con unas instalaciones amplias y completas, entre ellas se encuentra un SPA con baño turco, sauna, camino de jarros, jacuzzi y piscina relajante mitad interior, mitad exterior, que es la principal atracción de los clientes, en invierno te puedes estar bañando en una piscina a 29°C con una temperatura exterior de 5°C por la noche o 15°C por el día.

Después, la restauración es otro de nuestros puntos fuertes. Justo hemos terminado la ampliación de nuestra terraza con una estruc-

tura preciosa, pudiendo los clientes cenar bajo el manto de las estrellas.

¿Cómo se vive la Navidad en Hotel & SPA Villalba?

Para esta campaña de Navidad nos quedan pocas habitaciones disponibles, porque tenemos muchos clientes repetidores a los que les gusta acabar e iniciar el año con nosotros o pasar la Noche Buena con un menú especial de Navidad que ofrecemos.

Las fechas navideñas se viven de manera entrañable en Hotel & SPA Villalba, nuestra decoración y el ambiente típico navideño invitan a alojarse aquí

Nosotros tanto en Navidad como en la gala de Fin de Año contamos con un menú especial. En Fin de Año ofrecemos, a su vez, fiesta y barra libre, y al día siguiente servimos nuestro tradicional brunch de Año Nuevo.



ENTREVISTA

DAVID MILLE

DIRECTOR GENERAL
DE COMERCIO DEL
GOBIERNO
DE CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Hace justo un año realizábamos una entrevista centrándonos en la actividad que se debía desarrollar desde Comercio del Gobierno de Canarias para salvaguardar la situación del comercio de La Palma tras la erupción. Este año, y nunca mejor dicho, otras guerras nos ocupan. A modo de balance, ¿cómo ha evolucionado este 2022 para el comercio de Canarias?

Yo creo que la situación se puede calificar como de un moderado optimismo, el resumen del balance podría ser que el índice de ventas del comercio minorista en Canarias es el único que ha aumentado en España en el tercer trimestre del año. En la península el aumento no llega al 1%, mientras que en Canarias estamos en un aumento por encima del 5%. El regreso de la actividad turística ha influido positivamente en la actividad comercial, el comercio es un eslabón más de la cadena turística y, por lo tanto, yo creo que la situación se resumiría como de moderado optimismo y de un buen año.

“El índice de ventas del comercio minorista en Canarias es el único que ha aumentado en España en el tercer trimestre del año”

¿Cómo es capaz de aumentar sus índices un comercio minorista cuando vemos que la tendencia, en general y tristemente, va en otra senda?

Esto se debe a que en Canarias el comercio va absolutamente ligado a la actividad turística. Por lo tanto, si en el presente año 2022 hemos recuperado, de forma exponencial, las cifras de visitantes y el turismo ha vuelto a la senda de cifras positivas, eso necesaria-



David Mille: “Las zonas comerciales abiertas constituyen el eje central de la estrategia del Gobierno respecto al desarrollo de los espacios tradicionales de actividad comercial en Canarias”

mente se refleja en el comercio y en el resto de los sectores productivos. Por lo tanto, un aumento en el número de visitantes implica un mayor tráfico de personas en las zonas comerciales, así como un mayor índice de empleo, una mayor capacidad de renta de la población y, en definitiva, un aumento de la actividad comercial.

Al margen de este hecho, el Gobierno de Canarias acompañado siempre del sector privado, con el que hay plena colaboración, ha hecho importantes esfuerzos por darle ayudas al comercio para sobrevivir después de las distintas crisis, pero también ha inten-

tado que se modernice y pase a un siguiente nivel, ¿no?

Sí. Yo creo que la estrategia nuestra en lo que se refiere a la etapa post COVID se ha basado, en el corto plazo, en esas ayudas directas que mencionas, a pymes y autónomos, lo cual supuso que el Gobierno de Canarias repartiese, a través de las Cámaras de Comercio, más de 1.000 millones de euros en ayudas directas, que constituyeron auténticos chalecos salvavidas que permitieron que autónomos y pymes pudiesen mantener la actividad.

A medio-largo plazo, ha sido necesario diseñar una estrategia para transformar el modelo de negocio del tejido comercial canario

y así adaptarlo a un nuevo tipo de consumidor digital y omnicanal, que está en el centro de la relación comercial. En esta estrategia estamos trabajando de la mano del sector privado y de instituciones como las fundaciones universitarias canarias.

Primera vez en la historia que se ve una unión tan grande y que va en un mismo sentido para ambos sectores. Sector privado y público de la mano luchando por un comercio que estaba muy debilitado...

Yo creo que una de las debilidades del sector comercial en Canarias es que carece de una unidad de acción y de interlocución con

las administraciones públicas, que es algo que no le ocurre, por ejemplo, a la industria o al turismo, que tienen grandes patronales, grandes interlocutores que aglutinan a todo su sector de actividad. Yo creo que, precisamente, la pandemia una de las cosas que ha conseguido es que tanto la Administración como los agentes privados se han dado cuenta de que una interlocución ágil y efectiva es de suma relevancia para, no solamente generar propuestas de valor, sino para aunar voluntades en defensa de cada uno de los tejidos productivos de Canarias.

Se ve indudablemente un renacer también de los centros comerciales. No obstante, ¿se



“Creemos que el sector no va a descontar todavía los efectos de la subida de los intereses y de la inflación, hasta comienzos de 2023, por lo que esperamos que el nivel de compras en la campaña de Navidad se mantenga”

comercial en Canarias.

Es cierto que ese boom de los grandes espacios comerciales cerrados a las afueras de los centros urbanos, que fue tendencia hace años, ya ha dejado de serlo. Ahora, el consumidor no solamente busca un espacio de compra, sino también un espacio de experiencia, y es indudable que las zonas comerciales abiertas reúnen esa condición, puesto que en un espacio abierto puedes encontrar ocio, cultura, patrimonio histórico, arquitectura, comercio, hostelería, restauración, es decir, tiene todos los elementos necesarios para que esa compra se convierta en una experiencia positiva para el consumidor, que quiera repetirla, y lo que es más importante, que la recomiende a otros.

El sector pedía flexibilidad y una forma de actuar adaptada a los tiempos que corren, y así se ha hecho con el impulso de una nueva ley adaptada a los nuevos negocios y más flexible. Se ha oído al comercio y se ha actuado...

Ese es un proyecto en el que estamos trabajando. Nosotros creemos que es necesario un nuevo marco regulatorio que, como tú bien dices, agilice los procedimientos de licencias comerciales, que se adapte a ese nuevo tipo de consumidor experiencial, que defina a la zona comercial abierta como concepto jurídico dotado de requisitos para tal condición, que adapte las aperturas en domingos y festivos a las necesidades de los consumidores, de los trabajadores del sector, o de las necesidades del tejido empresarial, y que, sobre todo, la fijación, aumento o disminución de ese máximo o mínimo de días festivos o domingos que se puede abrir, se pueda adoptar y modificar de forma inmediata y no como ahora, que para que se pueda modificar el número de días de

va a seguir apostando, frente a la iniciativa privada de este tipo de establecimientos, por las zonas comerciales abiertas que están más de moda que nunca?

Por supuesto. Las zonas comerciales abiertas constituyen el eje central de la estrategia del Gobierno respecto al desarrollo de los espacios tradicionales de actividad



apertura anual, es necesario proceder a una modificación legislativa, con todo el trámite procedimental que conlleva.

Quiero dejar claro que cualquier modificación dentro de ese marco legislativo la llevaremos al Observatorio de Comercio, en el que están representados todos los sectores puesto que, necesariamente, una modificación del marco regulatorio de este calado, tendrá que ser fruto del consenso que se obtenga en dicho Observatorio.

Llega la campaña navideña, me atrevería a decir que la más importante para el comercio, ¿qué se espera de la misma?

Yo creo que de nuevo hemos de hablar de un optimismo, pero moderado. Creemos que el sector no va a descontar todavía los efectos de la subida de los tipos de interés y de la inflación, hasta comienzos de 2023, por lo que esperamos que el nivel de compras en la campaña de Navidad se mantenga. Puede que no llegue a las cifras de las navidades anteriores, pero creo que van a ser unas buenas cifras. El sector está expectante por poder palpar en la calle, en esta semana del Black

Friday, cuál va a ser el ánimo del consumidor. Sinceramente espero que el nivel de ventas, como mínimo, se mantenga en el del año pasado.

Usted le daba muchísima importancia a la formación en la última entrevista, ¿se seguirá apostando por formar a un sector que no estaba en pro de la formación?

Por supuesto. La transformación digital, o cualquier proceso innovador del comercio carecería de efectividad sin la adquisición de competencias digitales por parte de los comerciantes. Sería absurdo plantear estrategias de transformación digital que no fuesen de la mano de una estrategia formativa para que el comerciante pueda adquirir esas competencias. Nosotros vamos a seguir apostando de forma clara por la formación, las iniciativas formativas que hemos llevado a cabo este año con las Fundaciones universitarias han sido un éxito, han tenido una acogida excelente por parte del sector y vamos a seguir apostando por ellas. Además, vamos a seguir exigiendo a los formadores como

indicadores, no que nos digan cuántas empresas han accedido a esa formación, sino qué han hecho después con las competencias digitales adquiridas, esa es la clave de un indicador de éxito respecto a la formación en innovación del comercio de proximidad.

No queda nada para que concluya la legislatura, ¿qué objetivos se marca esta Consejería para este 2023 que toca la puerta?

Nuestro objetivo principal para lo que queda de legislatura es poder sacar la convocatoria de Canarias Destino Comercial Inteligente, pues constituye el núcleo central de la estrategia de desarrollo de la Dirección General de Comercio para el tejido comercial canario. Esperamos sacar las bases en diciembre y que se empiecen a presentar proyectos a lo largo de enero del año que viene. Estamos convencidos de que con esa dotación, que va a llegar a los 8 millones de euros, se van a poder presentar proyectos tractores y transformadores que generen valor en el sector, y ese es el objetivo fundamental que nos queda para concluir la legislatura.





M^a del Carmen Rosario: “Estamos convencidos de que van a ser unas buenas navidades”

ENTREVISTA

**M^a DEL CARMEN
ROSARIO**
ALCALDESA DE AGAETE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Se acerca el final del año,
¿qué valoración hace usted,
como alcaldesa de Agaete, del
mismo?

Si quitamos lo mal que lo hemos pasado con la pandemia, que ha sido negativa, desde el punto de vista empresarial no ha sido un año malo para el municipio. Hemos visto cómo ha ido creciendo Agaete, se ha incrementado el número de empresas instaladas y es muchísima la gente que se acerca a disfrutar de nuestra restauración, muchos son los turistas que vienen con visitas guiadas a la Finca del Café. Nos vamos al Valle y vemos la cantidad de gente que va hacer senderos que, como bien sabe, hemos restaurado seis senderos desde que llegamos al poder, son muchas las visitas que tenemos en el Charco Azul y muchísima la gente que en estos dos últimos años ha decidido venir a vivir a nuestro municipio y que se ha empadronado, yo estoy deseando que salga el último censo.

Estoy convencida de que Agaete va a crecer aunque con nuestras limitaciones, porque parte del suelo está protegido. En este sentido, contamos con urbanizaciones que se están terminando, urbanizaciones que se habían quedado en mano de los bancos ya se han puesto en marcha. Son muchas las personas que se acercan, sobre todo extranjeros, que vienen en busca de viviendas para reformar y vivir aquí. Así que, dentro de lo malo, ha sido un año bastante positivo.

Agaete ha crecido de manera exponencial, lo cual viene derivado del esfuerzo con el que ha incidido el ayuntamiento...

Por supuesto. Los responsables políticos debemos trabajar para que Agaete sea un municipio atractivo. También es verdad que desde el grupo de gobierno hemos llevado



a cabo determinadas actuaciones de relevancia, por ejemplo, fuimos el único municipio de la isla de Gran Canaria que dimos ayudas a los autónomos cuando estaban los establecimientos cerrados por el COVID y tenían que seguir pagando sus impuestos. Fuimos también de los primeros en dotar de espacios públicos a aquellos que no contaban con terrazas para que pudieran abrir y estuvieron casi dos años sin pagar tasas por las mismas, a pesar de ser un dinero que dejaba de recibir el ayuntamiento, pero era lo que teníamos que hacer y lo volveríamos a hacer, había que ayudar al empresario que tan mal lo estaba pasando, porque son ellos los que

realmente crean puestos de trabajo.

Lo mismo digo con las ayudas sociales, quienes lo peor lo pasaron durante el COVID fueron las personas mayores que tuvieron que estar sin actividad, sin poder relacionarse, sin poder acudir a los centros de día. Ya todo eso lo hemos puesto en marcha y estamos promoviendo salidas constantemente al teatro, salidas de 90 personas que, incluso, hemos tenido que dividir en diferentes grupos.

Para los más pequeños hemos puesto en marcha al inicio del curso, gracia a un capital que proviene del Ministerio y en coordinación con las AMPAS, la recogida temprana y tardía desde octubre

hasta diciembre, con la esperanza de que a partir de diciembre podamos volver a acogernos a esa subvención y poder seguir ayudando a los padres para que concilien la vida familiar y laboral.

Y así seguimos trabajando con todos los colectivos.

La campaña navideña es de las más importantes del año para muchos comerciantes. ¿Plantean algún plan de dinamización?

Ya lo comprobamos el año pasado, que estábamos en fase 3, y nosotros en nuestro municipio, a pesar de que no tenemos la denominación de municipio turístico por el número de camas ya que tampoco podemos crecer mucho más, pero sí donde veranea prácticamente toda la comarca norte y muchos extranjeros. Tenemos en estos momentos varios hoteles, aquí siempre lo que es verano, Semana Santa y navidad estamos llenos, el año pasado al afluencia fue masiva, jamás habíamos visto a tanto extranjero. Pero es que este año ya tenemos el pueblo lleno de extranjeros, por lo que estamos convencidos de que van a ser unas buenas navidades. Tampoco nos podemos olvidar que en diciembre es la fiesta de la patrona de Agaete, que es La Concepción, con lo cual vamos a contar con fiestas importantes, a pesar de que las más conocidas son la de las Nieves.

Todos hemos sido testigos de unas fiestas de primer nivel, las fiestas en honor a Nuestra Señora de Las Nieves, con más de 100.000 personas con un comportamiento ejemplar. Yo espero que ahora en navidades ocurra lo mismo.

Ahora mismo contamos con el rodaje de dos películas aquí en el municipio y estamos en un momento importante. Hemos vuelto a conseguir la bandera azul, llevamos tres años de gobierno manteniendo la bandera azul, hemos sido capaces de mantener lo que nosotros habíamos prometido y, además, en lo que creemos que es ese turismo, no solo de sol y playa, sino cultural, por eso hacemos estas grandes fiestas y eventos. Es un orgullo para un municipio tan pequeño como es Agaete que seamos de los pocos municipios que tienen un hotel 100% destinado al teletrabajo, un hotel nómada. De hecho, recientemente se inauguraron unas instalaciones que se ampliaron y, además, se recibió a otro de mujeres de toda Europa que se están quedando en el hotel y vienen a teletrabajar. Lo bueno de ello son las sinergias que se crean con los empresarios del municipio.

Hemos puesto las herramientas para que no solo se desarrolle el turismo de sol y playa, sino fomentar el turismo que viene a teletrabajar, turismo cultural, el turismo rural, somos el único municipio que tenemos el cicloturismo. En ese sentido se ha trabajado mucho y estamos recogiendo los frutos.

¿En qué líneas de trabajo seguirá incidiendo este ayuntamiento para lo que queda de año?

Desde que llegamos no hemos hecho otra cosa que no sea trabajar. La pasada semana celebramos un pleno en el que aprobamos una inversión en diferentes barrios del municipio de 2 millones de euros, tenemos en estos momentos para adjudicar un gran parque urbano que cuenta con una inversión de 900.000 euros, no solo es un gran parque al que podrán acudir niños y mayores, sino que también vamos a incluir en él dos posadas para que los senderistas puedan descansar, cambiarse de ropa o ducharse. Una de las obras importantísimas para el desarrollo de este municipio es la circunvalación, ya tenemos el convenio firmado con el Cabildo de Gran Canaria a través del que nos financia los 4 millones de euros, ellos elaboraron el proyecto, nosotros estamos trabajando en las expropiaciones y desde que tengamos como mínimo el 75% del terreno se lo daremos al Cabildo para que la inicie. Esa es una obra importantísima no solo para el desarrollo del Valle de Agaete, sino de todo el municipio.

También hemos trabajado muchísimo en este mandato sobre las viviendas, ya tenemos adjudicada la obra de rehabilitación de más de 100 viviendas que hacía muchos años que no se actuaba ahí. Tenemos ahora mismo en ejecución dos viviendas de tránsito conjuntamente con el Cabildo de Gran Canaria y en rehabilitación de viviendas hemos duplicado el número.

Teniendo en cuenta la multitud de proyectos que han puesto en marcha y ante la incertidumbre que ha marcado el año 2022, ¿cómo le gustaría comenzar el 2023?

En estos momentos estamos en el Puerto de las Nieves, por primera vez se ha hecho peatonal el paseo de las Nieves. Algo importante y que habíamos prometido es el desarrollo de dos puntos fríos en el Puerto de las Nieves. Agaete es el municipio con más horas de sol de toda Canarias y lo contenedores con el sol se descompone la basura y aparecen malos olores, por lo que en breve se instalan los dos puntos fríos en el Puerto de las Nieves.

¿Cómo me gustaría comenzar el 2023? Me encantaría empezarlo con todos estos proyectos culminados, con la colaboración de las administraciones para que Agaete siga creciendo. Somos el municipio de más horas de sol, un municipio Reserva de la Biosfera, tenemos una fiesta de interés turístico nacional, somos el único lugar de Europa donde se cultiva el café y me encantaría que todas sinergias se unieran para que Agaete siga viviendo e inmerso en un momento tan dulce como el de la actualidad.



ENTREVISTA

BÁRBARA ALBERTO PESTANO

PRESIDENTA DE
LA COMUNIDAD DE
PROPIETARIOS C.C
CONCORDE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Qué valoración hacen desde el Centro Comercial Concorde de la situación acontecida en este 2022? ¿Ha sido un año de buenas cifras?

Sí. Ha sido un año bueno, hemos visto cómo se ha promovido un comercio cercano, que es a lo que se orienta esta galería comercial compuesta, principalmente, por autónomos.

Hemos apostado por ofrecer, en todo momento, un servicio de calidad a nuestros clientes. En principio fue un año difícil, pero hemos podido sobrellevar la situación actual definida por el alza en los precios.

¿Apuesta el cliente cada vez más por un comercio local y cercano? ¿Existe plena concienciación al respecto?

Sí. Hemos observado un cambio en la mentalidad del potencial cliente, sobre todo a raíz del COVID. El cliente actual está mucho más concienciado, prefiere acudir a realizar sus compras a pequeños comercios, donde no hay masificaciones y el aforo es reducido, donde el trato es personalizado y se le puede orientar en base a sus gustos.

¿Han visto mermado el número de ventas a causa de la inflación?

Sí, bastante. Muchos comercios han tenido que adaptarse a la situación actual, sobre todo en lo que respecta al precio de los servicios de transporte. Nosotros hemos intentado mantener los precios y seguimos en la lucha para que los clientes finales no se vean tan perjudicados.

No obstante, ahora se avicina una época bastante buena para la actividad comercial, la época navideña...

Preveo buenas cifras, creemos que en esta campaña navideña la gente va a seguir apoyando al comercio cercano.

Asimismo, para esta temporada de navidad desde el Centro Comercial Concorde apostamos por numerosas iniciativas que se vuelcan en ayudar a la población. En este sentido, vamos a realizar varias recogidas de alimentos, una campaña de donación de juguetes, entre otras actividades. Lo que queremos es ayudarnos los unos a los otros.

“Apostamos por numerosas iniciativas que se vuelcan en ayudar a la población”

En esta misma línea, todas las tiendas vamos a donar artículos para sortearlos las tres semanas antes de reyes en un espectáculo en directo, vamos a realizar una campaña de Papá Noel, en la que Papá Noel entregará los regalos por

Bárbara Alberto Pestano: “En esta campaña navideña la gente va a seguir apoyando al comercio cercano”



los padres, vamos a promover una campaña publicitaria en Antena3, y, en definitiva, vamos a intentar promocionar el centro en la medida que podamos para así llegar a todos los públicos.

¿Cómo esperan terminar este 2022?

Todavía hay un poco de incertidumbre, pero consideramos que

este 2022 vamos a terminarlo bastante bien, pues dentro de la galería comercial contamos con un buen plan de marketing y el apoyo entre los distintos establecimientos está siendo crucial. Nos apoyamos los unos a los otros para que el cliente encuentre en este centro comercial todo aquello que atienda a cubrir sus necesidades.

Tenemos desde supermercados como HiperDino, centros de servicios como centros de belleza, reconocimientos médicos, tiendas de zapatería, de vestuario, de videojuegos, electrónica, jugueterías, zonas de restauración... Es una galería comercial que actualmente presta todos los servicios que un cliente pueda demandar.



Minerva Alonso: “Esperamos que 2023 sea un año bueno para todo el sector, lo cual va a hacer que esta isla prospere y se mantenga el bienestar social”

ENTREVISTA

MINERVA ALONSO
CONSEJERA DE INDUSTRIA
Y COMERCIO DEL CABILDO
DE GRAN CANARIA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Ha sido un buen año para el comercio y la industria de Gran Canaria?

Después del año 2020, no solo atendemos a una crisis de salud pública, sino que se da un conflicto bélico en Europa que ha afectado, no solo a Canarias, sino a todo el mundo y que ha derivado en una inflación. Estos factores, indudablemente, afectan a la industria y al comercio.

Desde el Cabildo lo que tratamos es de sentar bases y desarrollar programas para que el impacto sea lo menos negativo posible.

¿Qué actuaciones de las que se han puesto en marcha desde el Cabildo de Gran Canaria destacaría usted por su efecto dinamizador?

En relación al comercio, tenemos un plan potente de modernización de zonas comerciales abiertas que lo que trata es de transformar los espacios para hacerlos más atractivos y fidelizar a la ciudadanía que se acerca a las zonas comerciales abiertas a consumir, tanto sea en la hostelería como en el comercio al por menor. Desde el año 2015 llevamos una inversión de 22 millones de euros en este plan de modernización de zonas comerciales abiertas.

También estamos apostando por todos los espacios comerciales de los municipios de cumbre, con un programa que se llama Cumbre Vive, que permite desarrollar acciones de dinamización de la economía en estos municipios.

Destacamos, a su vez, la convocatoria dirigida a Asociaciones Empresariales, que no solo subvenciona la figura del dinamizador/dinamizadora o gerente de la Asociación, sino que además subvenciona a proyectos de acciones.

Y, por supuesto, Gran Canaria Me Gusta, un programa dirigido a la promoción y comercialización del producto local, enfocado a autónomos y a pequeñas y medianas empresas que se dedican a la producción y comercialización del producto de alimentación de Gran Canaria, el cual deriva del sector primario.

Se acercan fechas claves para las empresas que engloban al sector del comercio, ¿cree usted que será una buena campaña de Navidad?



Estamos, como decía antes, inmersos en una situación peculiar, por lo que tendremos que ver cómo va evolucionando el comportamiento del consumo en estas fechas y hasta que no pase la temporada navideña no puedo arriesgarme a decir cómo van a suceder las cosas.

Lo que está claro es que los precios han aumentado, también en el sector de la alimentación. Esta inflación nos está afectando a todos, en todos los sectores, y supuestamente afectará también a la temporada navideña.

¿De qué manera se está apoyando desde el Cabildo esta campaña?

Nosotros todos los años apoyamos con campañas de promoción. Todos los años apoyamos a los mercados y a las zonas comerciales abiertas a través de esos proyectos de dinamización. La mayoría de las correspondientes asociaciones empresariales presentan proyectos relacionados con la campaña de Navidad y el Cabildo siempre está ahí apoyando con publicidad y promoción.

Para 2023 se prevé un enfriamiento de la economía a nivel nacional, ¿de qué manera afectará este hecho al comercio y a la industria canaria?

Afectará, aunque ojalá me equivoque

y no afecte. Sí es cierto que pueden pasar muchas cosas, yo no quiero aventurarme a opinar sobre algo que no sabemos, que es intangible aún. Qué sucederá con este conflicto, el comportamiento a nivel europeo, cuáles serán las consecuencias en Canarias, recordemos que somos una región ultraperiférica con determinadas singularidades, somos islas, estamos aislados del mapa europeo. Todos esos elementos influyen, pero sí es cierto que el Cabildo es una administración que gobierna una isla y lo que nosotros tratamos de hacer es ir respondiendo a las necesidades que se van dando.

Por lo tanto, estamos preparados, a través de todas las líneas planificadas dentro del programa de gobierno de esta área de industria y comercio, para ir respondiendo a las necesidades y a las dificultades.

Recordemos que en la crisis de salud pública del COVID se articularon, en primer lugar, 12 millones de euros dirigidos a autónomos en el año 2020 y, luego, 7 millones de euros para sectores específicos que estaban sufriendo con las distintas etapas de crisis, que fueron hostelería y mercados, entre otros.

Por ende, esa es la vocación de este Cabildo, según la realidad ir actuando en base al programa que tenemos en esta área de industria y comercio, apoyando al sector industrial y comercial de la isla de Gran Canaria.

“Estamos preparados, a través de todas las líneas planificadas dentro del programa de gobierno de esta área de industria y comercio, para ir respondiendo a las necesidades y a las dificultades”

¿Cómo le gustaría a usted dar por finalizado este 2022?

Yo espero terminar con una buena campaña navideña. Al final, la pequeña y mediana empresa genera empleo, lo cual significa bienestar: la sociedad puede consumir y evita caer en una situación de vulnerabilidad social.

Apoyar a las empresas es generar empleo y economía en la isla de Gran Canaria, por lo que el hecho de que haya una buena campaña es importante para que no hayan despidos, para que se genere empleo y para empezar el año con fuerza apoyando a estos sectores a los que nos dedicamos, al igual que a la artesanía a través de nuestras ferias artesanales. Se hace necesario que hayan buenas ferias al finalizar el año, próximamente tenemos la Feria Regional de Artesanía y la Feria de San Telmo. Hablamos de un sector profesional que se enfrenta a muchas dificultades y desde el Cabildo tratamos de apoyarlo con distintas acciones.

Esperamos que 2023 sea un año bueno para todo el sector, lo cual va a ser que esta isla prospere y se mantenga el bienestar social.



CANARIANMARKET
Canary Islands

La tienda online
oficial de
CANARIAS

Entra en
Canarianmarket.com
y descubre
la rica gastronomía
Canaria



RUTAS TURÍSTICAS

por Santa Cruz de Tenerife

GRATUITAS



Ruta histórica por Santa Cruz de Tenerife

Descubre el patrimonio cultural e histórico del corazón de Tenerife y conoce los principales atractivos de la ciudad.

🕒 1 hora y 30 minutos (1,5 km)

🚶 Dificultad baja

Ruta botánica por el parque García Sanabria

Conoce la historia del parque y sus curiosidades, así como las diversas especies vegetales que lo habitan.

🕒 2 horas (1 km)

🚶 Dificultad baja

Información y reservas





José María González de Chaves: “Aunque no hemos recuperado las cifras de 2019, sí que estamos muy cerca de alcanzarlas”



ENTREVISTA

JOSÉ MARÍA GONZÁLEZ DE CHAVES
PROPIETARIO DE LA
ADMINISTRACIÓN DE
LOTERÍAS GATO NEGRO

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Tomando en consideración los años acontecidos, ¿cómo ha evolucionado el 2022 en lo que a ventas se refiere?

Teniendo en cuenta que los dos últimos años, 2020 y 2021, fueron años muy malos en lo que a ventas se refiere, podemos afirmar que 2022 ha sido un buen año. Ha sido un buen año pues, aunque no hemos recuperado las cifras de 2019, sí que estamos muy cerca de alcanzarlas. Hemos vuelto a retomar la actividad habitual gracias, en parte, al remonte de la actividad turística. Vivimos del turismo y recibimos la visita de muchas guaguas de turistas que vienen exclusivamente a comprar lotería todas las semanas.

Por otra parte, tenemos cientos de clientes de bares, restaurantes, hoteles y agencias de viajes que suelen hacer compras semanales, así como colegios que suplen los viajes de fin de curso con la venta de lotería, las asociaciones de mayores y la vuelta a la normalidad de las comisiones de fiestas.

Por su parte, los clientes del día a día han podido retomar sus compras con normalidad, destinando parte de sus ganancias a la lotería.

De todos los juegos que ofrece loterías y apuestas de estado. ¿Cuál es el que más ha tardado en remontar?

Creo que la lotería en general, la clásica es la que ha costado más. Los juegos activos aunque cayeron, no cayeron al nivel de la lotería clásica. Normalmente, administraciones famosas en Madrid como la de Doña Manolita tiene colas monumentales desde verano, que dan vueltas a la manzana, pero lamentablemente en los dos últimos años el panorama ha sido el contrario, una imagen muy triste. Esperemos que este año se retome la normalidad.

¿Cómo va a ser la campaña de Navidad? ¿En qué términos nos estamos moviendo?

La venta ha aumentado con respecto a años anteriores, pero el balance no lo podremos calcular hasta que termine el mes de diciembre. Lo que está claro es que este año va a ser más alentador que épocas pasadas y la campaña de Navidad será el colofón final.

En estos tiempos ha habido que modernizarse en general. En el caso de las administraciones muchas se han lanzado a la venta online. ¿Es este el caso de El Gato Negro?

Nosotros fuimos pioneros en ese tema y cabe citar que los resultados referentes a la venta online son buenos, se trata de un medio que nos da un respiro. Asimismo, realizamos envíos de números físicos a toda la geografía mediante una empresa subcontratada.

Hace un año hablábamos de todos estos pequeños establecimientos de apuestas y este tipo de locales. Una de las prioridades ha sido ir delimitando la actividad de esos locales y se han llevado a cabo distintas estrategias. ¿Cree usted que ha sido suficientes para las loterías y apuestas del Estado que son oficiales y de toda la vida?

Yo no soy contrario a ningún tipo de competencia, creo que cada uno tiene que vivir con las armas que pueda dentro de la legalidad, el gran problema de esta actividad a la que nos dedicamos es la enfermedad, la ludopatía, que no controlan las ansias de jugar. Afortunadamente, las loterías del Estado no dan premio inmediato y es un juego con un resultado lejano, con lo cual la capacidad de producir esas enfermedades es menor.

“Realizamos envíos de números físicos a toda la geografía”

No es lo mismo tampoco una empresa del Estado que corporaciones que no sabes en manos de quién están y en las que la avaricia puede sobre pasar ciertas fronteras. Es complicado controlar las máquinas, el internet y ese tipo de plataformas, así como las ofertas que proporcionan ese tipo de locales para hacer el consumo más atractivo e incitar al juego.

¿Qué le pide usted al año 2023?

Lo primero salud por descontado, segundo que vengan épocas de prosperidad y bonanza, más que para mí, para las generaciones jóvenes que lo tienen más crudo.



Ramón Pérez: “Nuestro objetivo es lograr que cualquier cliente encuentre lo que busca al mejor precio y con una experiencia de compra única”

ENTREVISTA

RAMÓN PÉREZ
DIRECTOR DEL CENTRO
COMERCIAL ALCAMPO
LA LAGUNA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Estamos inmersos en una campaña que se torna como la más esperada tanto en zonas comerciales abiertas como en centros comerciales y otros establecimientos. Desde este centro comercial, ¿cuáles son las perspectivas para esta temporada?

Como bien decías, ya estamos totalmente inmersos en plena campaña navideña que cada año comienza antes, desde primeros de noviembre ya estamos en plena campaña. Asimismo, la esperamos con mucho optimismo, como no puede ser de otra forma, ha sido un año para nosotros especial, por ser el año en el que cumplimos 30 años.



Además, es la primera campaña 100% post COVID, con lo cual se recuperará gran parte de la actividad que ya tenía lugar antes de que la pandemia cambiara por completo nuestra forma de vivir la Navidad y el comercio...

Efectivamente. Ya parece que nos queda lejos el 2019, que fue el último año digamos “normal”. Podemos hablar de que llevamos dos años muy extraños y afortunadamente lo que llevamos de este año, no solo en esta época navideña, sino en meses anteriores han apuntado a una normalidad casi absoluta, una recuperación de las costumbres, de nuestras reuniones, de nuestras compras, de nuestros paseos y no cabe duda de que estas navidades podremos disfrutarlas con normalidad.

¿Cuáles van a ser las principales actividades a destacar en esta campaña?

Antes decía que para nosotros es un año muy especial, cumplimos 30 años en La Laguna, 25 años el hipermercado de Telde en Gran Canaria y 20 años el hipermercado de La Orotava, y por ello hemos querido celebrarlo con nuestros clientes y lo que hemos hecho ha sido una renovación total y absoluta de nuestros tres establecimientos. Llevamos todo el año trabajando en los tres, ya se han realizado las tres reformas y nos han quedado unos centros atractivos, cómodos, hemos apostado mucho por la sostenibilidad y yo creo que los clientes que lleven tiempo sin acudir a los centros se van a encontrar con muy gratas sorpresas.

“Para nosotros es un año muy especial, cumplimos 30 años”

En primera instancia, la renovación total de los establecimientos, la cual ha supuesto una inversión muy fuerte y, después, como siempre nosotros pensamos en un comercio dinámico y atractivo, lo intentamos hacer lo más divertido posible, ya tenemos preparadas catas con proveedores de bodegas, show cooking con reputados cocineros de la isla, clases de cocina, tenemos un Belén solidario cuya recaudación irá desti-

nada a Cruz Roja, entre otros.

Si nos posicionamos mirando hacia lo que ha sido este 2022, ¿qué balance hacemos?

El año está siendo positivo para todos porque, como decíamos antes, se está englobando dentro de una recuperación y la vuelta a la normalidad. El año pasado, el año 2021, tenemos que recordar que estábamos inmersos en una post pandemia, comenzaban a quitar restricciones, pero seguía afectando a la circulación de los clientes, a la compra y a la relación en definitiva.

Este año está siendo muy positivo, notamos esa alegría en los clientes por volver a la normalidad que tanto nos hace falta.

Hablamos de establecimientos sostenibles, parece que la marca apuesta cada vez más por ser eficiente y sostenible y aunque estemos en Navidad también es importante recordarlo...

Sí. Eso va en nuestro ADN. Recientemente, hemos rediseñado nuestra visión empresarial de cara al año 2030, donde la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente cobran una vital importancia en nuestra empresa en general. Esta obra está pensada para ser más sostenible energéticamente, pues consta de un consumo energético mucho menor.

Y luego, estamos ahora mismo muy obsesionados con la lucha contra el desperdicio alimentario. Por ejemplo, marcamos con etiquetas los productos próximos a su fecha de caducidad y le aplicamos un descuento especial para incentivar la compra por parte del cliente.

Nos encaminamos hacia un 2023 marcado por un espacio de incertidumbre, estamos sometidos a un incremento de precios y a la llegada de una crisis cuya magnitud aún se desconoce. Ustedes, ¿qué objetivos se marcan para este año teniendo en cuenta dichos condicionantes?

Nuestro objetivo es lograr que cualquier cliente encuentre lo que busca al mejor precio y con una experiencia de compra única. Ciertamente es que no somos ajenos a la situación, pero con cumplir con estos objetivos nos damos por satisfechos.

Luego, evidentemente, el comercio es dinámico y tenemos que adaptarnos a las nuevas tendencias y circunstancias, ya sean formatos o tipos de producto, por ejemplo.



ENTREVISTA

CARMEN LUZ BASO
CONSEJERA DE
EMPLEO, DESARROLLO
SOCIOECONÓMICO Y
ACCIÓN EXTERIOR DEL
CABILDO DE TENERIFE

Carmen Luz Baso: “Prestamos un apoyo integral al comercio de Tenerife para que sea más competitivo”

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Desde las áreas que a usted le competen, ¿qué balance hace de este 2022? ¿Considera que ha sido un buen año?

Con respecto al comercio, si lo valoramos atendiendo al comportamiento del empleo, sabemos que es un sector que genera bastante empleabilidad en Canarias y concretamente en la isla de Tenerife y si hacemos un balance en este sentido ha sido un año bueno. El empleo en este sector ha crecido un 3,7% con respecto al año pasado. En octubre del año pasado hubo 54.550 empleos y este año hemos tenido 69.000 empleos aproximadamente a fecha de octubre de 2022, por ende, este aumento hace que el balance del sector comercial sea positivo. Si lo contabilizamos en lo que respecta al número de empresas, estamos recuperando esas casi 3.000 empresas que la isla de Tenerife perdió durante la pandemia, sí es verdad que ha disminuido el número de empresas registradas en la Seguridad Social, pero ha disminuido en un porcentaje mínimo, el año pasado contábamos en estas mismas fechas con 6.604 empresas destinadas al comercio y este año son 6.556, un dato inferior, pero vemos como ha ido evolucionado respecto al año 2020, que fue el año de la pandemia, donde el dato fue inferior al actual. Por tanto, hemos ido mejorando, tanto en el 2021 como en el 2022.

Por tanto, respecto a este comportamiento tanto del empleo como del número de empresas en el sector comercio contabilizadas en la isla de Tenerife, vemos que la tendencia ha sido positiva. En el comportamiento de ventas, tenemos un dato que nos demuestra que el balance del comercio durante este año ha sido positivo, ya que las ventas del comercio minorista en Canarias han mejorado un 5,2% con respecto al trimestre del año pasado, comparándolo en los meses de julio, agosto y septiembre. Vemos, a su vez, que la tendencia de ventas en el conjunto nacional disminuyó en un 7%, mientras que en Canarias no ha hecho sino crecer.

¿Podemos afirmar que obtendrá buenas cifras el sector comercial en esta época navideña?

Las perspectivas del sector en relación a las compras de Navidad son optimistas, aunque siempre con moderación. Hemos podido comprobar dentro del área, con actos y eventos que se han desarrollado por parte de esta institución, como el Exposalido, donde hubo un gran número de asistentes que visitaron la feria durante los cinco días de su duración, que la sociedad se muestra receptiva a realizar sus compras con normalidad. Una



feria a la que asistieron más de 35.000 visitantes, donde se reunieron más de 80 empresas de diferentes sectores divididas en 150 stands y donde muchas personas optaron por adelantar sus compras de Navidad.

Por tanto, el número de personas así como el número de ventas que el sector nos comentó fue positivo con Expolsado, así como con las diferentes campañas de dinamización que se están poniendo en marcha en diferentes puntos de la isla y que demuestran que, de momento, el sector hace un buen balance de este año.

¿Qué acciones promueven desde el Cabildo en aras de promover el desarrollo económico del comercio?

Desde el área de comercio del Cabildo de Tenerife hemos desarrollado una estrategia, una estrategia de apoyo integral al sector del comercio. Hemos visto que el comercio se desarrolla cada vez en un entorno más competitivo, en un entorno más cambiante, con la aparición de nuevos formatos comerciales, con cambios sociales, y se pone el foco en la necesidad de desarrollar estrategias dirigidas al fomento de la competitividad del sector. Por tanto, hemos puesto en marcha la aplicación de conceptos como digitalización, omnicanalidad o economía circular.

La capacidad que tiene el sector de adaptarse a estas nuevas tendencias y el potencial de implementarlas a través de determinadas herramientas marcará el futuro a medio y largo plazo del sector comercial en la isla de Tenerife. Hemos trabajado ofreciendo un apoyo integral en lo que respecta a formación, incentivos al consumo y de mejoras de infraestructuras para que sea un sector más

atractivo en la isla.

Estamos trabajando en dotar al comercio de competitividad y de un fuerte atractivo a través de varias acciones. Una de ellas es establecer una marca referente que pueda contribuir a la difusión y promoción del comercio de Tenerife.

¿Y con respecto a las ayudas y subvenciones?

Hemos desarrollado diferentes líneas de subvenciones para que el comercio pueda transformarse, favoreciendo la adaptación del mismo a la nueva economía digital. Apoyamos a los autónomos y a pymes en su digitalización y renovación, para que consoliden y aumenten su competitividad.

Esta subvención tuvo sus inicios en el año 2020 y se ha dividido en dos líneas. En el 2020 hubo más de 60 comercios que fueron beneficiarios de esta línea para alcanzar ese objetivo de modernización del comercio minorista y en este 2022 hemos puesto en marcha por un importe de casi 1 millón de euros la continuidad de esa línea, que ha sido solicitada por más de 500 comercios.

No solo les apoyamos con subvenciones, sino que también lo hacemos a través de la formación. Tenemos un plan formativo a través de una plataforma donde tenemos en marcha aproximadamente 18 cursos. Los cursos se desarrollan de manera on-line siempre teniendo en cuenta las necesidades del comercio. Entendemos que el comercio necesita que se le facilite la formación, una formación corta, con píldoras formativas, con un horario flexible, por tanto, es una plataforma donde la persona, para desarrollar la formación, lo puede hacer en cualquier momento y

a cualquier hora del día, contando con un tutor que le atiende de manera individual. A fecha de hoy tenemos casi 700 solicitudes y 200 personas inscritas con ese objetivo de mejorar a través de esta formación gratuita las capacidades para hacer frente a la venta on-line.

Por otra parte, hemos puesto en marcha un plan de dinamizadores que visitarán a 8.000 comercios de toda la isla para ofrecerles información de todas las acciones que se desarrollan por parte de la institución y de los cursos disponibles, para así poder facilitarles el que puedan acceder a la realización de la matrícula y llevar a cabo el objetivo de mejorar su productividad, su eficiencia y sus ventas.

Uno de los aspectos en los que ponen el foco es en los incentivos al consumo...

Los incentivos al consumo forman parte del apoyo que aportamos al comercio, esta es la tercera edición que hemos puesto en marcha, una edición

en la que los Bonos de Consumo Tenerife tienen como objetivo incentivar el comercio local, están destinados especialmente a descentralizar las compras de las zonas de mayor flujo comercial. Por tanto, son un incentivo para que esas compras se realicen en los comercios locales y de proximidad.

Es una medida que, como digo, genera una gran actividad económica. La última campaña mantuvimos una inversión pública de unos 135.000 euros de los que se generaron el triple, esa inversión se triplicó solamente atendiendo a la parte directa, si miramos también la parte indirecta que son las compras complementarias y las personas que asisten a esos comercios y consumen, obtendríamos unos datos mayores.

En esta edición hemos hecho una inversión pública de 300.000 euros. Los bonos se terminaron en 3 o 4 días y tuvieron hasta el 30 de noviembre para canjearse. Más de 375 empresas de toda la isla se adherieron a esta campaña, más de 11.500 bonos que se han vendido y más de 4.200 personas se han beneficiado de la misma. Hicimos una encuesta en la que 7 de cada 10 comercios de la primera campaña nos dijeron que participar en esta campaña de bonos les permitió no solo vender en el periodo de duración de la campaña, sino que se dieron a conocer y obtuvieron mayor visibilidad.

Para mí este sector va más allá de una actividad económica, es un sector necesario tanto en los pueblos pequeños como en las ciudades, así es como se tiene que concebir y, por tanto, tenemos que posicionar Tenerife como una marca comercial atractiva.



Jennifer Goya: “Estamos contentos con el ritmo al que avanza el comercio en nuestro municipio”

ENTREVISTA

JENNIFER GOYA
CONCEJAL DE COMERCIO
Y MERCADO DEL
AYUNTAMIENTO DE EL
SAUZAL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo se viven las navidades en el municipio de El Sauzal?

Las navidades en El Sauzal, como siempre, se viven con ilusión. Es un trabajo con el que se empieza desde principios de año, cuando empezamos a mirar la programación. Hay algunos actos que son tradicionales en nuestro municipio, como lo es el encendido y la cabalgata de reyes. En este caso, el encendido será a principios de diciembre con la inauguración del alumbrado y del Belén ubicado en la sala de exposiciones.

Luego, incidiendo en la programación, volvemos a tener la pista

de hielo gratuita para todos los asistentes, así como la celebración de festivales en todos los barrios del Municipio.

¿Qué le transmiten los comerciantes de la zona? ¿Prevén una buena campaña?

Esperamos que sea una buena campaña navideña. De hecho, este fin de semana hemos cerrado la II Feria del Comercio y la Cultura en la Calle, donde han participado alrededor de 40 establecimientos comerciales y 10 stands gastronómicos. Los resultados han sido

muy buenos, el Municipio se ha llenado de vida durante todo el fin de semana, porque la afluencia ha sido muy grande, se han acercado muchísimas personas a El Sauzal.

Entendemos y esperamos que ahora la campaña de Navidad sea igual, se está preparando un alumbrado bastante llamativo para atraer como cada año a muchísimas personas de todas las partes de la Isla y así, favorecer el que se fomente el comercio en la zona.

Por otro lado, tenemos preparadas dos campañas comerciales para aumentar aún más la afluencia. Tenemos la campaña de Navidad y la campaña de Reyes, ambas las vamos a dividir en dos partes. Una parte que se va a promover a través de la nueva App que hemos desarrollado desde el Ayuntamiento, una App que ha digitalizado las campañas comerciales y que ofrece la participación de todos los comercios a golpe de click, con premios instantáneos de vales de consumo en nuestro municipio. Y luego, otra parte enfocada a un desarrollo tradicional, mediante papeletas que en el caso de Navidad se van a sortear patas de jamón y en Reyes experiencias de fines de semana, porque entendemos que la digitalización forma parte del día a día, pero hay una parte de la población que aún no llega a controlarla, por eso, hemos planteado dividir la campaña esta vez en dos partes.

¿Cómo han vivido este año, un tanto atípico una vez más, los comerciantes de la zona?

Este año nos hemos llevado una sorpresa con el comercio en el Municipio, no hemos tenido que lamentar ningún cierre, sí es verdad que hemos tenido algún cambio de titularidad, pero son comercios que siguen estando activos y, aún mejor, en los últimos meses hemos sumado varias aperturas de nuevos negocios, de nuevas iniciativas y nuevas propuestas que nunca había habido y que están funcionando.

Estamos contentos con el ritmo al que avanza el comercio en nuestro municipio.

¿Qué retos, en materia comercial, se marca este ayuntamiento de cara a 2023?

De cara a 2023, como le indicaba, estamos intentando digitalizar y acercar el comercio digital a nuestras empresas. Sabemos que es un cambio, porque estamos acostumbrados al tradicional formato en papel para nuestras campañas, pero también consideramos que es un avance. Es un adelanto, primero, porque acabamos con el malgasto de papel; segundo, porque es una forma directa de participar, tanto para los empresarios como para los consumidores, facilita el canjeo de los premios y hace que sea totalmente transparente y que no haya ningún tipo de problema, tanto a la hora de obtener los premios como a la hora de canjearlos. A parte de eso, seguiremos colaborando con los comercios en todo aquello que ellos estimen oportuno y donde reclamen al Ayuntamiento para el desarrollo de su actividad.



Alfredo Medina: “En El Corte Inglés el cliente va a encontrar un ambiente tradicional navideño”



ENTREVISTA

ALFREDO MEDINA
DIRECTOR DE
COMUNICACIONES,
SOSTENIBILIDAD Y
RELACIONES INSTITUCIONALES
DE EL CORTE INGLÉS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cómo se ha vivido desde El Corte Inglés este año 2022 sumido en el crecimiento exponencial de los precios? ¿Ha sido un buen año?

Ha sido un año duro e intenso, con mucha incertidumbre que nos ha obligado a estar permanentemente pendientes de la evolución de los indicadores económicos, tanto locales como nacionales e internacionales.

Ya el año pasado se vio que la inflación se estaba descontrolando, terminamos en diciembre con el 6,5 del dato de inflación, que es muchísimo en sí mismo y es muchísimo comparado con el periodo anterior, en el que teníamos una inflación de 0 o negativa. Está siendo un año duro, difícil, con muchísima preocupación por la evolución de los precios, lo cual es algo que afecta a toda la población de manera transversal y nosotros, como distribuidores, tenemos que responder, no podemos trasladar a los precios todo el incremento de los costes, con lo cual ha sido un año en el que los presupuestos y las cuentas de resultados se han visto sometidas a mucha presión.

¿Cuáles son las expectativas para el mes y medio que queda del año?



El comerciante es optimista por obligación y convicción, con lo cual estamos trabajando para que sea un buen cierre de año que, en nuestro caso, en el caso del co-

mercio retail, siempre termina un poquito más tarde, porque la campaña de navidad y reyes termina en enero, de manera que hasta el día de reyes lo consideramos parte del año.

Una campaña que está a punto de empezar con el Black Friday y que confiamos que sea una campaña que nos permita repetir las cifras, al menos, del año pasado. Las restricciones por el COVID han dejado paso a otro tipo de restricciones igual de limitantes o incluso más en algunos aspectos.

¿Con qué sorprenderá El Corte Inglés esta navidad?

Esperamos sorprender al público con la misma navidad de siempre, el mismo ambiente de siempre que ha sido característico en nuestros centros, esa atmósfera navideña con la que premiamos al público y el público a su vez nos premia con su visita.

Va a haber una decoración de navidad magnífica, todas las secciones van a estar representadas, contaremos con el surtido de alimentación propio de la navidad, ya se empieza a respirar la navidad y en El Corte Inglés contamos con muchísimas novedades y sorpresas.

En definitiva, en El Corte Inglés el cliente va a encontrar un ambiente tradicional navideño.

Volvemos a las navidades tradicionales, que quedan lejos de lo que nos dejó el COVID en estos dos últimos años...

Sí. Queremos borrar ese paréntesis que todos hemos sufrido y volver a reencontrarnos, no con una nueva normalidad que es una expresión casi contradictoria, sino que el público se vuelva a encontrar con la normalidad de siempre.

En este sentido, ¿cómo prevén los resultados de dicha campaña?

Como digo, venimos de un año durísimo económicamente hablando, donde hay sectores que están sufriendo más que otros. Ahora mismo sabemos que el público siente una gran preocupación, más acusada que nunca, por el precio. El precio es una variable absolutamente determinante en estos momentos de periodos inflacionistas y de subida de los tipos de interés, por lo tanto, esto se ve repercutido directamente en el consumo. De hecho, la medida se hace para que se consuma menos, por lo que sabemos que el público está priorizando todas aquellas compras de primera necesidad, como pueda ser la alimentación, y tratando de otra manera determinadas decisiones que puede aplazar en el tiempo.

Las previsiones son buenas, vamos a intentar repetir unas navidades como las de antes, pero estamos a la espera de ver cómo afectan las medidas tomadas por los gobiernos y las instituciones europeas para enfriar la economía y conseguir bajar la tasa de inflación que, aunque está bajando, sigue muy alta.

¿Cuáles serán las líneas de trabajo que tendrá presente El Corte Inglés de cara a comenzar el 2023?

Seguimos en la misma línea de modernidad y de servicio que nos ha definido siempre, con una apuesta clarísima por potenciar nuestra presencia digital y convertirnos de manera plena en una empresa omnicanal, con una fuerte presencia física, que es la que nos hace ser conocidos y ser parte de la sociedad española a la que prestamos servicio, pero cada vez con una más desarrollada presencia digital. Creo que esa doble entidad es la que define claramente nuestra estrategia de futuro, siempre manteniendo intactos los estándares de calidad y servicios por los que somos reconocidos y valorados por el público.



La Laguna se llena de luz



Luis Yeray Gutiérrez junto a un grupo de jóvenes en la noche del encendido navideño.



► 3.000 motivos led por los que visitar el municipio

► Luis Yeray Gutiérrez, alcalde de La Laguna, destaca: “Nuestro compromiso por llegar a todos los rincones del municipio con una ambientación navideña que contribuya a la dinamización”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Como todos los años, llega el encendido del tan esperado alumbrado con el que sorprende año tras año el muni-

cipio de La Laguna. En este 2022 las calles del centro histórico de La Laguna brillan ya bajo las luces de un alumbrado navideño espectacular y único en Canarias que será posible vislumbrar hasta el próximo día 6 de enero.

Luis Yeray Gutiérrez aseguró que desde el Ayuntamiento “hemos hecho un gran despliegue, un notable esfuerzo para que cada año nuestra iluminación siga despertando el asombro de cuantos visitan la ciudad, porque estamos convenci-

dos de nuestra capacidad para convertirnos en destino turístico de invierno y lo estamos demostrando”, y recordó el impulso de la etiqueta #LaLagunaNavidadDeLuz como referencia.

La consolidación de un ambiente festivo y navideño viene precedida de una invitación, no solo a visitar el centro de la ciudad, sino los distintos pueblos y barrios que conforman La Laguna, promoviendo así la dinamización económica del tejido empresarial que allí se ubica.

Alrededor de 3.000 luces LED se han instalado a lo largo y ancho de todo el municipio, pero no cabe duda de que la más llamativa de las decoraciones se enmarca en la

renovación del techo luminoso de la calle Obispo Rey Redondo, que este año presenta una estructura en forma de arco ojival, con lo que gana en altura y espectacularidad.

Por su parte, el alcalde recordó que, además del criterio de espectacularidad, la iluminación navideña responde “a nuestro compromiso con el ahorro energético, al recurrir a un tipo de luminarias poco contaminante y que reducen el impacto ambiental”, explicando que “La Laguna se ha convertido en uno de los municipios con coste medio de alumbrado navideño más moderado del país”. En este sentido, una de las medidas que se aplicará este año será apagar las luces a las 01:30 horas.



La Noche en Blanco vuelve a formar parte de las calles laguneras

► La Noche en Blanco de La Laguna recibe a más de 100.000 personas

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
La Noche en Blanco, celebrada el pasado sábado 26 de noviembre, invitó a vecinos, vecinas y visitantes a disfrutar de más de 12 horas de música en directo, teatro, humor, solidaridad,

actividades para todas las edades y a conocer la gran oferta comercial y gastronómica del casco histórico de La Laguna.

El alcalde del municipio enmarcó este día como “un día de muchísima alegría que los laguneros y laguneras esperábamos con gran ilusión, después de varios años de

restricciones”.

Sobrepasando todas las previsiones, la Noche en Blanco en su sección diurna logró congregarse a más de 40.000 personas en las calles y plazas del casco histórico, un dato sin precedentes en las 14 ediciones de la misma.

La concejala de Comercio y De-

sarrollo Económico de La Laguna, Aitami Bruno, calificó la sección diurna como un “éxito de participación, organización, seguridad y, también, de actividad comercial. Se han superado todas las previsiones de afluencia de personas y, si bien hemos tenido calles y plazas llenas desde el inicio, a las 11:00 horas, no se han registrado incidencias”.

Con 15 horas de duración más de 100.000 personas se sumaron a esta iniciativa. Una 14ª edición que resultó ser todo un éxito, dada la programación y los múltiples espacios por los que se distribuyeron

las actividades, desde la plaza de San Benito a la plaza Víctor Zurita.

Así como los datos de asistencia son tremendamente positivos, también lo es el impacto que ha tenido en el volumen de ventas y consumo en los comercios y establecimientos de restauración.

Tras este éxito, ya se está trabajando en la estrategia promocional y de dinamización del sector de cara a la campaña navideña con acciones que se extenderán por todos los distritos para apoyar al comercio de cercanía de los pueblos y barrios de La Laguna.



ENTREVISTA

ADOLFO GONZÁLEZ
ALCALDE DEL
AYUNTAMIENTO
DE LOS REALEJOS

Adolfo González: “Queremos que Los Realejos se consolide como un municipio atractivo en esta campaña de Navidad”

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Vivirá Los Realejos en este 2022 unas navidades tradicionales, lejos de las que se han vivido en estos dos últimos años?

Este año tenemos preparada una programación intensa en Los Realejos, en todos y cada uno de los barrios y de los distritos. Hemos trabajado las actividades con todas las mesas comunitarias de los diferentes barrios y vamos a apostar por la descentralización de las actividades, destacando toda la actividad que se va a promover en las zonas comerciales abiertas del municipio.

Inauguramos la campaña el día 25 de noviembre con el encendido del alumbrado de Navidad en la zona comercial abierta de San Agustín y el sábado día 3 de diciembre arrancamos con la dinamización comercial en la Noche Mágica 2022, que se celebrará en la zona comercial abierta de Realejo alto. A partir de ahí, seguiremos incidiendo en la dinamización infantil para favorecer el respiro familiar en la temporada de vacaciones de los niños y las niñas con una amplia oferta de actividades culturales, donde vamos a tener música, teatro y cuentacuentos. Esta será la base de las actividades de este año.

El objetivo se centra en llevar la Navidad a todos los núcleos poblacionales del municipio, ¿no?

Efectivamente. Este año la prioridad es descentralizar aún más la actividad, al margen de toda la inversión que vamos a hacer desde el área de Desarrollo Local para las acciones dirigidas especialmente al área de comercio y de restauración.

En aras de promover el comercio de cercanía han puesto en marcha una iniciativa que lleva por nombre “Bonos con Corazón”. Háblenos de en qué consiste la misma.

Bonos con Corazón es una iniciativa que por primera vez pone en marcha el Ayuntamiento de Los Realejos, siendo el único municipio del norte de Tenerife donde comprar lo mismo nos va a costar la mitad.

Esta incitativa comenzó el pasado día 15 de noviembre, poniendo en circulación 11.000 bonos consumo que van a generar 220.000 euros de compra en los co-



mercios del municipio. En el Bono con Corazón el cliente aporta 10 euros y el Ayuntamiento aporta los 10 euros de la compra, es decir, los clientes compran un bono de 20 euros, pero realmente sus compras le van a salir a mitad de precio, pues solo pagan 10 euros de los 20 que obtienen con el bono.

De hecho, la iniciativa ya ha comenzado y fecha de hoy los bonos están prácticamente vendidos en su totalidad. La campaña estará abierta hasta el día 31 de diciembre pensando en favorecer las compras directas en el municipio.

Atendiendo a la complicada e inestable situación actual, ¿qué le transmiten los comerciantes del municipio de Los Realejos?

La verdad que el Bono con Corazón ha tenido una acogida magnífica, tenemos a fecha de hoy casi 100 comercios del municipio que están participando en esta iniciativa y ha tenido muy buena aceptación, porque directamente se trata de una iniciativa que inyecta economía en los mostradores, en las cajas de los comercios del municipio. Ellos nos han transmitido que, desde luego, Bonos con Co-



razón ha sido la mejor iniciativa de fomento comercial hasta la fecha.

A partir de ahí, también tenemos el Camello Taxi, una iniciativa única en Tenerife donde ponemos a disposición un circuito de taxis compartidos y gratuitos entre las cinco zonas comerciales abiertas de Los Realejos para que los clientes no tengan que desplazarse

en vehículo privado. Ya vamos por siete ediciones del Camello Taxi.

Queremos que Los Realejos se consolide como un municipio atractivo en esta campaña de Navidad, ya sea para venir a ver una obra de teatro, para participar en un campamento de Navidad infantil o en las pruebas deportivas, y que esas actividades sean un reclamo

para venir a Los Realejos y consumir en nuestro municipio.

Otra de las iniciativas, la cual hace un llamamiento a la solidaridad de la sociedad, es ‘aMPadrina una ilusión’. Una iniciativa ya consolidada tras 12 años desde su primera puesta en escena...

Los Realejos fue el primer municipio que lanzó el apadrinamiento de juguetes para los niños y las niñas del municipio. 12 años en los que cualquier vecino, colectivo o cualquier entidad puede apadrinar, como bien dice su título, una ilusión.

Se trata de un proyecto coordinado por el área de Bienestar Social y el área de Infancia que, incluso, se ha copiado en otros tantos municipios de la isla de Tenerife. Todos los años ha participado un número importante de padrinos y de madrinan, y es una manera de lograr que aquello que se pide exactamente en las cartas de los Reyes Magos llegue en la noche del 5 de enero.

“Mi mayor deseo para el próximo año es que el tejido empresarial se impulse y se consolide”

Para concluir, ¿con qué sensaciones le gustaría a usted comenzar el próximo 2023?

Mis deseos pasan porque se recupere en la máxima posibilidad el empleo en Los Realejos. Hemos tenido un año muy bueno en número de apertura de establecimientos, ha sido el mejor año sin duda del presente mandato y del anterior en el número de aperturas de establecimientos comerciales y de empresas en Los Realejos, y ese es el camino en el que vamos a seguir y a incidir.

Mi mayor deseo para el próximo año es que el tejido empresarial se impulse y se consolide, porque eso va a reconducir en la generación de empleo, y si hay empleo la calidad de vida de nuestro municipio mejorará considerablemente.



Óscar Hernández: “No tengo ninguna duda de que va a ser una campaña que salve la temporada al sector comercial”

ENTREVISTA

ÓSCAR HERNÁNDEZ
ALCALDE DEL AYUNTAMIENTO
DE AGÜIMES

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
**¿Qué ha significado este 2022 para
el municipio de Agüimes? ¿Podemos
hablar de un buen año?**

A mi parecer podemos diferenciar dos partes dentro de este año 2022. A principios de año nos encontrábamos inmersos en una recuperación más tímida, llegó la guerra causando una mayor incertidumbre y hemos visto cómo ha ido aumentando el IPC. No obstante, si atendemos a las perspectivas y a los indicadores de crecimiento económico, así como a la disminución del desempleo, podemos considerar que, en resumen, ha sido un buen año.

**¿Cuál ha sido, en líneas generales,
la tendencia del tejido empresarial? ¿Ha**

**sido una tendencia al alza? ¿Atisban un
aumento del consumo?**

Sí, sin ninguna duda. Hay varios proyectos que se están tramitando de nuevas licencias, tanto de construcción como de apertura, varios proyectos que enriquecen la diferenciación de actividades en el área industrial. A su vez, se nota una tendencia al alza, como decía antes, en la disminución de desempleados en el municipio.

La cifra total de crecimiento en cuanto al número de propuestas de nuevas licencias en relación al año 2021 se enmarca entre un 3,5% y un 4%, lo que considero una cifra importante. Tuvimos una caída relevante el año pasado, como consecuencia del COVID, pero ya estamos viendo un repunte. Y repito, hay una proyección favorable de cara a los próximos años.

**¿Cómo plantean la llegada de la Na-
vidad a Agüimes?**

Con ilusión. Lo que nos queda es la esperanza de que la economía familiar, con todas las estrecheces y dificultades que tenemos, pueda llegar a fin de mes, pues no podemos olvidar que hay un sector de la población que si no es por la tutela o la ayuda de las administraciones públicas no podría llegar a final de mes, especialmente en una época de consumo como lo es la Navidad.

No tengo ninguna duda de que va a ser una campaña que salve la temporada al sector comercial, aunque la gente, en este tipo de situaciones, es como la vida misma, se ajusta en función de la capacidad que tenga.

**¿Qué actos de dinamización econó-
mica tendrán cabida en esta temporada
del año?**

Cerramos justamente esta semana un programa importante de Navidad que se centra en dos partes. Una primera parte se enmarca en la promoción de la actividad a través del alumbrado, distintas actividades musicales y, al fin y al cabo, actividad social para intentar, por lo menos, recuperar esos años de ausencia de actividad en la calle.

Y por otro lado, otra parte que coincide con el periodo vacacional de los niños y en la que se van a promover actividades durante la mañana y la tarde y en todos los barrios hasta el día de Reyes. Es una buena propuesta de diversión, de compartir y de convivencia ciudadana que también repercute en la actividad económica.

**¿Proponen iniciativas para fomen-
tar, de manera directa, el consumo en el
comercio local?**

Las iniciativas se enmarcan en estas que acabo de comentar, no hay una iniciativa específica y directa al comercio.

**¿Cómo prevé la llegada del próximo
2023?**

Yo soy optimista por naturaleza, creo que podemos tener un buen año, creo que se comenzará a notar tímidamente la recuperación. No soy adivino, pero esa previsión de crecimiento en España por parte de los distintos estamentos internacionales y concretamente del crecimiento en Canarias, superior a la media nacional, es un buen síntoma y vamos a confiar en que eso se produzca.



rr

*Soy optimista por
naturaleza, creo
que podemos tener
un buen año*

**¿Qué objetivos le gustaría culminar
antes de que termine el año?**

Sinceramente, hay proyectos importantes que no hemos podido concluir y aspiro a que estén contratadas e iniciadas las obras antes de que finalice el año. Y esto se debe a un hecho que es una queja común, pero aún así me gusta repetirla, la peor ley, creo que de Europa, de contratos del sector público es nuestra ley, pero no queda más remedio que adaptarnos a ella para poder poner en marcha los procedimientos.

Asimismo, me gustaría iniciar obras importantes relacionadas con el mantenimiento de espacios públicos, sustitución del alumbrado a favor del ahorro energético, así como la implementación en los centros públicos de placas solares para promover el autoconsumo.



Nicolás Villalobos: “En nuestros hoteles la experiencia vacacional en estas navidades será valiosa”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Parece que el otoño-invierno va a resultar, de manera especial para Canarias, muy positivo. Los datos constatan que se esperan buenas cifras. ¿Cómo recibe el sector privado estas cifras anunciadas por la parte pública?

Constatamos y confirmamos que llevamos cuatro meses con ocupaciones por encima de los niveles pre pandémicos, tuvimos un muy buen final de verano y un muy buen otoño, y las perspectivas a corto plazo siguen siendo muy buenas y de mucha demanda. Parece que por fin hemos dejado atrás la pandemia y, en ese sentido, somos optimistas, pero añadimos el adjetivo cauteloso, porque es verdad que las ocupaciones y la demanda es buena, pero nos toca ser cautelosos, es lo que hemos aprendido en estos últimos años.

¿Se están viendo afectados por la desmesurada subida de precios que llevamos meses sufriendo?

Inevitablemente está teniendo un traslado a los gastos operacionales de los hoteles, nosotros somos grandes consumidores energéticos, se sabe que el coste de la electricidad se ha triplicado en el último año y, como digo, estamos sufriendo en nuestra cuenta de resultados. A parte, los costes energéticos tienen un inmediato traslado a otras partidas importantes de gasto como es la lavandería industrial.

También somos grandes consumidores de alimentos y bebidas, que es otra de las partidas que está sufriendo un aumento descontrolado en sus precios. Nosotros estamos con incrementos en los hoteles por encima de la media de inflación, los últimos números respecto a la inflación hablan de un 7%, nosotros vemos que nuestros gastos operacionales se encuentran por encima del 11%. Estamos experimentando una inflación de costes operacionales importante que está llevando a que nuestros márgenes se vayan estrechando, porque no somos capaces de repercutirlo al precio final que paga el cliente.

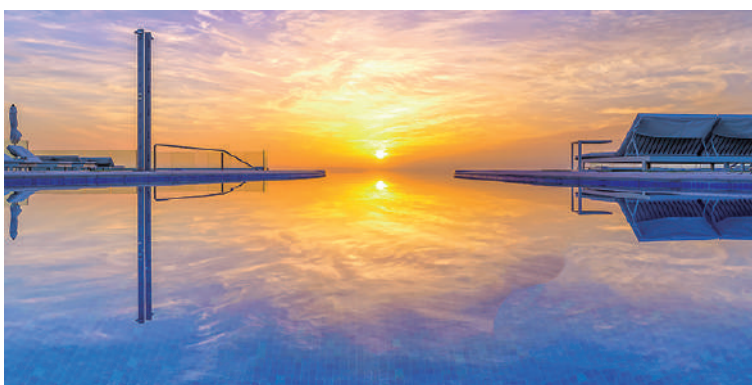
Estamos tranquilos porque por lo menos ahora hay demanda y una alta ocupación, pero sí vemos como nuestros márgenes se estrechan y no podemos repercutir estos gastos en los precios, porque dichos precios están firmados desde hace un año, generalmente se firman los precios con los touroperadores a un año vista y en ese entonces no éramos capaces de prever esta situación tan atípica. Dentro de lo lamentable de esta circunstancia, por lo menos tenemos la satisfacción de las altas ocupaciones y la buena actividad turística.

La cadena vemos que está teniendo una implantación espectacular en la isla de Gran Canaria. ¿Están satisfechos? ¿Va el plan de expansión en buen trance?

Estamos contentos. A nosotros en Cordial lo que nos motiva es crear, hacer, generar riqueza para nuestra gente y estamos felices de hacerlo. Hemos abierto varios establecimientos emblemáticos por toda Gran Canaria y estamos felices, porque lo que nos divierte y realiza es crear.

¿Tendrán aquellos que deseen instalarse en vuestros alojamientos una Navidad amena y diferente?

Por supuesto. Las cosas han vuelto a la normalidad y hemos podido recuperar esas experiencias vacacionales maravillosas que ofrecíamos antes de la pandemia, sin restricciones. Las ocupaciones van a ser muy buenas, auguran ambiente y colorido y, sin duda, en nuestros hoteles la experiencia vacacional en estas navidades será valiosa.



ENTREVISTA

NICOLÁS VILLALOBOS
DIRECTOR GENERAL DE
BE CORDIAL HOTELS &
RESORT




*Queremos compartir contigo
nuestra felicidad...
En estas Navidades,
#Venyséfeliz
Icod te desea Salud y Paz*



Ezequiel Domínguez: “La afluencia de visitantes es síntoma de que las cosas van caminando en el buen sentido”

ENTREVISTA

EZEQUIEL DOMÍNGUEZ
ALCALDE DEL
AYUNTAMIENTO DE SAN
JUAN DE LA RAMBLA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo valora este 2022?
¿Ha sido un año positivo para San Juan de la Rambla?

El 2022 lo valoramos como un año positivo. A pesar de que son momentos complejos y complicados por la crisis derivada del aumento

de precios, la guerra y las consecuencias de la pandemia, nosotros, por nuestra parte, estamos contentos porque han ido desarrollándose cuestiones que hemos estado esperando por mucho tiempo. Por ejemplo, se ha anunciado hace unos días que ha salido a concurso público la obra para la eliminación de la piscina de Las Aguas, que hay que recordar que fue un proceso que quedó vacío en el mes de febrero de este mismo año y hubo que modificarla, con todo lo que conlleva en una Administración en tiempo por la propia burocracia. No obstante, hemos logrado que antes de que acabe este año nuevamente salga a licitación el nuevo concurso público. Esperemos que esta vez haya más fortuna y se

presenten las empresas interesadas y no quede vacío como en el mes de febrero.

También hay distintas obras y cuestiones que han empezado a caminar como la rehabilitación de la Casa Oramas que será el primer Hotel Escuela que tengamos en el municipio. Ahora mismo nos encontramos en la fase de redacción del proyecto que fue adjudicado a una empresa de Alicante y de Santa Cruz de Tenerife. Estamos a esperas de la entrega de dicha redacción y acto seguido haremos el concurso de adjudicación de la obra para este hotel.

Inciendiando en dos sectores de crucial importancia: el comercio y la restauración. ¿Ha aumentado el consumo en el

municipio? ¿Se han logrado recuperar estos dos sectores?

Sí. Para situar a los lectores, San Juan de la Rambla es un pequeño municipio, que se caracteriza porque su entramado comercial es pequeño y se ubica en un entorno rural. Independientemente de este hecho, debemos decir que los datos que figuran en torno al movimiento, sobre todo en esta última parte del año, donde incluso se han creado nuevas empresas que han iniciado su actividad en el municipio, son esperanzadores. Estamos contentos, porque la actividad se nota, se nota sobre todo cuando les invitamos a venir cualquier viernes, sábado o domingo. La afluencia de visitantes es síntoma de que las cosas van caminando en el

buen sentido y a buen ritmo. Por lo tanto, en ese aspecto estamos contentos.

También es verdad que hemos realizado una serie de campañas para determinados momentos, sobre todo en los meses en los que menos movimiento ha habido, para contribuir a esa dinamización, como fue el éxito que tuvimos en el mes de octubre con el concurso gastronómico donde participaron distintos restaurantes del municipio.

Asimismo, ahora comienza la campaña comercial navideña que contará con muchísimas actividades de dinamización.

Exactamente. Se acerca la campaña de Navidad, ¿con qué sorprenderá San Juan de la Rambla?

La campaña de dinamización de este año se centra en distintos elementos. Como siempre, intentamos dinamizar las compras directas, este año vamos a dar paso a una nueva iniciativa que es el “Rasca y Gana”, con el que se pueden adquirir descuentos directos en las compras y, además, premios de hasta 200 euros.

También quiero destacar que la campaña de dinamización consta de distintas actividades en las que unimos las áreas de fiesta, cultura, comercio y desarrollo económico, una dinamización que, comparada con la que hubo en 2019, viene cargada de actos y eventos.

A voz de pronto y como recordatorio, llevamos la dinamización a los distintos barrios, sin olvidarnos de cada uno de ellos, volvemos a retomar el desfile por pasarela que coincide con el encendido del alumbrado del municipio, van a haber una serie de actuaciones y actividades culturales en la calle, porque lo que nos interesa es activar la calle, tenemos un punto de encuentro nuevo que va a ser el festival de magia, se va a hacer por primera vez un festival de magia que también va a ayudar a dinamizar la actividad económica, un festival que vamos a intentar que se realice todos los años en esta edición navideña.

“Tenemos un punto de encuentro nuevo que va a ser el festival de magia”

¿Cuáles son sus deseos para 2023?

Para el 2023, con estos momentos que estamos viviendo de incertidumbre, espero que se comiencen a estabilizar las cosas, que el desarrollo económico y social camine sin tantos sobre saltos y que la tranquilidad sea de nuevo la característica del momento y de los tiempos que nos toquen vivir.



Roberto Conde: “Este año, la gestión del equipo humano pasa a ser nuestro principal caballo de batalla”



ENTREVISTA

ROBERTO CONDE
DIRECTOR DEL H10
RUBICÓN PALACE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo se viven las Navidades en H10 Rubicón Palace?

Podemos considerar la Navidad como la temporada que más nos ilusiona, la más familiar y afectiva, tanto para nuestro equipo como para nuestros clientes. Durante este periodo trabajamos más la imaginación, creando actividades y espectáculos diferentes cada año y

pensando en brillar con los menús, especialmente en las noches más mágicas, como las Galas de Navidad y Nochevieja, que son las Noches Grandes para nosotros y también para el cliente. Además, celebrar las veladas de Papá Noel y de los Reyes Magos significa una mayor unión, familiaridad y afecto entre nosotros, lo cual se trasmite y comparte con nuestros clientes.

¿Son buenas las cifras que manejan para dichas fechas?

Sí, en noviembre y diciembre la presión de reservas es menor respecto a los meses anteriores, pero la previsión es alcanzar buenas ocupaciones en el periodo de Navidad.

Y, en general, ¿qué valoración hacen de los meses acontecidos del año 2022? ¿Ha sido un buen año?

La valoración es excelente, está siendo un año histórico. Los resultados están por encima de 2019, que fue récord, sobre todo desde marzo hasta octubre. En su conjunto, ya podemos adelantar que cerraremos el año como el mejor en resultados y ocupaciones.

“La valoración es excelente, está siendo un año histórico. Los resultados están por encima de 2019”

¿Qué cambios en el turismo han percibido con respecto a años anteriores?

De forma quizás no científica tengo la impresión de que hay mayor exigencia por parte del cliente. Otro de los cambios más significativos es que se reserva más en el último momento, lo que dificulta un poco más la planificación, pero todos nos hemos ido adaptando a los cambios.

Ante la incertidumbre en la que estamos inmersos, ¿han podido plantear una hoja de ruta a seguir en 2023?

Siempre planificamos y tenemos una hoja de ruta. Este año se basa en consolidar las ocupaciones actuales, mejorar el servicio y la capacitación del equipo humano, con el objetivo de seguir mejorando la calidad de nuestros servicios. Además, este año la gestión del equipo humano pasa a ser nuestro principal caballo de batalla, tenemos que adaptarnos al nuevo marco que constituye la reciente reforma laboral, el nuevo convenio y la menor demanda de empleo debido a la recuperación de varios sectores de la economía.



ENTREVISTA

MANUEL LUIS MÉNDEZ MARTÍN

CONCEJAL DEL ÁREA DE URBANISMO, DESARROLLO ECONÓMICO Y TRANSICIÓN ECOLÓGICA DEL AYUNTAMIENTO DE ADEJE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Qué valoración hace usted del año 2022?

Ha sido un año de recuperación y reactivación. Recuperación en la económico con un muy buen año en el sector turístico principal motor económico de Adeje. Y reactivación porque la gente ha vuelto a su vida normal con muchas ganas de disfrutar de la vida robada por la pandemia.

En materia comercial, ¿cuáles han sido los retos a los que se han enfrentado?

Después de la pandemia, el principal reto al que se enfrenta el comercio local es avanzar hacia la transición digital del sector. La modernización del sector comercial es imprescindible para competir con las grandes superficies y otro tipo de comercio como el online de las grandes plataformas. Es necesario que se adapte a esta situación y ofrezca un servicio diferenciado y cercano al cliente.

La restauración que ha sido uno de los sectores que más ha sufrido en los últimos años, me imagino que también será uno de los protagonistas de esta campaña, ¿verdad?

Por supuesto, para Adeje el sector de la restauración es fundamental para nuestro municipio como destino turístico internacionalizado. En la actualidad, en Adeje tenemos tres restaurantes con Estrellas Michelin y creo que no me equivoco si digo que la restauración adejera está en la vanguardia de la cocina, disponiendo de una amplia oferta basada en el producto local. Por lo tanto, este sector será protagonista en estas fechas entrañables y de compartir momentos con amigos y familias.

¿Qué le transmiten los empresarios y empresarias de Adeje? ¿Han cumplido con las expectativas?

Los empresarios están satisfechos de como ha ido el año, un buen año turístico significa mejores tasas de empleabilidad y por tanto mayores posibilidades de consumo. Es verdad, que se vive un ambiente de incertidumbre ante la situación económica que se vive como consecuencia de la guerra de Ucrania. Sin embargo, las perspectivas para esta campaña navideña son buenas.

¿Cómo se vive la Navidad en este municipio?

Adeje vive la Navidad muy intensamente. Después de dos años de no poder celebrarla sin restricciones sanitarias, hay muchas ganas de salir a la calle para disfrutar del espíritu navideño en compañía de los amigos, vecinos, vecinas, familia, en definitiva ser feliz.

¿Qué actos y actividades cobrarán relevancia en la campaña navideña?

Hay muchas actividades en este mes de diciembre, pero no cabe duda que los más tradicionales como la cabalgata del los Reyes Magos, es el evento más importante. Junta a esta tendremos el tradicional festival de Navidad con música protagonizada por colectivos del municipio, teatro musical, actividades en la calle, etc.



Hay muchas ganas de salir a la calle para disfrutar del espíritu navideño en compañía de los amigos, vecinos, vecinas, familia, en definitiva ser feliz

¿Cómo plantean la puesta en marcha de un alumbrado navideño sustentado en el ahorro energético?

Este es un tema de mucha actualidad y Adeje, como no puede ser de otra manera, se va adaptando poco a poco en este tema. Llevamos varios años cambiando nuestra luminaria pública por elementos más eficientes y sostenible. En ese sentido la iluminación navideña también avanza en ese sentido.

¿Cómo desea comenzar el 2023?

Desde luego, deseo que la situación que actualmente se vive en Ucrania se acabe y podamos volver a una verdadera normalidad. La pandemia nos ha cambiado a todos y creo que ahora valoramos mucho más la vida porque sabemos que es muy fácil perderla. Nuestra manera de afrontarla es diferente y por eso deseo a todos mis vecinos y vecinas de Adeje salud y que aquellas personas que están en una situación más vulnerable la puedan superar en el año 2023 obteniendo un empleo digno y decente.

Manuel Luis Méndez: “Adeje vive la Navidad muy intensamente”



Raúl Afonso: “Tendremos unas navidades tradicionales, como todos deseábamos y como teníamos en el 2019”



ENTREVISTA

RAÚL AFONSO

ALCALDE DEL
AYUNTAMIENTO DE MOYA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿En qué líneas ha trabajado el Ayuntamiento de Moya durante este 2022?

Este 2022 ha supuesto una continuidad de los proyectos y las actuaciones que veníamos desarrollando y que por el COVID se habían retrasado bastante, como lo es la finalización de documentos importantes para el municipio como el Plan General. Hemos trabajado en las tres líneas importantes que son los presupuestos del municipio, el Plan General y las infraestructuras de los distintos barrios, bien de saneamiento, de abastecimiento o de asfaltado. Por su parte, no nos podemos olvidar de las políticas sociales. Desde el ayuntamiento hemos ayudado a todo aquel que lo ha necesitado y ha sido un ámbito en el que siempre se

ha inyectado la cantidad de dinero necesaria para que no le falte nada a nadie.

Seguimos pendientes del Plan Territorial Parcial 15 -PTP-15- de la costa del municipio. El ayuntamiento se opone a ese documento y nos ha quitado bastante tiempo el preparar la documentación para que cuando esté publicado acudir a los Tribunales, que es la única opción que nos queda, pues consideramos que dicho documento supone hipotecar la costa del municipio para siempre y no lo podemos permitir, salvo que la justicia le de la razón al mismo y no podamos hacer nada, pero estamos convencidos de que tenemos razón. No le aporta nada bueno al municipio y, además, consideramos que los trámites administrativos no se han desarrollado como es debido.

Ha sido un año en el que nos hemos tenido que adaptar a la normalidad, lo que nos ha permitido celebrar las fiestas en condiciones, tanto las de San Antonio como las de San Bartolomé y las de los distintos barrios. Ahora, que nos encontramos ante el final del año, nos toca celebrar la Navidad. Tendremos unas navidades tradicionales, como todos deseábamos y como teníamos en el 2019, donde los actos y eventos en el municipio se desarrollen con normalidad.

Entre los sectores que más han sufrido en los últimos años, se encuentra el comercio y la restauración, ¿se atisba una recuperación de los mismos en Moya?

Sí. Vemos que se están recuperando, que tenemos más visitas al municipio y que hay una tendencia al alza en la economía del mismo.

A lo largo del año se han promovido varias actividades de la mano del sector comercial y la restauración con el objetivo de reactivar dichos sectores y de promover el producto de cercanía. Entre las actividades que pusieron en valor los productos km Moya, destacan Texturas de la Tierra o la Ruta de las Tapas, que tuvo una aceptación magnífica y donde las expectativas fueron superadas, lo cual benefició a la economía de nuestros empresarios y empresarias.

Cabe destacar que en este 2022 hemos conseguido que se abra algún local más y que, por lo menos, no haya habido ningún cierre.

¿Cómo de importante es la campaña navideña para este Ayuntamiento y para este municipio?

Desde el Ayuntamiento siempre nos volcamos en la campaña de Navidad. Es una cam-

paña que enfocamos a todas las edades, pero sí es verdad que hacemos especial hincapié en los niños y niñas en aras de contribuir a su ilusión, teniendo en cuenta que estos últimos años los actos navideños no han podido desarrollarse de la manera idónea.

“A lo largo del año se han promovido varias actividades de la mano del sector comercial y la restauración”

Volvemos a tener una iluminación que este año es característica, con una proyección de un videomapping en el día del encendido, donde también estará la Banda de Moya en directo. Será un espectáculo de luz y sonido en directo.

Después, la gran mayoría de los actos están dedicados a los niños, con la visita de Papá Noel, la visita de los Reyes Magos, con un espacio en el Parque Pico Lomito donde habrán atracciones y actos navideños para el disfrute de los más pequeños. Tendremos el macro roscón en la calle principal, con 550 metro lineales de roscón. Todos los días ofreceremos espectáculos y actividades para los niños en los distintos recintos del municipio y en los diferentes barrios, en los núcleos poblacionales más alejados del casco para que ningún rincón del municipio se quede sin celebrar esta Navidad.

“La gran mayoría de los actos están dedicados a los niños”

Cabe indicar que en estas navidades tendremos una atención especial, desde las políticas sociales, con los más necesitados donde, además de lo que se hace durante todo el año, habrán alimentos especiales, bonos de ropa, bonos de regalos, para que todos pasen una Navidad lo más feliz y entrañable posible.

¿Qué objetivos le gustaría cumplir antes de que se dé por finalizado este 2022?

Me gustaría que los proyectos y actuaciones que están sobre la mesa se puedan por lo menos, sino ejecutar, licitar.

Me gustaría que cada vez fuesen menos las familias que necesiten ayudas sociales, que también lo estamos consiguiendo, incorporando a muchos de los ciudadanos en planes de empleo y dándoles formación para que ellos puedan adentrarse en otros oficios. Me gustaría llegar a un fin de año donde no tengamos que ayudar a tanta gente en el área social, porque eso quiere decir que estamos en mejor situación y en la senda correcta.



Pedro Quevedo: “Yo espero que haya una contención del gasto en estas fiestas navideñas”

ENTREVISTA

PEDRO QUEVEDO

CONCEJAL DE GOBIERNO DEL ÁREA DE TURISMO, EMPLEO Y DESARROLLO LOCAL E IGUALDAD, DIVERSIDAD Y SOLIDARIDAD DEL AYUNTAMIENTO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Usted, como concejal del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, ¿qué balance hace del año acontecido?

Comenzamos el año extremadamente preocupados por la cuestión de la pandemia, a lo que después se asoció el tema de la invasión de Ucrania por parte del autócrata Putin, noticias que a uno le ponen los pelos de punta, porque todos estos hechos nos repercuten.

Si analizamos los datos de empleo, de actividad económica y de paro, la verdad es que la evolución en Las Palmas de Gran Canaria es francamente buena. Ya habíamos sido de los municipios españoles que mejor habían resistido la pandemia y ahora los indicadores son espectaculares. De tener más de 220.000 ERTES, ahora tenemos 1.600, es un cambio brutal, hemos mejorado muchísimo las cifras de empleo, hemos disminuido muchísimo las cifras de paro, estamos con cifras similares a las del año 2008.

Por sectores de actividad, la actividad comercial ha mejorado mes a mes exponencialmente respecto al año anterior y la actividad turística comprende los mejores indicadores desde hace años, incluso mejores a los anteriores a la pandemia. Analizando los diferentes sectores nos damos cuenta de que hemos sido capaces de salir de situaciones complicadas bastante bien y hemos demostrado tener una alta capacidad de resiliencia ante los problemas.

¿Le preocupa la crisis que aparentemente se avecina?

Sí, claro. Hay que ser un irresponsable para no darse cuenta de que tenemos un montón de tensiones que pueden acabar impactándonos, lo cual es un tema que tenemos que tener siempre presente.

¿Cuánto tiempo se puede seguir soportando un incremento del costo de la vida porque algunos operadores energéticos hayan decidido estar forrando a costa de la mayoría social? ¿O cuánto tiempo podemos seguir soportando las graves consecuencias de la invasión de Ucrania por parte de Putin?

Todos estos hechos son aspectos que preocupan extraordinariamente. Nosotros sabemos que la inflación es un fenómeno que puede combatirse en parte pero, cuando afecta a cuestiones fundamentales como la energía, caemos en la cuenta de que hay cosas que no deberían ser un negocio. Hay cuestiones que son fundamentales para la vida de la gente y entre ellas está el disponer de energía a un precio razonable. Que haya gente aquí forrándose de una forma obscena con el precio de la energía es algo que nuestras sociedades se lo tienen que hacer mirar.

¿Cómo plantean abordar la posible crisis? ¿Han puesto medidas sobre la mesa de cara a paliar sus efectos?

El ámbito que ocupa el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria tiene sus limitaciones, pero lo que nosotros creemos es que hay que apoyar al tejido realmente productivo, que son en su mayoría las pequeñas y medianas empresas de las zonas comerciales abiertas, y es lo que hemos estado haciendo, porque creemos que ahí es donde está realmente la inmensa mayoría de la actividad económica y del empleo, no tenemos duda ninguna. Creemos que tenemos que seguir trabajando en esa dirección, hay que seguir trabajando, por ejemplo, en el plano turístico, hay que seguir creciendo en calidad y no en cantidad, en cantidad hemos crecido, pero hemos crecido sobre todo en calidad, lo cual es tremendamente importante para esta ciudad, porque sino deterioramos el destino.

En el ámbito del empleo seguimos teniendo la estructura forma-

tiva más importante de Canarias, la tiene el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, y eso que no había nada cuando llegamos. Todo esto nos da algunas potencialidades para decir que estamos en mejores condiciones para resistir que otros destinos.

Tenemos nuestras fortalezas, pero también tenemos nuestras debilidades, como que dependemos mucho del exterior, tenemos una capacidad limitada de influencia, pero yo creo que Las Palmas de Gran Canaria es un territorio resiliente. Su puerto es enormemente importante, le da una vida tremenda a la ciudad y ha sido uno de los pulmones de la economía en la época de la pandemia. Y luego, tenemos una estructura productiva y hotelera muy importante, que ha convertido al destino en un destino agradable y demandado, la gente se siente a gusto.

¿Ha mermado el consumo teniendo en cuenta la inestabilidad económica en la que estamos inmersos?

Yo no sé cuánto tiempo va a resistir esta espiral al alza del consumo, porque llega un momento en el que la gente comienza a mirarse el bolsillo. Venimos de una pandemia en la que los índices de ahorro de las familias fueron muy altos, por lo que cuando se empezaron a abrir las restricciones la ciudadanía tenía una capacidad de gasto importante, pero eso no es eterno. Con los datos que tenemos del verano, aunque hubo una gran actividad, la queja era generalizada, el incremento de los precios fue enorme.

Por lo tanto, yo creo que estamos en la fase de “ahora nos lo pensamos”. Confío en que todo el mundo sea conocedor de que hay que hacer un gran esfuerzo en promover ofertas competitivas, hay que ser conscientes de que la gente tiene sus dificultades, que el aumento del costo de la vida repercute en los bolsillos de la gente de manera muy seria y que esto no ha sido cualquier cosa, si nosotros analizamos el incremento de los precios en general, comenzando por la energía y terminando por los productos básicos, nos damos cuenta de que la situación es complicada.



Hay que responder, por una parte, al aumento de los salarios que yo creo que es una parte de la respuesta que se está dando, aunque incomprensiblemente algunos no lo entienden, lo cual es muy llamativo. Y, por otra parte, yo creo que la gente irá a un proceso de autorregulación, por lo tanto, espero que haya una contención del gasto en estas fiestas navideñas.

¿Han proyectado algún plan de dinamización comercial para esta campaña navideña?

Sí. Hay muchísimos proyectos en marcha, nosotros hemos hecho una importante apuesta por mejorar la oferta y la visibilidad de las zonas comerciales abiertas, que son nuestra competencia. Y para eso hemos utilizado también algunos elementos externos como, por ejemplo, la artesanía o la gastronomía.

Estamos tratando de darle una gran visibilidad a las zonas comerciales abiertas, haciendo que la gente salga a la calle, que se sienta cómoda, que la oferta sea atractiva y eso es lo que, a su vez, generará actividad económica en los comercios.

¿Cómo le gustaría a usted comenzar el 2023?

Me gustaría que la salud pública y la colectiva estuviesen en la dirección en la que están ahora, sin recaídas, hay que darse cuenta de que llega el invierno -si es que llega- y es un momento más delicado. Yo lo que espero es que desde

el punto de vista de la salud pública no tengamos más disgustos de los que hemos tenido, que disminuya la conflictividad en el mundo, la cuestión de Ucrania es insorportable, un sufrimiento tremendo para ese pueblo y, a su vez, está haciendo un daño tremendo a todo el planeta, me gustaría pensar que allí se va a acabar imponiendo la fuerza de la lógica y de la razón.

“Estamos tratando de darle una gran visibilidad a las zonas comerciales abiertas”

Me gustaría que sigamos en la misma senda de crecimiento en el empleo, una buenísima noticia son los datos de los indicadores de empleo que abarcan a la gente joven, la cual se está integrando en el mercado laboral, los contratos fijos han crecido en más de un 300%. Me gustaría que seamos capaces de seguir en esta línea, respetando el entorno, creciendo económicamente y mejorando la calidad de vida de nuestra gente.



Carlos Fernández: “La Navidad es muy importante para todos los comerciantes por ser la época en la que más consumo hay”

ENTREVISTA

CARLOS FERNÁNDEZ
DIRECTOR GERENTE DEL
CENTRO COMERCIAL
ALISIOS



M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Ha sido un buen año el Centro Comercial Alisios?

Sin lugar a dudas. Este 2022 ha sido un año muy bueno, sobre todo porque ya se ha normalizado la situación, la pandemia se ha estabilizado y los números así lo corroboran. Para nosotros ha sido un buen año, no hemos parado de crecer tanto en afluencia como en ventas.

No obstante, ¿se han encontrado con alguna dificultad a lo largo del mismo?

Las dificultades que nos hemos encontrados vienen derivadas de la finalización de las restricciones. La gente se ha mostrado reacia y con miedo una vez se eliminaron las restricciones y nos ha costado

muchísimo, a nivel de marketing, hacer que esos miedos desaparecieran.

¿Cómo plantean la campaña de Navidad?

Se trata de una campaña de Navidad que ya tenemos hecha y, en principio, la desarrollamos con mucha ilusión como todos los años. Cabe señalar que hasta la fecha está siendo todo un éxito, el viernes pasado encendimos las luces de Navidad a través de un evento y los resultados fueron satisfactorios.

¿Serán los más pequeños el foco de atención de las actividades?

Sí, como siempre. Centro Comercial Alisios es un centro muy familiar, muy infantil, nos enfoca-

mos muchísimo en el público infantil y, como no puede ser de otra manera, seguirá siendo así.

De las actividades y actos que pondrán en marcha, ¿cuáles cobran relevancia?

Todos los actos que vamos a desarrollar, como he dicho antes, estarán enfocados en el público infantil, con lo cual se van a realizar muchos talleres, shows de animación, pasacalles, shows musicales y tendremos la casa de Papá Noel, que es algo tradicional y habitual en nuestro centro y que tiene un alcance impresionante a nivel Canarias, no solo en Gran Canaria.

“No hemos parado de crecer tanto en afluencia como en ventas”

Por otra parte, ¿qué le transmiten los empresarios? ¿Prevén obtener buenas cifras en esta campaña?

Los empresarios tienen ilusión y optimismo, esperan que sea una



buena campaña como todos, todos esperamos que sea una buena campaña. La Navidad es muy importante para todos los comerciantes por ser la época en la que más consumo hay.

¿Qué hoja de ruta plantean seguir en 2023?

Planteamos seguir la misma

hoja de ruta, seguir invirtiendo en modernización e innovación y, sobre todo, en mucho marketing. Lo que haremos es renovar el patrimonio inmobiliario para poder ofrecerle a nuestros clientes un lugar agradable y bonito en el que poder pasar un afable día de compras.



ENTREVISTA

LUIS JAVIER GONZÁLEZ
ALCALDE DE FASNIA



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo valora, como alcalde de Fasnía, este 2022? ¿Cree que ha sido un año fructífero para el municipio?

Sí. Yo entiendo que el año que termina ha sido un año de cambios, por eso el cambio de alcalde, pero además ha sido un año productivo en cuanto a la inversión en el municipio, tanto en infraestructuras como en ocio y cultura. Ha sido una vuelta a la normalidad en todos los sentidos.

¿Se ha visto una recuperación al alza del sector comercial y de la restauración?

Sí. De hecho, contamos con el número más grande de negocios de restauración en el municipio desde hace muchos años, me atrevería a decir que desde la última década no había tanto negocio dedicado a la restauración en el municipio. Esa recuperación de ocio, cultura y actividad en la calle hace que todos estos negocios prosperen.

No obstante, nos encontramos en una situación de incertidumbre, ¿cómo plantean la llegada de los próximos meses?

Si es cierto que hay una determinada preocupación por el futuro económico, no solo de Canarias, sino del país, y no sabemos cómo nos va a afectar.

Yo creo que nosotros tenemos que ceñirnos al día a día, intentar mejorar diariamente y afrontar lo que venga en las condiciones que venga.

¿Con qué previsiones cuentan para Navidad? Una fecha bastante señalada sobre todo para el sector comercial...

Luis Javier González:
“Estos últimos 6 meses del 2022 están siendo muy intensos en cuanto a ocio y actividad”

Nosotros en estas fechas navideñas todos los fines de semana tenemos actividades hasta la noche de Reyes, incluso entre semana también habrá alguna actividad, sobre todo con el inicio de las vacaciones escolares, con el objetivo de dinamizar todos los rincones del municipio.

¿Qué actos adquieren relevancia en estas fechas?

El fin de semana pasado nos visitó Abubukaka con entrada gratuita a la carpa de la plaza anexa al Ayuntamiento de Fasnía, contando con la visita de más de 500 personas. Abubukaka supuso el inicio de partida y obtuvo mucho éxito, pero también tenemos el día 10 de diciembre la apertura del portal de Belén y el encendido de las luces de Navidad con un festival de villancicos a cargo de los colectivos del municipio: Escuela de

Folklore, Patronato de Música y Parranda de Fasnía.

Y luego, el sábado día 17, como colofón, tenemos lo que antiguamente era conocido como la Noche en Blanco de Fasnía que a día de hoy se conoce como La Arrancadilla, que es un evento que celebra su tercera edición basado en tapas y vinos y contando con una feria de artesanía y actividades para todas las edades, comenzando a las 17:00 horas y terminando a la 1:00 horas de la madrugada.

¿Proponen alguna iniciativa que ayude directamente al tejido comercial de la zona?

Sí. Hay dos iniciativas fundamentales para el comercio. Una es la Ruta de la Tapa, que venimos realizándola desde hace 12 años, empezó el viernes pasado y termina el 17 de diciembre. Tiene la duración de un

rr

Me atrevería a decir que desde la última década no había tanto negocio dedicado a la restauración en el municipio

mes, son 5 fines de semana y cobra gran relevancia para el sector de la restauración, pues hace que la gente se mueva por todo el municipio y consuma en los negocios.

Y luego, los Bonos Consumos, estamos adheridos a los Bonos Consumo que facilita el Cabildo de Tenerife.

Y con respecto a 2023, ¿cómo le gustaría comenzar el nuevo año?

Me gustaría comenzar en una línea continuista, es decir, creo que estos últimos 6 meses del 2022 están siendo muy intensos en cuanto a ocio y actividad, lo cual permite que la economía del municipio se desarrolle de una manera fluida. También han prosperado inversiones importantes para el municipio que deben culminarse en el próximo semestre, en 2023. Así que yo, sinceramente, espero que sigamos en una línea continuista teniendo en cuenta lo que viene sucediendo en este 2022.

Santa Cruz, donde late la Navidad



El periodo navideño es sinónimo de ilusión y nostalgia, de familia y amigos, de regalos y gastronomía; sin duda, todo un festín para los sentidos que ayuda a cerrar el año y abrir uno nuevo con mucha fuerza.

Santa Cruz es el corazón de Tenerife, el kilómetro cero de la isla, donde la Navidad late con todas sus fuerzas. Un amplio programa municipal de actividades, ocio y cultura invita a recorrer sin restricciones las catorce zonas comerciales de los cinco distritos chicharreros, todos ellos con una oferta diferente que dotan de personalidad a tu plan para estas fechas.



Para el consejero delegado de la Sociedad de Desarrollo, Alfonso Cabello, "Santa Cruz de Tenerife recupera su Navidad con total normalidad, en todo su esplendor, hemos trabajado con mucha ilusión para ofrecer la mejor versión de una capital comercial que se enorgullece de serlo". En este sentido el edil destaca que "los niños y niñas serán protagonistas" de una edición en la que "hemos puesto especial mimo en las luces de Navidad; tendremos los mercadillos tradicionales, alguno más novedoso y, en definitiva, haremos que sea un momento especial para cada chicharrero y chicharrera, con una inversión acorde y un ambicioso programa".

Cabello recuerda que, en estas fechas tan señaladas y "por la coyuntura económica que vivimos", es preciso que "seamos más generosos que nunca, pensando en nuestro comercio local y en la felicidad de cada uno de nosotros".

Con sólo una media de 5 días de lluvia y una temperatura que oscila entre

los 17 y 22 grados durante el mes de diciembre, Santa Cruz de Tenerife te invita a descubrir la magia de la Navidad recorriendo sus calles: un espacio comercial urbano con una oferta variada, atención personalizada y con nuestro estilo propio.

Desde el tradicional encendido del alumbrado navideño que se realizará el 24 de noviembre y el Día de Reyes, sucederán muchas cosas en la capital de Tenerife, y para todas las edades. Como es habitual, la programación diseñada por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, incluye decenas de actividades de dinamización de carácter gratuito en los cinco distritos y estará disponible en la web fiestasdesantacruz.com, actualizándose en tiempo real con los diferentes contenidos.

Además, Santa Cruz de Tenerife cuenta con muchos servicios para hacer inolvidable tu experiencia: empaquetado de regalos, ludotecas para los más pequeños, música ambiental, desfiles y pasacalles, animación urbana o flores de pascua con tus tickets de compra.

derán en cualquier rincón de unas calles vestidas de tradición.

Nuestra capital atlántica posee una geografía única que te invita a descubrir una Navidad diferente, desde la actividad al aire libre en un bosque relicto del Terciario en plena la Reserva de la Biosfera del Macizo de Anaga, al bullicio del rastro o los mercadillos de artesanía que se instalarán en Santa Cruz. Una tierra llena de sabores que da paso a una gastronomía plagada de creatividad en cualquiera de nuestros distritos y a una tradición comercial que abarca varias generaciones de experiencia.

Santa Cruz de Tenerife es un espacio abierto a la vida, amable con nuestros visitantes y con un patrimonio histórico diverso que jalona nuestras calles y plazas. La historia se da la mano con el futuro a través de un callejero urbano ecléctico que en el mes de diciembre se transforma en una sucesión de latidos que anuncian que ya es Navidad.

¡Felices Fiestas!



Navidad también es sinónimo de música, la banda sonora de nuestra ilusión contará con una nueva edición del Concierto de Navidad en el Puerto de Santa Cruz de Tenerife, las diferentes actuaciones programadas en el escenario de la plaza de la Candelaria, o los villancicos que te sorpren-



ENTREVISTA

ENRIQUE TISCAR
DIRECTOR DEL ELBA PALACE
GOLF & VITAL HOTEL

Enrique Tiscar: “A Elba Palace Golf ha vuelto la normalidad turística”



el sol que tanto echamos de menos cuando vivimos fuera, en países más fríos, así como estar en un entorno donde puedes bañarte en una piscina climatizada o en el mar, pues aquí en Canarias tenemos una muy buena temperatura. El turista está buscando crear momentos de disfrute e inolvidables.

Por su parte, nuestro cliente nacional se está volcando bastante, aunque sabemos que nosotros -los españoles- buscamos pasar la Navidad en familia y cada vez más, pero cabe decir que el 31 de diciembre estamos un poquito más libres de las “cargas” familiares y lo que buscamos es esto: disfrutar.

En este sentido, tenemos vuelos directos desde Bilbao, Barcelona, Madrid, Sevilla o Málaga, tenemos muchísimos destinos de península desde donde se puede llegar con un vuelo directo que gira en torno a 2 horas y media, para poder encontrarse y disfrutar de un clima maravilloso que tenemos la suerte de tener en Canarias.

¿Qué oferta hacen en Navidad? ¿Qué le ofrecen a sus clientes para que se alojen con ustedes en esta época tan entrañable?

En estas fechas, tanto el día 25 como el 31, ofrecemos un menú navideño. Tenemos un menú especial de Navidad en el que combinamos productos locales, de km 0, con comida internacional. Asimismo, contaremos con amenizaciones musicales acorde a nuestro hotel, que es un hotel 5 estrellas gran lujo clásico, y a nuestros clientes.

¿Cuentan con una programación especial para estas fechas?

Siempre tenemos una programación acorde a nuestro hotel, algo clásico y con música para bailar el 31. A principios de diciembre celebraremos una fiesta simbólica, siempre intentamos hacer un cóctel especial para todos nuestros clientes y así poder inaugurar juntos la decoración navideña.

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Ha vuelto la normalidad turística a Elba Palace Golf?

Sí. A Elba Palace Golf ha vuelto la normalidad turística de nuevo, una normalidad post pandemia, nos hemos olvidado un poco de ese mal trance que hemos pasado durante estos últimos años y los datos vuelven a ser esperanzadores para el sector que a nosotros nos atañe, el sector turístico.

¿Cómo atisban la temporada navideña? ¿Son favorables los datos de reserva?

Sí, para nosotros sí. Siendo un hotel dedicado al golf, nuestra temporada alta comienza a principios de octubre y se prolonga hasta finales de abril, después de Semana Santa. Esto es debido a que todos los visitantes y turistas del norte de Europa, que no pueden jugar en sus campos de golf, por estar cerrados, inundados o tener nieve, vienen a Fuerteventura, gozan una temperatura de 26 °C de media y, al mismo tiempo, pueden jugar y disfrutar todos los días de nuestro campo de golf.

¿Está siendo mayor la demanda de este año respecto a años anteriores?

Digamos que hay una pequeña subida con respecto a años anteriores, se nota que la pandemia nos ha afectado un poquito a todos y la gente vuelve de vacaciones con muchí-



simas ganas. No obstante, nosotros también tenemos la suerte de contar con bastantes clientes repetidores y que vienen, como nos dicen muchos de ellos, a su pequeño enclave paradisíaco en Fuerteventura.

¿Se vuelca cada vez más el turista en pasar estas fechas alojado en un hotel? ¿Cuál está siendo la tendencia?

Sí. La tendencia, en líneas generales, está siendo evadirse del día a día, buscar

“Tenemos un menú especial de Navidad en el que combinamos productos locales, de km 0, con comida internacional”

¿Y para 2023? ¿Qué le pide al nuevo año que está por llegar?

Seguir como estamos, que es lo principal, y seguir mejorando. Siendo un hotel muy entrañable, un hotel totalmente diferente del resto de la oferta que hay en Fuerteventura, esperamos seguir con la ocupación al alza, lo cual beneficia también a nuestro personal, cuando tienes mucha ocupación estas muy ocupado y, al final, eso es lo que queremos todos, tener mucho trabajo para estar en movimiento y siempre al servicio del cliente. Intentamos adelantarnos a los deseos de los mismos y que se vayan encantadísimos, tanto del hotel como de la maravilla de isla que tenemos.



Natalia Bravo de Laguna: “Los hoteles somos creadores de sueños y generadores de felicidad”

ENTREVISTA

NATALIA BRAVO DE LAGUNA
DIRECTORA DEL HOTEL
THE VOLCÁN LANZAROTE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo se ha vivido este 2022 desde el Hotel The Volcán Lanzarote?

La verdad es que ha sido un año bastante bueno donde hemos vuelto a cifras anteriores al COVID. Las reservas han aumentado ligeramente con respecto a años anteriores, lo cual nos ha ayudado a compensar la subida de costes tan grande...

¿Podemos afirmar que han cumplido con las expectativas?

Sin duda, no solo las hemos cumplido, sino que las hemos superado teniendo en cuenta que estamos en el primer año post

covid. De hecho, el presupuesto que teníamos se ha superado, no teníamos la esperanza de obtener datos tan altos, ha sido un año mucho mejor de lo esperado.

Asimismo, se acerca la Navidad...

En Navidad vamos a estar con alta ocupación, con un precio medio ligeramente superior y con mucha gente con ganas de vivir. Sí es verdad que en lo que respecta a la antelación de las reservas, antes todo el mundo programaba sus vacaciones y su descanso con

mucha antelación, ahora no se está dando, se planea todo a corto plazo.

Ciertamente, estamos bien, confiamos en llegar a una ocupación alta, por ejemplo, ahora en el mes de diciembre será del 80-82%, lo cual es una cifra bastante atractiva comparada con 2019.

¿Cuál es el perfil potencial cliente que se aloja con ustedes en estas fechas?

Tenemos básicamente a un cliente que viene de Reino Unido, un cliente inglés en primera ins-

tancia, que viene a través de varios Tour Operadores. También tenemos turismo alemán y francés, ahora en el mes de diciembre estas dos nacionalidades son las que se ubican en segunda y tercera posición.

¿Qué oferta hacen en esta temporada navideña?

Los hoteles somos creadores de sueños y generadores de felicidad, para eso hemos nacido y es nuestro sentido. Como tenemos clientes mayoritariamente ingleses, hacemos una cena de gala el día 25 que es cuando ellos lo celebran, no lo hacen el 24 como en España, y el 31. Por lo que, el 25 y 31 de diciembre hacemos cena de gala en el hotel. Desde por la mañana, hasta bien entrada la noche, tenemos música en vivo, actividades, un buffet mejorado y un montón de sucesos que acontecen durante todo el día. Son días muy especiales.

¿Con qué expectativas cuentan para 2023?

Para 2023 tenemos la intención de mejorar los datos de 2022. Las ocupaciones esperamos que sean más o menos iguales, e incluso prevemos, que dado el ambiente que nos rodea con la recesión, la guerra de Ucrania y la inflación, una ligera caída con respecto a 2022, pero este ingreso menor lo tenemos compensado con el incremento leve de tarifa que esperamos. La idea es la de igualar o mejorar los datos de cara a 2023, a pesar de que seguimos con reservas a corto plazo.

“Para 2023 tenemos la intención de mejorar los datos de 2022”

Este año, por ejemplo, mayo y junio siempre han sido meses muy bajos para el turismo en Canarias, pero este mes de mayo ha sido un mes más alto en ocupación e ingresos, se ha comportado de forma excepcional... nunca se había consumido tanto en los puntos de venta en el hotel como este año. Otro dato interesante es que las medias pensiones van a la baja, ya no tenemos un cliente que viene por defecto con media pensión como venía antes, ahora a penas llegamos a un 40% de clientes que quieren media pensión, porque prefieren tener una experiencia en un restaurante a la carta, fuera del hotel y vivir otro tipo de turismo, tienen otro concepto de sus vacaciones.



Pilar Delgado: “Está todo preparado para que los visitantes vivan con nosotros una Navidad entrañable”



ENTREVISTA

PILAR DELGADO

DIRECTORA GERENTE DEL
CENTRO COMERCIAL
EL MUELLE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Qué valoración hacen de este 2022 desde Centro Comercial El Muelle?

Después de la horrorosa pandemia por la que hemos pasado, el 2022 indudablemente ha superado con creces los dos años anteriores, el 2020 y el 2021.

En el 2022 se han incorporado nuevas marcas al centro como puede ser XTEP, Domy Home o Le Rose, y seguimos promoviendo la apertura de otros establecimientos que esperemos que antes de final de año estén operativos y puedan disfrutar de la campaña de Navidad.

A pesar de que no ha concluido el año, ¿están los empresarios de este centro comercial satisfechos con los meses transcurridos?

Sí. Ahora mismo estamos inmersos en la campaña más fuerte para nosotros como centro comercial. En estas fechas confluyen dos aspectos importantísimos respecto a las ventas para los establecimientos. Uno es el comienzo de la campaña de Navidad, pero también nosotros desde el 1 de octubre estamos inmersos en la temporada de cruceros. Este año la afluencia de cruceros y, por ende, de cruceristas está igualando e, incluso, superando en algunos momentos las cifras de 2019 y eso se refleja en las ventas de cada uno de los establecimientos del centro.

¿Cómo se viven las navidades en el Centro Comercial El Muelle?

Vivimos la Navidad con muchísima ilusión. El jueves de la semana pasada inauguramos la decoración de Navidad que, como diferenciación, ha sido realizada artesanalmente por el equipo de mantenimiento del centro y por una empresa de decoración. Como novedad, tenemos un tren que gira en lo alto de nuestro árbol de Navidad, así como una noria. Está todo preparado para que los visitantes vivan con nosotros una Navidad entrañable.

También tenemos un Belén artesano, desarrollado en colaboración con La Molina, que fue inaugurado el pasado sábado y es-

tamos encantados de que todos los clientes lo visiten. Son muchos ya los turistas de los cruceros que están haciendo esa visita gratuita al Belén.

Yo creo que la palabra que resume estas fiestas en todos los sentidos y esta Navidad para El Muelle y todas las personas que trabajan en él es la ilusión.

¿Contarán con actos específicos dirigidos a fomentar la dinamización en el centro?

A parte de la propia decoración en sí que se pone en movimiento a las en punto y cada media hora, contaremos en diciembre con un tren que podrán disfrutar los clientes, sobre todo los más pequeños y que dará vueltas por todo el centro comercial.

“Desde el 1 de octubre estamos inmersos en la temporada de cruceros”

¿Qué peso están teniendo las redes sociales en la promoción del centro comercial?

Para este centro comercial, así como para cualquier empresa, el peso de la comunicación y la interacción a través de las redes sociales con nuestros clientes es de vital importancia. Recibimos comentarios directos por parte de los clientes y nos ayudan a ser conocedores de aquellos establecimientos que son sus favoritos. Es un canal de comunicación directo que cada vez tenemos más presente.

¿Cuáles serán las líneas a seguir en lo que queda de año? ¿Y de cara a 2023?

Trabajaremos en seguir mejorando cada día nuestros servicios, en estar más cerca del cliente a través de diferentes iniciativas, hemos sido el primer centro comercial pet friendly, queremos trabajar muy en línea con las preferencias y la forma de actuar de la sociedad que nos rodea. Para nosotros es muy importante poner en marcha acciones que nos ayuden a posicionarnos como referentes para la sociedad.



Libertad Ramos: “Tenemos que escuchar a los comerciantes y ver qué proponen para en todo momento ayudarlos y apoyarlos”



ENTREVISTA

LIBERTAD RAMOS
CONCEJAL DE COMERCIO
DE SAN SEBASTIÁN DE LA
GOMERA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo han vivido los comerciantes de San Sebastián de La Gomera este año 2022?

Venimos saliendo de tiempos bastante oscuros y difíciles propiciados por la pandemia. A su vez, nos adentramos en otra crisis cuyos efectos ya se están haciendo notar pero, por lo general, pienso que ha sido un año positivo para los comercios ubicados en San Sebastián de La Gomera. Hemos salido de la pandemia, hemos empezado a ver la luz, lo cual ha derivado en un dato significativo en lo que respecta a las ventas y, a pesar de que ahora nos encontramos de nuevo inmersos en otra crisis, quizá un tanto más dura, la realidad es que afecta a unos sectores más que a otros y a los comercios de nuestro municipio por ahora no les ha afectado en gran medida.

Por ende, ha sido un año positivo, las ventas van en ascenso con respecto al año anterior, gracias en gran medida a la apertura del turismo, un sector que nos aporta datos alentadores y que sirve de sustento a la economía de San Sebastián de La Gomera.

¿Qué actuaciones han puesto en valor desde el Ayuntamiento de cara a dinamizar el tejido comercial local?

Nosotros llevamos ya un tiempo trabajando con la tarjeta de puntos, una tarjeta de puntos parecida a la que se utiliza en algunas empresas. Al comprar en los comercios de nuestro municipio vas acumulando puntos, los cuales puedes revertirlos en los propios comercios, con lo que logramos fidelizar a los usuarios y vecinos para que sigan realizando sus compras en nuestro municipio.

Como bien se sabe, nosotros tenemos facilidad para transportarnos hacia Tenerife y comprar en los grandes almacenes, por ello hacemos hincapié en este tipo de actuaciones que luchan contra este hecho, incentivando que los habitantes de La Gomera realicen sus compras aquí y favoreciendo al pequeño comercio.

Este pasado fin de semana ha tenido lugar el Exposaldo La Gomera, con una amplia oferta comercial e importantes descuentos. ¿Cuáles han sido las sensaciones?

Es una feria que organiza el Cabildo de La Gomera en colaboración con el Ayuntamiento. Una feria que podemos valorar

como muy positiva, se ha vivido un ambiente bueno, es una feria que se aprovecha para que los comercios de toda la isla se concentren en nuestro municipio, que es la capital, y puedan sacar los artículos pertinentes para darles salida y obtener un beneficio. Generalmente se comercializan artículos que están fuera de temporada, lo cual facilita que los comercios puedan liquidar determinadas prendas y preparar sus establecimientos con artículos propios para la venta en la campaña navideña.

En este sentido, a los empresarios les viene bien dar salida a sus productos y a los usuarios nos viene bien el poder adquirirlos a un precio ventajoso.

Como comentaba, se acerca la navidad. Quizá una de las fechas con mayor relevancia para los comerciantes. ¿De qué manera promocionarán desde el ayuntamiento la compra en comercios locales?

Haremos hincapié en la dinamización en las calles con diferentes eventos que van desde pasacalles, actuaciones musicales hasta teatro, los cuales comienzan ahora con el Black Friday a finales de este mes de noviembre. Asimismo, aprovechamos en esta campaña nuestra tarjeta de puntos con un programa especial, con el que se pueden acumular aún más puntos y canjearlos por productos que estarán ubicados en un libretto, donde por comprar en esas fechas podrán acceder a premios tan relevantes como televisiones, Play Stations, cenas...

¿Contaremos con novedades en lo que a dinamización comercial se refiere para 2023?

Como bien decíamos al inicio, nos adentramos en un año difícil en el que considero que las entidades públicas tendremos que hacer un esfuerzo aún mayor en apoyar a las pequeñas y medianas empresas de nuestros municipios, y en ello estamos trabajando.

Nos vamos a volcar en ofrecer ayudas y subvenciones, intentaremos que sean aún mejor que en este 2022 si es posible. Y luego, en lo que a la campaña comercial respecta, tendremos que ir viendo cómo va evolucionando el año para ver si de nuevo tenemos que reinventar la forma en la que debemos ayudar a los comercios.

“Las entidades públicas tendremos que hacer un esfuerzo aún mayor en apoyar a las pequeñas y medianas empresas”

Ya nos pasó con la pandemia, cuando tuvimos que desarrollar plataformas de venta online que funcionaron bastante bien, y ahora nos adentramos en otra crisis diferente y tenemos que escuchar a los comerciantes y ver qué proponen para en todo momento ayudarlos y apoyarlos.

1 RENT A CAR



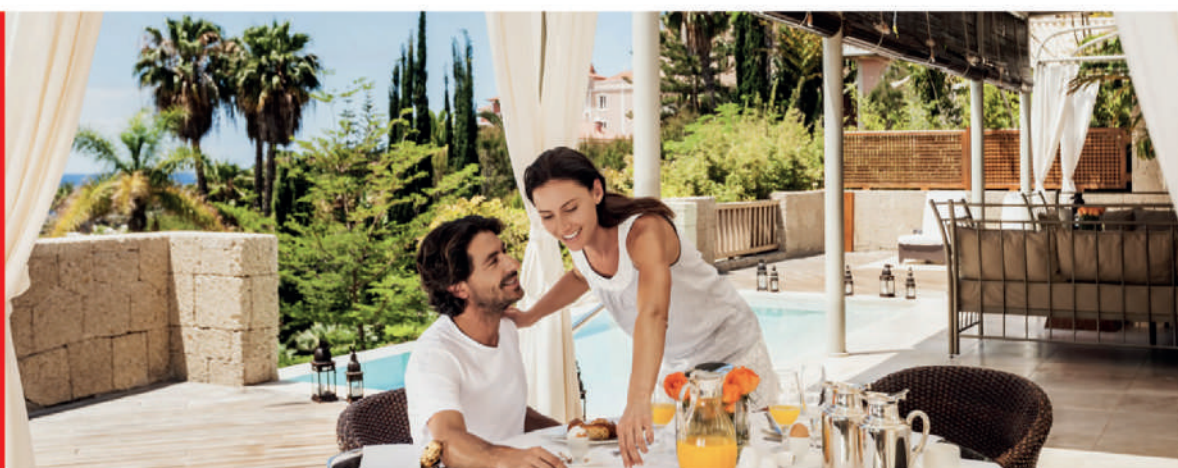
2 TRANSFERS

AEROPUERTO - HOTEL
TRANSFERS PRIVADOS
Y LIMUSINAS
TRANSFERS GRUPOS



3 ALOJAMIENTO

HOTELES, APARTHOTELES
Y APARTAMENTOS
VACACIONALES



4 EXCURSIONES



LET'S GO
TOGETHER

canarias.com

Coches, Hoteles y Traslados

922 71 53 53



Trabajamos pensando en nuestros clientes, sus necesidades, expectativas. Sabemos que cada detalle es importante, por lo que ponemos nuestro mayor empeño en cuidar las pequeñas cosas que marcan la diferencia. La diferencia que hace que su viaje sea excepcional.

La Gerencia Sanitaria de La Gomera pone en marcha el servicio de Fisioterapia en el Centro de Salud de Malagua



► La Gerencia de los Servicios Sanitarios del Área de Salud de La Gomera, adscrita a la Consejería de Sanidad, pone en marcha el servicio de Fisioterapia en el Centro de Salud de Mulagua, en el municipio de Hermigua. Se trata de una de las medidas contempladas en la Estrategia Integral de Atención Primaria y Comunitaria 2022-2023 de Canarias

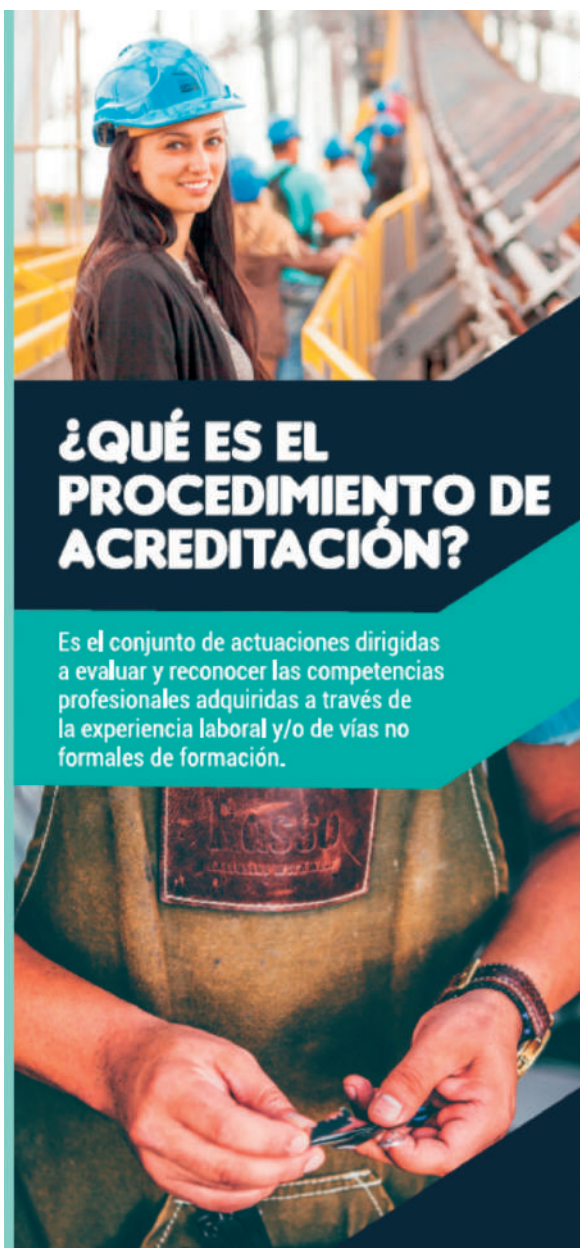
isla, en los municipios de Hermigua, Agulo y Vallehermoso.

Con la puesta en marcha de este servicio de Fisioterapia en el Centro de Salud de Mulagua se evitarán desplazamientos de pacientes a la capital gomera, ya que se implanta el servicio de Fisioterapia en la zona norte de la isla, lo que redonda en la calidad de vida de estas personas a la hora de recibir sus tratamientos de rehabilitación.

Así, se reducen las listas de espera para acceder a estas terapias y se optimizan los recursos a disposición de los pacientes en el Hospital Nuestra Señora de Guadalupe con lo que se podrán incorporar más personas a estas consultas.

La gerente de los Servicios Sanitarios del Área de Salud de La Gomera, Guacimara Barrera, considera que la apertura de este servicio en la zona norte contribuirá a atender de mejor manera a las personas que requieran estas prestaciones, ya que contarán con unas instalaciones similares a las que ya están en marcha en el Hospital y en el Centro de Salud de Valle Gran Rey.

Para ofrecer este nuevo servicio se han incorporado dos profesionales que comenzarán atendiendo a una media de quince pacientes diarios, correspondientes a personas residentes en la zona norte de la



¿QUÉ ES EL PROCEDIMIENTO DE ACREDITACIÓN?

Es el conjunto de actuaciones dirigidas a evaluar y reconocer las competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral y/o de vías no formales de formación.

Esquema del procedimiento



Gobierno de Canarias

www.gobiernodecanarias.org/empleo

PROCEDIMIENTO DE ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES ADQUIRIDAS POR EXPERIENCIA LABORAL



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL

ENTREVISTA

FRANCISCO LINARES
ALCALDE DE
LA OROTAVA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Qué aspectos positivos destacaría usted como alcalde de La Orotava, del año 2022?

¿Ha sido un buen año para su municipio?

A lo largo de este mandato 2019-2023 ningún año ha sido positivo, iniciando el mandato, en Marzo de 2020 llegó la pandemia y el confinamiento y en el presente año 2022 lo estamos acabando con una guerra en Europa la cual también está afectando a la economía local y por lo tanto está afectando brutalmente a los Ayuntamientos.

Ha sido un mandato muy complejo, difícil y extraño, porque han ocurrido hechos complejos, difíciles y extraños, los cual me ha llevado como Alcalde y a mi Grupo de Gobierno a readaptar los Presupuestos de estos cuatro años, así se han duplicado las partidas de Bienestar Social para ayudar de forma directa a las personas. Ha sido muy duro afrontar esta situación y los Ayuntamientos no hemos recibido ayuda extraordinaria por parte de ninguna otra administración.

Por todo lo anteriormente dicho, el año 2022 ha seguido siendo un año difícil, sin embargo creo honestamente que hemos afrontado esta situación con decisión y valentía con un claro objetivo, no dejar tirado a nadie.

¿En lo que ha incidido el ayuntamiento en lo que a inversiones se refiere?

Pese a la situación anteriormente descrita, hemos sido capaces de mantener una Plan de Inversiones Municipal de SEIS MILLONES de euros anuales a lo largo de estos dos últimos años, lo cual ha significado que se han realizado muchas obras de infraestructuras en el municipio, este Plan de Inversiones ha generado mucho empleo activo en el municipio.

La Obra Pública hace que las empresas locales se dinamicen, lo cual a su vez generan ingresos y por lo tanto se fomenta la contratación.

Así de esta forma a lo largo de este mandato el paro ha bajado en el municipio en tres mil personas, no nos conformamos pero es un dato positivo para la ciudadanía.

Entre los proyectos puestos en marcha a lo largo de su mandato ¿cuál destacaría?

A lo largo de este Mandato se han mejorado el pavimento de 50 calles del municipio, hemos seguido construyendo parques infantiles y zonas deportivas, así el municipio tiene un total de 56 parques infantiles abiertos en la actualidad, hemos mantenido la inversión en Educa-

Francisco Linares: “Se ha duplicado la inversión en el área de Bienestar Social”



ción, Cultura y Juventud, así a lo largo del mandato se han invertido en estas áreas un total de 15 millones de Euros.

Se ha duplicado la inversión en el área de Bienestar Social, así a lo largo del mandato ha habido una inversión global de 20 millones de Euros a lo largo de estos cuatro años.

Hemos gestionado ante el Cabildo de Tenerife el Asfaltado de toda la vía que atraviesa el municipio desde Santa Úrsula hasta la Carretera de acceso al PNT, esto ha supuesto una inversión de 1.500.000 euros.

Se ha asfaltado el principal acceso al municipio por la Avenida Nelson Mandela con una inversión del Cabildo de 500.000 euros.

Se ha gestionado ante la Consejería de Sanidad del Gobierno de Canarias la construcción del nuevo Centro de Salud de Barroso-Colombo, que ha supuesto una inversión total de 1.300.000 euros.

Se ha hecho una fuerte inversión en ahorro energético, así casi todo el municipio ya tiene luz led.

Se han habilitado nuevas zonas de aparcamientos públicos y gratuitos.

Se acerca la temporada navideña. ¿Cómo fomentarán desde el ayuntamiento la dinamización económica del municipio en estas fechas?

Hablar de Navidad en La Orotava es hablar de un amplio Plan de Actividades Culturales, Lúdicas y Festivas todas ellas encaminadas a la dinamización del municipio durante estas fechas.

Muchas personas de todo Tenerife acuden a nuestro municipio en estas fechas para ver nuestra iluminación navideña y la famosa Ruta de Belenes.

En estas fechas navideñas pasan por La Orotava a lo largo de todo el mes de Diciembre unas 100.000 personas, el impacto económico que supone en el municipio en el pequeño comercio y el sector de la restauración es de varios millones de euros.

En Navidad, La Orotava respira mucha Navidad con un ambiente muy agradable para vecinos y visitantes.

¿Qué objetivos le gustaría cumplir antes de que culmine este año?

Este mandato está prácticamente finalizado, lo hecho, hecho está, se ha ejecutado un Plan de Inversiones a lo largo del mandato que alcanza los 20 millones de euros, aunque la prioridad no han sido las obras, han sido las personas.

Me siento muy satisfecho de la elaboración del Plan de Reactivación Municipal que aprobó el Pleno del Ayuntamiento con el apoyo unánime de todas los partidos políticos en 2020 que conforman el Pleno Municipal, este Plan no solo sirvió para reactivar sino también para impulsar y proteger el Tejido Productivo Local del municipio.

El "must" de Canarias
LORO PARQUE
ANIMAL EMBASSY



Sábado **17** Diciembre
2022

**CUMPLIMOS 50 AÑOS DE AMOR
A LOS ANIMALES Y LA
NATURALEZA**

1972 **50** 2022
ANNIVERSARY

Puerto de La Cruz - Tenerife



La Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca del Gobierno de Canarias, a través de su empresa adscrita Gestión del Medio Rural de Canarias (GMR Canarias), presentó el pasado martes 15 de noviembre, de forma oficial y en la Presidencia del Gobierno en Santa Cruz de Tenerife, el proyecto Canarian Market, un canal de venta online para vender y distribuir productos agroalimentarios elaborados en las islas, que permite hacerlos llegar a Península y Europa desde el Archipiélago.

El objetivo de este canal, al que se puede acceder a través de la web www.canarianmarket.com y que ofrece servicio tanto a profesionales y del canal Horeca como a particulares, es dar a conocer el producto canario a nivel nacional y europeo.

La consejera de Agricultura, Ganadería y Pesca del Gobierno de Canarias, Alicia Vanoostende; el consejero delegado de GMR Canarias, Pablo Zurita; y los responsables de Canarian Market Javier Camacho y Luis Alcalá, coinciden en “la importancia de disponer de un canal que abre un nuevo mercado de oportunidades para nuestros productos y que permite que el turista pueda seguir realizando sus compras desde su país de origen a golpe de clic”.

Esta plataforma, cuyo cometido se basa en comercializar el producto agroalimentario local, aporta valor a los productos km 0, los productos de la tierra, de Canarias. En ella se ubican más de 400 referencias, desde gofio, mojos, vinos, almogrote hasta productos cosméticos, contribuyendo al crecimiento económico de más de 60 productores del archipiélago. Asimismo, contando con una base logística situada en Madrid, los envíos no tardarán en llegar más de 24 o 48 horas a península y hasta 72 horas al resto de Europa.

La apuesta por el e-commerce

Partiendo de la base de que la facturación del comercio electrónico

Canarian Market se basa en un método de comercialización que aporta ventajas tanto para empresarios como para particulares.

Canarian Market, una nueva plataforma de ventas on-line

► El Gobierno de Canarias presenta la nueva plataforma de venta online que permite vender productos agroalimentarios de las islas a la Península y Europa



co crece un 12,6% y llega a los 2.081 millones en las islas, no cabe duda de que Canarian Market se consolida como la solución que el sector agroalimentario esperaba para dar salida a sus productos.

Canarian Market se basa

en un método de comercialización que aporta ventajas tanto para empresarios como para particulares. Canarian Market permite que el empresario se despreocupe ocupándose de aspectos tan esenciales como el desarrollo y el soporte tecnológi-

co, los trámites aduaneros para la exportación, la atención al cliente y las devoluciones, o el transporte y la gestión logística hasta llegar al cliente final.

La responsable regional del área, Alicia Vanoostende, siendo realista

con la situación del sector, destacó: “Somos conscientes de las dificultades en el sector primario en las islas, desde la producción hasta la comercialización. Esta plataforma nos permite llegar sin intermediarios a todos los hogares de Europa. Es una



apuesta muy ambiciosa y este es el objetivo del Gobierno de Canarias: trabajar con el sector para mejorar sus condiciones. Y esta es una de las líneas que nos permitirá facilitar las ventas fuera”.

Aunque la página web lleva en funcionamiento varios meses, el pasado mes de octubre se posicionó llegando a alcanzar más de 8.000 euros en ventas y 1.000 productos vendidos. La demanda se concentró en países como Alemania, Francia, Andorra o Dinamarca, aunque cabe citar que el 70% de las ventas generales se han dado en la península.

Entre los productos más solicitados se encuentran el gofio, el vino o los mojos canarios. No obstante, desde la Consejería aseguran que el queso y los productos refrigerados se empezarán a comercializar a partir de este mes de diciembre, cumpliendo así la demanda de los productores en las islas.

Todo son ventajas

Muchos se harán la pregunta de quién y cómo se puede formar parte de Canarian Market. La respuesta es sencilla: cualquier productor agroalimentario puede adherirse a la plataforma de forma gratuita y es, a su vez, el encargado de ponerle

Cualquier productor agroalimentario puede adherirse a la plataforma de forma gratuita y es el encargado de ponerle precio a sus productos.

precio a sus productos. El productor podrá conocer qué clientes le compra y desde dónde, mientras el comprador es quien paga tanto el producto como el transporte. Mientras tanto, el Gobierno regional se limita a pagar el coste fijo y a marcar las reglas. Ya dejaba constancia Vanoostende: "Ayudamos al productor local, pequeño y grande a través de la tecnología, dando a conocer la excelencia de nuestras producciones", que ha apuntado, con la inminente llegada de las navidades: "los packs regalo con productos canarios son una opción estupenda para regalar a las personas que pasan estas fechas fuera de las islas”.





¿Cómo surge la sección "Packs"?

La sección "Packs" tiene sus orígenes en una iniciativa sostenible. En un inicio, esta sección se vio como una opción viable para agrupar productos que se encontraran próximos a su fecha de consumo preferente y así aplicarles un importante descuento de hasta el 40% para incentivar su compra y, por ende, reducir en la medida de lo posible el desperdicio de productos. Fue tan buena la acogida que tuvo por parte de los usuarios que la sección debió ampliarse, incluyendo otros packs no orientados únicamente al consumo preferente.

¿Por qué no regalar un pack de productos canarios estas navidades?

Desde Canarian Market se apuesta fuertemente por el producto canario y, como no podía ser de otra manera, se facilita al

Los packs llegan a Canarian Market a través de su nueva sección

► Entre las apuestas que realiza esta nueva plataforma de ventas, destaca una por encima de todas: la sección de Packs

potencial cliente el poder realizar sus compras navideñas a través de esta plataforma, un proceso rápido y sencillo.

En una época navideña en la que las cestas de productos se conmemoran como uno de los productos por excelencia, Canarian Market ha decidido poner a dis-

posición de aquellos que acuden a su web una sección dedicada a "Packs". Una sección que está teniendo muy buena acogida entre los usuarios por estar constituida por la agrupación de determinados productos y consolidarse como un potencial atractivo. Una sección que, además, está permitiendo a

los compradores conocer nuevas delicatessen canarias que, quizá, de otra manera no descubrirían.

Y aunque dichos packs están siendo objeto de aquellos usuarios que desean regalar productos canarios a sus seres queridos que viven fuera de las islas, por su facilidad y rápida entrega, cabe decir que no

solo es un buen recurso para encontrar de forma rápida lo mejor de la gastronomía canaria y poder compartirla, sino que además supone un ahorro frente a la selección individual de estos productos.

¿Por qué packs he de decantarme?

En esta sección, que tan de moda está, conviven numerosos packs a los que el cliente puede acceder, aunque decantarse por uno de ellos no es tarea fácil. En este sentido, en la sección "Packs" de Canarian Market puedes encontrarte ofertas tan interesantes como el Pack Talegazo, que se compone de ocho cervezas Tropical, un vino tinto barrica de Bodegas Reverón y un vino de los tableros blanco afrutado de Bodegas Mencey de Chasna por tan solo 26,27 euros.

Otro pack, de nueva creación, que también está resultando muy atractivo para los usuarios es el pack Healthy, compuesto por una crema de vinagre al mango de Bodegas Platé, un refresco de sandía de Mixtures, peto ahumado de Smokehouse la Gomera, tisana ecológica de Tuno Canarias, aceite de oliva de Tegueray y snacks de

gofio con agave y quinoa de Gofio La Piña, como se ve, una gran variedad de productos por tan solo 36,78 euros.

Aunque, hasta la fecha, el pack más exitoso y que se encuentra agotado por su alta demanda es el pack Volcán, que consta de dos vermouths rojos de Primo de Lanzarote o de dos vinos rosados afrutados de Bodegas Reverón, mojo rojo y almogrote que van cambiando según disponibilidad.

No obstante, cabe indicar que Canarian Market no hace distinciones entre los diferentes productores que forman parte de la plataforma. Aunque, como se ha indicado, el pack está compuesto por una selección de productos específicos, como pueden ser vinos y almogrotes, en cuanto uno de estos se agota, se sustituye el producto en cuestión por el de otra marca, manteniendo la estructura del pack, pero variando las marcas de los productos.

De cara a estas festividades, Canarian Market ha querido sorprender a sus usuarios creando tres packs navideños o para regalar, como son el pack Alisios, el pack Macaronesia y el pack Island Premium. Este último, el Pack Island Premium es, sin duda alguna, el más representativo. Compuesto por siete productos, uno de cada una de las islas, se ha convertido, desde su creación, en el que más compran los usuarios para regalar.

Nombres con estilo...

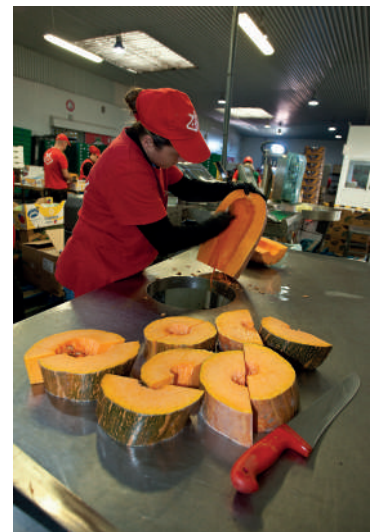
Como algunos ya sospecharán, los nombres de los packs hacen alusión a palabras típicas de la región, como puede ser el pack Talegaso, el pack Novelero o el pack Tenderete. Sin embargo, se intenta aportar a cada pack un nombre intuitivo y atractivo para el usuario, como por ejemplo el pack Eco Basic, el Gold, el Premium o el Gourmet, compuesto solo por productos gourmet como bien su nombre indica.

A día de hoy, instituciones como la Casa Canaria en las Islas Baleares ya han adquirido los sabores de Canarias para la celebración de la cena de Navidad y es que Canarian Market empieza a darse a conocer y a consolidarse en el mercado, teniendo muy buena acogida entre los amantes de la gastronomía de las islas.

En las próximas fechas, se espera toda una revolución en Canarian Market, y es que inminentemente se va a empezar a vender a través de la web los productos más demandados de Canarias: los quesos. No obstante, también hay novedades para los más golosos, y es que recientemente los productos de la aclamada Tirma ya se pueden comprar a través de la plataforma.



La FAST: 108 años creciendo hacia el futuro con la ilusión del primer día



U no de diciembre de 1914, fecha en la que 23 agricultores del norte de Tenerife, bajo el objetivo principal de defender los intereses canarios, fundan el Sindicato Agrícola de Tenerife y así poder comercializar sus productos, directamente y de forma conjunta, rompiendo el monopolio británico que se sufría hasta ese momento en la producción y exportación de plátanos. Un hito sin precedentes que tras más de un siglo y con más de 400 agricultores/as asociados a La Fast, supone sentar las bases de lo que hoy conocemos como economía social. Fue el comienzo de las cooperativas plataneras en Canarias, así como el desarrollo de uno de los subsectores más importantes de Canarias; la producción de plátanos.

En 2011 La Fast se convierte en una S.A.T. lo que le permite integrar en su trabajo diario un gran número de otras frutas y verduras, destacando el aguacate, la papaya, manga, papa y los tropicales que se cultivan en Canarias. Además de trabajar en un importante proyecto de productos ecológicos en nuestro archipiélago. Actualmente Fast es líder a nivel europeo de la producción del plátano rojo, una nueva variedad con un sabor especial y diferente al plátano convencional.

La FAST, La Decana de Canarias, desarrolla su actividad de forma responsable con el entorno agrícola de las islas, ocupándose de satisfacer las necesidades e inquietudes de sus socios/as tanto si son pequeños, medianos o grandes productores, en cuanto a la transformación y comercialización de

sus productos. Además, les ofrece el servicio de profesionales técnicos de asesoramiento en finca, y de gestión administrativa. Este personal hace realidad una gestión basada en relaciones interpersonales clave para la empresa en su trabajo diario.

Otro aspecto fundamental es ser "red de redes" dentro de empresas de economía social, así, forma parte de Coplaca (Cooperativa de segundo grado) siendo miembros fundadores. Además, La Fast trabaja conjuntamente con otras empresas de economía social como SAT El Jable, manteniendo vínculos de amistad, profesionales, de mercado y de continuas cooperaciones.

Para la Fast la sostenibilidad social es un compromiso que se asume poniendo a las personas en el centro de lo importante. Es una empresa abierta a convenios con el

tercer sector social para la formación y empleo de las personas más vulnerables colaborando activamente contra la exclusión social.

Adherida a los ODS del Pacto Mundial, trabaja activamente por la limitación de las pérdidas y el desperdicio alimentario y mantiene una amplia agenda diaria de donaciones de fruta destinadas a causas sociales y de apoyo al deporte.

La Fast, más allá de sus 108

años de historia (¿o por los aprendizajes de ellos?) se sigue reinventando, adaptándonos a los nuevos tiempos, creciendo como una empresa igualitaria, teniendo muy claro lo que la sociedad demanda: Una empresa socialmente responsable, respetuosa con el medioambiente, en igualdad entre mujeres y hombres y alejada del modelo empresarial tradicional (cuyo único objetivo es el beneficio empresarial).

ENTIDAD AGRÍCOLA DECANA DE CANARIAS

MÁS DE 400 ASOCIADOS/AS

MÁS DE 1000 PUESTOS DE TRABAJO ENTRE DIRECTOS E INDIRECTOS

MÁS DE 22 MILLONES DE KG DE PLATANOS

4 MILLONES DE KG OTROS PRODUCTOS

EL AGUACATE, UN ALIADO PARA LA FAST EN CONTINUO CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN

COMERCIALIZAMOS MÁS DE 100 PRODUCTOS DIFERENTES AL AÑO

Entidad Agrícola Decana De Canarias

108 Años De Historia

LÍDER EN EUROPA DE PLÁTANO ROJO, UNA VARIEDAD, UN NUEVO SABOR GRACIAS A NUESTROS AGRICULTORES/AS

FAST CUENTA CON LA MAYOR Y MÁS AVANZADA PLANTA DE MADURACIÓN DE CANARIAS

COPLACA NATUR
FUE LA PRIMERA MARCA DE PLÁTANO QUE CONSIGUIÓ LA CERTIFICACIÓN GLOBAL G.A.P.

DELEGACIÓN NORTE
La Orotava
Ctra. Gral. Las Arenas 2
tel: 922381574

DELEGACIÓN SUR
Arreñime-Adeje
Ctra. Gral. Playa San Juan
tel: 922381574

lafast.org
lafast_sat
Lafast
La_fast
lafast1914
S.A.T. Fast



Los premios Tribuna congregan a las principales personalidades de Canarias

► El Acuario Poema del Mar fue el escenario elegido para la noche grande de Tribuna de Canarias donde diferentes empresarios, organizaciones e instituciones fueron galardonados



además dedicó unas palabras a los allí presentes. El Gobierno de Canarias estuvo representado por Elena Máñez, consejera de Economía, Conocimiento y Empleo. Numerosos alcaldes, concejales, diputados y cargos públicos de distintas administraciones acompañaron a premiados en esta noche tan especial.

La edición de este 2022, patrocinada por Sociedad de Desarrollo, CaixaBank, FECAM, Asinca y Labory, quiso hacer hincapié en la apuesta de las empresas canarias por el territorio. De esta manera, los premiados fueron la Fundación CEOE con el premio a la Labor Social y Fátima Báñez, actual presidenta, recogió personalmente el reconocimiento. El Cabildo de la Palma ha sido el elegido como premio a la Gestión Pública y las cuatro Cámaras de Comercio de Canarias recibirán el galardón como entidades que han destacado en el desarrollo y fomento del empleo. Sonia Urquiza, CEO y fundadora de Urquiza Abogados y Abraham Guzmán, CEO de Factorii fueron galardonados como Mejor Despacho Profesional y Empresario Revelación respectivamente. Por otro lado, José Antonio Martínez, consejero delegado de Grupo Martínez Abolafio recogió el reconocimiento a la Innovación y el Turismo. Finalmente, Germán Suárez obtuvo la estatuilla por el Fomento de la Industria en Canarias y Antonio Martín, el Premio Tribuna a la Trayectoria Empresarial a título póstumo.

El broche de oro de la noche llegó con tradicional discurso de la directora del Grupo, Montserrat Hernández, la cual abogó por hacer un ejercicio de concordia en todos los ámbitos y en todos los contextos. Asimismo, anunció la próxima apertura del Tribuna de Murcia, que viene a unirse a Tribuna de Canarias y Tribuna de Andalucía, actuales periódicos pertenecientes a Tribuna Grupo de Comunicación. Así, continúa la expansión con paso firme de esta empresa canaria que genera valor a través de periódicos económicos y empresariales en distintas comunidades.

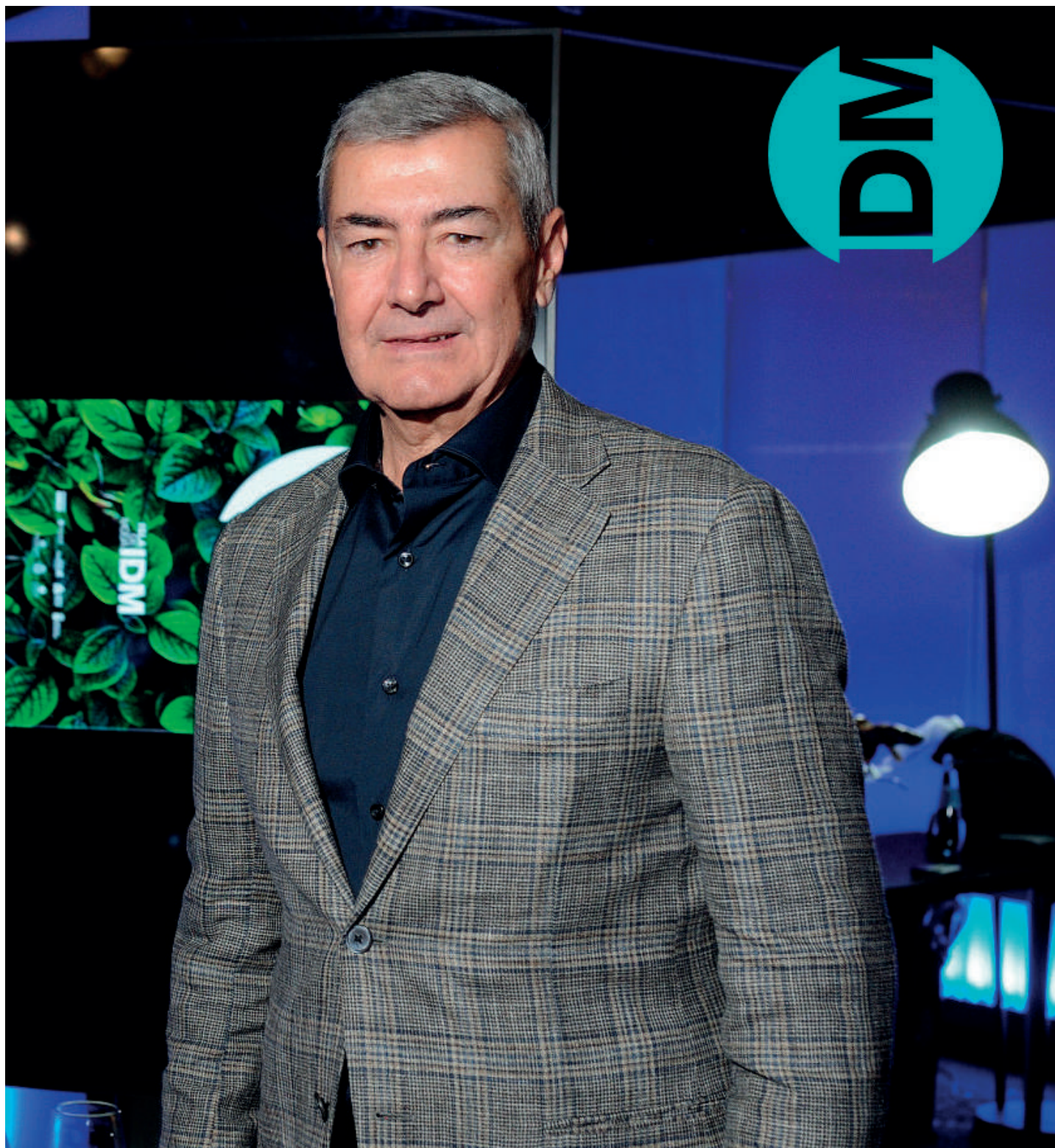
REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El pasado 10 de noviembre, numerosas personalidades de Canarias y fuera de las islas se dieron cita en el Acuario Poema del Mar para la entrega de los tradicionales galardones organizados por el periódico, cita ineludible que cada año tiene lugar en un enclave especial de las islas. Un evento conducido en esta ocasión con el conocido presentador Daniel Calero.

El espectacular Deep Sea recibió a más de doscientas personas del ámbito público y privado de las islas y del territorio nacional, como Lorenzo Amor, presidente de ATA que

► CANARIAS VIVA, un Proyecto de Éxito

Abbas Moujir: “Canarias Viva basa su idea en cuatro líneas o pilares estratégicos: Artes escénicas, Gastronomía, y dentro de la música, música nacional y también música local”



Sin lugar a duda, podemos afirmar que Canarias Viva se ha convertido en un referente no sólo para el sector del ocio y la restauración sino para el sector de la moda, de la cultura, de la gastronomía y del comercio.

Canarias Viva se ha caracterizado por ser un proyecto innovador en la colaboración público-privada y que esperamos que pueda continuar los próximos años.

Hablamos de un proyecto que ha unido al sector público y al comercio de las islas, todos a una. ¿Ha habido cohesión y sintonía?

Este proyecto viene a demostrar principalmente la importancia de la colaboración pública y privada, donde tanto la parte pública como privada ha funcionado en perfecta sintonía, con más de 50 proyectos ejecutados, más de 300 actuaciones en las 4 islas de la Provincia de Santa Cruz de Tenerife.

¿Cuáles han sido para usted los hitos y principales eventos dentro del proyecto?

Canarias Viva basa su idea en cuatro líneas o pilares estratégicos: Artes escénicas, Gastronomía, y dentro de la música, música nacional y también música local.

Pero desde luego si tuviera que destacar algunas de ellas podría decir que principalmente son tres los macroproyectos que han sido referenciales:

1.- El proyecto gastronómico, denominado Eros, con una rotación por todas las zonas comerciales de la provincia, acercando a dichas zonas, la fusión entre gastronomía, coctelería, música, arte y pintura, todas estas actividades al aire libre.

2- Teatropeya: cuya finalidad es acercar la cultura y el teatro al público a través de actuaciones en los diferentes municipios de la Provincia

3-ISLA DE MODA: donde hemos fusionado la moda, la cultura, la gastronomía y el comercio local, con un resultado muy satisfactorio, superando incluso las expectativas iniciales.

Estos tres macroproyectos han marcado un hito sin precedentes y con un resultado muy positivo.

El broche de oro se puso hace unos días con Isla de Moda. ¿Satisfecho?

Muy satisfecho. La idea de Isla de Moda nace de una reunión que mantuvimos con todo el equipo de Canarias Viva, donde apuntamos que uno de los sectores que también deberían tener su espacio en Canarias Viva tendría que ser la moda.

Y de ahí sale la idea inicial, que en IDM tuvieran cabida la moda, el comercio local, la restauración y la cultura y poder hacer llegar al público general el mundo de la moda canaria

ENTREVISTA

ABBAS MOUJIR
PRESIDENTE DE FAUCA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

El proyecto Canarias Viva, un proyecto global de desarrollo y dinamización del sector del ocio y la restauración en las islas. ¿Ha sido un éxito durante este 2022?

El proyecto Canarias Viva nace con la finalidad de apoyar al sector de ocio y restauración en la Provincia de Santa Cruz de Tenerife tras dos años de dificultades del sector motivado principalmente por la pandemia mundial.



y sobre todo poder mostrar la moda que vende el comercio de la ciudad. El resultado como te comenté, supera incluso las expectativas que nos habíamos marcado, y hemos situado a IDM y en este caso a la ciudad de Santa Cruz en el referente de la moda no sólo canaria, con diseñadores canarios, sino también nacional, teniendo la segunda pasarela en calle más grande de España, en la antigua calle San José.

Fue una apuesta atrevida fusionar el comercio local, que difícilmente puede acceder a este tipo de eventos, con diseñadores canarios, con cultura, con gastronomía, pero con un resultado magnífico.

Moda, ocio, fotografía... ¿qué es lo que más ha gustado de este evento final?

Principalmente el equipo humano que ha estado detrás de este proyecto, que desde el principio supieron captar la idea, y desarrollar un proyecto innovador y referencial en Canarias. Hemos sido capaces de situar a la ciudad de Santa Cruz en el panorama de la moda canaria y también nacional, situando a la antigua calle San José en la segunda pasarela en calle más grande de España, con más de 120 metros de largo.

¿Desde Fauca se seguirá apostando por estos eventos grandes en las principales zonas comerciales?

Uno de los objetivos fundamentales por el que se creó Fauca, no es sólo apoyar al sector comercial, del ocio y la restauración, sino potenciar las diferentes zonas comerciales abiertas, y sin duda una de las formas de apoyarlas es la creación de grandes eventos como estos que generan bastante afluencia la dinamización en las zonas comerciales.

Canarias disfruta de bastantes zonas comerciales abiertas, y existen muchos los rincones en canarias con un gran atractivo turístico y comercial que desconocemos, si a eso le añadimos el buen clima que tenemos prácticamente todo el año, pues tenemos los ingredientes perfectos para hacer de esos espacios al aire libre unos lugares perfectos para visitar y disfrutar de estos eventos y por consiguiente ser un generador de economía local.

¿Habrá una segunda edición de ISLA DE MODA?

Este proyecto nació para darle continuidad en el tiempo, y vamos apostar por ello. Y no nos ponemos límites en cuanto a desa-

rollarlo en cualquier municipio de Canarias.

Ahora mismo toca disfrutar de este éxito, pero también estamos ya pensando en próximas ediciones lógicamente adaptadas a cada lugar y espacio. Siempre siguiendo la misma línea, fusionar el comercio local, con la moda, con la cultura y con la gastronomía.

Es verdad, que todos estos proyectos no hubiesen sido posibles sin el apoyo de la Consejería de Industria, Comercio y Turismo, donde su Consejera, Yaiza Castilla y todo su equipo apostó de forma decidida por el apoyo a este proyecto y por consiguiente a estos sectores implicados. Por tanto, desde Fauca quiero agradecer personalmente todo el apoyo recibido.

Fauca, además, lidera una iniciativa muy importante y que ha resultado ser todo un éxito, los bonos consumo. ¿Por qué esta ayuda está resultando tan beneficiosa frente a otras?

El tema de los bonos consumo, o los bonos comercios como se ha denominado en otros sitios, nace con la idea de apoyar y ayudar al sector comercial. Evidentemente también ha beneficiado al consumidor. Creemos que es un proyecto que ha venido para quedarse y que es la forma más rápida y efectiva de ayuda al sector.

Esta iniciativa no es pionera en Canarias, otras Comunidades en España ya la tenían implantada mucho antes. Es un proyecto con colaboración con los organismos públicos

(Ayuntamientos, Cabildos o Gobierno de Canarias) y que ha repercutido y así lo dicen los datos, de alguna manera en ser un motor generador de empleo en el sector.

¿Qué cifras podemos sacar de este año en los bonos consumo?

Si hablamos de impacto directo en el comercio podemos hablar de la puesta en circulación de más 3 millones de euros en bonos en Canarias, con lo que implica de repercusión en el sector.

Si hablamos de impacto indirectos hablamos de más de 6 millones de euros en cuanto a ventas, porque no solamente es la venta del bono sino el poder adquirir más productos con la compra de bonos.

¿Cuáles serán las apuestas de Fauca para el próximo año?

Es cierto que hay cierta incertidumbre si nos basamos en la información que nos trasladan desde los distintos organismos oficiales, que nos hablan de una posible recesión, pero desde Fauca seguiremos apoyando y ayudando a todo el sector de comercio, ocio, restauración, servicios..., en definitiva, a todos los sectores, para que juntamente con las administraciones públicas podamos ser una ayuda efectiva y eficaz a todos ellos.

Por lo que seguiremos generando ideas y proyectos que podamos desarrollar con las diferentes administraciones y que sirva de impulso, para seguir manteniendo el nivel de empleo en el sector.

Loro Parque cumple 50 años



► La reconocida institución zoológica culmina el año de su aniversario con la consecución de grandes logros y la celebración de eventos de renombre mundial



Loro Parque cumple 50 años el 17 de diciembre, coincidiendo con su fecha de apertura en 1972. El “must” de Canarias ha tenido un 2022 de ensueño, la celebración de su 50 aniversario ha venido acompañada de hitos históricos para la compañía, tanto en el ámbito empresarial como en el medioambiental.

Loro Parque tuvo la ocasión de celebrar la décima edición de su famoso Congreso Internacional de Papagayos, que reunió a los expertos más reconocidos en la cría y el manejo de loros. También fue el anfitrión de la conferencia anual de la Asociación Mundial de Zoológicos

y Acuarios (WAZA, por sus siglas en inglés) que trajo a las personalidades más importantes de la comunidad zoológica a Canarias. Tan solo una semana antes, Loro Parque también congregó a los mayores especialistas en conservación del planeta con la celebración de la reunión del CPSG (*Conservation Planning Specialist Group*) con el fin de fortalecer redes de colaboración en biodiversidad.

Asimismo, junto con Loro Parque Fundación, ha logrado hitos trascendentales para la conservación de las especies. En este 2022, la Fundación ha salvado a dos nuevas especies de la extinción, sumando 12 en total. Además, la pareja de guacamayo de Lear reintroducidas en la naturaleza proveniente de este centro de conservación, que es la mayor reserva genética de loros del planeta, tuvo su primera cría. Se trata de la primera cría nacida in situ (en su hábitat natural) de una pareja nacida y criada ex situ (fuera de su hábitat natural).

Por otro lado, como regalo del 50 aniversario, Loro Parque decidió ofrecer 30.000 entradas a los residentes del Puerto de la Cruz como muestra de agradecimiento al municipio, dando así la posibilidad a los habitantes del municipio a acceder gratuitamente al parque.

Estas y muchas más acciones, entre las que se incluyen la celebración de un evento multitudinario con más de 1500 invitados, ponen el broche de oro a este acontecimiento tan especial para la compañía.

Loro Parque ha recibido a lo largo de estos 50 años, a más de 52 millones de visitantes y se ha posicionado el “must” de Canarias. Cabe destacar su importante papel en el desarrollo socio-económico

del las Islas, con casi mil empleados entre todas sus empresas y 30.000 puestos de trabajo indirectos generados.

Junto con Loro Parque Fundación ha llevado a cabo más de 210 proyectos de conservación de especies con una inversión total que supera los 26 millones de dólares. Media década en la que la institución ha contribuido a la preservación de la biodiversidad, tanto dentro como fuera de sus instalaciones.

50 años de Loro Parque

Fundado el 17 de diciembre de 1972, Loro Parque fue concebido inicialmente como un paraíso para papagayos e inició su andadura con tan solo 25 personas, 150 loros y un espacio de 13 000 cuadrados. Con el transcurso de los años, se convirtió en una de las instituciones zoológicas y reservas genéticas más respetadas y reconocidas del mundo, tanto por su belleza, como por la excelencia de sus instalaciones y su respeto a la naturaleza. Junto a Loro Parque Fundación, posee actualmente, en sus diferentes centros, la reserva de especies y subespecies de loros más grande y diversa del mundo y, por tanto, se ha convertido en la entidad líder a nivel internacional en la cría y el manejo de psitácidas.

A lo largo de su historia, se ha convertido en visita obligada y en uno de los mayores exponentes de la industria turística de las islas Canarias, con casi 50 millones de visitantes desde su inauguración. La excelencia, la calidad de sus instalaciones, el amor por el detalle y su compromiso medioambiental le han convertido en el mejor zoológico del mundo.



La transformación digital, clave en la evolución social



► ‘Cepsa Diálogos en Acción’, una iniciativa que permite conocer y debatir sobre distintos temas de interés económico y social

► La compañía ahonda en el papel que desempeña el capital humano en la transformación digital

El cuarto encuentro del ciclo ‘Diálogos en Acción’, que tuvo lugar el pasado martes día 29 en el Club Óliver de la capital tinerfeña, permitió a Cepsa compartir su experiencia y conocimien-

to con diversos sectores sociales, económicos, académicos y asociativos de las islas. Un encuentro que pudo seguirse de manera presencial u online, y que puso el foco en el papel imprescindible que juegan las personas en la transformación digital a la que está abocada la sociedad.

Cepsa, consolidada como una compañía comprometida con la sociedad canaria, promueve el acercamiento y el intercambio de buenas prácticas entre la empresa y la comunidad que le rodea, a través de este tipo de foros de debate que permiten ampliar e intercambiar conocimientos.

Bajo el título ‘Revolución 5.0: las personas, corazón de la transformación digital’, la ponencia inaugural corrió a cargo del responsable de Capacidades Digitales y Gestión del Cambio en Transformación Digital de Cepsa, Arturo López-Brea. Durante su intervención señaló la importancia de la transformación digital como acelerador de la transición energética en la que las personas son esenciales, destacando que: “debemos empoderar y capacitar digitalmente a nuestros profesionales para que puedan llevar a cabo esta quinta revolución”. Por otra parte, insistió en que “la transformación digital es un aspecto que concierne no solo a los perfiles técnicos, sino que las personas deben utilizar el aprendizaje como herramienta para reinventarse, para mejorar su trabajo y dar un mejor servicio a la sociedad”.

Asimismo, hizo alusión a la dinámica seguida en Cepsa, que está

apostando por acercar a las personas su experiencia en este ámbito y es por ello que ha puesto en marcha el desarrollo de una universidad digital: Cepsa Digital Experience.

Posteriormente, tras la intervención de López-Brea, se generó un fructífero diálogo en el que participaron la directora de Personas y Talento de Cajasiete, Daniela Postiglione; el técnico de proyectos de I+D+i y Transferencia de la Fundación General de la Universidad de La Laguna, Carlos Velázquez; la técnica coordinadora de Transformación Digital de Tenerife Isla Solidaria de Sinpromi, Cristina Hernández, y el CEO y cofundador de Hunger4Innovation, Fernando Lecuona.

Durante el debate, los participantes coincidieron en la importancia y en la necesidad de avanzar en la transformación digital por las oportunidades y beneficios que conlleva, al mismo tiempo que destacaron que es un tren al que hay que subir por cuestión de supervivencia.

Cepsa Digital Experience

Cepsa Digital Experience se enmarca como una universidad digital basada en una metodología que combina una fase de conocimiento con sesiones online, la participación en una iniciativa real de transformación digital acompañada por un tutor y la apuesta por resolver un reto real del área con los conocimientos adquiridos. Una universidad cuyo principal objetivo pasa por aumentar la madurez digital de profesionales y organizaciones, mediante la formación en habilidades y conocimientos específicos relacionados con la transformación digital a través de webinars, charlas y capacitaciones que se imparten a través de la misma, por la que cabe decir que ya han pasado 1.200 personas de la empresa.

‘Diálogos en Acción’

Diálogos en Acción forma parte de una iniciativa impulsada por el Comité de Enlace Cepsa-Santa Cruz, constituyendo un foro de encuentro permanente de la compañía con diversos sectores sociales, profesionales y asociativos de la capital tinerfeña.

Enmarcado en el proyecto de Cepsa en la Comunidad, apuesta porque expertos de la compañía compartan su experiencia y conocimientos sobre diversos temas de interés para la sociedad con el fin de generar un diálogo con agentes sociales, económicos y académicos. Un intercambio de ideas y conocimientos que pretende servir como generador de sinergias económicas y sociales para el archipiélago.

Tribuna de Canarias

Periódico regional líder de información Económica y Política en las Islas Canarias

Islas Canarias
publicidad@tribunadecanarias.es
redaccion@tribunadecanarias.es
www.tribunadecanarias.es

DICIEMBRE MMXXII



TIKTAKERS

LA NUEVA GENERACIÓN

CANARIAS2030.ORG

CANARIAS
2030



Gobierno
de Canarias