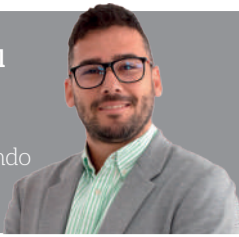




Jorge Monje:
"En estos momentos nuestra atención se centra en el Gran Hotel Taoro" P28



José Miguel Rodríguez:
"Queremos seguir modernizando Adeje" P30



Juan José Viera:
"La dinamización de las zonas comerciales estará dirigida a atraer a las familias al completo" P33



Sandra Izquierdo:
"Daremos a los comerciantes las herramientas con las que cuenta el Ayuntamiento para que puedan seguir desarrollándose" P43



Pedro Quevedo:
"Convertiremos a Las Canteras en un espacio donde se disfrute de la Navidad intensamente" P48

Tribuna de Canarias

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

DICIEMBRE MMXXIII | 1,20€ | Islas Canarias

TRIBUNADECANARIAS.ES

Manuel Domínguez:
"Quiero que el sector empresarial tenga la certeza de que, en este Gobierno, va a encontrar a un aliado" P2



ENTREVISTA.
VICEPRESIDENTE DEL GOBIERNO DE CANARIAS



NUEVA ECONOMÍA

Agoney Melián.
Presidente de AJE Canarias
Una amistad, estrella michelín P20



Alonso Fernández.
Secretario General de ASUICAN
Una campaña clave para el sector P21



Presen Simón.
Directora de Transversalia Consulting
De la Omisión a la Acción: La Esencia del Verdadero Liderazgo P18



Víctor Portugués Carrillo. Secretario General ASINCA
El REF del futuro P19



Jorge Alonso. CIO de Velorcios Group
La Inteligencia Artificial: una herramienta de productividad P15



Los Jameos del Agua, un escenario mágico para Los Premios Tribuna de Canarias P8

Astrid Pérez remite las demandas y propuestas de las mujeres rurales de Canarias a las administraciones implicadas P11

El Cabildo de Tenerife y Metrotenerife celebraron la primera Jornada Técnica 'Transporte Guiado en Territorios Insulares' P14



El programa de CaixaBank 'El Árbol de los Sueños' repartirá más de 2.000 regalos a niños en situación de vulnerabilidad en Canarias P63

ESPECIAL NAVIDAD

Manuel Domínguez: “Quiero que el sector empresarial tenga la certeza de que, en este Gobierno, va a encontrar a un aliado”

ENTREVISTA

MANUEL DOMÍNGUEZ
VICEPRESIDENTE DEL
GOBIERNO DE CANARIAS



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Llevamos ya un tiempo considerable desde que se inició esta legislatura marcada por un pacto con CC. ¿Está satisfecho con el transcurso de estos primeros meses?

Sí. Yo me encuentro muy satisfecho con estos primeros meses, aunque ha sido un comienzo de legislatura muy atropellado: incendios, ceros energéticos, emergencia migratoria, hídrica... En definitiva, nos hemos encontrado con muchas dificultades y gracias a esta buena relación con Coalición Canaria, hemos podido solventarlas y comenzar con buen pie. Espero que lo que bien empieza, bien acabe.

Lo cierto es que existía cierto temor ante lo que sucediera en Madrid y su repercusión en el Gobierno de la Comunidad Autónoma. ¿Está garantizada la estabilidad en Canarias? ¿Se augura un pacto duradero?

Creo que, ante todo lo que estamos sufriendo en España, es mi responsabilidad transmitirle un mensaje claro a la ciudadanía: el pacto en Canarias no tiene ningún tipo de fricción, es saludable y tiene visos de continuidad hasta final de legislatura.

Esto es sumamente importante, porque la ciudadanía en general y la economía en particular merece certidumbre, y tanto el Presidente del Gobierno de Canaria como yo hemos trasladado lo que está sucediendo que, como comentaba, es que el pacto en Canarias se encuentra en buen estado.

Y hablando de lo que acontece en Madrid, ¿confía en qué Pedro Sánchez cumpla sus promesas para con Canarias?

Pedro Sánchez ya ha mostrado quién es, cómo es, de qué manera gestiona, cómo lleva a cabo la política y ha demostrado que para él Canarias no es importante. No lo ha sido durante esta última legislatura: nos ha fallado en materia migratoria, ha fallado a los ciudadanos de La Palma, nos ha fallado en el convenio hidráulico. En definitiva, ha quedado de manera clara que, para Pedro Sánchez, Canarias no es importante y menos en esta legislatura que acaba de comenzar, porque todos sabemos que lo importante de lo que suceda en este país va a ser inclinado hacia el norte de España, concretamente hacia el País Vasco y Cataluña, como trato de favor a quienes quieren separar a este país.

Por lo tanto, yo estoy convencido de que esta será una legislatura incluso peor para los que viven, los que trabajan y los que quieren invertir en Canarias.

Por otra parte, incidiendo en el Partido Popular en Canarias, ha optado por unas áreas de calado económico, usted precisamente. Los datos económicos dejan ver que las islas se mantienen en una posición económica confortable si

las comparamos con otros territorios, pero si tuviéramos que definir líneas de acción, ¿cuáles son las principales necesidades para que Canarias siguiera en línea ascendente?

Canarias tiene una serie de dificultades que hacen que la inversión se frene. Principalmente, es la burocracia con la que nos encontramos la que ahuyenta a la inversión. En segundo lugar, tenemos un fuero, nuestro REF, que debe ser una ventaja competitiva y no lo está siendo. Nuestro REF tiene que ser un polo de atracción de la inversión y su desconocimiento e inseguridad jurídica lo está imposibilitando. Con lo cual, hay que potenciar nuestro fuero para convertirlo en un imán de atracción.

“El pacto en Canarias no tiene ningún tipo de fricción, es saludable y tiene visos de continuidad hasta final de legislatura”

Y en tercer lugar, hay otro problema marcado por el ámbito nacional, que es la inestabilidad e incertidumbre política y económica. Por ejemplo, a la hora de confeccionar nuestros presupuestos tuvimos muchas dificultades.

Dos de estas cuestiones están en nuestras manos y en ello nos vamos a centrar: la burocracia y el desarrollo y potencia de nuestro Régimen Económico y Fiscal. Respecto a esta última cuestión, hay un dato que nos preocupa y es que todavía Canarias, a pesar de tener índices en turismo y comercio muy favorables, no ha alcanzado el PIB del ejercicio 2019.

Precisamente decía usted que varias partidas de estos nuevos presupuestos venían destinadas a cubrir huecos que se han encontrado en distintas consejerías. ¿Cuáles son, desde su punto de vista, los principales problemas que se encontraron a la llegada?

El principal problema es que nos encontramos con un presupuesto falso y, además, un presupuesto falso hecho a conciencia. El Gobierno anterior era consciente de que, en Sanidad o Economía, por ejemplo, iban a tener unos gastos superiores a los que dotaron inicialmente. En este sentido, plantearon el dibujo inicial de unos presupuestos que no se iban a cumplir a lo largo del año, pues si un área necesita más recursos económicos habrá que quitarlos de algún lado. Encontramos agujeros como el de Sanidad, que ronda los 500 millones de euros; o en Economía de 102 millones de euros.

En definitiva, estamos hablando de más de 600 millones de euros de déficit en un presupuesto limitado. Lo que se traduce en que hemos tenido que ir recogiendo restos económicos de cada una de las áreas y dejando de desarrollar proyectos que quizá eran interesantes para el archipiélago.

Durante muchísimo tiempo hemos hablado de diversificar la economía, apostar por otros sectores, y la economía azul, así como el sector energético y de las renovables han sido conceptos que se han nombrado mucho. ¿Puede ser el archipiélago punta de lanza en este sentido? ¿Por qué hasta ahora, teniendo en cuenta la situación geográfica y los recursos naturales no se ha intentado ir más allá?

Indiscutiblemente, la diversificación de nuestra economía pasa por la industria. La industria representa en nuestro PIB un porcentaje muy pequeño y cuando hablamos de industria no hablamos de esas grandes fábricas que todos tenemos en mente. Hablamos de la economía azul, por ejemplo, que nos brinda una oportunidad única en un archipiélago rodeado de mar en el que es inconcebible que no se potencie la misma.

Y, en segundo lugar, la industria vinculada a los puertos y particularmente a nuestro sector primarios también nos sigue brindando oportunidades para hacer crecer nuestra economía y que la representación de ese crecimiento venga marcada de la mano del propio sector.

A nadie se le escapa que es el sector empresarial el que siempre da un paso al frente. Un colectivo bastante castigado y demonizado en los últimos tiempos, ¿no le parece?

Yo he sido testigo de manifestaciones públicas del anterior Gobierno en el Parlamento de Canarias. Llegué a escuchar al vicepresidente del Gobierno decir, mirándome a mí, que había que subir los impuestos a los empresarios, pues ganaban mucho dinero y había que acabar con el capitalismo. A mí me parecen manifestaciones irresponsables por parte de un dirigente político, como era en aquel entonces el vicepresidente del Gobierno.

Insisto en que, si estamos trabajando para atraer la inversión, uno de los máximos dirigentes de esta tierra no puede decir que en Canarias hay que acabar con los que generan empleo, fomentan la economía y, en definitiva, con los que arriesgan su economía particular, que son los empresarios.

Quiero que el sector empresarial tenga certeza de que en este Gobierno va a encontrar a un aliado, porque somos conscientes de que la mejor política social es el empleo y los únicos que crean empleo son los empresarios.

Varias son las medidas de este Gobierno destinadas a dispensar un mejor trato a empresarios y autónomos, como ha sido la creación de una Dirección General de Autónomos y algunas líneas de apoyo que se han ofrecido. ¿Será Canarias un buen lugar para emprender y para asentar empresas? ¿Cuáles serán las líneas de trabajo de esta Dirección General?

Destacaba el presidente de ATA a nivel nacional en una reunión que mantuvimos que Canarias estaba siendo líder en el territorio nacional en el crecimiento del número de autónomos, y ese es un buen dato. Es verdad que la economía canaria pivota sobre la pequeña y mediana empresa, y sobre el autónomo,



lo cual se convierte en una debilidad, pues aguantan en menor medida los vaivenes de la economía.

No obstante, es cierto que en la búsqueda del autoempleo y del desarrollo del tejido empresarial canario era fundamental la creación de la Dirección General de Autónomos, la cual pretende llevar de la mano a aquellos que quieren iniciarse un camino en el ámbito empresarial.

“El principal problema es que nos encontramos con un presupuesto falso y, además, un presupuesto falso hecho a conciencia”

Ya hemos creado la cuota cero y a partir del 1 enero de 2024 será efectiva. En segunda instancia, pondremos en marcha la mentorización y el acompañamiento a esos nuevos autónomos para que haya un mayor índice de éxito. También ayudaremos a aquellos valientes que llevan ya tiempo en el mercado y que merecen una oportunidad para contratar a más personal o a aquellos que en algún momento han fracasado y que en nuestro país son mirados de mala manera. La segunda oportunidad es fundamental y tenemos que

ayudar a levantar a aquellos que en algún momento tropezaron y fracasaron.

En estas tres vertientes trabajaremos desde la Dirección General de Autónomos.

Decía usted hace unos días que el REF formará parte del vocabulario habitual de todos los canarios, un REF desconocido muchos y que parece que hay que defender en Madrid cada poco tiempo...

El REF es el gran desconocido de Canarias, de los políticos, de los ciudadanos y de gran parte del sector empresarial, así como de la política nacional. Por desgracia, nuestro fuero, que tiene que ser nuestro mejor aliado, es en estos momentos el gran desconocido.

Nos hemos puesto por objetivo, entre otros, darlo a conocer, que se entienda, se comprenda y esté en el vocabulario de los canarios. Y que cuando desde fuera se hable del REF los canarios lo sintamos como nuestro y lo defendamos con todas nuestras fuerzas.

A las puertas de un 2024 y con un Gobierno que ya camina, ¿cuáles son los objetivos para el nuevo año que ya casi comienza?

El principal objetivo está basado en tres pilares, que se sustentan en un presupuesto con un marcado carácter social.

La mejora social se traduce en: la mejora de la sanidad, de la educación y de los servicios sociales.

En la sanidad todos conocemos las listas de espera que sufrimos; en educación es intención de este gobierno potenciar la FP Dual. Y en derechos sociales, la dependencia sumada al problema migratorio que estamos padeciendo, son dos cuestiones de suma relevancia.

Luego, el segundo eje se basa en hacer de Canarias un lugar interesante donde invertir. Ya lo es para vivir, pero también debe serlo para la inversión.

Y el tercer pilar es la vivienda. Hoy en día Canarias tiene un grave problema respecto a la vivienda, cuyo alquiler supera en determinados casos el salario de muchos empleados.



‘Construyendo futuro’ Recuperar el compromiso intergeneracional

► El desarrollo sostenible de Tenerife pasa por volver a conectar esta generación y las siguientes

La Confederación Provincial de Empresarios de Santa Cruz de Tenerife (CEOE Tenerife) analizó, junto a una nutrida representación empresarial de los principales sectores económicos e institucionales, el actual estado de las infraestructuras consideradas como estratégicas para el desarrollo de la Isla. Una iniciativa que se enmarca dentro de ‘Construyendo Futuro’, espacio que surge como palanca de acción para reactivar las inversiones, evitando la pérdida de competitividad y colocando a Tenerife a la vanguardia en servicios e infraestructuras.

Se estima que la inversión requerida para finalizar los proyectos iniciados superan los 5 mil millones de euros, lo que generaría la creación de más de 100.000 empleos. Un crecimiento económico que para el presidente de la CEOE Tenerife, Pedro Alfonso, es solo el primer paso de la hoja de ruta que se ha marcado dentro de este foro. “En este primer evento hemos re-

cogido esos proyectos que sí son esenciales y que generarían ese ansiado pleno empleo, pero hay muchos otros sectores que serán un reto para la Isla. Hablamos de la ampliación

del tranvía, de geotermia, de la parcela de CEPSA, entre otras, intervenciones que van a requerir de mano de obra cualificada y que hará crecer la competitividad y el empleo en esta tierra. Pero para esto hay que conseguir un objetivo ilusionante: el desarrollo sostenible de Tenerife para esta generación y las siguientes”, señaló.

Eduardo Bezares Carretero, secretario general de CEOE Tenerife, fue el encargado de iniciar el acto agradeciendo la presencia del tejido empresarial en un evento que está llamado a convertirse en el “recurso de activación para construir la isla que queremos”.

Un foro que contó con las intervenciones de Manuel Domínguez, vicepresidente del Gobierno de Canarias, que apuntó a la necesidad de no “dejar pasar oportunidades que permitan tomar decisiones”, una afirmación a la que unió la necesidad de seguir apostando por una formación dual a partir de la cual generar profesionales dotados que nutra a los sectores laborales.

Discurso al que se sumó el del responsable de obras públicas del Ejecutivo canario, Pablo Rodríguez, quien avaló la organización de este foro como agente fiscalizador donde se estrechen los lazos de colaboración público-privada. Un mensaje de alianza que Rosa Dávila, presidenta del Cabildo

Insular, señaló como “clave” para que Tenerife avance hacia el futuro que merecen sus ciudadanos.

Demandas históricas, como el tercer carril de la TF5, colapsada actualmente, el anillo insular o la circunvalación oeste, son algunos de los proyectos que serán seguidos de cerca por este foro en los próximos meses. A estas se unen otras como son las mejoras de puertos y aeropuertos, vitales para dar una respuesta acorde al principal motor económico de la Isla, el turismo. Además, las renovables y las telecomunicaciones, forman parte de esta hoja de ruta que debe guiar los nuevos pasos encaminados a articular un modelo de isla sinónimo de modernidad, sostenibilidad y desarrollo económico.

Un foro de análisis y reflexión en el que formaron parte Airam Díaz, Responsable de Fedeport y Presidente de la Comisión de Puertos de CEOE Tenerife, que apuntó a la urgencia de “acabar las obras ya iniciadas”, especialmente en materia de puertos. “Antes de hacer más, tenemos que mejorar lo que tenemos, hay capacidad para ello y se debe actuar”, señaló.

La seguridad energética y su transformación, fueron dos elementos claves y diferenciadores expuestos en la mesa redonda, como factores esenciales dentro de esta estrategia de desarrollo, temas que expuso José Manuel Fernández Sabugo, director de CEPSA, quien manifestó que el impulso de las renovables requieren de inversión y de coordinación entre las administraciones. En este sentido, Enrique Rodríguez de Azero, Presidente de ACER y Miembro Comité Ejecutivo de CEOE Tenerife, señaló la necesidad de tener seguridad jurídica que garantice las inversiones por parte los sectores involucrados.

Una Isla moderna, donde el sector digital y la inversión en nuevas tecnologías permitan a Tenerife ser un hub de las telecomunicaciones. Línea en la que Airam Rodríguez, CEO Hiades y Presidente de la Comisión de Sociedad Digital de CEOE Tenerife, habló del trabajo que ya se viene realizando desde el Cabildo de Tenerife con la instalación de cables submarinos, infraestructuras que han mejorado hasta en un 12% la conectividad y la rapidez en el intercambio de datos del usuario final.

Otro de los sectores abordados durante la mesa redonda de este foro fue el turismo, motor económico que precisa de especial atención para ofrecer una experiencia completa al visitante, área en la que Francisco Zamorano, Presidente del Grupo CIO y Miembro Comité Ejecutivo de CEOE Tenerife, señaló como infraestructuras estratégicas los aeropuertos del norte y del sur siendo esenciales para el sector, así como las mejoras viarias.

La CEOE de Tenerife cerró este primer foro ‘Construyendo Futuro’ marcando en su agenda una segunda edición para 2024 en la que se analizará el actual estado de las infraestructuras referenciadas.



La CCE celebra el Encuentro Empresarial “La Ruta del Sistema innovador y de Emprendimiento en Canarias”



la Ilma. Sra. Dña. Azucena Solano, Directora General de Autónomos de la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos y la Ilma. Sra. Da. Dúnnia Rodríguez Viera, Directora del Servicio Canario de Empleo.

El pasado miércoles 29 de noviembre, la Confederación Canaria de Empresarios celebró un Encuentro Empresarial denominado “La Ruta del Sistema innovador y de Emprendimiento en Canarias”, y que sirvió de ocasión para poner en valor el papel clave que juega la empresa, y especialmente, el emprendedor, como herramienta de progreso y desarrollo económico y social en Canarias.

A lo largo de la mañana se propició un entorno reflexivo-participativo, en el que los ponentes expusieron a los asistentes temas de alto interés como las nuevas oportunidades de negocio y los retos para el futuro en las Islas, el emprendimiento de alto impacto o los instrumentos de financiación de los que se pueden servir los emprendedores y las empresas para materializar y/o consolidar sus proyectos de negocio.

Como broche de oro a la jornada, se hizo entrega del Premio Emprendedor 2023 y de un accésit, dotados con 4.000 y 2.000 euros, respectivamente, un galardón con el que nuestra Institución quiere reconocer a todas aquellas personas que, con su esfuerzo y dedicación, trabajan incansablemente para generar riqueza y empleo en nuestro territorio, generando nuevos proyectos empresariales, e incentivar también a la actividad emprendedora en las Islas y ayudar a dar a conocer nuevas iniciativas empresariales.

El acto se celebró en el centro cultural CICCA (Alameda de Colon, 1, Las Palmas de Gran Canaria), y contó con la asistencia de un elevado número de asistentes entre empresarios, emprendedores, consultores, inversores y, en general, diversas personas interesadas por conocer más sobre el mundo de la empresa, en el marco de una jornada que propició un punto de encuentro con el fin último de impulsar la creación de nuevo tejido empresarial en nuestras Islas.

Los ganadores del Premio Emprendedor 2023 fue la empresa Bnbdays y del accésit la empresa Sould Fruit Picnic, a los que queremos felicitar nuevamente por el trabajo desarrollado, así como al resto de los brillantes candidatos que optaron al Premio.

La inauguración del evento corrió a cargo del Presidente de la CCE, Pedro Ortega, que estuvo acompañado por la Excm. Sra. Dña. Matilde Asián, Consejera de Hacienda y Relaciones con la Unión Europea del Gobierno de Canarias, y en su acto de cierre, con José Cristóbal García, Vicepresidente Ejecutivo de la CCE,

La realización de este encuentro empresarial se encuadró en el marco de las actividades de asesoramiento para el autoempleo y el emprendimiento que desarrolla la Confederación Canaria de Empresarios, y que son financiadas por el Ministerio de Trabajo y Economía Social y por el Servicio Canario de Empleo.





La Cámara de Comercio reconoce el talento juvenil con la celebración de la I GALA DE PREMIOS PICE

► El Programa Integral de Cualificación y Empleo celebra el reconocimiento del talento y el esfuerzo juvenil de los jóvenes de la isla y del apoyo imprescindible de las empresas

El pasado viernes 24 de noviembre pudimos disfrutar de la Gala de Premios PICE de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife. Un encuentro para destacar y celebrar el talento de los jóvenes de la isla y de las empresas que colaboran en la lucha contra el desempleo juvenil. Ello no hubiera sido posible sin la participación de, todos los invitados que decidieron compartir con nosotros una tarde – noche, repleta de acontecimientos sociales en la isla, los patrocinios de Coca Cola, Bodegas El Lomo, Fundación Caja Canarias, Cervecera de Canarias y Habemus Teatro, y que contó con el apoyo incondicional del Cabildo Insular de Tenerife y su Consejero Efraín Medina Hernández, que recibió el “premio de Honor” de las manos de D. Santiago Sesé, presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife.

Los galardonados fueron las empresas colaboradoras HMS Intelligence, Biservicus, la docente Iulia Buruiana, y los jóvenes talentos Naomi González y Lydia Sofía Al-

zurut, que nos hicieron el regalo de acompañarnos con sus familias y amigos para celebrar el esfuerzo del emprendimiento, del talento juvenil, de la creatividad y de la importancia de la formación de calidad.

Intervenciones personajes públicos

Sorpresas de saludos cariñosos en video de personajes públicos como Diego Navarro (músico, compositor de bandas sonoras y director de orquesta), Candelaria González (cantante y profesora de canto), Manuel Herrador (periodista y locutor), Benito Cabrera (Músico), Alexis Hernández (presentador de TV y radio) o Abubukaka (teatro humorístico), dando su apoyo al Programa PICE y al esfuerzo de los jóvenes que buscan su oportunidad laboral.

El envoltorio artístico de la noche lo pusieron participantes del programa PICE, que bajo la dirección de la compañía Habemus Teatro, nos regalaron extractos de teatro

musical de Mary Poppins, Anastasia y Los Miserables.

La parte institucional

Cerró la noche Dña. Lola Pérez, directora general de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, felicitando a todos los galardonados y reforzando el esfuerzo de los jóvenes, sus ideas emprendedoras y el apoyo indispensable del tejido empresarial de la isla.

Cifras del programa

Los Premios PICE están promovidos por la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife y se crean con la finalidad de reconocer el esfuerzo, el talento y la proyección de aquellos participantes del Programa Integral

de Cualificación y Empleo cuyos proyectos y objetivos profesionales destaquen por su esfuerzo y motivación, originalidad, capacidad de puesta en marcha y posibilidad de generación de empleo, de manera que participen en el desarrollo económico de su entorno, procurándoles una mayor visibilidad que les genere la puesta en marcha de su proyecto con mayores garantías de éxito.

Durante los 9 años que lleva desarrollándose este programa, el trinomio formado por las entidades públicas en financiación, empresas privadas en la creación de puestos de trabajo para los jóvenes o acogida en visitas a sus instalaciones y éstos jóvenes a su vez en la formación y orientación laboral, parece la fórmula de éxito del programa.

Las cifras hablan por sí solas, 524 empresas del tejido empresarial de la isla como Empresas Colaboradoras, y unos 4.603 jóvenes en situación de desempleo han contactado con el programa, de los que 4.273 han decidido beneficiarse de alguno de los servicios disponibles contribuyendo en alguna medida a que 2.316 se hayan incorporado al mercado laboral en general o en alguna de las más de 400 ofertas de empleo gestionadas por el PICE., 3659 jóvenes han participado de nuestras acciones formativas, donde no hemos perdido de vista el aspecto vocacional de nuestros jóvenes talentos y sus objetivos profesionales.

Un Programa para jóvenes desempleados de 16 a 29 años inscritos en el Sistema Nacional de Garantía Juvenil, financiado por Fondo Social Europeo, el Servicio Público de Empleo Estatal y Ministerio de Trabajo y Economía Social y cofinanciado por el Cabildo Insular de Tenerife.

Muchas horas de trabajo y esfuerzo de jóvenes, empresas colaboradoras y profesionales han formado parte de estas 9 ediciones del programa desde el año 2015.

El I Encuentro de Cámaras de Comercio de España y África Occidental visibiliza a Canarias como hub de negocios entre ambas regiones



La Cámara de Gran Canaria organiza este I Encuentro de Cámaras de España y África occidental

La Cámara de Comercio de Gran Canaria, anfitriona de este evento internacional, elaboró un intenso programa de trabajo, abarcando las relaciones comerciales entre España y África, y el Turismo, dos paneles para los que se contó con expertos en cada materia.

Del ámbito nacional intervinieron personalidades estrechamente relacionadas con el continente africano de primer nivel, como la subdirectora general de Política Comercial con los Países Mediterráneos, África y Oriente Medio, Ana de Vicente; o la gerente de Proexca, Dácil Domínguez.

E internacionalmente, la responsable del Área Occidental de INTPA de la Comisión Europea, Elise Hadman; el presidente de la World Trade Point Federation, Bruno Masier; y la directora del programa regional para África de la Organización Mundial del Turismo, Elcia Grandcourt, entre otros.

A esta representación institucional se le sumaron más de 40 empresas canarias y 30 africanas, que participaron en reuniones B2B y actividades de networking como una plataforma idónea para establecer contactos y explorar oportunidades de negocio e inversión.

El I Encuentro de Cámaras de Comercio de España y de África Occidental, estuvo organizado por la Cámara de Comercio de Gran Canaria, en colaboración con la Cámara de Comercio de España, la Federación de Cámaras de Comercio e Industria de África Occidental (Fewacci), ICEX, Gobierno de Canarias, con el apoyo de la dirección general de Relaciones con África, Cabildo de Gran Canaria y Casa África.

► Las Cámaras de Comercio de España y África Occidental refuerzan relaciones en Gran Canaria

«Tenemos que aprovechar las ventajas geoestratégicas de Canarias, el buen clima de negocio que ofrecen las Islas, la madurez de las empresas españolas en el ámbito internacional y la voluntad de las instituciones locales, para la creación de un hub comercial con África occidental». Es la afirmación que lanzó con rotundidad el presidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria, Luis Padrón, en el I Encuentro de Cámaras de Comercio de España y de África Occidental, celebrado este miércoles en Infecar.

El evento contó con la representación de ocho cámaras del continente vecino: Cámara de Ghana, Costa de Marfil, Cabo Verde, Gambia, Guinea Bissau, Nigeria, Senegal y Mauritania, y más de una decena de cámaras de comercio españolas.

Durante su intervención, el presidente de la Cámara de Comercio de España, José Luis Bonet Cámara de España señaló que “el conjunto del sistema cameral español está plenamente comprometido en la tarea de acercar a las empresas españolas a África, siendo conscientes de las dificultades exis-

tentes, pero también de las enormes posibilidades que ofrece el continente. Son numerosos los canales a través de los cuales estamos rentabilizando esta labor”.

A este respecto, el presidente de la institución cameral insular, Luis Padrón añadió que, con este evento se persigue un doble propósito, que “las empresas españolas visibilicen Canarias como lugar de referencia para sus negocios en el continente africano, y que las empresas africanas visibilicen Canarias para sus negocios con España”. Explicó que, por otro lado, se busca promover el acercamiento entre las estructuras camerales españolas y africanas, “para establecer relaciones sólidas, estables y altamente profesionales, que permitan identificar y aprovechar las oportunidades de negocio entre nuestras dos regiones”.

Disfruta de la magia con nosotros

DEL 6 DE DICIEMBRE AL 4 DE ENERO

Av. Tres de mayo, 63 - S/C de Tenerife
nivariacenter.com



NIVARIA
CENTER



Los Jameos del Agua, un escenario mágico para Los Premios Tribuna de Canarias

El espectacular enclave natural 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 además dedicó unas palabras a los allí presentes.

El Gobierno de Canarias estuvo representado por su vicepresidente, Manuel Domínguez y el Cabildo Insular de Lanzarote tuvo presencia a través de su presidente y vicepresidente y distintos consejeros. Numerosos alcaldes, concejales, diputados y cargos públicos de distintas administraciones acompa-

► Cientos de autoridades, empresarios y personalidades de las islas se congregaron en un entorno espectacular, como son los Jameos del Agua, para celebrar la noche grande de Tribuna de Canarias



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El pasado 27 de noviembre, numerosas personalidades de Canarias y fuera de las islas se dieron cita en Los Jameos del Agua, en Lanzarote, para la entrega de los tradicionales galardones organizados por Tribuna de Canarias, cita ineludible que cada año tiene lugar en un enclave espe-

cial de las islas. Un evento conducido, como ya viene siendo costumbre, por el conocido presentador Daniel Calero. Una edición más especial si cabe, pues es la primera ocasión en la que esta gala se realiza fuera de las islas capitalinas, una apuesta por parte del Grupo Tribuna que comenzó ya en el año 2022 organizando distintos foros y eventos en islas como La Palma, La Gomera y Lanzarote.



ñaron a premiados en esta noche tan especial.

Esta edición, apoyada y patrocinada principalmente por Gobierno de Canarias, Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, CaixaBank, la Federación Canaria de Municipios, Asinca, Grupo Martínez Abolafio, Coca Cola, Protelum Consultoría, Philip Morris y Los Centros de Arte, Cultura y Turismo de Lanzarote, premió a empresas, organizaciones e instituciones que han sido referentes a lo largo del año en la sociedad canaria. De este modo, Óliver Alonso, Presidente de Domingo Alonso Group, fue galardonado como Mejor Empresario. Cabrera Rodríguez ETL Global ha sido el elegido como premio al Mejor Despacho Profesional y la Fundación Yrichen recibió un reconocimiento por la labor social que vienen realizando hace años en pro de nuestra sociedad. Joaquí Cañada, Consejero Delegado de Hipo-

tels y Raju Daswani, Director de Expansión de Perfumerías Sabina recogieron el galardón a la Trayectoria Empresarial y al Empresario Revelación respectivamente. Por otro lado, Juan Ramírez tomó de la mano el reconocimiento a la innovación. Agustín Manrique de Lara, como presidente, fue el encargado de recoger el merecido reconocimiento al Círculo de Empresarios de Gran Canaria, coincidiendo con su cuarenta aniversario, y Rosa Santos, Directora de empleo, diversidad y protección social de la CEOE Nacional, homenajead por la impresionante labor dentro de una entidad como CEOE. Asimismo, uno de los momentos emotivos de la noche corrió a cargo del Premio Tribuna al Relevo Generacional, donde Yasmina Newport recogió el galardón, recordando el esfuerzo con el que su padre, José Antonio Newport inició lo que hoy, ella continúa.

Finalmente, Raquel Malo, directora general de Protisa y Vicepresidenta de Asinca recogió la estatuilla por el Fomento de la Industria en Canarias y José Juan González, CEO de Canaragua, hizo lo mismo con el premio al Mejor Directivo. Este año, la Tribuna de Honor Manuel Delgado, en honor al fundador del Grupo Tribuna fue entregada, por un lado a la Cámara de Comercio de Lanzarote y La Graciosa por la labor de Desarrollo Público-Privada que han venido desarrollando y a Martín García Garzón, tras una vida dedicada a Montesano, galardón que recibió en su nombre Carmen García Pascual, su hija.

Como punto final a la noche, y antes del cierre llevado a cabo por Manolo Domínguez, vicepresidente del Gobierno de Canarias, Montserrat Hernández, directora de Tribuna de Canarias, dedicó unas palabras a los allí congregados. En esta ocasión, su discurso

se centró en la necesidad, precisamente, de llevar los eventos fuera de las islas capitalina, en la responsabilidad que tienen políticos y promotores de eventos de apostar por islas más pequeñas a pesar del esfuerzo que eso conlleva. Asimismo, reivindicó el papel de los canarios en Madrid y cuantas organizaciones y administraciones sean necesarias, apeló a la necesidad de cambiar las cosas desde dentro, a defender nuestros intereses donde haga falta y apostando por nuestras empresas y nuestros sectores económicos.

Concluye, así, la edición más especial de los premios Tribuna de Canarias donde queda patente la voluntad del Grupo por seguir creciendo y por seguir apostando por la actualidad económica y empresarial de las islas y dándole voz a empresas y empresarios canarios que luchan cada día por fomentar el desarrollo de nuestro territorio y nuestra gente.

España tendrá Gobierno. Tras días de negociaciones, El PNV y Junts amparan un pacto en el que Pedro Sánchez se convierte nuevamente en presidente. El problema no es que haya, por fin, un Gobierno que evite ir a nuevas elecciones, el problema son las condiciones para que Moncloa tenga líder. Así, la amnistía a aquellos que cometieron varios delitos que atentan directamente contra nuestra constitución será una realidad. Pero no todo queda en eso.

Uno de los preceptos que siempre nos han contado a todos los que vivimos en esta era moderna es que todos los españoles somos iguales ante la ley, independientemente de la comunidad autónoma en la que tengamos residencia. Misma aplicación de normas, mismos derechos. Ciertamente que no siempre hemos estado de acuerdo con esto, por ejemplo, en cosas tan básicas como en la calidad de la sanidad o de la enseñanza; seamos sinceros, algunos territorios llevan mejor ciertos asuntos. Lo que era innegable, y nos colocaba a todos los españoles en la misma posición, es que, ante los tribunales, no había españoles de primera ni de segunda, aquel que cometiera delitos sería juzgado sin tener en cuenta su puesto, cuenta corriente o lugar de residencia. Ahora, todo vuela por los aires. Hay personas a las que les cuesta barato delinquir, a las que se le perdonan sus "pecados" por la convivencia de España. Así, la Ley de Amnistía beneficiará a los políticos y ciudadanos vinculados al 'procés' independentista catalán por los hechos ocurridos entre 2012 y 2023.

El poder que nubló el sentido

Carles Puigdemont, podrá volver a Cataluña cuando la ley de amnistía esté "en vigor". Algo que, hace solo unos meses, Pedro Sánchez negó que fuera a suceder.

¿Cómo garantizamos la separación de poderes? ¿Queda el poder de Pedro Sánchez por arriba del poder judicial? La intromisión política en la independencia judicial y la ruptura de los principios básicos constitucionales que garantizan la igualdad de todos los ciudadanos ante la ley jamás deberían ser una opción. La seguridad jurídica y la estabilidad que nos aporta el Estado de Derecho no deberían estar en la cuerda floja. Y esto no es una cuestión de derechas o izquierda, esto es una aberración jurídica y de poder. Algunas voces discordantes del PSOE han alzado la voz, imagino que llamados a capitular con posterioridad. Sin embargo, hay cosas que están por arriba de los partidos políticos, por arriba de la derecha y la izquierda, garantizar nuestro sistema democrático es un deber, una obligación. Esto, sin lugar a dudas, crea un precedente extremadamente peligroso.

No obstante, para nuestra sorpresa, esto no acaba aquí. PSOE y el PNV también han firmado el acuerdo de investidura en el que se incluye el traspaso de la Seguridad Social al País Vasco. Concretamente, el texto dice que se debe

"culminar el autogobierno presente con la transferencia a Euskadi de las competencias aún pendientes en el plazo improrrogable de dos años", y en esas competencias se incluye el traspaso de la Seguridad Social, tal y como está recogido en el Estatuto de Gernika. Además, el pacto entre socialistas y catalanes incluye también una reducción de la deuda de Cataluña con el Fondo de Liquidez Autonómico (FLA) en 15.000 millones de euros, es decir, una rebaja del 20% de la deuda. Según afirman, este mecanismo de reducción de deuda será extensible al resto de comunidades, aunque aún no está claro.

Patronales, jueces, tribunales y ciudadanos de distintas ideologías en contra de este acuerdo de investidura. Nunca antes Sánchez logró tanto consenso.

Lo que sí está claro, queridos amigos, es que el poder nubla el sentido común, o eso es lo que se está demostrando. La necesidad de no moverse de un sillón hace que se justifique las reglas del juego, de manera arbitraria. ¿Legal? Sí. ¿Es ético? Para nada. ¿Peligroso? Con total seguridad.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Canarias

Navidades con lo nuestro, con nuestros sabores

OPINIÓN

LIS PEÑA

DIRECTORA DE SABORES DEL NORTE CANARIAS


La Navidad es una bonita época del año en la que todo cobra un olor diferente. ¿Quién no recuerda los aromas de los hogares de nuestros padres, abuelos y vecinos? Esos platos llenos de sabor y alegría que nos inundaban el paladar de sensaciones. Ahora, con tanta información y prisas comer-

ciales, esos aromas se nos quedan muy lejanos. ¿Por qué toda aquella invasión de sabores se ha quedado en un simple recuerdo?


La respuesta puede ser que estamos perdiendo nuestra esencia. Volvamos a crear esos platos con lo nuestro. Cuando solo teníamos los vinos de nuestras viñas, lo que nos daba la tierra, esos platos creados con productos locales, de aquí. Es momento de volver a pensar en todas aquellas recetas y formas de cocinar, de buscar eso que hemos dejado atrás y nos huele a nuestra tierra.

Canarias nos ofrece una gran variedad de productos locales que acompañan y conforman un puzzle perfecto para elaborar de nuevo esa tradición. No es necesario salir de nuestra tierra para adquirir productos diferentes porque aquí lo tenemos todo en su conjunto.

LIS PEÑA

 @Lismar.penas

 Lis Peña

 Lis Peña



Es momento de recrear esos aromas, sabores y tradiciones para hacer presente el recuerdo a lo local a nuestras recetas sanas y saludables. Fijemos en nuestras memorias la esencia, disfrutemos saboreando lo nuestro y dejemos un legado que inspire a la generación que nos sigue. Enseñemos a los más pequeños a vivir eso que tanto nos gustaba de la Navidad.

Dejemos de idealizar aquello que no es nuestro y volvamos a las fiestas llenas

de pequeños detalles, de olor a leña y a frío, de diversión, de alegría y sobre todo de abrazos.

No permitamos que las nuevas generaciones mantengan en sus retinas mesas llenas de productos de fuera, de miradas aisladas, de compañías ausentes marcadas por tecnologías. Ser o no ser, estar y no estar. Es hora de sembrar, abonar y regar el futuro gastronómico que deseamos y no el que desea la industria comercial.

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: José Luis Martínez
Maquetación: Amidi Agencia

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

nº 43 | Depósito Legal TF 231-2020
Imprime: TFPRINT, S. L.

Astrid Pérez remite las demandas y propuestas de las mujeres rurales de Canarias a las administraciones implicadas



► La presidenta del Parlamento de Canarias recibió el 18 de octubre en el hemiciclo a una representación de mujeres del sector primario y se comprometió a enviar sus aportaciones a los Grupos Parlamentarios, el Gobierno canario, el Gobierno de España, los siete cabildos y la Fecam



La presidenta del Parlamento de Canarias, Astrid Pérez, traslada a las administraciones públicas implicadas las principales demandas y propuestas planteadas por las mujeres rurales de Canarias que el pasado 18 de octubre participaron en un histórico encuentro en el hemiciclo. Desde la Presidencia de la Cámara se dio voz a este colectivo, que pudo plantear algunas de sus reivindicaciones respecto al agua de riego, la reducción de costes de producción, la promoción y venta de productos locales, el asesoramiento técnico, las ayudas, la mejora de la calidad de vida en las zonas rurales, la formación, el asociacionismo, el relevo generacional o el agroturismo.

Astrid Pérez se comprometió con las asistentes a trasladar sus aportaciones a los Grupos Parlamentarios de la Cámara; el Gobierno de Canarias; el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación del Gobierno de España; la Federación Canaria de Islas (Fecai), que aglutina a los siete cabildos, y a todos los ayuntamientos de las islas, a través de la Federación Canaria de Municipios (Fecam), “para que su voz y sus demandas lleguen, de una forma directa, a las administraciones que pueden atender estas peticiones en el futuro”.

Entre sus aportaciones en materia de riego, las mujeres rurales de Canarias proponen priorizar la disponibilidad de agua para las explotaciones agrícolas y ganaderas; ampliar o establecer redes de riego adecuadas, o incentivar el aprovechamiento de las aguas pluviales en el campo.

La mejora de la promoción de los productos locales para aumentar sus ventas es otro de sus grandes objetivos, para lo que plantean nuevas fórmulas para lograr la compensación de los elevados costes de producción; campañas publicitarias; el fomento de la venta directa, o incentivar la presencia de productos locales en la oferta gastronómica de restaurantes, hoteles y centros educativos. Además, solicitan que se invierta más en preservación y promoción de productos únicos, o medidas efectivas y controles que impidan fijar precios de compra por debajo de los costes de producción.

Para atajar la despoblación y mejorar el arraigo y la calidad de vida en zonas rurales, abogan por la aplicación de políticas de igualdad y conciliación; facilitar el acceso a los servicios sociales; más medios humanos y materiales para reducir los robos en el campo, o un plan de fomento del relevo generacional.

En cuanto a trabajo y pensiones, Astrid Pérez detalla que “las mujeres rurales piden políticas activas de empleo centradas en el sector primario; la simplificación de los trámites y requisitos necesarios para nuevas explotaciones agrícolas y ganaderas; medidas para que las mujeres rurales accedan a pensiones de jubilación más dignas, e incentivar la titularidad compartida”.

Para reducir la burocracia y aumentar el asesoramiento, se propuso crear un servicio gratuito para el diseño, legalización y apertura de explotaciones agrícolas y ganaderas, y mejores servicios de asistencia técnica gratuita para tramitar ayudas. Las mujeres rurales solicitan más subvenciones y créditos para la emprendeduría rural; la creación de planes de negocio, estrategias de marketing e imagen corporativa; la contratación y cotización; la mejora de explotaciones, o la adquisición de semillas, maquinaria, material de trabajo o alimentación de ganado. También abogan por ayudas para sistemas de cultivo tradicional, variedades locales o razas autóctonas; agricultura de subsistencia, o explotaciones afectadas por incendios y otras catástrofes.

En cuanto a formación, plantearon nuevos ciclos de FP para actividades de gran arraigo como la quesería, así como formación especializada, gratuita e itinerante para mujeres rurales, especialmente en nuevas tecnologías. Este colectivo ve básico el fomento del asociacionismo; establecer canales de comunicación más directos y eficaces con las administraciones públicas, o la organización de encuentros sectoriales periódicos.

Astrid Pérez recuerda que las mujeres rurales también han planteado “que se facilite la generación de rentas complementarias a través del agroturismo; una mejora de la relación entre el sector primario y el sector turístico, y establecer sinergias, a través de encuentros y mesas de trabajo entre el sector primario, el comercio local y el sector turístico para promover la colaboración y el apoyo mutuo”.

ENTREVISTA

FRANCISCO JAVIER SÁNCHEZ
PRESIDENTE DE
LA ASOCIACIÓN
DE COLEGIOS
PROFESIONALES DE
CANARIAS



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cuál es la labor que desarrollan desde la Asociación de Colegios Profesionales de Canarias? ¿Cuál es vuestra misión?

Somos una asociación compuesta por entidades. Estas entidades son los Colegios Profesionales constituidos en la Comunidad Autónoma de Canarias.

Los Colegios Profesionales, como la sociedad ya conoce, son corporaciones de derecho público, cuya función principal tiene que ver con la defensa de la profesión, la legalidad de la misma y las acciones que sus colegiados realizan de cara al usuario.

Como corporaciones de derecho público tenemos delegado, por parte del Gobierno de la Nación, el control de la profesión.

Asimismo, como asociación intentamos coordinar todas aquellas necesidades que son transversales a todos los Colegios Profesionales para tener una sola voz de cara a la administración pública, en este caso, el Gobierno de Canarias. Alzamos la voz en la lucha contra el intrusismo profesional y todo lo relacionado con la publicidad profesional, entre otras cuestiones. A la par, incidimos en las acciones en las que nosotros, como Colegios Profesionales, podamos servir de apoyo a la administración pública.

Actualmente, ¿a qué retos se enfrentan los Colegios Profesionales de Canarias?

Nuestro principal reto es el intrusismo profesional. Todos nosotros cumplimos con una serie de competencias profesionales, pero desgraciadamente, en todos los sectores hay personas que, sin tener la formación adecuada, empiezan a ejercer la actividad, dañando al ciudadano, así como a la profesión y a la imagen del profesional.

El gran reto que tenemos tiene que ver con la lucha contra el intrusismo profesional, contra la publicidad engañosa, contra la in-

vasión de espacios profesionales, así como la formación y actualización profesional en competencias y contenido.

Hay que tener en cuenta que la mayor parte de los profesionales que están adscritos a los Colegios Profesionales suelen ser profesionales de carácter liberal -autónomos-, y nosotros le servimos de plataforma y apoyo ante las posibles dudas que puedan tener en su ejercicio profesional, tanto desde el punto de vista legal, fiscal como económico.

En esta lucha contra el intrusismo profesional, ¿qué acciones concretas están llevando a cabo?

En este caso, estamos promoviendo campañas de difusión como complemento a las actividades y campañas que realizan los propios Colegios Profesionales.

También trabajamos intensamente de la mano del Gobierno de Canarias. Estamos intentando organizar con la Dirección General de Transparencia y Participación Ciudadana, responsable del control y la representación de los Colegios Profesionales, una serie de jornadas para alzar el reconocimiento a las profesiones e incidir en la lucha contra el intrusismo laboral, las cuales tendrán lugar a lo largo del primer trimestre del año 2024.

Recientemente, han ampliado su convenio con ATA, ¿qué beneficios aporta el mismo a la Asociación?

Como colectivos profesionales y corporación de derecho público que somos, estamos muy centrados en el desarrollo de la defensa de la profesión.

En ATA -Asociación de Trabajadores Autónomos- están mucho más especializados que nosotros en todo lo que respecta al autónomo, tanto a nivel general como específico, de ciertas realidades que a nosotros se nos pueden escapar en un momento determinado.

Este convenio viene a complementarnos en aquellos aspectos

donde podemos tener ciertas carencias de cara a trabajar con nuestros profesionales liberales.

¿Qué otras acciones se desarrollarán a raíz de este convenio? ¿Cuentan con otros convenios?

Nosotros, como Asociación, tenemos otra serie de convenios, principalmente, de servicios dirigidos a nuestros colegiados.

Asimismo, desde ATA nos van a servir de apoyo para la implementación de herramientas, como el Kit Digital, así como para complementar la formación de nuestros colegiados.

¿Qué objetivos se marca la Asociación de Colegios Profesionales de Canarias de cara a los próximos años?

La Asociación de Colegios Profesionales de Canarias se marca como objetivo seguir creciendo. El objetivo es que pueda haber un Colegio Profesional de cada índole por Isla. Actualmente, contamos con 31 Colegios Profesionales y a principios de 2024 ya seremos 36.

Nuestro objetivo es seguir fortaleciendo el proceso asociativo de las entidades de los Colegios Profesionales para poder dar una respuesta adecuada y uniforme de cara a la administración y a los ciudadanos, que son a quienes debemos tomar como garantes de los servicios ofrecido por nuestros profesionales.

A la par, debemos adquirir mayor representación dentro de los organismos que influyen, de una manera u otra, en nuestra actividad profesional.



El “Espíritu Laborý”: Nuestra Forma de Entender la Prestación de Servicios a Nuestros Clientes

En un mundo empresarial en constante evolución, las empresas buscan cada vez más socios estratégicos que ofrezcan un enfoque integral y a largo plazo para la prestación de servicios financieros y de negocio. En este contexto, nuestra firma ha desarrollado su distintivo “Espíritu Laborý” para brindar un acompañamiento estratégico a sus clientes que va más allá de los servicios tradicionales de auditoría, consultoría financiera y de negocio.

Evolución de Laborý: Más Allá de la Auditoría y Consultoría Financiera

Laborý nació en 2008 como una firma de auditoría y consultoría financiera, con la ambición de posicionarse en la cima de la pirámide de servicios profesionales. Sin embargo, con el tiempo se hizo evidente que nuestras exigencias de reporting a las asesorías fiscales-contables de los clientes estaban colapsando a muchas ellas. Esto impulsó a Laborý a adaptarse a las cambiantes necesidades del mercado, lo que resultó en la apertura de nuevas áreas desde las que se ofrecen servicios legales, fiscales, contables y laborales. Este enfoque más amplio permitió a Laborý

ofrecer soluciones más completas y personalizadas a sus clientes.

Enfoque en el Negocio del Cliente

Lo que distingue a Laborý de las asesorías tradicionales es su enfoque en el negocio de cada cliente. Independientemente del servicio que presten, están comprometidos en comprender en profundidad el negocio de sus clientes. Cada cliente cuenta con un consultor de Laborý que actúa como el punto de coordinación entre todos los servicios ofrecidos a esa empresa. Este enfoque integral garantiza que Laborý tenga un conocimiento profundo de las especificidades de cada sector y brinde servicios verdaderamente personalizados.

Dinamismo y Escrupulosidad en la Toma de Decisiones

La dinámica del mundo empresarial exige la adaptación continua y la toma de decisiones informadas. Laborý abraza esta realidad y se esfuerza por ser dinámico, versátil y escrupuloso en la recopilación y análisis de información suficiente y adecuada. Este enfoque les permite tomar decisiones estratégicas basadas en datos con un alto grado de precisión. Laborý no solo ofrece soluciones financieras y de negocio, sino que también

capacita a sus clientes para tomar decisiones informadas y estratégicas.

Confianza: El Activo Más Valioso

Laborý basa su relación con los clientes en la confianza mutua. La confianza es un activo invaluable en cualquier relación profesional, y Laborý se esfuerza por construirla a través de la calidad, la transparencia y la ética en todas sus operaciones. Su equipo adhiere a los más altos estándares profesionales y éticos, y se compromete a la mejora continua. La comunicación abierta y constante con los clientes es una parte fundamental de este proceso. Laborý trabaja incansablemente para asegurarse de que los clientes estén informados y satisfechos con el trabajo que se realiza en su nombre.

El Equipo de Laborý: Pilar del Éxito

Como cualquier empresa, Laborý reconoce que su equipo es el pilar que sustenta su éxito. El “Laborý Team” es un grupo cohesionado con habilidades y experiencia multidisciplinarias. La actitud y aptitud de cada miembro complementa al resto, creando un ambiente de colaboración y aprendizaje constante. Laborý no solo atrae nuevo talento, sino que también retiene a los profesionales

que han estado con la empresa desde su fundación. Los planes de carrera a medida de cada miembro del equipo aseguran que todos tengan la oportunidad de crecer y contribuir al éxito de la empresa.

El Futuro de Laborý: Crecimiento y Especialización

El éxito y el crecimiento continuo han sido una constante en la historia de la firma. Los planes de Laborý incluyen seguir creciendo y evolucionando, lo que implica expandir su presencia en nuevos mercados y ofrecer servicios aún más especializados para satisfacer las necesidades cambiantes de sus clientes. Laborý aspira a convertirse en el socio estratégico preferido para las empresas que buscan el éxito a largo plazo en un entorno empresarial cada vez más competitivo.

Un Mensaje a los Clientes Potenciales

A los posibles clientes, Laborý quiere transmitir un mensaje claro: estamos comprometidos a trabajar codo a codo con ustedes para superar desafíos y lograr sus metas. Están aquí para ayudar a las empresas a prosperar y tener éxito en un mundo empresarial que evoluciona rápidamente. Su implicación en los negocios de sus clientes es la garantía de un enfoque integral, personalizado y centrado en el negocio que se traducirá en un mayor crecimiento y éxito para su empresa.

En resumen, Laborý es mucho más que una firma de auditoría y consultoría tradicional. Nuestra visión, misión y valores representan un compromiso inquebrantable con la excelencia, la confianza y la satisfacción del cliente. A medida que continúan creciendo y evolucionando, nos esforzamos en mantenernos como el socio estratégico de confianza de aquellas empresas que buscan el éxito financiero y empresarial a largo plazo.



La movilidad sostenible es uno de los grandes retos al que se enfrenta las Islas Canarias con más de 800 vehículos por cada mil habitantes, muy por encima de la media nacional. En ese sentido, el Cabildo Insular, a través de Metrotenerife, ha organizado una jornada técnica sobre ‘Transporte Guiado en Territorios Insulares’ para conocer experiencias en transporte sostenible y, especialmente, la implantación de sistemas ferroviarios urbanos e interurbanos en la movilidad insular.

El Auditorio de Tenerife Adán Martín acogió este encuentro que ha contado con las intervenciones de reputados expertos internacionales del sector de la ingeniería y consultoría en el ámbito de la movilidad sostenible. En el acto inaugural, la consejera insular de Movilidad y presidenta de Metrotenerife, Eulalia García Silva, hizo hincapié en la necesidad de un cambio de hábito en la ciudadanía a la hora de desplazarse como trajo consigo el tranvía en el área metropolitana de la isla. Al respecto, señaló que 39% de los usuarios de este servicio tiene vehículo propio y, de ellos, el 86,6% afirma usarlo menos a favor del tranvía con lo que se ha evitado unos 3 millones desplazamientos en coche a año. También afirmó que desde la Corporación insular se “seguirá trabajando por la movilidad porque es clave para el progreso socio-económico y ambiental de la isla”.

Por su parte, la directora general de Transportes del Gobierno de Canarias, María Fernández, destacó la importancia de “un pacto entre

El Cabildo de Tenerife y Metrotenerife celebraron la primera Jornada Técnica ‘Transporte Guiado en Territorios Insulares’

► **Expertos internacionales en la movilidad sostenible incidieron en la necesidad de apostar por sistemas ferroviarios urbanos e interurbanos para un uso eficiente de los espacios públicos**

las administraciones que permita el desarrollo de proyectos a favor de la movilidad sostenible”.

Salvador Rueda, director de la Fundación de Ecología Urbana y Territorial, remarcó en su ponencia ‘El rol del transporte público en la era de la movilidad como servicio’, que el cambio climático y el desarrollo de ciudades inhabitables por una mayor presencia del vehículo privado obligan a adoptar modelos de transporte guiado que contribuirán a un uso eficiente de los espacios públicos y entornos urbanos.

Experiencia ferroviaria de Mallorca

Otra de las presentaciones de la jornada trató sobre ‘150 años de ferrocarril en Mallorca. Condicionantes históricos y perspectivas futuro’, a cargo de Pau Cavaller, técnico de Infraestructuras de Serveis Ferroviaris de Mallorca, que realizó una comparativa de esta

isla balear con Tenerife en cuanto a número de habitantes, vehículos, kilómetros de carreteras, espacios protegidos y plazas turísticas. Dos islas muy similares, pero que en el ámbito de la movilidad han evolucionado de forma distinta. Desde 1875 Mallorca apostó por el transporte guiado y después de etapas de expansión y contracción, en la actualidad dispone de tres líneas de tren y de dos líneas de metro, además de proyectar en la actualidad nuevos trazados.

Con una dilatada experiencia profesional en más de 22 países, María Concepción Ortega Ortiz, directora de Desarrollo de Negocio Corporativo de IDOM Consulting, Engineering and Architecture, expuso en su ponencia ‘Tranvías, experiencia mundial. Más allá de un sistema de transporte’ los beneficios sociales, ambientales, de integración y accesibilidad asociados a proyectos de transporte guiado y, para ello, hizo un recorrido por todo el mundo presentando ejemplos de

importantes infraestructuras que se han llevado a cabo, y en las que la ponente ha participado, en Dinamarca, Colombia, Ecuador, Suecia o Nueva Zelanda entre otros países.

‘Los retos de los proyectos ferroviarios Greenfield’ fue la temática elegida por Pablo Ramos Trujillo, director de Cuenta de Transporte Terrestre de INECO, en su intervención. Dado su amplio conocimiento en soluciones ferroviarias, especialmente, en condiciones topográficas y geotécnicas complejas, Ramos Trujillo detalló los aspectos y factores a valorar en la fase de planificación de proyectos de nueva planta que no disponen de infraestructura previa. El ponente conoce muy bien los proyectos ferroviarios en Tenerife y Gran Canaria porque ha participado en su redacción y, tras exponer varios casos de estudio en diversos continentes, concluyó que el reto de Tenerife es seguir la tendencia mundial e invertir en ferrocarriles como parte de la solución para la

compleja situación de la movilidad que se observa en la isla

Para finalizar, el periodista Antonio Salazar moderó la mesa redonda con las participaciones de Salvador Rueda Palenzuela, director de la Fundación de Ecología Urbana y Territorial (FEUT); María Concepción Ortega Ortiz, directora de Desarrollo de Negocio Corporativo de IDOM Consulting, Engineering and Architecture; Pablo Ramos Trujillo, director de Cuenta de Transporte Terrestre de INECO; y María Apolonia Fuster Salva, técnica de Instalaciones de Serveis Ferroviaris de Mallorca. La viabilidad del transporte guiado, el futuro de la movilidad como servicio, la sostenibilidad colectiva o los proyectos ferroviarios de Tenerife fueron algunos de los temas que se debatieron, además de responder a diversas cuestiones planteadas por el público asistente.

La consejera insular de Movilidad y presidenta de Metrotenerife, Eulalia García, clausuró la primera jornada técnica sobre ‘Transporte Guiado en Territorios Insulares’ reclamando la implicación de todos, ciudadanía, administraciones, agentes económicos, para avanzar hacia una movilidad eficiente y sostenible.



OPINIÓN

JORGE ALONSODIRECTOR DE CONSULTORÍA IT
VELORCIOS GROUP Jorge Alonso @jalonso_VG

La Inteligencia Artificial: una herramienta de productividad

Sin lugar a dudas, 2023 está siendo el año de la Inteligencia Artificial. No hay día en el que no nos encontremos con alguna noticia que nos deslumbe contando una nueva proeza de esta tecnología que promete cambiarlo todo. Este acoso mediático nos ha llevado a un estado permanente de *wow* que nos mantiene obnubilados y expectantes a la espera del próximo capítulo.

Desde luego la IA es una tecnología transformadora que marcará gran parte de nuestro futuro personal y profesional. Quizás muchos de los mensajes que nos llegan todavía son de alto nivel y es muy probable que las personas piensen que este mundo que está por venir no va con ellas. Por eso, ahora es un buen momento para relativizar y empezar a incorporar algunas ideas básicas que nos permitan dar los primeros pasos en un terreno que, lógicamente, desconocemos porque la película ya ha empezado aunque algunos puedan pensar que todavía estamos en los créditos.

Te invito a compartir un enfoque muy práctico de la Inteligencia Artificial que nos ayude a montarnos en el tren e incorporar, desde ya, estos nuevos modos que han venido para quedarse. Empecemos por decir que, entre otras muchas cosas, la IA es una herramienta de productividad pensada para hacer más fácil nuestro trabajo.

Esta definición tan simple parece que pudiera chocar de lleno con otros planteamientos mucho más complejos y agresivos que amenazan con quitarnos nuestros puestos de trabajo para ser ocupados por máquinas. Pero vayamos paso a paso y veamos que todo es mucho más sencillo de lo que parece cuando se mira por el lado adecuado.

Si entendemos la IA como una herramienta de productividad que nos puede ayudar en nuestro día a día, veremos que lo que estamos viviendo en torno a esta nueva tecnología, no es muy diferente a lo que ya hemos experimentado en el pasado y que, por cierto, supe-

ramos con éxito a base de mucho esfuerzo y capacidad de adaptación.

Por un momento, miremos hacia atrás para entender lo que nos está pasando. Para ello busquemos un ejemplo que nos ayude a ilustrar la idea que queremos plantear.

A finales del siglo XIX Christopher Latham Sholes, editor, periodista, inventor y político estadounidense; junto con dos amigos también inventores, Carlos Glidden y Samuel W. Soule, fabricaron el prototipo de la primera máquina de escribir. Este invento revolucionario se fue perfeccionando durante casi un siglo llegando incluso a existir máquinas de escribir eléctricas que estaban presentes en las oficinas de todas las empresas.

Nadie puede negar que la máquina de escribir fue una herramienta de productividad que nos ayudó, de manera significativa, a realizar nuestro trabajo. Seguro que los más viejos del lugar aún recuerdan haber realizado algún curso de mecanografía e incluso leer en las bases de alguna oferta de empleo que para cubrir una vacante se precisaba tener 40 ó más pulsaciones por minuto.

Pudiera parecer que hablamos de un tiempo muy lejano, pero esta situación era la habitual hasta que llegaron los primeros procesadores de texto. La aparición de aplicaciones como WordStar y WordPerfect terminaron con el reinado de casi un siglo de las máquinas de escribir dando comienzo a la era del PC.

Muchos profesionales se quedaron estancados en la época de la mecanografía, pero la mayoría se sumó al carro de una ofimática incipiente que nos obligó a aprender nuevos conceptos asociados al mundo de la informática, todo ello con el único fin de mejorar la productividad de la compañía. Y así pasamos de ver que los requisitos de las pulsaciones por minutos para acceder a un puesto de trabajo, daban paso a la demanda de nuevas habilidades vinculadas al mundo de la ofimática: Word, Excel, PowerPoint...

Este cambio disruptivo, que comenzó a finales del siglo XX, fue consolidando un modelo de trabajo que gira alrededor de aplicaciones sobre las que se apoyan todos los procesos de las empresas: desde enviar un correo electrónico hasta hacer la facturación, hoy todo pasa por la informática.

“La IA es una herramienta de productividad pensada para hacer más fácil nuestro trabajo”

Pero ahora, casi treinta años después, estamos a las puertas de un nuevo cambio tan disruptivo, o más, que el anterior, que viene de la mano de la Inteligencia Artificial.

Pongamos un ejemplo para entender la dimensión del cambio al que nos enfrentamos. Supongamos que estamos haciendo un estudio de mercado para el lanzamiento de un nuevo producto dirigido a mujeres entre 35 y 50 años. Queremos lanzar una campaña de prueba para ver cómo responde el consumidor potencial y hacer los ajustes necesarios antes del *go to market* definitivo, pero todavía no tenemos muy claro en qué ciudades españolas deberíamos empezar.

Podríamos comenzar por hacer una tabla que muestre las cinco ciudades más pobladas de España ordenadas de mayor a menor donde apareciera por columnas: nombre de la ciudad, población total, número de mujeres, número de mujeres entre 35 y 50 años y el

porcentaje que representa sobre el número total de mujeres.

Toda la información que necesitamos está disponible en internet y con las herramientas ofimáticas que solemos utilizar podremos montar la tabla y el correo que tenemos que enviar al equipo de trabajo con nuestras primeras impresiones.

Además, supongamos que cuando tenemos la tarea terminada, el Director de Marketing decide que solo quiere lanzar el producto en Canarias y que necesita los datos acotados a la realidad de las Islas. En ese momento se nos viene el mundo encima porque, en la práctica, es como volver a la casilla de salida.

¿Cuántas horas crees que tardarías en tener el informe disponible? Y hablo de horas porque dudo mucho que alguien sea capaz de tener el documento terminado en condiciones en menos de 60 minutos.

¿Y si te digo que esta tarea, con el cambio de última hora incluido, la puedes tener finalizada en menos de 10 minutos? Seguramente te parezca imposible, y realmente lo es si solo utilizas las herramientas que conoces a día de hoy. Sin embargo, si usas alguna IA como Bard o Chat GPT el encargo será de los más trivial.

Para alguien que esté familiarizado con el mundo de la Inteligencia Artificial conversacional, sabrá que este ejemplo es de las cosas más básicas que podemos hacer con esta tecnología; sin embargo para las personas que se acercan por primera vez a este nuevo modelo de trabajo les parecerá magia porque como ya dijera Arthur C. Clarke: “Cualquier tecnología lo suficientemente avanzada, es indistinguible de la magia”.

Es tan potente todo lo que viene por delante que no podemos permitirnos el lujo de perder este tren y quedarnos fuera. Por eso tenemos que volver a las aulas, y si ya nos tocó una vez aprender mecanografía, y luego Windows 3.1 y luego Word y luego Excel... ahora toca aprender como hacer un “prompt” para Chat GPT o Bard.

Dentro de nada empezaremos a ver ofertas de empleo donde las habilidades como usuario de IA en entornos de oficina marcarán la diferencia. Tú eliges si quieres seguir jugando o tu partida termina aquí.

OPINIÓN

LUIS ABELEDO
ABOGADO

 Luis Abeledo Iglesias

 @luisabeledo

 luis@abeledoabogados.com

El poder de la mayoría



Es imposible que la columna de este mes sea ajena a la realidad política que vivimos y a la polarización de las opiniones. Es blanco o es negro. Parece que no hay grises.

En mi vida personal intento, desde hace mucho, no informarme de las noticias políticas o jurídicas por ningún medio tradicional.

Las noticias jurídicas porque el noventa y pico por ciento de lo escrito contiene errores técnicos de tal calibre que para un profesional medio deben ser consideradas noticias falsas porque falsean la realidad. En esta nuestra columna mensual hemos intentado ir explicando y desgranando los temas jurídicamente relevantes desde un punto de vista técnico para que, quien dedica su tiempo a su lectura, esté correctamente informado. Solo eso, información.

Sobre las noticias políticas tengo el sentimiento de estar aislado de la realidad puesto que lo que leo en los medios generalistas no coincide que lo que hablo con clientes, amigos y conocidos. Ya ni valoro a los tertulianos que, a estas alturas de la vida, debe ser un concepto con categoría de insulto en patio de colegio: ¡tú y tus padres sois tertulianos! De hecho, hay una leyenda urbana de un tertuliano que dijo no poder responder al no conocer nada sobre la física de fluidos en medio de un bloque de derecho administrativo y cirugía vascular. Si alguno de los cinco lectores habituales de la columna me invita a comer, igual me arranco a contar como recomendé a un amigo con pocos conocimientos profesionales, que ha ido aumentando hasta convertirse en una persona capaz, ser tertuliano. Lo logró. Un día veo como un pariente me dice: “no, es que el abogado ese de la tele dice que...” En ese momento fui consciente del daño que había hecho al mundo. Pero esa es otra historia.

Hablaba de la falta de rigor de las noticias políticas. Es cierto que apenas las leo o veo. Aun así, opino a través de esta columna. Entiendo que es mi necesidad y mi tratamiento terapéutico de verbalizar mi desasosiego con la situación actual. Vivimos en la inseguridad de lo que nuestro gobierno (o aspirantes a gobierno) dicen y prometen unas cosas antes de unas elecciones, justo después de los resultados es justo lo contrario.

La amnistía como clave de bóveda conceptual de lo que nos está sucediendo como país, como sociedad.

El vilipendio, el desprecio a quien piensa en contra del mainstream político es el desprecio y el asilamiento. Es curioso ver videos de numerosos ministros que hace un mes decían que la famosa amnistía no era constitucional. Incluso los informes de los indultos de los delincuentes condenados por malversación y sedición así lo afirmaban. El flamante nuevo ministro de transportes ya afirmó que la amnistía nunca habría existido de no necesitar los votos. Luego cambió de criterio. O se lo cambiaron. Ya cada uno que piense lo que quiera. Eso sí, si tu piensas como pensaban y verbalizaban todos antes de llegar al acuerdo con el fugado: ¡fascista! El adjetivo ya me empieza a parecer un piropeo en el contexto actual.

Vivimos en un mundo donde la gente, a lo largo de todas y cada una de las capitales

de provincia se manifestaron delante de las sedes del PSOE, apenas nada sale en las noticias. Mourinho, un visionario, reflexionaría: ¿por qué?

Quiero traer a esta columna una serie de extractos de aquello que escribí en esta Tribuna.

El 5-12-2022 en la columna: “La peligrosa tensión entre los Poderes del Estado”, quedo escrito lo siguiente: “*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 mismos 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.*”

Poco más hay que añadir a lo expuesto hace ya un año. ¡Cómo pasa el tiempo y qué duro es tener razón!

El 16-1-2023 en la columna: “¡Se armó el Belén en el Congreso y en el Tribunal Constitucional!”, “*Primero debemos definir cuál es el objeto de la batalla que no es ni más ni menos que la proposición y nombramiento de cuatro vocales del Tribunal Constitucional*” y finalizó aquella columna: “*Tanto es*

así que vemos la importancia de acuerdos más allá de mayorías parlamentarias. Esto es porque el Tribunal Constitucional es el árbitro que vigila. Fuera de la Constitución no hay democracia. Fuera de la Constitución no hay nada bueno para España como sociedad”

Hoy todos tenemos claro, un año después que el Tribunal Constitucional es un 7-4 en votos en según qué materias relevantes para las políticas del gobierno. Nada me alegraría más que, dentro de un año, poder escribir: me equivoqué. Con un pero, el reconocer que mi error de visión no viene causado porque hubiera una imposición externa que determine este cambio.

Hoy, mientras escribo esta columna leo con pavor como partidos políticos han empezado a presentar querrelas contra miembros del Consejo General del Poder Judicial y querrelas contra jueces que sustancian procedimientos contra miembros de partidos que están conformando el gobierno de España.

Leo como el ministro de transportes que se vislumbra como un magnífico diplomático ya está afirmando que el lawfare, concepto tan de moda en este nuevo ataque al poder judicial, es como las meigas que uno puede no creer en ellas pero haberlas, haylas.

El concepto lawfare que se está utilizando está anudado en una conceptualización frentista utilizada por los partidos que conforman el gobierno de España que trasladan una imaginaria guerra desde el poder judicial contra el poder ejecutivo/legislativo (que en la práctica es lo mismo estos últimos seis años). ¿Qué un político es condenado por malversación?: persecución. ¿Qué un político es condenado por sedición?: lawfare. ¿Qué al político o al familiar del político que quiero hundir no lo condenan?: lawfare.

Es importante pelear para defender una serie de cuestiones, como la separación de poderes, a la que estábamos tan acostumbrados que no le damos el verdadero valor que tiene.

Quiero finalizar la columna con la explicación de su título. El poder de la mayoría. Creo que es una frase, expresión o, mejor dicho, conceptualización de lo que significa. El poder de la mayoría nos será explicado en el sentido de que el pueblo es quien decide y si el Parlamento es quien el mandato popular, la mayoría popular debería poder elegir cualquier cosa. Pero esta mayoría es solo de un sentido, un camino sólo de ida.

Fuera de la Constitución no hay democracia. Fuera de la Constitución no hay nada bueno para España como sociedad.

tacoronte.es

Eres la estrella de nuestra Navidad...

Tacoronte

¡Felices fiestas!



EXCMO. AYUNTAMIENTO DE LA CIUDAD DE TACORONTE

1 RENT A CAR

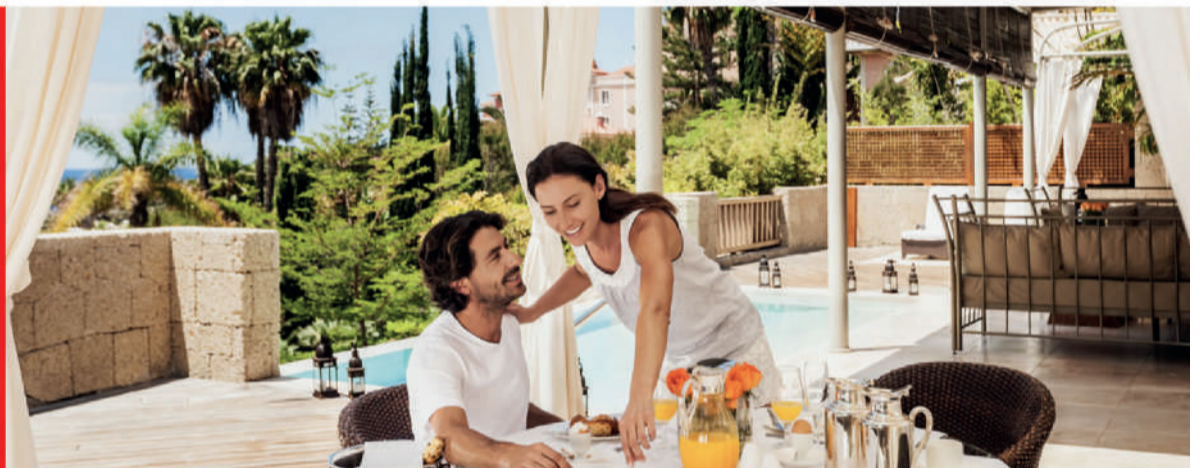


2 TRANSFERS

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.

De la Omisión a la Acción: La Esencia del Verdadero Liderazgo



impactar negativamente tanto en el rendimiento individual como en el éxito colectivo de la organización. Por ello, es fundamental para cualquier entidad identificar y fomentar líderes que no solo posean las habilidades técnicas necesarias, sino también las competencias interpersonales y de gestión para dirigir equipos de manera efectiva y con sensibilidad.

En el ámbito laboral y en la vida diaria, la presencia de un liderazgo eficaz es palpable e inmediatamente reconocible. Esta cualidad no está limitada a un sector específico ni a un nivel jerárquico particular; se encuentra en todos los

En el dinámico entorno empresarial de hoy, surge una pregunta interesante: ¿Han considerado cuántos “tipos de jefes/as” podemos encontrar? La diversidad en estilos de liderazgo es tan vasta como las distintas personalidades que encontramos. Sin embargo, a pesar de esta variedad, estos estilos se pueden agrupar en dos categorías principales: aquellos/as que demuestran habilidades efectivas de liderazgo y quienes no.

Los/as líderes con carencias en sus capacidades directivas pueden ser perjudiciales para sus equipos y organizaciones, ya sea por sus acciones o por su inacción. Un liderazgo ineficaz puede manifestarse de diversas maneras. Por un lado, están aquellas personas que lideran con autoritarismo y manipulación, tomando decisiones unilaterales sin considerar las opiniones de su equipo o manejando la información y las situaciones a su conveniencia, a menudo sin la participación activa de sus colaboradores y colaboradoras. Este estilo crea un ambiente de trabajo opresivo y desmotivador, donde la creatividad y la iniciativa individual suelen verse reprimidas. Por otro lado, se encuentra el estilo de liderazgo que falla por omisión. Este se caracteriza por una falta de habilidad para delegar eficazmente, ignorar las necesidades y el bienestar del equipo, y una carencia en la capacidad para organizar y guiar a su grupo de manera coherente. Este enfoque conduce a un entorno caótico y desorganizado, donde la falta de claridad y dirección puede disminuir significativamente la productividad y el ánimo del equipo.

Ambos extremos en el espectro de liderazgo, tanto el exceso de control como la falta de él, son igualmente dañinos y pueden

campos profesionales y en todos los niveles, desde posiciones de alta dirección hasta roles operativos. Los/as líderes efectivos/as y respetados/as se destacan por su capacidad para ganarse el aprecio y la estima de sus colegas, independientemente de su posición en la organización.

Estos/as líderes, presentes en diversos estratos y profesiones, se caracterizan por su habilidad para inspirar y motivar a quienes les rodean. Exhiben un respeto mutuo con sus pares, colaboradores y colaboradoras, y superiores, y son objeto de admiración gracias a su enfoque ético y empático en la gestión de equipos. Son capaces de influir positivamente en su entorno, generando un impacto significativo en el ámbito laboral y más allá.

En su rol, actúan como verdaderos/as facilitadores/as del potencial humano, al estilo de Pigmalión, extrayendo y potenciando lo mejor de cada persona en el equipo. Su enfoque va más allá del mero cumplimiento de tareas; se centran en apoyar y valorar tanto el trabajo individual como el colectivo, fomentando un ambiente de trabajo donde cada miembro se siente valorado y parte integral del éxito común. Este tipo de liderazgo no solo mejora el rendimiento y la productividad, sino que también contribuye a un ambiente laboral más positivo y motivador, donde cada persona puede desarrollarse y prosperar.

El liderazgo, una habilidad crucial en el mundo empresarial contemporáneo, requiere de un entrenamiento y desarrollo continuos, similares al proceso de aprender a montar en bicicleta. Este proceso no es innato; se desarrolla a través de la práctica, el error y la perseverancia. Al igual que montar en bicicleta, el liderazgo implica mantener el equilibrio entre varios aspectos: la gestión de equipos, la toma de decisiones y la adaptación a los cambios.



OPINIÓN

PRESEN SIMÓN

DIRECTORA DE
TRANSVERSALIA CONSULTING

 Presen Simón Rael

El camino hacia la maestría en liderazgo es un viaje de autoconocimiento, aprendizaje continuo y adaptación a nuevas situaciones.

Entrenar a personas responsables de equipos en habilidades de liderazgo es esencial. Es preciso que actualicen constantemente sus conocimientos y habilidades, especialmente en lo que respecta a la digitalización y las nuevas metodologías de gestión. Esto incluye tanto la evolución de habilidades existentes (reskilling) como la adquisición de nuevas competencias (upskilling). Requiere valentía para aprender de cada experiencia y la confianza para replantearse y mejorar constantemente. En un mundo empresarial en constante cambio, las habilidades de liderazgo se convierten en herramientas esenciales para el éxito y la sostenibilidad de las organizaciones que deben ser ágiles; que ya se caracterizan por su ductilidad y adaptabilidad ante los continuos cambios tanto del entorno como de las demandas de clientes internos y externos, requiriendo esto, de una cultura organizacional que apoye estos valores.

Agilidad. Se destaca ésta como un atributo esencial para empresas que necesitan adaptarse rápidamente a cambios constantes, sin perder de vista su propósito. Y los/as líderes deben trasladar esta habilidad a sus modelos de liderazgo, combinándola con una orientación clara hacia las personas para un 'management' exitoso que, para serlo, requiere de la empatía como una habilidad clave en el liderazgo, que incrementa la creatividad, el compromiso, la inclusividad y la conciliación de los/as colaboradores/as. El/La líder ágil debe ser capaz de comprender y valorar las fortalezas y debilidades de su equipo, promoviendo un entorno de trabajo humano y comprometido en el que la orientación a las personas debe ser una actitud transversal en toda la organización. Los/as líderes deben asumir esta responsabilidad, con el apoyo de recursos humanos, para gestionar eficazmen-

te a sus equipos.

En este contexto, el concepto de liderazgo tiene que estar evolucionado. Los modelos de liderazgo tradicionales, caracterizados por ser omnipotentes y omniscientes, ya no encajan en las nuevas estructuras organizacionales. Se requiere un enfoque más colaborativo y participativo, promoviendo liderazgos compartidos y relaciones en lugar de estructuras de poder rígidas.

En lugar de la vigilancia constante y autoritaria de figuras tradicionales, el liderazgo moderno se asemeja más a un mentor inspirador y accesible, que impulsa a cada miembro del equipo a alcanzar su máximo potencial. En este entorno, la auténtica "jefatura" radica en la habilidad para trabajar de manera colaborativa, ofrecer apoyo mutuo y mantener un ambiente de trabajo positivo y productivo. El liderazgo contemporáneo transforma el lugar de trabajo en un espacio donde la innovación y el compromiso colectivo son la norma, y no la excepción. Sin duda, se impone un nuevo paradigma laboral que marca el final de la era del jefe tradicional para dar paso a una era de liderazgo efectivo y empático.

Hágase esta reflexión... Si las personas a las que dirige pudieran decidir el que ud. siguiese siendo su jefe/a, ¿lo harían? ¿O harían lo increíble por cambiar a quien les dirige? Sea cual sea la respuesta, quizás sea el momento de plantearse la necesidad de desaprender para aprender de nuevo, al fin y al cabo el aprendizaje continuo se ha convertido en un factor crítico de la era digital, en la que los cambios tienen un gran impacto y se producen a gran velocidad. Aprender a desaprender, no sólo para aprender más rápido, sino para abandonar perspectivas anticuadas y tradiciones sin sentido, es una habilidad imprescindible para los/as líderes del siglo XXI.

Posiblemente sea el antídoto más poderoso para luchar contra el statu quo reinante en las organizaciones.

El REF del futuro



Nos encontramos en un momento clave para el porvenir de Canarias; es el momento de establecer las medidas que deben guiar la economía canaria hacia la consecución de los objetivos que toda la sociedad demanda, que es tener los instrumentos necesarios para que se desarrolle la actividad económica en Canarias y, por lo tanto, sentar las bases para la creación de empleo y de futuro en esta tierra.

Por ello, como ya he manifestado en otras ocasiones, hemos de reinventar nuestro futuro y pensar qué queremos que sea Canarias en el horizonte, como mínimo, de 20 años, para ello nada mejor que partir de lo existente, nuestro actual REF, para luego diseñar las medidas que permitan la creación y, sobre todo, el desarrollo y la permanencia de actividad económica en Canarias. Y para ello, las letras del REF, lo dicen todo: Reinventando El Futuro.

Vamos a ver de forma muy breve los orígenes del REF. El REF tuvo su fundamento

en la estructura económica existente en el momento de la resolución de las medidas adoptadas, que era de índole principalmente comercial. Fue a partir del año 1972 cuando se empezaron a aplicar medidas, no solo de carácter comercial, sino que vincularan también a la producción. Es en ese momento cuando se creó la Tarifa Especial, que fue el verdadero motor del despegue de las pymes industriales canarias y, por lo tanto, de la actividad industrial en las islas Canarias.

El REF actual está constituido por un entramado normativo de disposiciones de distinto rango que tienen como hilo conductor, el objetivo de garantizar que la lejanía, la insularidad, el clima y la orografía difíciles, junto a la escasez de recursos naturales, todos ellos factores permanentes, que se dan en las islas Canarias, sean compensados a través de políticas específicas y suficientes, que deberían manifestar la intención de las distintas instituciones competentes de conformar una unidad normativa, armónica y coherente, que sea un modelo especial para la región.

El REF ha pretendido ser una medida con permanencia en el tiempo, si bien a la vez posee un carácter cíclico-estático. Así, sus anteriores modificaciones y/o adaptaciones han tenido siempre en cuenta la situación socioeconómica del momento en la redacción de la norma. Ya en el preámbulo de la Ley 19/1994 se especifica: "(...) se impone por consiguiente atender a este importante y urgente reto de adaptar y ajustar el Régimen Económico Fiscal, fundamental dispositivo del marco canario, a las imperantes circunstancias". Y al mismo tiempo señala: "(...) que dentro de dicha tesitura, le va mucho a la sociedad canaria, cara a lograr un deseable crecimiento y bienestar de ésta".

El nuevo REF debe ser el punto de partida con el que se logre una posición competitiva en el orden económico y mejor calidad de vida.

Así tenemos que el sistema de desarrollo de las islas Canarias debe tener una base firme que sirva de plataforma, no solo de aterrizaje temporal de determinadas actividades atractivas, más por las ventajas del sistema que por ellas mismas, per se, sino lo que es más importante: debe ser el punto de partida con el que se logre una posición competitiva en el orden económico, de calidad de vida y de cohesión social, y que establezca un sistema dinámico, dotado de autonomía propia, pero, al mismo tiempo, cooperante con el sistema político-normativo existente.

En definitiva el REF, ha de conciliar sus principios propios diferenciadores reconocidos en el ordenamiento español y comunitario con un sistema impulsor de la actividad económica, la creación de empleo, la potenciación de sus espacios insulares, la oferta y regulación de un foco de atracción a la iniciativa empresarial y la presencia de inversión exterior.

Ahora bien, en todo este proceso de reforma, modificación y/o adaptación del REF hemos de tener en cuenta como premisa fundamental la normativa comunitaria, si bien contamos con una buena posición de salida, como es el hecho reconocido y aceptado por la UE de nuestra consideración como región ultraperiférica (RUP). El reconocimiento de un tratamiento singular y diferenciado para las ayudas de Estado con finalidad regional en las regiones ultraperiféricas forma parte ya del acervo comunitario.

Ante las nuevas perspectivas que se acercan para Canarias y de cara a la reforma, yo lo he definido como Reinventando El Futuro, que es el REF, hay que tener muy presente cómo han sido los procesos que se han efectuado hasta la fecha de modificación de éste y, sobre todo, es fundamental que las instituciones empresariales y sociales canarias establezcan con unanimidad en sus planteamientos, en los parámetros y las medidas por las que se pretende plantear el proceso de reforma, adaptación y/o mejora del REF que se quiere llevar a cabo.

Por ello, ante la necesidad de reorientación del REF, con el fin de dotar a las empresas canarias de una mayor estabilidad en su sistema de ayudas fiscales, es necesario previamente analizar el escenario-marco en el que se va a desenvolver este instrumento de desarrollo de la economía canaria, no solo a escala regional y nacional, sino, también, a escala comunitaria, que es en última instancia el marco relevante en lo que a tipología e intensidad de medidas se refiere.

OPINIÓN
**VÍCTOR
PORTUGUÉS
CARRILLO**
SECRETARIO GENERAL
ASINCA

Hemos de reiterar y tener siempre presente en el proceso que se lleve a cabo, que el REF es todo un conjunto, y que no vuelva a ocurrir lo acontecido en el proceso negociador de la actual Ley 19/1994 (artículos 25, 26 y 27), en el que se separó los aspectos económicos de los fiscales del REF, y que creo ha sido uno de los principales errores, que se han cometido en este proceso.

A lo anterior se une la necesidad en la coordinación y sintonía total con la Administración General del Estado. No nos olvidemos, y esto es aplicable también al Gobierno canario, que los gobiernos apoyan plenamente todas las medidas que suponen incrementos recaudatorios, y que en estos casos incluso las hacen suyas, pero no ocurre lo mismo cuando lo que se plantea es una merma de recursos.

Por ello, es importante justificar de cara a la Administración General del Estado no solo la necesidad de la aplicación de dichas medidas, sino que es absolutamente necesario el desarrollo de una región del Estado español que hoy en día está a la cabeza de los niveles de paro de toda la UE y que posee, con carácter permanente, unos condicionantes específicos de extracostes permanentes.

Por lo tanto, en este escenario que nos encontramos ahora es preciso definir las opciones de reforma del REF, con claridad, y vincularlas desde el primer momento con una necesidad económico-social que justifique la aplicación de cada medida propuesta.

No debemos olvidar que el escenario no solo ha cambiado radicalmente, sino que irá cambiando en cada etapa; por ello, el modelo que se defina y aplique debe ser absolutamente dinámico, pues, de lo contrario, volveríamos a hacer permanente el reciclado del modelo cada cierto tiempo, y una economía como la canaria lo primero que necesita para poder desarrollarse es estabilidad, algo que dé confianza a los inversores, empresarios, creadores de empleo y de riqueza. Sí, hay que decirlo sin rubor: la riqueza bien aplicada genera empleos y mejoras en la sociedad, luego es fundamental buscar medidas que garanticen la aplicación de políticas proclives a estas acciones.

En definitiva, se dan los condicionantes necesarios para poder definir un modelo de desarrollo de la economía canaria dentro del entorno en que se encuentra, que sea válido para los próximos años y que fundamentalmente sea dinámico. Y no lo olvidemos: hemos de ser nosotros mismos los que Reinventemos El Futuro y definamos las bases que permitan la aplicación de medidas de desarrollo y, sobre todo, de consolidación y mantenimiento de la economía canaria, no solo por nosotros, sino por nuestros hijos, con el fin de dejar una tierra de futuro, porque el futuro es fruto del conocimiento de los errores y aciertos del pasado.

Una amistad, estrella michelín

OPINIÓN

AGONEY MELIÁN
PRESIDENTE DE AJE
CANARIAS

 Agoney Melián Sosa

 @agoney_melian

Esta semana ha pasado algo grandioso, el restaurante Taste 1973, situado el Hotel Villacortés, ha recibido uno de los reconocimientos más deseados del mundo de la gastronomía, una estrella Michelin. Lo cierto, es que a pesar de ser un chico de buen comer esto, que es bastante increíble, tiene un gran significado para mí; mi amiga Arianna Gassmann, que está al mando del relevo generacional, esa una de las artífices de este proyecto.

Si tuviese que definirla, diría que es una empresaria extraordinaria, y no lo digo de boquilla, lo digo porque sería normal verla a ella, o a su hermano Aki, trabajando en los hoteles que son su legado familiar. Lo sé, porque la conocí en el entorno laboral, cuando estaba asumiendo la responsabilidad de mantener y transformar sus empresas.

Son muchas las veces que he tenido la posibilidad de conocer a gente maravillosa en el mundo empresarial en el que me muevo, pero sin duda, cuando percibo a un ser extraordinario, con las ideas claras, el ímpetu de la juventud y la garra de una leona a la hora de trabajar, me siento orgulloso, y quiero aprovechar la oportunidad que siempre me da este medio, para ponerlo de manifiesto.

La coyuntura actual de Canarias, según mis gafas.

Últimamente, vivo algo más preocupado de lo normal, los indicadores macroeconómicos, no acompañan las historias que percibo a mi alrededor. Estoy escuchando, por primera

vez a personas de mi comunidad, la juventud empresaria, hablar de concursos de acreedores. Pequeñas y medianas empresas con graves problemas a la hora de encontrar personal, o con personal de baja que no saben ni qué les pasa, esto es terrible. Empresas con un cincuenta por ciento de absentismo laboral, lo que quiere decir que la mitad de las personas que tienes en plantilla, no van a trabajar y con unos márgenes de maniobra bastante escasos, donde poco podemos hacer para revertirlo si no damos una respuesta meditada, basada en el sentido común, con contenido y medidas concretas que permitan a quienes no están viendo esto, quitarles la venda, hacerles entender que la situación es insostenible en el tiempo.

No crean que esto es un problema de las empresas, que no va con la ciudadanía, es una crisis global, porque el sistema público no podrá mantener por completo jamás, nuestro estado del bienestar, ya tocado con una educación deficitaria, incapaz de dar respuesta ni esperanza a su juventud, y un sistema de salud precario, con listas de espera infumables.

Todos lo sabemos, todo el mundo se queja, todo el mundo critica, pero ya está bien de llorar, si queremos que Canarias sea un lugar de oportunidades, habrá que ponerse a realizar un plan. Habrá que comprometerse y empezar desde ahora a buscar las recetas adecuadas, para que en un futuro vivamos en unas islas llenas de talento que no se tenga que ir, y que el significado de afortunadas, trascienda y sea algo más que un clima y una seguridad.

Los grandes retos del país.

Si levantamos la mirada hacia el territorio continental, la España de hoy necesita más cariño y empatía. Necesita dejar de tener bandos y alinearse para afrontar las grandes cuestiones que cambiarán nuestro modelo de vida.

Mejorar las cifras de desempleo juvenil, promover un modelo de ciudadano innovador y sostenible, hablar de productividad para sostener la subida de salarios, pensar en nuestros mayores y sus pensiones y fortalecer a nuestras empresas, para que puedan ser pun-



teras y competitivas en el mundo, son retos comunes, que no pertenecen a ningún partido.

La lista es larga, aún queda mucho más porque, ahora que estoy soy Secretario de Organización Nacional, empiezo a entender que tenemos problemas con el agua, con la España vaciada, analfabetismo digital y otras tantas problemáticas que absolutamente nadie está pensando en cómo resolver, que cada vez que pongo las noticias y veo el vacío de problemas reales, me deja impactado.

Recetas Michelin.

Si has llegado hasta aquí, te preguntarás que tiene que ver esto con mi querida Arianna Gassmann, y te lo pienso contar.

Canarias necesita gente valiente que dé un paso al frente, que sea capaz de entender la problemática a la que nos enfrentamos, y que en el escenario de retos que nos toca afrontar, sepa aglutinar al mayor número de personas posibles.

Canarias necesita equipos de personas jóvenes que proyecten el futuro de la tierra donde queremos envejecer, equipos compuestos de hombres y mujeres valientes y decididos, y creo que Arianna, que me ha

conquistado con su gran capacidad, es una de estas personas.

Ella tiene un ingrediente que le da personalidad a su plato y es su autenticidad. Tenaz y trabajadora, leal y de palabra, imprescindible para que las cosas sucedan. Arianna sabe escuchar, es cariñosa y su sensibilidad hacia los demás, la convierten en una excelente líder, porque una líder, también tiene que tener sensibilidad.

Sin duda escribo estas palabras algo emocionado, porque no hay nada más bonito que alegrarte por los logros de la gente a la que quieres y admiras. No hay nada más bonito que ver que alguien con un ser tan especial y un hacer tan encomiable, forma parte de tu vida.

No sé si soy un visionario o no, lo cierto es que preveo un futuro maravilloso para mi querida Arianna, y si es posible, ahí estaré yo para apoyarla en todo lo que necesite. Mientras tanto, me dedico a coleccionar momentos con ella que me regala su cariño incommensurable. Mientras tanto, estoy agradecido de que me haya obsequiado con una amistad, estrella michelín.



GÁLDAR

Ciudad Navidad

2023 • 2024



OPINIÓN

ALONSO

FERNÁNDEZ

SECRETARIO GENERAL
DE ASUICAN Alonso Fernández

Una campaña clave para el sector



La campaña navideña es una de las más importantes para el sector de la distribución alimentaria. Tal es así, que es una campaña que se comienza a preparar de puertas a dentro durante los meses de verano; en junio-julio se comienza a diseñar lo que va a ser posteriormente la campaña de Navidad. En este sentido, se conforma un cambio en los establecimientos, pues cambia gran parte de la fisonomía del mismo ante la cantidad de productos que ha de exponer en sus lineales.

Ventas

Durante todo el año los supermercados mantienen una determinada estabilidad en sus ventas. Si bien es cierto, en el periodo

comprendido entre noviembre y diciembre las ventas se incrementan, sobre todo, porque aumenta la cantidad de comida que se ingiere por las propias fiestas o celebraciones que tienen lugar.

Empleo

Como anteriormente comentaba, el establecimiento ha de adaptarse a las fechas y, por ende, a una ampliación del número de productos sin prescindir del surtido de

productos que habitualmente se comercializa en tienda. De lo que se trata es de incrementar la superficie disponible para nuevos productos, que cada vez son más. Y, por todo ello, es una época en la que necesitamos personal de refuerzo para poder cubrir estas nuevas necesidades.

Anticipación de las compras

La campaña comprende dos puntos álgidos. Uno de ellos es el inicio en el mes de noviembre, en el que muchos consumidores adelantan las compras navideñas, sobre todo, para no prescindir de aquellos productos que buscan, porque en algunas ocasiones se agotan. Y luego, el otro punto álgido se ubica en fechas cercanas a Nochebuena o Fin de Año.

Estos son los dos grandes ejes de la campaña.

Perspectivas económicas

Desde el sector pensamos que la campaña de Navidad será positiva, atisbamos a un consumidor con ganas de celebrar estas fechas.

La inflación se ha traducido en un aumento generalizado en la vida del consumidor, al cual le resulta cada vez más difícil programar comidas fuera de casa. Por ende, recurre a comer en casa, comprando un mayor número de productos en los establecimientos.

Pensamos firmemente que la campaña navideña va a ser una campaña interesante e importante.



100.000 €
en tarjetas regalo

En Navidad,
Guimar
siempre tiene premio

Sorteos del 2 de diciembre al 5 de enero
Compras superiores a 20 euros

 compra 

El “Camino de la Persona Emprendedora”: ¿Las necesidades se crean o son inherentes a las personas?

OPINIÓN

JAVIER

HERNÁNDEZ

ECONOMISTA

FACILITADOR DE

PROCESOS DE

EMPENDIMIENTO

PROFESOR ASOCIADO DE

LA ULPGC

El año que mi hijo Carlos cumplió los 18 años, decidimos compartir algún tipo de ritual a través del cual, en mi condición de padre, despedir al menor y dar la bienvenida al joven mayor de edad, que aunque económicamente iba a seguir siendo dependiente durante un tiempo, no quiero pensar cuanto con la que está cayendo, según se establece en la Constitución Española, en su artículo 12, a partir de esa edad obtenía plena capacidad para realizar actos jurídicos válidos y ser responsable de los mismos.

La actividad elegida fue realizar los dos un tramo del Camino de Santiago. Tomando de referencia esa maravillosa experiencia, decidí plantear las fases del diseño y puesta en marcha de una actividad económica como si se tratase de las etapas de lo que denominé el “Camino de la Persona Emprendedora”, que incluso he compartido en formato de ponencia en ciertos foros vestido con los atuendos propios de un peregrino.

Los valores, actitudes y enseñanzas que se atribuyen al Camino de Santiago son perfectamente aplicables en el emprendimiento. Dicen que el Camino de Santiago enseña a vivir con lo mínimo y a valorar las pequeñas cosas, generándote curiosidad por aprender, que nos hace a todos más iguales, generando respeto, empatía y compañerismo, por lo que nunca te sientes solo, que te enseña lo fuerte que puedes llegar a ser, aportándote disciplina, constancia y esfuerzo para planificar cada trayecto y que te aporta la paciencia necesaria para soportar los contratiempos y dificultades que surgen en el Camino.

El mercado no crea las necesidades. Las necesidades son inherentes a las personas

La primera etapa del “Camino de la Persona Emprendedora” debería partir de la percepción de una necesidad o problema cuya satisfacción es valorada por un grupo de personas, que en su momento puedan convertirse en clientes potenciales, necesi-

dad o problema que sirva de base a partir de la cual construir una idea de negocio.

Surge entonces el debate respecto de si el mercado genera las necesidades en las personas, para que consumamos sin poder resistirnos atrapados por el poder de las modas y tendencias, o si por el contrario las necesidades son inherentes a las personas y no son creadas por las empresas. Para mí se trata de una cuestión técnica en el campo del emprendimiento muy importante, ya que la orientación que le demos a la respuesta de esta pregunta, vincula el diseño y ejecución del proceso emprendedor.

No me refiero a argumentar sobre la importancia que tienen las modas y tendencias en la decisión de compra de productos concretos por parte de las personas, que se enmarca en otro ámbito de conocimiento donde rigen principios como el de conformidad, entre otros (por ejemplo preferimos tener una consideración positiva por el resto antes que nos consideren de forma negativa). Me refiero a la importancia del concepto objeto del presente artículo, de que las necesidades son inherentes a las personas, como referente a la hora de poder identificar oportunidades de negocio para emprender.

El “Camino de la Persona Emprendedora” que les propongo parte del concepto de necesidad del cliente potencial como desequilibrio entre lo requerido y lo que se tiene, y que es propio de las personas, contextualizadas a un entorno social, cultural y económico concreto. El que el promotor o promotora de una idea de negocio sea capaz de proponer un producto o servicio que cubra en todo o en parte ese desequilibrio, será el punto de partida para diseñar una propuesta de valor que consiga transformar esa necesidad o problema en el deseo del cliente potencial de adquirir el producto o servicio ofertado en el futuro.

Necesidad versus Propuesta de Valor versus Idea de Negocio

Por lo tanto, las ideas del negocio son el resultado de emplear la imaginación, o la creatividad, o el conocimiento, o incluso el interés, o una combinación de las anteriores, en detectar necesidades y proponer productos o servicios que las aborden, generando una propuesta de valor. Se entiende por “Propuesta de Valor” el conjunto de beneficios que se pretende ofrecer a los potenciales clientes a través de las características del producto o servicio propuesto, y que responden perfectamente a lo que ellos necesitan.

El hecho de que las necesidades sean inherentes a las personas, nos abre un mundo infinito de posibilidades de innovar en el mercado a través del diseño de soluciones perfectamente adaptadas a segmentos concretos de clientes, puesto que las necesidades normalmente cambian en función de la evolución de las personas, nunca son completamente satisfechas y cuando unas



necesidades son satisfechas, tienden a manifestarse otras nuevas.

Cuando te aventuras a realizar un tramo del Camino de Santiago, de las primeras enseñanzas que recibes, es la importancia de estar muy atento a las señales que te aporta el propio Camino, para no desviarte del mismo. Esa capacidad de captar la información que te proporciona tu entorno es esencial también en el Camino de la Persona Emprendedora, que debe estar conectado constantemente con la necesidad o problema de tu cliente potencial, así como de su evolución, de manera que todas las decisiones que tome al respecto respondan a la misma.

Camino al encuentro con el segmento

Esta orientación metodológica en el emprendimiento nos permitirá comenzar el Camino de la Persona Emprendedora sin cometer uno de los errores más comunes que he detectado en los cientos de iniciativas que he acompañado. El error es definir el modelo de negocio con el objetivo de ofrecer su producto o servicio a cualquier persona o entidad, sin tener en cuenta, que aunque pueda potencialmente ser destinatario del mismo, las necesidades y las motivaciones de compra de cada segmento son muy diferentes.

Si las necesidades son inherentes a las personas, cuanto más conozcamos la necesidad más definiremos a que personas o empresas dirigirnos, y al mismo tiempo más podremos ajustar las características del producto o servicio, su precio, la comunicación o la distribución.

De aquí surge el concepto de “buyer persona” como arquetipo o representación del cliente potencial, que nos permita conocerlo a un detalle tal, que diseñemos nuestra propuesta de valor de manera que capte su atención utilizando un lenguaje con el que pueda identificarse, y conectando con lo que realmente le interesa, SU NECESIDAD.

Si construimos ideas de negocio conociendo al máximo la necesidad o problema concreto que aborda nuestro producto o servicio, el primer tramo del “Camino de la Persona Emprendedora” nos llevará a identificar al segmento de clientes que está deseando adquirirlo. A partir de ahí, habrá que seguir dando los siguientes pasos del “Camino”.

Y tomando como referencia el saludo que comparten quienes se cruzan en el Camino de Santiago, les deseo a las personas que emprenden, ¡BUEN CAMINO!

¿Todavía no formas parte del **directorio comercial** de **Santa Cruz**?



¡Apúntate ya!

santacruzcomercio.com/anadir-comercio

NATURALMENTE CERCA,
ES **SANTA CRUZ**

OPINIÓN

**MIGUEL BORGES
PAREJO**
HOTEL SALES &
REVENUE MANAGER



no es menos verdad que siento una sana envidia cuando observo la cantidad de empresas del ramo con base en el otro archipiélago español, Baleares, muchas de ellas de capital y propiedad local, que aunque imagino que los motivos serán variados

Me sigue sorprendiendo como estando Canarias en el Top 10 de los destinos turísticos de Europa y otro tanto en el ranking mundial, carezcamos en esta tierra de un número considerable de empresas turísticas digitales de gran volumen y capital canario como si cuentan en Baleares o en Cataluña, y que presten servicios asociados a IT dado el ecosistema y el know-how en procesos que tenemos acumulado tras décadas de batalla en el sector turístico, y digo esto con perdón de las varias empresas canarias del ramo que luchan por mejorar y crecer desde hace tiempo, pero tendríamos que ser más y con más presencia nacional e internacional.

Aunque por supuesto agradezco a todos esos inversores de otros lugares el que hayan visto la oportunidad de establecer negocios en nuestra tierra y que así han hecho su parte para conseguir hacer de Canarias un lugar mejor,

y que se podrá apelar a la mayor lejanía de Canarias con el territorio continental europeo, sinergias creadas con el resto de territorio español mediterráneo u otros tantos, no deja de ser verdad que deberíamos de explotar más nuestro potencial como destino turístico y aprovechar aparte de nuestras condiciones climáticas y geográficas en general, todo el capital de conocimiento que sobre el sector hemos acumulado.

Si la diferencia entre las economías de alto valor, con elevadas rentabilidades y altos salarios es que están basadas en el conocimiento y nuestro punto fuerte es el conocimiento turístico, deberíamos ser capaces de exportarlo más y que aparte de que haya más cadenas hoteleras y empresas de oferta complementaria canarias con implantación en nuestro archipiélago, fuéramos capaces de crear todo un ecosistema empresarial de compañías turístico-tecnológicas de todo tipo que abarcaran motores de reserva, Channel Managers, RMS, CRMs, Rate Shoppers, empresas de formación, Escuelas profesionales y univer-

Canarias TOP 20...mundial

sitarias de Turismo - que ya las tenemos pero que deberían de ocupar los primeros puestos en el Ranking mundial- porque sería una palanca más de crecimiento el contar aquí con una Glion o StPol de renombre internacional, de forma que universitariamente Canarias tuviese una Escuela Universitaria Turística en el Top 20 mundial como ya la tiene Cataluña con esta última que he citado.

Si contamos también con Escuelas Superiores de ingeniería, Clústers de innovación como Turisfera, sumado al conocimiento turístico y posibilidades de inversión, deberíamos ser capaces de superar en volumen y calidad de empresas a las otras regiones del país que son punteras en todo esto que he ido nombrando, máxime cuando la economía digital permite que de forma intangible se presten servicios en remoto y que toda la cadena de valor esté desarrollada en la nube, con lo que la excusa de la lejanía y el transporte para exportar nuestros productos y servicios deja de tener consistencia una vez que la digitalización están tan desarrollada.

Sería un sueño que cualquier reunión de cualquier Clúster turístico contase con la asis-

tencia de muchas herramientas digitales canarias que compitiesen en número y calidad con las del resto del país y que a su vez estas se vendiesen tanto fuera de nuestra tierra como dentro, y repito y afirmo, Canarias es destino y potencia mundial en turismo, pero eso, como destino y por calidad de nuestro servicio y saber hacer, pero deberíamos serlo también como potencia empresarial en el ramo - y no digo que no seamos buenos, que lo somos - lo que digo es que seamos los mejores.

Formación la tenemos y mejoremos en ella porque este es un proceso que dura toda la vida ya que sabemos que es la principal palanca de productividad junto a la tecnología, know-how y experiencia tenemos de sobra, y en el apartado de inversión debería de canalizarse hacia este propósito en gran parte desde los fondos de recuperación que provengan de la UE hacia Canarias, de manera que la colaboración público-privada sea estrecha en este ámbito dado el efecto multiplicador que tiene la creación de empresas digitales en todo el tejido socioeconómico.

Mejorar y mejorar, Canarias TOP 20 mundial.

Navidad
LOS REALEJOS

2023
LA FABRICA DE LOS SUEÑOS


Excma. Ayuntamiento de
LOS REALEJOS


CONSULTA LA PROGRAMACIÓN EN www.losrealejos.es



OPINIÓN

ÓSCAR DÍAZ MÉNDEZ
DIRECTOR DE AGENCIA
PARA OVB ALLFINANZ

 Óscar Díaz Méndez

 oscar.diaz@ovb.es

¿Hacia dónde se dirigen los tipos de interés?

Sin embargo, si estas declaraciones no son suficientes, el BCE podría verse obligado a aumentar aún más los tipos de interés para contrarrestar las expectativas de flexibilización.

Pierre Wunsch, miembro del Consejo de Gobierno del BCE, ha alertado sobre la posibilidad de incrementar los costos de endeudamiento si las apuestas de los inversores en favor de una flexibilización monetaria debilitan la postura política del BCE. Estas declaraciones contrastan con otros miembros del Consejo de Gobierno que han especulado sobre la posibilidad de reducir los tipos de interés en la Eurozona.

Los mercados parecen adoptar una visión optimista, descartando nuevas subidas y anticipando la primera reducción de la tasa de depósito del BCE, actualmente en un 4%, ya en abril. Este optimismo genera preocupación en el BCE, ya que podría conducir a una política monetaria menos restrictiva de lo deseado, aumentando el riesgo de correcciones en la dirección opuesta.

El BCE ha elevado la tasa de depósito al 4%, pero los tipos clave del mercado, como el euríbor, ya están hablando del futuro y anticipando recortes de tipos en la Eurozona.

Esto tiene a todos con los pelos de punta en Frankfurt, porque piensan que la lucha contra la inflación está lejos de terminar.

Robert Holzmann, otro miembro del Consejo de Gobierno del BCE, ha subrayado que el BCE no recortará los tipos de interés en el segundo trimestre de 2024, considerando prematuras las expectativas del mercado. Holzmann ha señalado que el BCE aún podría no haber concluido su campaña de subidas de tipos, dado que las perspectivas de inflación presentan incertidumbres relacionadas con la dinámica salarial y los precios de los alimentos.

En este escenario, el BCE se enfrenta a una división interna entre aquellos que buscan erradicar la inflación a toda costa y quienes abogan por un mayor crecimiento económico, aún a expensas de una inflación persistente.

Los "halcones" arriesgan llevar a la economía a una recesión severa, mientras que las "palomas" corren el peligro de una resurgencia inflacionaria en los próximos trimestres. El BCE, en consecuencia, se encuentra en una encrucijada crucial para equilibrar estas fuerzas opuestas en su búsqueda de una estabilidad económica sostenible.

El Banco Central Europeo (BCE) se está enfrentando nuevamente a un desafío inesperado al tratar de comunicar su política monetaria!

Resulta que los mercados, a través de las decisiones de los inversores, están suavizando las condiciones financieras más allá de lo que al BCE le gustaría. Este juego podría tener consecuencias no deseadas tanto en la economía como en la tasa de inflación, ya que la anticipación de recortes de tipos por parte de los mercados podría disminuir el interés en bonos, euríbor y, en última instancia,

el crédito bancario. Este efecto va en contra de los esfuerzos del BCE por controlar la inflación, manteniéndola por debajo del 2%.

Las apuestas actuales de los inversores sugieren que el BCE reducirá los tipos de interés en 2024, un mensaje que preocupa al banco central debido a su potencial impacto negativo en las expectativas de inflación, el mercado de crédito y los precios medidos por el Índice de Precios al Consumidor (IPC). Algunos miembros del Consejo de Gobiernos, conocidos como "halcones", ya han expresado su preocupación al respecto.

MERRY CHRISTMAS · FROHE WEIHNACHTEN · JOYEUX NOËL



NAVIGIDAD
POR LA
PAZ

FELICES FIESTAS



MÁS INFO
www.adeje.es


Ayuntamiento
de Adeje



David Mille: “El reto pasa por convertir las zonas comerciales canarias en destinos comerciales inteligentes”

ENTREVISTA

DAVID MILLE

DIRECTOR GENERAL DE
COMERCIO Y CONSUMO
DEL GOBIERNO DE CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

David, como Director General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias, ¿qué balance hace de este 2023? ¿En qué situación se encuentra el sector comercial del archipiélago?

La valoración es positiva. Las cifras estadísticas demuestran que Canarias está a la cabeza, junto con Madrid y Baleares, en el índice de ventas del comercio minorista. Esto viene provocado, ineludiblemente, por el gran desarrollo de la actividad turística que está aconteciendo. El comercio es un eslabón más de la cadena turística y, consecuentemente, el balance es muy positivo.

Encabezar a nivel nacional, teniendo en cuenta la renta per cápita existente en Canarias, el índice de ventas durante todo el año 2023 es muy positivo. No cabe duda de que hay otros retos que afrontar pero, como bien he mencionado, ha sido un buen año.

Cabe incidir, por ende, en la colaboración público-privada. Se ha apostado intensamente por la modernización del comercio para adaptarlo al consumidor digital. ¿Qué estrategias se han articulado durante este año en este sentido?

Vamos en la senda correcta en lo vinculado al desarrollo de programas de innovación y de modernización del modelo de negocio del tejido comercial de Canarias. Considero que los programas que se han llevado a cabo en colaboración directa con las asociaciones y, en definitiva, con el tejido empresarial, se desarrollan en el camino correcto.

El reto pasa por convertir las zonas comerciales canarias en destinos comerciales inteligentes, en polos de atracción turística. Por lo comentado, destacamos el programa “Canarias Destino Comercial Inteligente”, cuyas bases fueron publicadas el pasado mes de octubre. Esperamos sacar anticipadamente la convocatoria con cargo a los fondos de 2024. Una convocatoria cuyo objetivo es transformar el modelo de negocio del comercio canario, adaptando el comercio canario a ese nuevo tipo de consumidor al que usted hizo alusión y, sobre todo, transformando las infraestructuras y el entorno. En otras palabras, queremos convertir las zonas comerciales en auténticos destinos de experiencias, tanto on-line como físicas.

¿Están las zonas comerciales, comprometidas en su mayoría por pymes y autónomos, concienciadas de este cambio al que deben abogar?

Está produciéndose un cambio de mentalidad. A día de hoy, los comerciantes saben que el nuevo consumidor, que se mueve en la frontera entre lo físico y lo digital, quiere tomar pocas decisiones y que su experiencia de compra sea igual de satisfactoria, tanto en el ámbito online como físico.

Los comercios tienen en cuenta la necesidad de adaptación a este nuevo formato de consumidor, como de intercambio comercial. Por lo tanto, las necesidades formativas que tiene el sector se están cubriendo satisfactoriamente.

¿Es la formación uno de los ejes transversales que debe tener en cuenta el sector en cada paso que da?

Sí. Es fundamental. Ningún instrumento o programa de digitalización puede salir adelante si no se le aporta a los beneficiarios de estos programas, en este caso a los comerciantes, las competencias necesarias para poder aprovecharlos.

Es necesario que la implantación de cualquier programa innovador lleve aparejada la formación y la correcta adquisición de las competencias digitales por parte del sector empresarial.

Por otra parte, las zonas comerciales abiertas adquieren cada vez mayor peso. ¿Seguirá siendo esta una de las apuestas por parte del Gobierno de Canarias?

Toda la actividad del Gobierno de Canarias para el desarrollo del comercio gira en torno a potenciar y dinamizar los espacios

tradicionales de ventas en Canarias: zonas comerciales abiertas, zonas comerciales en entornos rurales y mercados tradicionales. Este será el eje vertebrador de todas las políticas vinculadas al comercio en Canarias.

Nosotros consideramos que el concepto de zona comercial entendido como espacio en el que se reúne no solo la actividad comercial, sino también el patrimonio histórico, artístico y cultural, así como el ocio, está completamente implantado, tiene éxito entre la ciudadanía y, por tanto, nosotros vamos a seguir desarrollando nuestras políticas en base a él.



Canarias está a la cabeza en el índice de ventas del comercio minorista

Nos adentramos en la campaña navideña. Sin duda, la más importante para el comercio, ¿qué se espera de la misma?

Somos optimistas. No podemos hablar de cifras, porque es muy pronto, pero las previsiones son buenas, hay un índice de confianza bastante alto en el comerciante canario y, en definitiva, las expectativas son positivas porque, insisto, están vinculadas directamente a la actividad turística y en este sentido estamos viviendo una época favorable para el sector mencionado.

Por lo comentado, espero que tras el periodo navideño podamos hablar de cifras positivas.

No queda nada para que concluya 2023, ¿qué objetivos se marca la Dirección de Comercio y Consumo para el próximo año? ¿Cómo se plantea el 2024?

Seguimos manteniendo la incertidumbre, motivada por causas externas, lo cual provoca la imposibilidad de saber cómo va a evolucionar la actividad económica en el año 2024.

En principio, hemos mantenido nuestro presupuesto para 2024 con todas las partidas, es decir, hemos mantenido los ejes de todas nuestras políticas.

Asimismo, el objetivo primordial para el año que viene es el desarrollo del proyecto “Canarias Destino Comercial Inteligente”, financiado con fondos FEDER.



ENTREVISTA

KRYSTEN MARTÍN
CONSEJERA DELEGADA
DE COMERCIO Y APOYO
A LA EMPRESA EN EL
CABILDO DE TENERIFE

Krysten Martín: “La sinergia entre administraciones en las políticas económicas siempre tendrá un efecto positivo en el comercio”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Krysten, usted gestiona la Consejería de Comercio del Cabildo de Tenerife. ¿Qué balance hace de estos primeros meses de gobierno? ¿Qué primeros pasos ha dado dentro de la Consejería mencionada?

Estos primeros meses nos hemos centrado en ponernos en contacto directo con todos los agentes del ámbito económico de Tenerife, con un objetivo doble. Por un lado, tener un diagnóstico certero de cómo está la situación del comercio, trasladado por las personas que día a día abren la persiana de sus negocios, de manera que podamos diseñar una estrategia de mandato, que atienda a las verdaderas necesidades del sector.

Por otro lado, nuestra voluntad es que el Cabildo recupere su espíritu vertebrador y de cohesión para la isla de Tenerife. Y ese papel protagonista solo podemos alcanzarlo si trabajamos de la mano de los ciudadanos. En este caso, de los comerciantes, empresarios y autónomos. Pero me consta que esa es la filosofía de trabajo que están llevando a cabo todas las áreas del Cabildo.

¿En qué situación se encuentra el sector comercial y los trabajadores autónomos?

Las pequeñas y medianas empresas, los autónomos, constituyen más del 90% del tejido productivo, principales generadores de empleo y de riqueza en Tenerife.

Debemos recordar que la crisis del coronavirus supuso un duro revés para todos, especialmente para las pymes.

En la actualidad, y una vez superado ese momento, hemos asistido a una recuperación del sector turístico que lógicamente repercute positivamente en nuestro comercio. A pesar de eso, creemos que es necesario que desde la administración pública se apliquen políticas de apoyo al tejido productivo que mejoren su competitividad.

¿Cómo valora la creación de la Dirección General de Autónomos?

Todas las herramientas que se pongan a disposición de un comercio próspero y de calidad son de vital importancia para el desarrollo económico y la calidad de vida de las personas.



La Dirección General de Autónomos implica más inversión para el ámbito del comercio, así como iniciativas que contribuyen a la competitividad como la cuota cero a las personas que hayan emprendido su actividad económica en 2023

y para los que piensen en hacerlo en 2024.

Desde nuestra óptica, es muy importante que en la administración se refleje, a través de acciones y líneas de trabajo, un compromiso firme con las necesidades de la so-

ciudad en general, y del comercio en particular.

¿Qué partida del presupuesto insular se destina al área de comercio?

El sector económico se lleva un 38% del presupuesto de 2024, cuyo trámite de aprobación iniciamos hace unas semanas, con el objetivo de que estuviera en vigor el primer día del año. Esto significa una apuesta decidida por los sectores productivos de Tenerife, con un incremento significativo de las partidas destinadas al comercio y las empresas. El objetivo es trabajar para crear un entorno propicio que impulse el crecimiento económico y social de nuestra comunidad; fortaleces, en definitiva, la base comercial de Tenerife.

Un aspecto destacado de este presupuesto será la recuperación de la Red Gerencial para Zonas Comerciales Abiertas de Tenerife.

Recientemente, el Cabildo de Tenerife y el Gobierno de Canarias han establecido una estrategia económica común, cuyo objetivo pasa por dinamizar la economía de la Isla. ¿Qué peso tendrá en la misma el sector comercial?

La sinergia entre administraciones en las políticas económicas siempre tendrá un efecto positivo en

el comercio. En este caso, las líneas de trabajo conjunto se centrarán en el desarrollo de los polígonos industriales, la economía circular, los autónomos y la situación energética de la isla. Incidir en estos aspectos nos lleva a mejorar la cantidad y la calidad del empleo en Tenerife, y éste es un aspecto muy importante que solo puede lograrle a través de la dinamización de la economía y de los sectores productivos.



Un aspecto destacado de este presupuesto será la recuperación de la Red Gerencial para Zonas Comerciales Abiertas de Tenerife

Para concluir, ¿cuáles son las líneas de trabajo que manejan para esta campaña de Navidad y Rebajas y de cara al año 2024?

Durante estos meses, hemos tenido la oportunidad de entrar en contacto con los diferentes agentes sociales y económicos de la isla para ponernos a su disposición e impulsar líneas de trabajo colaborativo. También hemos mantenido un diálogo fluido con los ayuntamientos de la isla, con la vocación de que el municipalismo recupere su papel protagonista. En este sentido, Cabildo y ayuntamientos trabajarán de la mano para colaborar en campañas e iniciativas que mejoren la actividad económica de Tenerife.





Jorge Monje: “En estos momentos nuestra atención se centra en el Gran Hotel Taoro”



ENTREVISTA

JORGE MONJE

DIRECTOR DE OPERACIONES DE
MY WAY HOTELS & RESORTS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

My Way se consolida como una colección de hoteles con alma, que va más allá de la experiencia vacacional tradicional. ¿Cómo definiría la oferta que realizan en esta época del año?

Yo soy relativamente nuevo en la empresa, a finales de noviembre se cumplía un año desde mi llegada a la Isla. Una de las cosas que me ha traído y atraído a este proyecto es precisamente su filosofía y, como mencionas, la intención de My Way de consolidar una pequeña colección de hoteles con alma.

Toda nuestra oferta se concentra en Abama Resort, una zona que sigue creciendo a nivel turístico y residencial y con nuevas propuestas de ocio. Abama es un oasis enclavado en el sur de Tenerife.

Además, nos hace especial ilusión la renovación que estamos realizando del Gran Hotel Taoro, el cual será, posiblemente, el proyecto más icónico y emblemático de la Isla por todo lo que representa para la ciudadanía del Puerto de la Cruz.

En el proyecto de My Way Hotels & Resorts prima la intención de desarrollar pocos proyectos, pero de mucha calidad. En adición, con la tradición de más de 50 años que tiene la empresa en Canarias, y particularmente en Tenerife, todos los proyectos en los que la operadora ha estado involucrada han sido, de alguna manera, transformadores y dinamizadores de los destinos en los que se han implementado.

Parece que el invierno va a resultar, de manera especial para Canarias, muy positivo. Los datos constatan que se esperan buenas cifras. ¿Es así?

Sí. Recientemente, he tenido una reunión con nuestro Director de Ventas, quien ha visitado la World Travel Market de Londres y sus comentarios son tremendamente positivos. Los datos son alentadores, en especial por parte del mercado británico, que es fundamental para Tenerife y para nosotros en particular. En nuestro caso, la exclusividad de nuestros proyectos, especialmente en Abama Resort Tenerife que se consolida como un modelo que se aleja del hotelero tradicional, nos hace

especiales. Destacaría Las Terrazas de Abama y Los Jardines de Abama, bajo el paraguas de Abama Hotels, cuyas suites comprenden un tamaño mínimo de 90 m², las hace ideal para viajar con amigos y familiares. Ofrecemos un producto especial, para ese target.

Es por eso que hemos conseguido posicionarnos entre los mejores. La venta directa es excepcional y cada vez son más los touroperadores que se interesan por nosotros quieren promocionar el producto.

Imagino que el segmento del golf está teniendo gran cabida en esta época del año.

Sí. Estamos teniendo un noviembre récord para Abama Golf, que también se debe a un trabajo bien hecho durante años. Nuestro campo de golf visualmente es un espectáculo, que resulta un desafío estimulante para principiantes por su especial orografía.

Como comentaba, este mes de noviembre podemos llegar a batir nuestro récord en la historia de Abama Golf en número de jugadores y, por ende, en ingresos.

Cada vez hay más costumbre de celebrar fuera los días de Nochebuena y Fin de Año. ¿Qué se van a encontrar las personas que elijan pasar estos días en el entorno de My Way Hotels & Resorts?

Tradicionalmente, las fechas de Navidad no solían ser para el mundo hotelero fechas señaladas, exceptuando Fin de Año. Pero este año estamos encantados, porque tenemos una muy alta ocupación y, como hablábamos antes, lo que hace especial nuestro producto en Abama es precisamente la posibilidad de venir a celebrar en familia o con amigas. Además, cuando tienes un entorno y un clima como el de Tenerife Sur la oferta se convierte en espectacular, tanto por la calidad del producto como por su valor.

La cadena está teniendo una implantación espectacular en la isla de Tenerife. ¿Cómo plantean el inicio del año 2024? ¿Con qué objetivos se enfrentan al nuevo año que, a todas luces, está a la vuelta de la esquina?

Tenemos muchos objetivos que pasan por evolucionar nuestro producto. En otras palabras, que Abama Resort siga posicionándose y mejorando. Tenemos proyectos muy ambiciosos en el ámbito de la sostenibilidad y la innovación.

Asimismo, en estos momentos nuestra atención se centra en el Gran Hotel Taoro, que es la ilusión de toda la empresa. Somos muy conscientes de la responsabilidad que tenemos y de las expectativas que debemos cumplir a nivel institucional, social y empresarial. Estamos preparando una presentación para quien esté interesado en conocer nuestro proyecto y nuestra filosofía. Queremos explicar dónde estamos, qué está pasando y hacia dónde va el futuro del Gran Hotel Taoro.



Teodoro Sosa: “Hoy Gáldar despunta a nivel insular y regional”



ENTREVISTA

TEODORO SOSA
ALCALDE DE GÁLDAR

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Lleva desde 2007 como alcalde aunando fuerzas en aras de convertir el municipio de Gáldar en un centro económico donde los servicios públicos estén al alcance de todos, junto con el fomento de la llegada de nuevas empresas que inviertan en la zona. ¿Está satisfecho con lo realizado hasta la fecha?

Si echo la vista atrás, después de 16 años de alcalde, el municipio que hoy es Gáldar en relación a mis comienzos en 2007 ha cambiado mucho. Y no lo digo yo, lo dicen quienes nos visitan y quienes viven aquí, que son el motor principal de mi municipio.

Se acercan a Gáldar muchos turistas, así como inversores que ven en nuestro municipio seguridad y tranquilidad para realizar sus apuestas empresariales. Gáldar ha adquirido una cabecera de comarca a nivel comercial, turístico e industrial, pero sin olvidar sus raíces: patrimonio y casco histórico, yacimientos arqueológicos, nuestro sector primario...

El sector primario es muy importante en Gáldar, por tratarse de un enclave rural. Estamos orgullosos de nuestras raíces, las cuales dan empleo a muchas personas.

Atendiendo a lo comentado, estoy orgulloso del trabajo realizado, pues hoy Gáldar despunta a nivel insular y regional.

Gáldar ha vivido en los últimos años un crecimiento en cuanto a popularidad del municipio. En estas fechas, se ha popularizado gracias a las luces y el decorado navideño. ¿Se va a mantener la tendencia de presentar al municipio como un destino atractivo que visitar en esta campaña?

Todo el mundo espera con ansias estas fechas y en el calendario está la visita a Gáldar. Lo digo porque a cualquier rincón de Gran Canaria al que me acerco siempre me preguntan por el día del encendido. Este año fue el 24 de noviem-

bre y la semana de las flores será a partir del 13 de diciembre.

La conjugación de estos elementos -luces y flores-, nuestro casco histórico, las terrazas al aire libre y el programa cultural que presentamos, hace que los ciudadanos no vengán solo a disfrutar del Belén tradicional o de las Cabalgatas, sino también a vivir una experiencia diferente. Nuestra ciudad se presenta al estilo de los tradicionales mercadillos europeos, replicamos estos mercadillos al estilo canario y nadie duda de que hemos conseguido que Gáldar sea una ciudad navideña de obligada visita.

Históricamente, Gáldar ha sido la zona comercial del norte. ¿Potenciarán jornadas comerciales en las calles del municipio?

En el encendido navideño tuvo lugar una apuesta diferente. Tuvimos el programa de actuación Moda Cálida en el norte de Gran Canaria, gracias al Cabildo de la isla, donde se dieron lugar, no solo firmas propias del municipio, sino también insulares.

Generalmente, siempre hay actividad comercial que se complementa con la apuesta turística, cultural y gastronómica.

El centro comercial de Gáldar es una demanda de los vecinos y vecinas de la zona norte que durante años se han tenido que desplazar en muchas ocasiones hasta la capital de la isla para realizar sus compras. ¿Será una realidad?

Siempre hemos tenido esa esperanza e ilusión. Ya está aprobado, solo falta que los promotores presenten el plan parcial y que puedan ejecutar las fases como en su momento se comprometieron.

También es verdad que no hemos esperado a que el centro comercial se construya en un determinado tiempo. El centro comercial de Gáldar existe y se traduce en la zona comercial al aire libre con la que cuenta.

No obstante, hemos visto que nuevas firmas como McDonalds están ubicándose en el municipio sin esperar la llegada del centro comercial, porque Gáldar es dinámica y activa. Por lo tanto, cuando llegan inversores intentamos facilitarles sus apuestas decididas.

Por lo comentado, he de decir que hemos complementado un casco histórico al aire libre con apuestas decididas de marcas o firmas que han venido y que han querido colocarse cerca del casco municipal.

Apoyamos firmemente a nuestro casco histórico, pero si los promotores ponen en marcha el desarrollo del centro comercial van a tener las facilidades que hemos demostrado históricamente a los empresarios de la zona para que Gáldar siga siendo cabeza de comarca a nivel comercial.

“Hemos conseguido que Gáldar sea una ciudad navideña de obligada visita”



ENTREVISTA

JOSÉ MIGUEL RODRÍGUEZ
ALCALDE DE ADEJE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El sector turístico es el principal motor económico del municipio de Adeje. No obstante, el comercio ligado al turismo adquiere especial relevancia, especialmente si incidimos en la época navideña en la que nos adentramos. ¿Cuáles son las perspectivas que se tienen para esta campaña de Navidad?

La economía lo liga todo y, como es normal, si las perspectivas turísticas para este invierno y para esta Navidad son buenas, también lo son las previsiones del comercio no solo de los zonas y espacios turísticos sino de todo el municipio. Y lo son dos por doble vertiente, tanto por lo que los visitantes y turistas gastan y dejan en nuestro municipio como por el hecho de que si el turismo funciona se crea empleo y eso, a su vez, genera riqueza nivel local y en los negocios tradicionales y de proximidad, donde consume nuestra gente, la ciudadanía que reside aquí.

Uno de los principales retos a los que se ha enfrentado en los últimos años el sector ha sido la transición hacia un modelo digital. ¿Se ha conseguido avanzar en este aspecto? ¿Está el comercio del municipio de Adeje adaptado a las nuevas tecnologías?

Estamos en ese proceso. No solo el comercio, sino todo el municipio, incluido el sector turístico y el propio ayuntamiento. En lo que se refiere a la parte comercial tenemos varios proyectos en marcha tanto en solitario como de la mano de otras organizaciones. Es el caso de la Cámara de Comercio, con quien hemos desarrollado iniciativas como la feria del comercio, ofreciendo herramientas para la modernización y actualización del sector, que han sido bien acogidas. También hemos puesto en marcha las jornadas Adeje Tecnológico y otras iniciativas que buscan fortalecer y acompañar a las empresas del municipio en el proceso hacia el comercio electrónico y el uso de las nuevas TIC en su labor cotidiana. Todas han sido muy bien acogidas y son muchas las empresas que se han unido a ellas.

Llevan varios años apostando por un alumbrado navideño constituido por elemen-

tos eficientes y sostenibles. ¿Será una realidad este hecho en 2023?

Esta transformación es un proceso que en Adeje iniciamos hace algún tiempo. No obstante, nos queda camino por recorrer porque tenemos un municipio extenso y con unas características muy particulares. La sustitución de nuestras luminarias por alumbrado eficiente y de bajo consumo es una realidad en todo el municipio que también afecta a la iluminación navideña, no solo en la calidad sino también en la renovación de los elementos, los horarios de funcionamiento o el uso que se les da.

¿Podría adelantarnos algunas de las actividades que tendrán lugar en el municipio durante la campaña de Navidad?

Sería difícil contar todas las actividades que entran en nuestro programa de Navidad, somos un municipio diverso y con una agenda cultural variada y completa. En ese sentido, les invito a que conozcan nuestro programa navideño y se acerquen a todas esas actividades porque hay para todos los gustos. Además, este año hemos querido que la Navidad tenga un sentido un poco más profundo y proponemos hacer una reflexión ante la delicada situación que vive el planeta, con tantos conflictos bélicos abiertos que nos deben hacer reflexionar sobre el sentido de muchas cosas.

“La sustitución de nuestras luminarias por alumbrado eficiente y de bajo consumo es una realidad en todo el municipio que también afecta a la iluminación navideña”

La Navidad debe ser alegría, fiesta y diversión, pero en Adeje proponemos que sea también amistad, familia, reencuentro y felicidad, queremos que sea una Navidad por la Paz y ese es el lema que hemos elegido para el programa de este año. Visitar nuestros belenes, disfrutar de nuestra Feria de Navidad, de Los Divinos que suelen estar en nuestras calles, espectáculos culturales y musicales o la tradicional Cabalgata de Reyes son solo algunos ejemplos de lo que proponemos en Adeje para una Navidad por la Paz.

José Miguel Rodríguez: “Queremos seguir modernizando Adeje”



¿Y qué proyectos o deseos tiene para el próximo año?

Son muchos, no paramos de trabajar. El principal deseo es que 2024 sea, al fin, el año de la paz y que terminen todos esos conflictos que citamos antes. Pero en lo que corresponde a nuestro trabajo, a lo que está en nuestra mano de forma más directa, queremos

seguir modernizando Adeje. Hace algún tiempo venimos planificando un municipio respetuoso con el entorno, sostenible socialmente y fuerte económicamente para generar economía.

Seguimos empeñados en que el turismo sea la herramienta que de felicidad a nuestra gente en forma de riqueza, empleo y es-

tabilidad y sabemos que hemos avanzado mucho en ese sentido, pero también que aún mucho por mejorar y por recorrer. En esa tarea vamos a estar siempre implicados y trabajando en forma de nuevos proyectos, infraestructuras de todo tipo y tratando de mejorar los servicios que damos a la ciudadanía.



José Juan Cruz: “El tercer Plan de Modernización de Puerto del Carmen, un plan con grandes expectativas”

ENTREVISTA

JOSÉ JUAN CRUZ
ALCALDE DE TÍAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Qué balance hace de este 2023?

Ha sido un año electoral por partida doble. Por lo tanto, estamos con el cierre de un capítulo, la legislatura 2019-2023, y comenzando uno nuevo. Los equipos de nuestro Ayuntamiento ya están constituidos y es primordial planificar y organizar lo que prometimos a la ciudadanía, así como concluir lo que ya estaba comenzado, pues la legislatura pasada fue difícil.

La legislatura pasada estuvo marcada por una desgracia que duró años, pero en esta nueva legislatura que da comienzo, ¿cuál es el foco en el que pondrán el esfuerzo?

Tías se conforma como un municipio turístico conformado por 38.000 camas turísticas. Para este mandato pondremos el foco en terminar lo que ya estaba planificado. Asimismo, queremos que se apruebe el tercer Plan de Modernización Turística de Puerto del Carmen. Trabajamos en él durante el anterior mandato y actualmente se encuentra en manos del Gobierno de Canarias para emitir informe y someterlo a consulta pública para su aprobación. Lo hemos planteado porque somos un destino turístico de más de 50 años. En él tienen lugar 50



iniciativas, la gran mayoría son privadas, y 10 públicas. Un plan que nos va a ayudar a la reconversión de Puerto del Carmen.

Es un plan con grandes expectativas.

Además, asumimos un compromiso de la adaptación del Plan General del municipio de Tías que

data del año 2005, el cual ya ha sido informado favorable. Estas son cuestiones claves y estratégicas para nuestra economía.

Cambiando de tercio, también estamos comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y tenemos el año 2030 a la vista.

Como municipio turístico, aumentar el gasto por turista que viene a Tías es una estrategia a valorar.

Por supuesto. No queremos más camas, pero sí mejorar las que tenemos. Somos un destino que va camino de haber recibido 1 millón de turistas al cierre del año, un des-

tino que cerrará con más de 8 millones de pernотaciones, lo cual ha de llevar consigo una política transversal, que tenga en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Todas las concejalías deben trabajar en red en aras de un mismo objetivo.

¿En qué se basarán los eventos que tengan lugar en Navidad? ¿Qué tipo de Navidad vivirá Tías?

Vamos a tener un encuentro para las familias y vecinos, así como para los turistas que nos visiten. El encendido tuvo lugar el día 1 de diciembre junto con la apertura del Portal de Belén. Tendremos una feria de artesanía, árboles solidarios, diferentes acciones dirigidas a los más pequeños, Cabalgata de Reyes, fiesta de Fin de Año... Todo lo que conlleva la organización de una festividad de estas características.

De todos los retos que se le presentan al municipio de Tías, ¿cuál es el objetivo central?

El objetivo central se basa en el tercer Plan de Modernización de Puerto del Carmen, vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. De igual modo, tendremos muy presente el cumplimiento del Plan de Movilidad destinado a solventar los tramos con mayor afluencia.



Javier Cabrera: “Queremos ayudar a nuestros empresarios dejándoles entrever las necesidades y oportunidades que ofrece el sector”

ENTREVISTA

JAVIER CABRERA
PRESIDENTE
DEL CÍRCULO DE
EMPRESARIOS Y
PROFESIONALES DEL SUR
DE TENERIFE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cuáles han sido las líneas de trabajo promovidas por el Círculo de Empresarios y Profesionales del Sur de Tenerife durante este 2023?

En este 2023 nos hemos centrado en generar negocios hacia los socios, así como en aumentar las relaciones entre los mismos en aras de mejorar sus cifras y ventas.

De cara al exterior, hemos tra-

bajado de la mano de las administraciones públicas en materia de reivindicaciones y de búsqueda de soluciones a problemas que tiene la comarca, sobre todo en lo referente a infraestructuras, donde existe un grave déficit, especialmente en la TF-1.

También hicimos una llamada de atención ante el retraso que está sufriendo la obra del enlace de Chafiras. Una obra cuya ejecución estaba prevista para 30 meses y en el mes de noviembre se ha cumplido el mes 58.

Las peticiones a la autoridad pública no han sido solo cuantitativas, sino también cualitativas. Piden una mejora en la calidad del sur de Tenerife.

El sur de Tenerife, como motor económico de la provincia, precisa de muchísimas inversiones. Inversiones que, además, no se han dado

en proporción al crecimiento y necesidades del destino. Hemos crecido en población más que el resto de la Isla y de la provincia, pero también han crecido las instalaciones vinculadas a nuestra industria turística, que es la que sostiene ahora mismo la economía de Canarias. La industria turística genera los recursos que nos permiten mantener el nivel de vida que tenemos en Canarias. Por ello hay que cuidarla.

¿Cree que los ciudadanos hemos aprendido lo importante que es brindar apoyo a la pequeña y mediana empresa?

Las pymes y mini pymes conforman nuestro tejido empresarial. Además, forman parte, no solo de nuestro tejido empresarial, sino de nuestro tejido social.

Cuando se habla de empresas parece que solo se piensa en las grandes multinacionales. Una empresa es un pequeño comerciante

que atiende y defiende su negocio junto a su familia, a la par que un gran complejo hotelero.

Como bien comentábamos, gran parte de nuestro tejido empresarial está formado, por suerte o por desgracia, por pymes y mini pymes. Digo por suerte o por desgracia, porque esto también implica cierta debilidad por parte de nuestro tejido empresarial.

¿Están las empresas del sur de Tenerife preparadas para competir con los grandes grupos empresariales?

Nuestras empresas, aunque sean pymes y mini pymes, han demostrado que tienen capacidad para competir porque, de hecho, se desenvuelven en una comarca que es potencia turística mundial. Nosotros recibimos un número de turistas equivalente a todo un país.

Cuando te desenvuelves como empresa en un ámbito que es potencia turística mundial debes tener talento, resiliencia y agilidad para afrontar los cambios que nuestra economía sufre.

¿Qué objetivos tiene el Círculo de Empresarios y Profesionales del Sur de Tenerife para el medio plazo?

El Círculo de Empresarios y



Profesionales del Sur de Tenerife quiere poner su esfuerzo en aras de seguir siendo una de las torres de control captadora de negocios para nuestros empresarios. Queremos ayudar a nuestros empresarios dejándoles entrever las necesidades y oportunidades que ofrece el sector para seguir fortaleciendo la economía de nuestra provincia.

Y, por otro lado, aspiramos a seguir siendo un foro de opinión que ayuda a vertebrar nuestra sociedad civil para seguir poniendo sobre la mesa no solo nuestras reivindicaciones, sino las soluciones que desde la óptica del empresariado del sur de la Isla somos capaces de atisbar.





Juan José Viera: “La dinamización de las zonas comerciales estará dirigida a atraer a las familias al completo”



ENTREVISTA

JUAN JOSÉ VIERA
CONCEJAL DE COMERCIO DEL
AYUNTAMIENTO DE PÁJARA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Coméntenos un poco las líneas de trabajo que ha abordado desde el área de comercio del Ayuntamiento de Pájara durante estos últimos meses del año.

Lo primero que se hizo, desde que empezamos la legislatura, fue realizar un estudio por los comercios de la zona comercial abierta, para ver cuales eran las necesidades prioritarias de los comerciantes.

Muchos de los comerciantes hacen hincapié en el tema de la seguridad, limpieza e iluminación de la zona.

Desde la parte de seguridad hemos cerrado un convenio con los grupos de la RS y la Policía Canaria para que acudan a la zona cada 40 días y le den apoyo a la Policía Local y la Guardia Civil de la zona.

En tema de limpieza hemos realizado limpiezas de choque para mantener las zonas comerciales más aseadas.

En cuanto a la dinamización hemos celebrado en Morro Jable, que es la zona donde se concentra casi todos los comercios del municipio, el acto del “October Fest” ya que el 80% de nuestros turistas son de origen germano. Al ser el primer año que se celebra nos faltó un poco más de asistentes, pero no estuvo mal, se vendieron casi 25 barriles de cervezas, así que por lo menos, la intencionalidad de consumo en el pueblo sí que estuvo.

Ahora nos toca la Navidad y junto a varias concejalías, cultura, comercio y energía, hay una apuesta fuerte este año. Contaremos con una zona de atracciones, con una rampa de hielo sintética, un tiiovivo y varios puntos que solo se podrán acceder con los bonos de comercio. Es decir, la persona que consume en un comercio de la zona se le entrega un ticket que le da acceso a este tipo de atracciones.

A partir de ahora, la dinamización de las zonas comerciales, por lo menos este primer año, va a estar dirigida a temas infantiles para intentar atraer a las familias al completo.

También a través de actos como el “October Fest” intentaremos romper con el hándicap de que el turista no sale del hotel y no consume en el negocio local. A través de estos actos intentaremos romper esa dinámica.

Es decir que van a fomentar actividades no solo para el ciudadano de Fuerteventura y más concretamente de Pájara, sino también para el turista que se queda en su municipio de vacaciones.

Sí, exactamente. Ya hemos hecho la primera toma de contacto a través del evento que le comentaba antes –October Fest–.

Hemos adaptado guaguas turísticas gratuitas que conecten los hoteles con la zona comercial abierta. Con ello conseguimos que el turista consuma en nuestro negocio local, ya no solo en la restauración sino también en el comercio en sí.

Otros de los retos a los que se enfrenta el sector comercial como tal es la digitalización ¿están actualizados en este sentido los comercios de Pájara?

Para nada. Sinceramente es un punto en contra que hemos tenido todos estos años, la inexistente digitalización en los comercios del municipio.

Nos hemos puesto en contacto con diferentes empresas para ver cómo podemos abordar este tema, pero por ahora no hay nada cerrado. Estamos trabajando para crear unos puntos con tótems digitales donde se detallará la información de los comercios, inclusive los de restauración.

¿Cómo una especie de Marketplace?

Exactamente. La intención es que las personas solo por ver que hay en ese tótem se acerquen y averigüen lo que hay dentro.

“Si conseguimos que solo el 10% de esos turistas salgan y consuman en nuestros negocios, sería un éxito”

Intentaremos que esté en varios idiomas para que el turista lo tenga más accesible.

E incluso hemos valorado realizar una aplicación móvil donde le podamos dar publicidad, a través de un código QR se pueda descargar toda la información de los comercios del municipio.

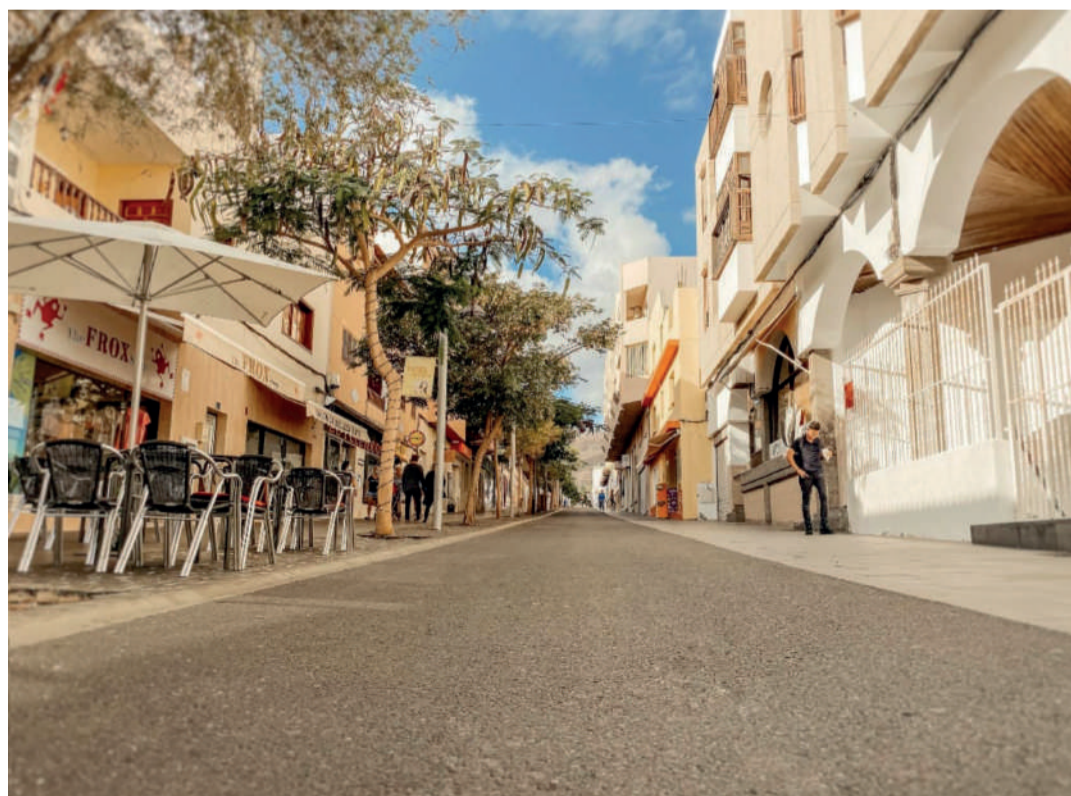
¿Qué objetivos se marca usted como responsable del área de comercio?

Uno de los principales objetivos, como comentaba antes, es romper esa dinámica del que el turista se encierre en el hotel.

En el municipio de Pájara somos unos 21.000 censados más o menos, pero de turistas son unos 40.000. Ósea casi el doble en comparación con la población censada. Si conseguimos que solo el 10% de esos turistas salgan y consuman en nuestros negocios, sería un éxito.

Otro objetivo es ampliar las zonas comerciales. Actualmente solo existe una y es en Morro Jable, pero nos gustaría ampliarla a Costa Calma, a Pájara, a La Lajita, para que todos tengan su propia zona comercial.

De esta manera podemos subscribirnos a más subvenciones del Gobierno de Canarias para poder dinamizar mejor todo el municipio.





Francisco Linares: “El ayuntamiento eliminará la tasa por ocupación de terrazas en la vía pública para ayudar al sector”

ENTREVISTA

FRANCISCO LINARES
ALCALDE DE LA OROTAVA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

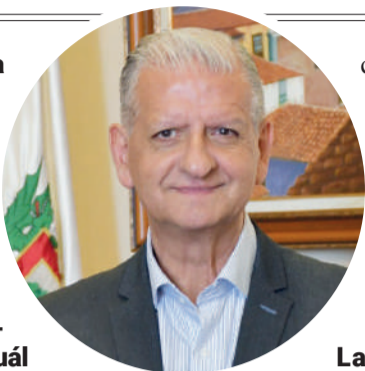
Si incidimos en la programación navideña de La Orotava, ¿con qué novedades se van a encontrar este año los vecinos de su municipio y los visitantes que quieran acercarse?

La Orotava siempre brilla en Navidad y ofrece un amplio, completo e interesante programa de actos lúdico-cultural, artístico y religioso por esta fecha. La agenda incluye en cada edición numerosos actos novedosos que se suman a los tradicionales y ya consolidados que se esperan cada año. La oferta esta dirigida para todos los públicos, grandes y pequeños, para que disfruten en la Villa, con amigos y en familia. Hay muchas novedades como una gran fiesta de fin de año para los más pequeños de la casa.

La existencia en el municipio de grandes superficies favorece las compras de los vecinos en las mismas. ¿Está perjudicando esto al comercio local? ¿Cuál es la línea de trabajo a seguir para promocionar y dinamizar la economía local?

La Orotava siempre se ha caracterizado por ser un municipio ligado al comercio local. Aunque existan grandes superficies, los vecinos y vecinas de la Villa, e incluso los ciudadanos de la zona Norte en general, realizan sus compras en las pequeñas y medianas empresas del municipio, que se han modernizado y adaptado a los tiempos, y ofrecen cercanía, atención personalizada, calidad, buen servicio, proximidad y sostenibilidad.

Desde el Ayuntamiento prestamos un constante apoyo al comercio local, tanto con ayudas y benefi-



cios fiscales, como con la continua dinamización del sector con la organización de eventos y acciones que benefician a las pymes.

Por su parte, La Orotava también cuenta con una gastronomía fantástica. ¿Cómo influye la misma en la oferta navideña?

La amplia oferta cultural y de ocio que ofrece anualmente el municipio de La Orotava ha repercutido en el aumento de negocios de la restauración, por lo que actualmente se cuenta con un importante número de restaurantes, tascas y bares con una atractiva y variada oferta gastronómica, y todo ello repercute en el crecimiento de la economía local. En Navidad, y en cualquier fecha del año, es importante contar con esta oferta de espacios gastronómicos para los vecinos y para las numerosas personas que

nos visitan diariamente. Además, el ayuntamiento eliminará, a partir de enero del próximo año, la tasa por ocupación de terrazas en la vía pública para ayudar al sector.

Las tradiciones siguen siendo de vital importancia para los ciudadanos vileros. Cuéntenos alguna relacionada con la Navidad que todavía se conserve.

En La Orotava mantenemos muchas tradiciones que siguen siendo un éxito en cada edición. Entre otras cabe destacar la Ruta de Belenes organizada por la Asociación Belenista Taoro, y que cuenta con la colaboración del Ayuntamiento de La Orotava. Cada día son cientos de personas las que participan en la ruta, visitando los pesebres que se distribuyen por distintos puntos de la Villa. Esta actividad, una de las más demandadas y todo un referente en el archipiélago, puede realizarse libremente por el ciudadano o también a través de rutas guiadas que se ofrecen para escolares y grupos. Otra actividad tradicional es la Muestra Coral de

Navidad que este año cumple su 40 aniversario. Es de las más antiguas de Tenerife, tiene una trayectoria ejemplar y así ha logrado a pulso convertirse en uno de los principales exponentes de la música coral en Canarias, no solo por las ediciones celebradas y el respaldo del público en cada edición, sino también por la calidad de los coros intervinientes en la misma, grandes coros con numerosos premios nacionales e internacionales.

A parte de la decoración que se desarrolla por parte del Ayuntamiento, ¿se vuelcan los ciudadanos en hacer de La Orotava un municipio entrañable y cálido en estas fechas?

La Orotava en Navidad brilla con una iluminación y ornamentación navideña magistral que convierte a la Villa en un municipio de ensueño. Los vecinos y vecinas contribuyen también con el remozamiento de sus hogares y fachadas, así como los empresarios, participando muchos en el concurso de escaparates que convoca cada año el ayuntamiento.

Una mesa
llena de vida
FELIZ NAVIDAD

HiperDino

Los mejores precios de
Canarias, también en Navidad.
Consulta las ofertas aquí:





Paloma Hernández: “Queremos actualizar el Plan Director de Zonas Comerciales Abiertas de la Isla”

ENTREVISTA

PALOMA HERNÁNDEZ
CONSEJERA DE COMERCIO DEL
CABILDO DE FUERTEVENTURA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Ha sido un año positivo para el comercio de Fuerteventura?

Según nos traslada el sector, concretamente las Asociaciones de Comerciantes, ha sido un año difícil. Muchos comercios han tenido que cerrar, pues es un hecho que la inflación, el aumento de las hipotecas y del nivel de vida en general ha hecho que la ciudadanía disponga de menos capacidad adquisitiva para consumir.

También la ralentización de la llegada de turistas en verano ha afectado, así como los cambios en las tendencias de consumo, donde se ha priorizado el consumo mediante plataformas on-line.

Ha sido un año marcado por la contención.

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

El actual grupo de gobierno lleva pocos meses al frente del Cabildo, pero hemos querido mantener determinadas acciones que se han traducido en un beneficio para la sociedad y el tejido empresarial de Fuerteventura.

En el ámbito comercial, destacaría la campaña de Bonos Consumo, titulada “Yo Compró en Fuerteventura”, la cual se impulsó el año pasado de la mano de la Dirección General de Comercio del Gobierno de Canarias y ha generado un impacto positivo, tanto en los comercios que se acogieron como en la ciudadanía. Consecuentemente, hemos querido mantenerla este año.

De la misma manera, mantenemos las acciones dinamizadoras que constan en los convenios firmados con las asociaciones de comerciantes y con los distintos ayuntamientos.

Con la inflación, que ha encarecido el precio de los productos, es preciso seguir ayudando a las familias y a los comercios con incentivos que facilitan la dinamización del sector. En esta línea, la reactivación del bono comercio, ¿a qué cuantía asciende?

El convenio firmado asciende a 400.000 euros. De ellos, 350.000 euros van a ir dirigidos directamente al sector comercial adherido a los bonos consumo. Por tanto, se duplica la cuantía respecto al año pasado.

Además, cada establecimiento va a poder recibir un máximo de 4.000 euros. Vamos a repartir la cuantía entre los comercios adheridos para que el reparto sea equitativo.

La digitalización es clave en la evolución del sector comercial, ¿en qué situación se encuentran los comercios en este sentido?

Sí. Como bien comenta, la digitalización es clave para el sector. Los comerciantes lo saben, son conscientes de que el consumidor está cambiando su forma de comprar y de acercarse al establecimiento. Por ello, el comercio tiene que primar la atención personalizada y diferenciada, sin dejar atrás la digitalización, incidiendo en un impulso a sus redes sociales y al marketing digital.

También la sostenibilidad es un ámbito al que se debe atender desde el comercio: el autoconsumo, la economía circular, el reciclaje...

Para que todo ello sea una realidad, de cara a 2024 queremos actualizar el Plan Director de Zonas Comerciales Abiertas de la Isla, que es una demanda por parte de los

Ayuntamientos, pues hay dinamismo en el sector, se están creando nuevas zonas comerciales y, por ende, es importante contar con un Plan Director actualizado.

En esta misma línea, hay que hacer un diagnóstico real del tejido comercial de Fuerteventura, pues es importante conocer qué tipo de comercios se están implantando y en qué zonas. A su vez, es interesante impulsar la Mesa Insular del Comercio para reforzar el papel de las Asociaciones de Comerciantes, por ser éstas piezas clave para dinamizar y trasladar las demandas del sector a los distintos representantes públicos insulares.

El trabajo con los Ayuntamientos es crucial.

Sí. En primer lugar, como comentaba, debemos hacer un diagnóstico real del tejido comercial para conocer las nuevas zonas comerciales abiertas de la mano de los Ayuntamientos. De esta manera, podremos comenzar a trabajar con las diferentes entidades municipales en proyectos de embellecimiento, de mobiliario urbano y de asentamiento de las zonas comerciales para que el pequeño comercio se sienta respaldado.

Luego, por su parte, el sector comercial ha de aunar esfuerzos haciendo atractivo su producto y formándose para mantenerse al día de las tendencias y novedades.

Se avocinan tiempos de incertidumbre para la economía en general. ¿Cómo se enfrentan a un 2024 que ya está a las puertas?

Los datos actualmente son buenos. La formación de un nuevo gobierno a nivel nacional está mostrando datos muy positivos, va a haber estabilidad en la economía, se está creando empleo a muy buen ritmo y las previsiones turísticas para Canarias, y concretamente para Fuerteventura, son muy buenas. Este contexto será favorable para el comercio, el cual debe aunar esfuerzos en aras de adaptarse a la nueva realidad del consumidor.



Mª Bianca Cerbán: “Se presenta una Navidad de luz”

ENTREVISTA

Mª BIANCA CERBÁN
CONCEJALA DE COMERCIO DEL
AYUNTAMIENTO DE GRANADILLA
DE ABONA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo se presenta la campaña de Navidad de Granadilla de Abona en aras de acercar a los ciudadanos al comercio local?

Este año la campaña de Navidad se presenta con más ilusión que nunca. Nos hemos puesto de acuerdo para trabajar de la mano del área de Cultura y Fiestas. El trabajo a desarrollar se constituirá en equipo.

Tenemos una línea de actividades que dan comienzo a partir del viernes 1 de diciembre y que se desarrollarán hasta después

de Fin de Año, concluyendo antes del día de Los Reyes Magos.

Se presenta una Navidad de luz.

¿Qué acciones le gustaría destacar?

Además del tradicional encendido navideño organizado por mis compañeros del área de Cultura y Servicios, como cada año, y tendremos música en directo por las diferentes zonas comerciales.

Como novedad, estamos preparando una campaña de Bonos Consumo. Asimismo, a los negocios que lo han solicitado les hemos dado una bola de luz para la decoración de los establecimientos. Con todo ello, realizaremos un vídeo que enmarcará toda la campaña puesta en marcha y que será difundido en los principales canales de televisión, dándole nombre a nuestro municipio y animando a la sociedad a realizar sus compras en las zonas comerciales abiertas de Granadilla de Abona.

El incremento de los costes, en especial de la energía, sigue afectando al margen y a la continuidad del comercio. ¿Qué le transmiten los comerciantes de la zona?

Este incremento de costes se ve traducido, incluso, en las licitaciones del encendido navideño de nuestro Ayuntamiento. Hay que

darle mucha publicidad y ánimo, no solo a los comerciantes, que nos necesitan más que nunca, sino también a nuestros vecinos y vecinas, para que vengan a comprar a nuestras diferentes zonas comerciales. Por ello estamos trabajando en desarrollar acciones dinamizadoras, para poder hacer competencia a las grandes superficies.

Nuestros pequeños y medianos comercios tienen cada vez más difícil competir con los grandes almacenes. Requieren de más ayuda por parte de las diferentes administraciones y en ello trabajamos desde nuestra agencia para atraer a los consumidores. De ahí la campaña de Bono Consumo, la cual atraerá a la población a comprar en el Médano, San Isidro, Los Abrigos y Granadilla casco.

Una campaña que ya se ha puesto en marcha en diversos municipios de la Isla y de la que imagino esperan que sea satisfactoria, tanto para los comerciantes como para los vecinos de la zona.

Exacto. Y no solo para los vecinos de la zona, cualquier persona puede acceder a la compra de estos Bonos Consumo. Esta acción va a suponer una inyección económica directa a nuestra red de comercios.

Los bonos tendrán un coste de 10 euros, pero el gasto que se puede efectuar con los mismos es de 20 euros. Asimismo, tendrán un límite de compra por persona, el cual será expuesto al inicio de la campaña.

Sí es cierto que han tenido lugar campañas de Bono Consumo promovidas desde el propio Cabildo para nuestro municipio, pero esta será la primera vez que se desarrolla desde el Ayuntamiento.



*Durante el año 2024
haremos hincapié en
la formación gratuita*

A modo de conclusión, ¿podría tratar las líneas de trabajo de esta concejalía? ¿Cuáles son vuestras prioridades?

Nuestra prioridad no pasa solo por el fomento del comercio, sino también del sector primario. La idea es desarrollar sinergias entre todas las áreas del Ayuntamiento y que los beneficios se manifiesten directamente en nuestros vecinos y vecinas.

En este sentido, incidimos en líneas de formación, las cuales fueron puestas en marcha hace varios meses. Durante el año 2024 haremos hincapié en la formación gratuita para mejorar el curriculum de nuestros vecinos y aumentar la empleabilidad de los mismos.

LA FELICIDAD VIENE DE FÁBRICA



En unas islas con más desarrollo industrial,
somos más felices.



SI COMPRAS PRODUCTOS ELABORADOS AQUÍ,
INVIERTES EN LA FELICIDAD DE TODOS.



ENTREVISTA

PILAR DELGADO
DIRECTORA GERENTE DEL
CENTRO COMERCIAL EL
MUELLE

Pilar Delgado: “2024 va a representar un año de nuevo comienzo”

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

El Centro Comercial El Muelle se enfrenta a una reforma de su edificio basado en un concepto innovador. ¿Cómo será el futuro de este centro comercial?

Este año lo finalizamos con la noticia de poder llevar a cabo una reforma integral del centro comercial, que tanto hemos trabajado y esperado durante estos dos últimos años y medio.

El objetivo principal es aligerar el edificio y aprovechar el entorno en que nos encontramos, sobre todo las terrazas que disponen de poco acceso o poca visibilidad del mar. Es decir, la idea es desnudar esa gran parte del edificio para poder aprovechar mejor ese entorno inmejorable en el que nos encontramos.

¿Qué imagen quieren dar al potencial cliente tras esta reforma? ¿Cómo quieren posicionarse en su imaginario?

Principalmente lo que queremos es que el cliente vea el centro comercial como un espacio tranquilo donde realizar sus compras y donde puedan pasar su tiempo para disfrutar del alto componente gastronómico que va a ofrecer el centro comercial.

¿Cuándo darán comienzo sus obras?

En estos momentos estamos pendientes de que nos den el visto bueno del proyecto

de ejecución que hemos presentado a la autoridad portuaria.

Una vez dispongamos del visto bueno, en cuestión de dos meses tendremos que comenzar con la realización de las obras. Nosotros creemos que sea en torno a principios del próximo año.

Más allá de esta noticia el Centro Comercial El Muelle, ya está preparado para el desarrollo de la campaña navideña. ¿Es la decoración en la que incide la iluminación una de vuestras prioridades en estas fechas?

El Centro Comercial El Muelle los últimos años siempre ha intentado que su decoración sea amigable y diferente.

Tiene un alto componente artesanal, es decir, cada uno de los elementos que se pueden disfrutar en el centro comercial están principalmente elaborados por el departamento de mantenimiento, junto a una empresa de diseño que trabajamos todos los años y es Universogc.

Queremos que el centro comercial sea un punto donde poder disfrutar de esa magia e ilusión característicos de estos días de Navidad, sobre todo dirigido a los más pequeños de las casas.

¿Pondrán en marcha actividades dinamizadoras para fomentar las compras en el centro comercial?

“Lo que queremos es que el cliente vea el centro comercial como un espacio tranquilo donde realizar sus compras”

Principalmente pondremos en marcha actividades para disfrutar en familia. Son épocas donde los niños tienen más ilusión por estas fechas.

A parte dispondremos de un trenecito en la parte baja del centro comercial.

¿Contemplan nuevas inauguraciones de nuevas marcas próximamente?

Sí, con motivo de esta reforma se han sumado varias marcas, destacar la incorporación de la cadena nacional GUAW, que abre su primera tienda dedicada a las mascotas en nuestro centro, o Koala Bay, especializada en moda mujer y caballero, además de nuevas firmas de ocio y restauración.



¿Qué representará el año 2024 para el Centro Comercial El Muelle?

2024 va a representar un año de nuevo comienzo, con mucha ilusión, fuerza y con las ganas de poder responder a esas expectativas que poco a poco tantos operadores como clientes, después de haber anunciado esta reforma, han podido generar.

Estamos totalmente volcados a que esto se haga una realidad positiva y que sea aceptada gratamente por nuestros clientes.



Yonathan de León: “Queremos relanzar Arrecife como la capital del ocio saludable de Lanzarote”



ENTREVISTA

YONATHAN DE LEÓN
ALCALDE DE ARRECIFE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Yonathan, usted ha accedido recientemente a la alcaldía de Arrecife. ¿Qué es lo primero que ha hecho al tomar posesión del cargo? ¿En qué situación se ha encontrado al municipio capitalino de Lanzarote?

Soy alcalde de Arrecife desde

julio de este año. En estos cinco meses hemos puestos en marcha muchos proyectos para seguir con la modernización del municipio. Ser capital de Lanzarote tiene muchas singularidades y retos. Tengo la suerte de contar con el empuje de un valioso grupo de Gobierno. Mi antecesora en el cargo, Astrid Pérez, puso los cimientos para sacar adelante la ciudad. Yo, que fui parte de su equipo como asesor, colaboré en toda esa planificación. Me ha permitido, desde el minuto uno de este nuevo mandato, seguir con los proyectos de transformación y modernización de nuestra ciudad. Los resultados se palpan por los residentes y los visitantes. Arrecife dará un gran cambio de aquí en adelante.

¿Cuáles son las prioridades de este grupo de gobierno, formado por PP y CC?

Nací en el barrio de Las Salinas. Sé el sentimiento que tienen muchos de los vecinos. Piensan que la ciudad está dividida y no se ha mimado los barrios con la misma intensidad que el centro. Hablamos de obras e inversiones. Mi prioridad son los barrios y cohesionar todo el municipio. Esa es mi hoja de ruta, en la que me acompaña todo el grupo de Gobierno hacia un mismo rumbo. Comparten mi visión de la ciudad y unimos nuestros esfuerzos para que en este nuevo mandato Arrecife se modernice.

En aras de transformar la ciudad en busca de una mayor

sostenibilidad y más espacios de disfrute para los viandantes, han comenzado las obras de la Avenida Fred Olsen. ¿Por qué ha hecho especial hincapié en estas obras? ¿Qué aportarán a la ciudad?

La transformación de un tramo de la Avenida Fred Olsen forma parte del nuevo modelo de ciudad en el que trabajamos. Queremos relanzar Arrecife como la capital del ocio saludable de Lanzarote. Este verano, cuando concluyan las obras, todos los vecinos, y visitantes, disfrutaremos de un espacio público, junto al mar, de primer nivel en transformación de la imagen urbana. Primará el peatón, los espacios libres y accesibles, sin coches, con árboles. Todo junto a una de las playas urbanas más bonitas en las capitales de las Islas Canarias. Esa obra se une a la transformación de la calle Manolo Millares, Canalejas, y Parque Temático, que saldrán a licitación en este 2024. En esta zona proyectamos el futuro Palacio de Congresos y Centro Cultural. Arrecife, en una extensión de casi dos kilómetros, entre el Parque Temático y el Charco de San Ginés, por todo el frente marítimo, dará un gran avance en su imagen urbana. Los proyectos están en marcha.

Por otra parte, ha dejado constancia de la importancia que le brindarán a los barrios. ¿Qué acciones pondrán en marcha en materia de accesibilidad e infraestructuras?

Como dije en el mismo momento que accedía a la alcaldía, los barrios serán mi prioridad. Las primeras obras están en marcha, nuevos equipamientos deportivos en los barrios de Las Salinas, San Francisco Javier, Titerroy y Altavista. A todas estas mejoras, se unirán las renovaciones urbanas de los barrios. En enero arrancan las obras de transformación integral del barrio de Tinasoria, y se reabrirá el Pabellón Deportivo de Argana, que llevaba más de 10 años cerrado. Tengo la responsabilidad directa de la Concejalía de Obras Públicas. Estamos creando la Unidad Transformadora de Barrios. Durante este nuevo año 2024 veremos culminados muchos avances, y licitemos muchas más obras. En Arrecife hay actualmente en marcha obra pública con más de 50 millones de euros de inversión. Nunca antes se había invertido tanto en tan poco tiempo.

Junto al Cabildo han unido fuerzas en aras de sacar adelante el proyecto del Palacio de Congresos, el cual será una realidad para Arrecife.

“Con la colaboración de las Administraciones lograremos que Arrecife cuente con el Palacio de Congresos”

Se ha cedido el suelo, y se pondrá en marcha. Mi partido político, el PP, ha estado impulsando que el suelo y el proyecto sea una realidad. Con la colaboración de las Administraciones lograremos que Arrecife cuente con ese Palacio de Congresos. No se entiende que siendo la tercera capital de Canarias no pudiéramos tener un edificio para la cultura y el turismo.

Asimismo, el consistorio capitalino ha de hacer frente a la indemnización millonaria por los dos colegios de Altavista y campo de fútbol. ¿Cuál va a ser su posición al respecto?

Como alcalde siempre velaré por la defensa del interés público. En la isla es conocido por la ciudadanía, y por los medios de Comunicación, como se hacían las cosas en el pasado. Arrecife ha protagonizado la historia millonaria de las expropiaciones en Lanzarote, algunas de ellas con intereses más altos porque los responsables del PSOE, cuando gobernaron en la alcaldía, no respondían a las reclamaciones de los tribunales. Yo acataré los fallos judiciales y seré resolutivo. No podemos seguir lastrando el futuro del Ayuntamiento porque no adopten medidas a tiempo.

Para concluir, en líneas generales, ¿cómo le gustaría ver posicionado al municipio de Arrecife en los próximos años? ¿Cuál es su objetivo?

Quiero que los ciudadanos sientan orgullo de vivir en Arrecife, independientemente de la calle donde residan. Porque será señal que hemos logrado cohesionar la capital con obras de modernización que benefician a todos los barrios. Deseo que Arrecife se transforme en una ciudad para el futuro.

Nos llevará un tiempo, pero estamos ya dando los pasos. Cada día recibo mensajes de los vecinos donde sienten alegría al ver los avances de la ciudad. Como les digo, cuando hablo con ellos, Arrecife está en obras. Y seguiremos estos cuatro años con muchas más.



ENTREVISTA

ALEJANDRO SANTOS
DIRECTOR REGIONAL
DE CANARIAS.
GRUPO IBEROSTAR

Alejandro Santos: “En Iberostar entendemos la sostenibilidad como motor de nuestro negocio”

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Uno de vuestros alojamientos, el Iberostar Playa Gaviotas Park de Fuerteventura fue elegido como el mejor hotel todo incluido de España. ¿Cómo describiría, en general, la oferta alojativa que realizan en Canarias?

Todos nuestros alojamientos en Iberostar tienen algo en común: están diseñados y preparados para ofrecer experiencias de calidad y un servicio excelente a todos nuestros clientes. La calidad es parte de quiénes somos y de cómo entendemos el negocio, y es el motor que nos mueve.

Cada uno de nuestros hoteles tiene una personalidad única que combina con la esencia del destino. En concreto el Iberostar Playa Gaviotas Park de Fuerteventura está pensado para disfrutar en familia y, al mismo tiempo, cuenta también con servicios para adultos. Esta combinación y equilibrio entre familia y adultos, es lo que hace que este hotel haya sido elegido como uno de los mejores todo incluido. Contamos con un equipo excelente, que mimará cada detalle y que es capaz de personalizar el servicio al máximo.

Además de Iberostar Playa Gaviotas Park, en las Islas Canarias contamos con un total de 11 hoteles repartidos entre Tenerife (7), Fuerteventura (3) y Lanzarote (1). Somos referente en el todo incluido, ya que además de este, varios de nuestros hoteles en Canarias, como Iberostar Selection Anthelia en Tenerife, Iberostar Selection Lanzarote Park o Iberostar Fuerteventura Palace, han sido también reconocidos como Mejor Todo Incluido de España. Aunque cada uno de estos hoteles tiene su propia esencia, todos muestran el amor al mar que se respira en Iberostar Hotels & Resorts.

Iberostar ha sufrido la falta de personal cualificado y es por ello que ha implementado una estrategia basada en formar a empleados en Canarias para paliar este reto al que se enfrenta el sector. ¿Está dando sus frutos?

En Iberostar formamos y capacitamos a todos nuestros empleados para que contribuyan a transformar el modelo de turismo que estamos impulsando y así poder seguir ofreciendo el mejor servicio a nuestros clientes. Además, también creemos que las empresas debemos apostar por talento nuevo y apoyar a



las personas en su incorporación al mercado laboral a través de la formación, y así acercarlas a las necesidades reales de cada sector. Creemos en la formación como herramienta de mejora, para fomentar competencias y habilidades clave para nuestro sector a través del desarrollo de talento joven y al mismo tiempo poder cubrir las necesidades de personal cualificado en nuestros hoteles. A nivel local, este año hemos puesto en marcha la primera FP Dual del sector turístico en Canarias junto a la Escuela de Hostelería y Turismo Hecansa del Gobierno de Canarias, para activar y potenciar profesionales formados que cubran la gran variedad de oportunidades del sector turístico que existe en las islas. Este programa está dirigido a tres Ciclos Formativos de Grado Superior (CFGS): Gestión de Alojamientos Turísticos, Guest Service con restauración y Dirección de Cocina en los que se combinará la formación teórica en el centro y las prácticas a partir del próximo mes de enero en los distintos hoteles Iberostar de Tenerife. Estamos muy orgullosos del objetivo de este programa, ya que aparte de ser una carrera de aprendizaje constante para los alumnos, es el principio de su vida laboral pues podrán seguir su formación con un contrato de trabajo en otros de nuestros alojamientos en España o incluso en otros mercados.

La sostenibilidad y el respeto al medio que nos rodea son dos grandes ejes que sostiene la cadena. ¿En qué objetivos concretos se traducen estas líneas de actuación?

En Iberostar entendemos la sostenibilidad como motor de nuestro negocio de manera transversal y situamos la economía circular



en el centro de nuestra estrategia. Contamos con una Agenda 2030 propia en la que se han fijado unos objetivos muy ambiciosos, entre ellos: ser libres de residuos en 2025, alcanzar la neutralidad en emisiones de carbono para 2030, 20 años antes de lo acordado por el sector de forma global; ser 100% responsables en la cadena de suministro de productos del mar para 2025, y mejorar la salud de los ecosistemas que rodean en nuestros hoteles. A día de hoy, en Canarias, ya garantizamos la procedencia responsable de estos productos en un 93% contando por ejemplo con la certificación MSC/ASC en el Restaurante Papa Negra, ubicado en el Iberostar Heritage Grand Mencey de Tenerife. Todos estos objetivos tienen gran influencia en las operaciones de Iberostar, que los integra en el día a día de su operativa a través de acciones como el departamento 3R de los hoteles o la instalación de Inteligencia Artificial en las cocinas. Gracias a este último, Grupo Iberostar logró evitar el desperdicio de 213 toneladas de comida, lo que equivale a 533 mil comidas y

916 toneladas de CO2 como por ejemplo con la participación del Iberostar Bouganville Playa, también en Tenerife, en el proyecto de Comunidades Turísticas Circulares para promover la elaboración de compost a partir de los biorresiduos crudos, liderado por Ashotel para seguir promoviendo la reducción del desperdicio alimentario favoreciendo la economía circular en las islas. Otro ejemplo de que la estrategia de sostenibilidad de Iberostar apuesta también por Canarias es la evaluación de especies vegetales y elaboración de los inventarios que hemos llevado a cabo en los jardines de nuestros hoteles en Tenerife junto a la Universidad de La Laguna, para potenciar el uso de flora autóctona en consonancia con las características bioclimáticas del territorio. Además como prueba de todo ello y que vamos por el buen camino, nos enorgullece poder decir que todos nuestros hoteles en las Islas Canarias, cuentan con la certificación de sostenibilidad EarthCheck.

¿Se alza la época navideña como fecha clave para los hoteles Iberostar en Canarias? ¿Qué previsión de ocupación manejan?

Las navidades, al ser temporada alta en Canarias, son una de nuestras fechas clave, pues es precisamente en esta época cuando aumenta la demanda y la ocupación en todos nuestros hoteles, por lo que se convierten en uno de los momentos más importantes del año ya que nuestros clientes vienen a pasar unas vacaciones inolvidables en estas fechas tan señaladas.

Contando con esto, la previsión de ocupación para estas fechas es muy optimista ya que ahora mismo prevemos unos niveles de ocupa-

ción mucho más altos a los que obtuvimos el año pasado en estas mismas fechas. A día de hoy, sigue aumentando la demanda para estas fechas e incluso se mantiene en los primeros meses del año por lo que nuestra expectativa es aumentar la ocupación durante las fiestas.

¿Se impregnan vuestros alojamientos de un espíritu navideño? ¿Cuentan con programación para los más pequeños? ¿Y para los adultos?

En Iberostar vivimos la Navidad con especial ilusión, tanto es así que empezamos a preparar el programa de las fiestas, la decoración y los espectáculos prácticamente con un año de antelación. Contamos con un gran equipo de decoradores que dan rienda suelta a su creatividad y dan vida a cada rincón con temáticas diferentes en cada hotel. Nos encargamos de que cada año la decoración y la temática sea diferente ya que así nos aseguramos de que los clientes repetidores que nos visitan cada año tengan una experiencia nueva de un año para otro.

En cuanto a la programación de navidad, contamos con un amplio y variado programa para los más pequeños, pero también para adultos, donde incluimos numerosas actividades que van desde primera hora de la mañana y se prolongan durante todo el día.

Los más pequeños pueden disfrutar de un programa de entretenimiento educativo en nuestro Star Camp. Además, podrán perfeccionar técnicas culinarias con nuestro programa de Master Chef Christmas Edition, elaborar un plan de escape en nuestro Escape Room “The Gringe”, e incluso disfrutar de un auténtico mercadillo navideño donde recibirán la visita de Papá Noel y sus ayudantes los elfos.

Para los adultos, contamos con numerosos espectáculos diseñados exclusivamente para estas fechas que tendrán lugar tanto en las piscinas como en las salas de espectáculos, así como un amplio programa de actividades deportivas Fit & Fun para los más deportistas y muchas más sorpresas para toda la familia.

Si alzamos la mirada, 2024 está a la vuelta. ¿Qué objetivos se marca la cadena hotelera para entonces?

En los últimos años estamos viendo muy buena respuesta por parte de nuestros clientes ya que hemos superado nuestros objetivos. La demanda ha sido mucho mayor de la esperada por lo que con esto esperamos que cada vez sean más los clientes que repiten en nuestros hoteles, pero también atraer a nuevos clientes para que puedan disfrutar y vivir la experiencia de Iberostar. Por eso, el objetivo que podemos marcarnos es seguir aumentando esta demanda manteniendo el nivel de excelencia que nos caracteriza ofreciendo una experiencia única, personalizada y de calidad a todos los que nos visitan.



“Nuestras prioridades están enfocadas en mejorar la experiencia del cliente”

ENTREVISTA

BEGOÑA DORTA
GERENTE DEL CENTRO
COMERCIAL NIVARIA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Nivaria Center se ha convertido en todo un referente de los centros comerciales de la capital tinerfeña. ¿Qué tienen preparado para estas épocas navideñas?

Como cada año Nivaria Center contará con nuestra tercera edición del Belén Solidario en la plaza central del Centro Comercial, este año los fondos recaudados serán donados íntegramente a beneficio de la Fundación AMATE por su

gran labor social. Nuestros usuarios podrán visitarlo en nuestro horario habitual hasta el próximo 05/01/2024, además contaremos con diversos talleres para toda la familia, diferentes eventos y las visitas de Papa Noel y Los Reyes Magos, podrán conocer toda la programación completa en nuestras RRSS y página Web.

Estamos a las puertas de la campaña de Navidad, en la que los comerciantes ponen muchas esperanzas. ¿Servirá esta campaña para cerrar el año sin números rojos? ¿Atisban buenas cifras?

En Canarias se augura una buena Campaña de Navidad, además hay que tener en cuenta que en esta campaña se concentra entre el 20% y el 30 % de las ventas anuales de los comerciantes consiguiendo que al cierre de sus ventas anuales estas sean positivas. No obstante, hay que tener en cuenta que tras los recientes acontecimientos vividos, los cuales han repercutido negativamente en la economía de nuestros hogares, es muy probable que la inflación afecte sobre todo en la partida de alimentación repercutiendo en la cesta de la compra y las cenas de empresa de cara a la Campaña de Navidad.

Hay una controversia con lo que se refiere a la libertad de horario. A su parecer ¿Cuál sería la solución a este problema que es ya antiguo y que cada año vuelve a ser noticia?

Actualmente tenemos una controversia en cuanto a los horarios de apertura de cara a los domingos en Santa Cruz de Tenerife, dado que los centros comerciales siempre están más concurridos los fines de semana, personalmente consideramos que la apertura de los domingos supondría una magnífica oportunidad de negocio para los establecimientos comerciales ya que tanto los cruceristas y turistas que visitan nuestra capital tendrían más opciones de compras, se generarían más puestos de empleo y también las familias podrían aprovechar para hacer sus compras tranquilamente y disfrutar de las experiencias que ofrecemos a nuestros clientes.

¿Cómo ha evolucionado la oferta comercial del CC en estos años?

La evolución de la oferta comercial para Nivaria Center en los últimos años ha sido muy positiva, hemos mejorado nuestro mix de productos incorporando nuevas tiendas de electrónica, informática, deportes, moda, mascotas y supermercado ya que hemos visto como la zona de Cabo Llanos se ha ido desarrollado en las últimas décadas como el espacio comercial y cultural más importante de la capital. Además, Nivaria Center está ubicado justo encima de las dos principales redes de transpor-

te público de la zona metropolitana como son el Intercambiador de guaguas y el tranvía, además cuenta con una gran cantidad de plazas de aparcamiento en la zona, facilitando las compras a nuestros principales consumidores.

¿Y la gastronómica?

Actualmente contamos con una oferta gastronómica muy variada en Nivaria Center, que va desde la cocina Oriental a la Internacional, además tenemos una magnífica Cafetería reconocida en la Plaza Central, donde todos nuestros visitantes pueden disfrutar de un buen café en un entorno inmejorable.

“La evolución de la oferta comercial para Nivaria Center en los últimos años ha sido muy positiva, hemos mejorado nuestro mix de productos incorporando nuevas tiendas de electrónica, informática, deportes, moda, mascotas y supermercado”

Me gustaría conocer hacia dónde se enfoca la estrategia del centro comercial y cuáles son vuestras prioridades. ¿Qué proyectos tienen por desarrollar en un futuro cercano?

Nuestras prioridades están enfocadas actualmente en mejorar la experiencia del cliente, muchas de nuestras áreas comerciales están enfocadas no solo a las compras, sino también a eventos, actividades culturales y gastronómicas para que nuestros visitantes puedan vivir nuevas experiencias mientras hacen sus compras. Por último, pero no menos importante sabemos que existe una tendencia creciente hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social, por lo que hemos adoptado medidas para reducir el impacto ambiental en algunas de nuestras áreas comerciales promoviendo prácticas más sostenibles.



ENTREVISTA

JOSÉ LUIS GARCÍA PRIETO
DIRECTOR DEL HOTEL
JARDÍN TECINA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El Hotel Jardín Tecina es un referente en la isla La Gomera. En él la combinación única de naturaleza, deporte, relax y ocio es sostenible y respetuosa con la isla. ¿Qué balance hace de estos últimos meses del año?

Estos últimos meses, después de un verano que ha sido muy caluroso, están siendo positivos.

No podemos olvidar la temporalidad del destino. Julio y agosto son meses con una afluencia de turistas alta; septiembre y octubre son meses un poco flojos y a partir de ahí empieza la temporada de invierno con el consiguiente aumento de clientes extranjeros que se traslada hasta la época de Semana Santa con una buena ocupación.

¿Qué importancia tiene el golf para un hotel como Jardín Tecina?

José Luis García: “La naturaleza en la que nos ubicamos nos hace diferentes”



Para nosotros es muy importante. El cliente golfista es un cliente al que le gusta practicar este deporte en campos de golf con una determinada calidad, son clientes que en sus países en esta época no pueden ejercer dicho deporte y buscan un lugar con buenas

temperaturas y donde le puedan proporcionar un servicio adaptado a sus demandas.

¿Cómo son las instalaciones para el golf en el complejo Jardín Tecina?

El complejo cuenta con un campo de golf de 18 hoyos

con unas vistas espectaculares. Además, tenemos una casa Club. En definitiva, ofrecemos todo lo que el corazón del golfista anhela.

¿Son muchos los clientes que cada año visitan el hotel para jugar al golf?

Los clientes que nos visitan cada año van en aumento. Antes teníamos un cliente repetidor de un 45%, del cual el golfista representaba entre un 5-8%.

Este año las cifras han aumentado y los clientes golfistas se ubican en torno a un 12% del cliente repetidor.

Como no podría ser de otra manera, querría preguntarle por las fechas que acontecen. ¿Cuentan con un programa navideño?

Sí. La Nochebuena la celebramos el día 25, debido a que el hotel cuenta con un gran número de clientes extranjeros.

Este día hay un menú especial y el restaurante se decora especialmente. Lo mismo pasa en Fin

de Año, fecha en la que celebramos una cena especial y tomamos las 12 uvas de la suerte.

¿Cómo se adentran en el 2024?

Hasta la fecha, los indicios dejan constancia de que vamos a tener una buena temporada. Ya contamos con bastantes reservas para el próximo año.

Una seña que identifica al Hotel Jardín Tecina es su apuesta por los productos locales. Para ello, cuentan con una Ecofinca en la que cultivan de manera ecológica y sostenible.

El proyecto de la Ecofinca comprende múltiples variedades de frutas y verduras. Todo lo que producimos lo consumimos dentro del hotel.

En definitiva, ¿qué hace especial a este alojamiento?

La naturaleza en la que nos ubicamos nos hace diferentes. Es un lugar mágico, muy tranquilo y quien nos visita viene a descansar o a realizar deporte.





ENTREVISTA

SANDRA IZQUIERDO
ALCALDESA DEL AYUNTAMIENTO
DE TACORONTE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo ha abordado estos primeros meses de mandato? ¿Qué valoración hace de los mismos?

Durante estos primeros meses nos hemos centrado, principalmente, en mejorar las bases del Ayuntamiento como acordamos en el acuerdo de Gobierno las tres formaciones al mando -PSOE, CC y PP-. En este sentido, hemos incidido en mejorar la organización y trabajar en los procesos de estabilización, así como ofrecer un mejor servicio que se traduce en eficiencia hacia la ciudadanía.

Por ello, en estos seis meses hemos negociado el convenio colectivo de personal laboral, retomamos el convenio colectivo del personal funcionario, estamos trabajando en la relación de puestos de trabajo y en los procesos de estabilización del personal.

Como mejora a la atención ciudadana estamos inmersos en la migración del tramitador de expedientes, mejoras de la página web, contratos de telefonía, implantación de los TPV...

Otra de las áreas que se ha potenciado es la comunicación. Tenemos un gabinete de prensa, del cual carecía este Ayuntamiento. Asimismo, hemos mejorado y aumentado la información de la actividad municipal. Queremos cercanía con la ciudadanía y en esta línea seguiremos trabajando.

Sandra, usted se alza como la primera alcaldesa del municipio de Tacoronte. Un hito del que, imagino, se siente muy orgullosa.

Sí, por supuesto. Anteriormente, los altos cargos eran ocupados por hombres. Ya no es así.

Actualmente, somos muchas las mujeres que ocupamos puestos de relevancia y poder. Tacoronte tiene la posibilidad de visibilizar a una mujer como alcaldesa. Lo que siempre digo es que yo no sea la última. Las mujeres tenemos mucho que aportar, tenemos que ser valientes y dar un paso al frente, pues con nuestros hechos demostramos nuestra valía.

¿Cómo valora su llegada a la alcaldía? ¿Cuáles son los retos a los que se enfrenta el municipio?

Tenemos que mejorar Tacoronte y para ello es vital cumplir con el acuerdo firmado por las tres formaciones políticas.

Estamos trabajando con mucha ilusión, queremos forjar un ayuntamiento dotado y organizado, una mejora en la agilidad administrativa, una atención cercana al ciudadano, aprobar cada año unos presupuestos municipales que permitan desarrollar las políticas acordadas y, por supuesto, ayudar a los colectivos vecinales. Para nosotros es importante escuchar y salir a la calle, pues el vecino tiene la voz cantante y atenderemos a sus demandas.

Tan importante es ir de la mano de los vecinos, como del tejido empresarial del municipio, ¿han podido entablar reuniones en este sentido?



Sandra Izquierdo: “Daremos a los comerciantes las herramientas con las que cuenta el Ayuntamiento para que puedan seguir desarrollándose”



En Tacoronte contamos con una asociación empresarial y la concejalía responsable ha mantenido múltiples reuniones con los empresarios y empresarias de la localidad. Yo, por mi parte, he mantenido una reunión

con ellos en el Salón de Plenos y vamos de la mano. Es muy importante contar con la visión empresarial para gestionar campañas de dinamización de cara a aumentar el consumo en los negocios.

Actualmente, en la campaña de Navidad el comercio tendrá mucho que ver en la ilusión que despierta esta época en las familias, en especial en los niños y niñas. Por ello, hemos trabajado en una extensa y variada programación navideña compuesta por actividades que tendrán lugar a lo largo de todo el mes y que concluirá con la tradicional Cabalgata de Reyes.

Una dinamización comercial que en Navidad se hace más importante que nunca, pero que también ha de trasladarse al resto del año. ¿Cuáles van a ser las líneas de trabajo a desarrollar para fomentar las compras en el comercio local del municipio de cara a 2024?

Tenemos claro que debemos ir de la mano de los comerciantes y por ello es muy importante mantener reuniones, pues son ellos los que tienen la visión de lo que necesitan. Daremos a los comerciantes las herramientas con las que cuenta el Ayuntamiento para que puedan seguir desarrollándose.

A la par, tenemos que desarrollar nuevas estrategias que ayuden a la mejora de la productividad y visibilidad de sus negocios.



Verónica González: “Queremos dinamizar y potenciar el comercio tomando decisiones cabales y bien estudiadas”



ENTREVISTA

VERÓNICA GONZÁLEZ
CONCEJALA DE CULTURA,
TURISMO, COMERCIO E ICODTESA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo se articula la campaña navideña desde el Ayuntamiento de Icod de los Vinos? ¿Qué líneas tienen en consideración?

Sabemos que la campaña de Navidad es una de las más importantes para el tejido comercial, por lo que hemos elaborado un programa con bastante dinamización, servicio de empaquetado gratuito, variedad en actividades infantiles y actuaciones musicales para todos los gustos.

¿Cuál es el objetivo de la actual campaña navideña?

Como siempre dinamizar el comercio, local, activar a las personas de la comarca a que visiten Icod y proponerles una zona comercial abierta extensa y que llega a todos lo necesario para estas fechas. Icod se viste de Navidad, como todos los municipios, y

ofrecemos una campaña cercana y cálida, en la que ofrecer además de propuestas comerciales actividad de ocio.

¿Cuáles serán las actividades más novedosas este año?

Como novedad tenemos un proyecto de escaparates para que nuestra zona comercial abierta respire el mismo aire y gire en torno a una temática, el empaquetado gratuito y un sorteo que este año será algo diferente, puesto que se trata de un pasaporte navideño que los clientes tendrán que ir completando con sus compras.

También tenemos alguna sorpresa más que no podemos desvelar pero que nos ilusiona bastante.

El comercio debe ser el eje transversal de todas las actuaciones puestas en marcha. ¿Cómo acercarán a la población a la zona comercial abierta del municipio?

Luchamos contra las circunstancias que ya conocemos, los grandes centros comerciales, sin embargo intentamos destacar las ventajas y atractivos de la zona comercial abierta, a través de los medios de comunicación locales, redes sociales para llegar a

la población. Además, propondremos actividades en la zona comercial para atraer a diferentes segmentos de la población, y para ello contamos con la complicidad del sector, lo cual nos ayuda mucho a fortalecer el sentido de comunidad.

Venir a Icod en Navidad debe ser una experiencia única, sus calles, pasear, tomar algo, visitar el parque del Drago...

¿Prevén que se efectuará una campaña comercial positiva? Pues la inflación ha derivado en una contención del gasto por parte del ciudadano local.

Siempre, pese a todo lo que suceda, en estas fechas el consumo avanza. Los consumidores pueden sentirse más acuciados pero al fin y al cabo participarán en la medida de lo posible.

Por ello pedimos y proponemos a la ciudadanía comprar en negocios locales, apostando por cuestiones como los productos de proximidad, artesanía, gastronomía local y regalos con encanto, que son los que ofrece el pequeño comercio frente a la globalización de las grandes superficies.

Más allá de la época navideña, ¿qué actuaciones tendrán relevancia a largo plazo para dinamizar y potenciar el comercio local de Icod de los Vinos?

Este grupo de Gobierno es nuevo, empezamos una andadura y hay que hacerlo con cautela y asegurando bien los pasos.

Queremos dinamizar y potenciar el comercio tomando decisiones cabales y bien estudiadas y no llevándonos por grandes campañas huecas, llenas de ruido pero que luego se traduzcan solo en letras en carteles.

MERCADOS NAVIDEÑOS

PLAYA DE LAS CANTERAS

- Del 16 de diciembre al 5 de enero
- De lunes a jueves de 10.00 h. a 21.00 h.
- Viernes y sábados de 10.00 h. a 22.30 h.
- Domingo 25 y 31 de 10.00 h. a 18.00 h.
- Días de cierre. 25 de diciembre y 1 de enero
- Plaza Saulo Torón y zona de La Cicer
- Colabora: Asociación de Empresarios Puerto Canteras y Asociación de Empresarios de Santa Catalina

VENTA AMBULANTE

ARTESANÍA DE NAVIDAD DE MESA Y LÓPEZ

- Del 20 al 24 de diciembre y del 2 al 5 de enero
- Ramblas de Mesa y López

NOCHE DE REYES

- Del 3 al 6 de enero
- Plaza de Stagno

MESA Y LÓPEZ

XMAST MARKET

- 4 al 9 de diciembre
- Ramblas de Mesa y López

HOTEL SANTA CATALINA

LE GOOD MARKET SANTA CATALINA

- 15, 16 y 17 diciembre
- Parque Doramas, jardines delanteros del Santa Catalina a Royal Hideaway Hotel

HORARIO MARKET

- 15 de diciembre de 11.00 h. a 22.00 h.
- 16 y 17 de diciembre de 10.00 h. a 22.00 h.

PARQUE SANTA CATALINA

CITY MARKET SANTA CATALINA

- I EDICIÓN CITY MARKET. 2 de diciembre
- II EDICIÓN CITY MARKET. 16 de diciembre
- III EDICIÓN CITY MARKET. 23 de diciembre
- TIEMPO DE NAVIDAD. 30 de diciembre
- de 10.00 h. a 20.00 h.
- C/ Luis Morote (desde Parque Santa Catalina hasta c/ Tomás Miller)
- Organiza: Asociación de Empresarios de Santa Catalina

TRIANA

ALUMBRADO DE NAVIDAD

- Viernes 24 de noviembre
- Calle Triana, junto a la espiral
- Organiza: Asociación de Empresarios Zona Triana

DOMINGO ABIERTO, ESPECIAL NAVIDAD

- Domingo 3 de diciembre
- Calle Triana
- Organiza: Asociación de Empresarios Zona Triana

RECOGIDA DE ALIMENTOS SOLIDARIA

- Del 18 al 22 de diciembre
- De 17.00 h. a 19.30 h.
- Calle Mayor de Triana, a la altura del nº59, a favor del banco de alimentos y con talleres infantiles
- Organiza: Instituto Municipal de Empleo y Formación- PFAE REBUMBIO

PUERTO CANTERAS

PUERTO CANTERAS SE ILUMINA

- Talleres infantiles y actuación musical
- Sábado 16 de diciembre
- a partir 18.00 h.
- Plaza Saulo Torón
- Organiza: Asociación de Empresarios Puerto Canteras

SIETE PALMAS

VIVE LA CALLE EN EN EL BULEVAR SIETE PALMAS

Talleres para toda la familia y espectáculos

- Viernes 1, 15 y 22 de diciembre
- Rambla central de Siete Palmas (Avda. Pintor Felo Monzón)
- Organiza: Asociación de Empresarios Bulevar Siete Palmas

GUANARTEME

NAVIDAD EN LA PLAZA DEL PILAR

Taller infantil y Paje Real

- Viernes 29 de diciembre
- Plaza del Pilar - Guanarteme
- Organiza: Asociación de Empresarios El Pilar Farray (Guanarteme)

MERCADO DEL PUERTO

ACTIVIDADES POR NAVIDAD

- TITERES
- Sábados 9, 16, 23 y 30 de diciembre
- De 12.00 h. a 13.00 h.
- CONCIERTO BIENVENIDA LA NAVIDAD
- Sábado 16 de diciembre
- Con DJ desde las 17.30 h. y concierto de LOS COQUILLOS a las 17.30 h.
- JUEVES EN EL MERCADO
- Jueves 7, 14, 21 y 28
- Dj de 20.00 h. a 23.00 h.
- DOMINGOS EN EL MERCADO
- Domingos 3, 10 y 17. Música en directo
- Organiza: Mercado del Puerto

• Zonas comerciales abiertas. Concejalía de Desarrollo Local, Solidaridad, Turismo y Ciudad de Mar •



ENTREVISTA

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

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

José María, ¿cuál cree usted que es el mayor reto al que se enfrenta el sector?

Con diferencia, la Lotería Nacional ha perdido ventas ante el auge de los sorteos de cifras millonarias, aún a sabiendas de que estos sorteos tienen una probabilidad mucho más pequeña de que toquen.

Solo la tradición de la Navidad es la que mantiene viva al décimo de toda la vida.

Nos encontramos en un momento complicado para los negocios y también para los loteros. ¿Cómo ve a su Administración en el medio y largo plazo? ¿Es optimista?

La gran mayoría de los comercios y negocios se han visto afectados de un modo u otro por las crisis acontecidas en los últimos tiempos, muchos de ellos con una gran caída en sus ventas. Por suerte, el sector del juego, y en concreto el de Loterías del Estado, se suele recuperar bastante rápido de las crisis en comparación con otros sectores.

A mi pensar, este sector tiene un futuro interesante siempre y cuando pase por la senda de la digitalización. Hace 70 años la lotería se vendía de un modo, hace 20 años de otro totalmente distinto y en un futuro próximo será a través de canales digitales. Como sucedió en otras épocas, la forma de comercializar lotería cambiará. La forma de



José María González de Chaves: “El Sauzal empieza a atisbar movimiento en sus calles”

vender que hemos tenido en los últimos años se irá consumiendo poco a poco y solo los que sean capaces de adaptarse a los nuevos tiempos saldrán reforzados.

Como bien comenta, el mundo digital avanza a pasos agigantados ¿Cuentan con alguna opción de venta online en vuestra Administración?

La administración El Gato Negro fue pionera en su digitalización y cabe citar que los resultados procedentes de 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. No obstante, la venta en ventanilla sigue siendo

nuestro fuerte, ya que estamos abiertos los 7 días de la semana.

¿Cómo augura el futuro de las administraciones de lotería?

Lo más importante para que nuestras administraciones sigan prosperando es hacer llegar a las nuevas generaciones esa ilusión que lleva el décimo de lotería cuando lo tienes en la cartera. Te-

nemos que intentar que los jóvenes sigan soñando con ese décimo. El grave problema es que cada vez se ven menos jóvenes que compran Euro-millón o este grupo de sorteos.

¿Por qué cree que la gente mantiene la confianza en las Administraciones de Lotería?

Nuestra mejor baza es que vendemos un juego público. Además, tenemos la suerte de poder dedicarnos a una profesión que consiste en hacer feliz a la gente. Mediáticamente, sobre todo en los sorteos de Navidad y el Niño, las Administraciones de Loterías acaparamos todo el protagonismo, y la consecuencia de esto es que la gente nos percibe como un aliado de la sociedad, con todo lo que ello supone.

**KAR
BON**
COCINA DE MERCADO

Explorando nuestra esencia más primitiva y nuestros orígenes, surge el concepto de Kar Bon, llevando la cocina a la brasa a un nivel inigualable.

En Kar Bon, celebramos la autenticidad de la cocina a la brasa y la dis-

tinción de cada sabor que exploramos. Es un tributo a la valentía del ser y a la pasión por la excelencia en cada detalle. En este rincón de autenticidad culinaria, invitamos a todos a ser parte de una experiencia que desafía lo convencional y perdura en el corazón de quienes nos visitan.

Cada plato se confecciona con una pasión ardiente, realzando los sabores naturales y la esencia auténtica de los ingredientes. Nos enorgullece desafiar las convenciones culinarias, creando una experiencia gastronómica verdaderamente única que se basa en producto fresco y local.

**C. Roques del Salmor, 7, 38679
Costa Adeje, Santa Cruz de Tenerife
Teléfono: 822070032**

HORARIO
De lunes a domingo de 13.00 a 16:00 y de 19:00 a 22:30.



ABAMA
LUXURY RESIDENCES
TENERIFE

*Su casa en el mejor
complejo de golf de Europa*



Venta de apartamentos de 1, 2 y 3 dormitorios y villas de lujo

+34 922 126 011 | www.abamahotelresort.com | info@abamaluxuryresidences.com



Pablo Rodríguez: “El comercio local brinda calidad y variedad en cuanto a los productos que se ofertan”

ENTREVISTA

PABLO RODRÍGUEZ
ALCALDE DE FRONTERA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo vive el municipio de La Frontera la época navideña?

La Frontera vive la Navidad conservando sus tradiciones. Sobre todo, con una gran esperanza por llenar de vida y de color las calles del municipio y manteniendo viva la ilusión, especialmente en los más pequeños del pueblo con diferentes actividades que se van a desarrollar en el municipio.

¿Qué tradiciones estaríamos hablando? ¿Cuáles son las tradiciones que tienen lugar en La Frontera?

Tradiciones como por ejemplo pueden ser los diferentes conciertos de villancicos que realizan las agrupaciones musicales de la isla.

En la Nochebuena, en familia y alrededor de la Parroquia de Nuestra Señora de Candelaria, se celebra una Misa del Gallo muy particular, donde participan los tradicionales bailarines del Valle de El Golfo.

A la hora del nacimiento del niño Jesús se da lugar un tiro, el cual lo realiza el jefe de la

Policía Local y es en este momento cuando aparecen en escena los bailarines y se descubre el portal de Belén, el cual ha sido diseñado e instalado por los miembros de la comunidad parroquial.

Como bien comentaba, los más pequeños tendrán un lugar fundamental dentro de esta campaña navideña ¿No?

Sí, tendrán un lugar fundamental. Durante todas las Navidades se desarrollarán actividades tanto por las mañanas como por las tardes de dinamización, de espectáculos infantiles, de cine familiar y el broche de oro que es la Cabalgata de Reyes, en la que este año esperamos recuperar el esplendor de ese día con la participación de las asociaciones del municipio y con el brillo que hay que darle a un evento tan particular y característico.

Por otra parte, ¿que nos puede decir acerca de la dinamización económica y comercial en el municipio?

La parte comercial tiene un papel destacado durante las fechas navideñas como no puede ser de otra manera.

Este año hemos renovado parte del alumbrado navideño para poder incorporar tecnología led y así ser más eficientes y más respetuosos con el medio ambiente.

También seremos más respetuosos con el cielo nocturno ya que no podemos olvidar que La Frontera muy recientemente ha obtenido el certificado Starlight. Es por ello que la celebración de la inauguración del encendido navideño se denominará “La noche de las estrellas”.

La parte comercial es fundamental, la idea es que se dinamice el negocio con los comercios en la calle que se prolongará durante todas las fiestas navideñas y donde esperamos recibir no solo a nuestro vecinos y vecinas del municipio sino también a



“Los objetivos que nos marcamos desde el Ayuntamiento de La Frontera es sobre todo generar ilusión y producir que la recuperación económica tras la pandemia sea una realidad”

quienes nos visitan por vacaciones y a los habitantes del resto de la isla. Las personas podrán aprovechar las diferentes actividades de dinamización y podrán acercarse a la variedad del comercio que ofrece el municipio, todo ello, enriquecido y aderezado con el clima fabuloso del que gozamos en La Frontera los 365 días del año.

Imaginamos que en los tiempos que corren es de vital importancia dinamizar estas zonas comerciales para que la población no se dirija hacia las islas capitales a realizar sus compras, sino que puedan hacerlo en la propia isla ¿No?

Es fundamental. El comercio local brinda calidad y variedad en cuanto a los productos que se ofertan y además da cercanía y genera economía circular. También es un comercio más respetuoso con el medio ambiente porque al final estamos consumiendo lo que en parte generamos en nuestra isla.

Sobre todo, estamos hablando de esos puestos de artesanía. Lo que se elabora con la materia prima de la isla se comercializa en la propia isla y es un comercio que genera que nuestros recursos económicos se queden dentro de ella –la isla- y genere economía entre las diferentes familias.

¿Qué objetivos se marca para esta campaña navideña?

Los objetivos que nos marcamos desde el Ayuntamiento de La Frontera es sobre todo generar ilusión y producir que la recuperación económica tras la pandemia sea una realidad.

Están todos invitados no solamente a comprar en nuestro municipio sino también a disfrutar de las actividades que vamos a realizar.



Pedro Quevedo: “Convertiremos a Las Canteras en un espacio donde se disfrute de la Navidad intensamente”



ENTREVISTA

PEDRO QUEVEDO ITURBE
CONCEJAL DE TURISMO,
CIUDAD DE MAR,
DESARROLLO LOCAL
Y SOLIDARIDAD LOCAL
AYUNTAMIENTO DE
LAS PALMAS DE GRAN
CANARIA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Estamos a finales de año y es buen momento para hacer balance de lo que ha supuesto este año para el comercio en Las Palmas de Gran Canaria.

La memoria humana tiene la magnífica cualidad de olvidarse rápido de las cosas malas, pero la realidad es que la pandemia aconteció hace bien poco, la cual supuso un gran daño, sobre todo, a una estructura comercial como la nuestra, conformada por pequeñas y medianas empresas ubicadas en zonas comerciales abiertas.

Este fue un acontecimiento con unas consecuencias tremendas, donde toda la ciudadanía se comportó con una dignidad extraordinaria y en un tiempo récord, pues han pasado 3 años desde entonces, ha habido una recuperación extraordinaria de la actividad, específicamente de la actividad comer-



cial, que es la que en mayor medida ha prosperado.

Esto se refleja en los informes de empleo. Cuando analizamos cuáles son los nichos de empleo predominantes, uno de ellos es el sector comercial, que es determi-

nante en un municipio como el nuestro y en una ciudad como lo es Las Palmas de Gran Canaria.

Por ende, estamos satisfechos con este aumento exponencial de la actividad y de la recuperación que ha tenido lugar.

Muchos comerciantes ven estas fechas navideñas como la solución para aumentar su cuenta de resultados anual. ¿Qué se espera de la campaña navideña?

La campaña en la que se produjo una especie de eclosión del consumo fue en la anterior, pues las familias se sometieron a un incremento del ahorro por obligación, teniendo en cuenta el confinamiento. Consecuentemente, las familias contaban con más dinero disponible y la situación en las navidades pasadas fue puntual.

Actualmente, estamos en un momento de incremento de los precios generalizado, lo cual va a suponer que la población module los gastos en unas fechas como la Navidad. Dentro de esta limitación, la sensación es optimista. Revisando los datos de paro registrado, comunicados por el concejal del área hace escasos días, estamos resistiendo mejor que nadie por lo que, si hay resiliencia del empleo, hay buenas expectativas.

Nuestra sensación es de que habrá un gasto contenido, pero con una actividad relevante.

¿Qué programas ha puesto en marcha el área de comercio para favorecer las compras navideñas en establecimientos locales?

Nosotros tenemos una relación intensa con cada una de las siete zonas comerciales abiertas de la ciudad. En estas fechas es muy importante que haya un cierto orden, porque sino deterioraríamos seriamente el entorno comercial, lo cual repercutiría negativamente en las compras.

Por tanto, hemos aumentado la calidad de las campañas, de las estructuras y de la oferta definitiva de las zonas comerciales abiertas. En este sentido, hay varias cuestiones a tener en cuenta. Una muy tradicional es el mercado de castañas y golosinas, que durante muchos años se llevó a cabo en unas infraestructuras francamente mejorables. En la actualidad, este mercadillo ha mejorado muchísimo, cuenta con 26 puestos instalados en lugares estratégicos de la capital, comercializando productos tradicionales de estas fechas. Ya forman parte de nuestro paisaje, solo que esta vez con estructuras de calidad y un carácter homogéneo, lo cual mejora las posibilidades de venta de los comerciantes.

Por otra parte, en entornos muy

significativos como la zona de Mesa y López nos han propuesto la posibilidad de instalar Food Trucks específicos para estas fechas. A la par, habrá una cabaña de artículos navideños y dos puestos de venta de roscones de Navidad.

En la Plaza de Santa Ana tendremos el Mercadillo de Artesanía del 5 al 17 de diciembre. Vital para este sector.

El Mercadillo de Artesanía también tendrá lugar en Mesa y López entre el 20 y el 24 de diciembre, y del 2 al 5 de enero. Y el Mercadillo de la noche de Reyes contará con 60 carpas y se ubicará en la Plaza de Stagno, del 3 al 6 de enero.

Estas acciones son apreciadas por la ciudadanía. Además, embellecen la celebración de las fiestas y constituyen una oportunidad para que las pymes y los artesanos tengan la oportunidad de optar a una recaudación especial para compensar el esfuerzo realizado durante todo el año.

Todas estas acciones van asociadas a otras muchas actividades en las que tendrán lugar novedades importantes, principalmente en el Paseo de Las Canteras. Convertiremos a Las Canteras en un espacio donde se disfrute de la Navidad intensamente.

No cabe olvidar que son fechas en las que el consumo responsable es más importante que nunca y debe estar en la mente de las familias para evitar tener problemas económicos serios que, en muchas ocasiones, se prolongan durante todo el año. La Organización Municipal de Información al Consumidor vuelve a hacer público un conjunto de consejos a tener en cuenta en las compras, que son de utilidad para orientar a la ciudadanía en fechas de gastos especiales.

En cuanto a la iluminación, ¿qué decisiones han tomado ahora que nos debatimos entre favorecer a los comerciantes y ahorrar en luz?

En lo que a la iluminación se refiere, cabe comentar que el sistema LED ha venido a resolver muchos de los grandes problemas del consumo energético.

Esta decisión depende de otras áreas, pero sí tengo constancia de que la sostenibilidad está presidiendo todos los ejes de trabajo. De forma que el consumo resultante será muy inferior al que se obtenía con iluminaciones tradicionales.

La Navidad también es una época solidaria. ¿Qué iniciativas se han puesto en marcha en este sentido?

A nosotros nos parece que este es un momento en el que se debe ayudar a los sectores más débiles, sin perjudicar a la oferta más amplia de tipo comercial. Por ejemplo: la artesanía; muchos artesanos salen adelante gracias a la solidaridad de los demás, que consumen en este tipo de puestos en lugar de en otras superficies más consolidadas.



Natalia Díaz: “El comercio en Los Realejos goza de buena salud”



ENTREVISTA

NATALIA DÍAZ
CONCEJALA DE COMERCIO
DEL AYUNTAMIENTO DE
LOS REALEJOS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Los Realejos se conforma como un municipio donde apuestan por el comercio local y ello se traduce en todas las actividades que realizan durante todo el año, actividades dinamizadas que apuestan por el comercio, ¿qué puede decir al respecto?

Lo cierto es que estamos bastante pendientes del comercio, intentamos estar en el día a día con ellos, recoger sus sugerencias sobre todas las inquietudes que tienen al respecto. Desde el ayuntamiento contamos con el “Cheque al emprendedor y al local cero”. Con ello, lo que intentamos conseguir es ayudarles a emprender, apoyándolos en los trámites que necesitan para sacar sus negocios adelante y que todo les sea un poco más fácil.

El “Cheque al emprendedor y local cero” son dos iniciativas llevadas a cabo por la Agencia de Desarrollo Local. La primera es una ayuda económica con cuantías que van desde los 3.700€ a las 2.500€ y el “Cheque local cero” cubre los seis meses del alquiler del local.

Así mismo tienen una iniciativa bastante bonita denominada “Comercios con Corazón”.

Es el logo que nosotros estamos empleando. Corazón es el que aporta cada uno de los empresarios y dueños de los establecimientos, por lo tanto, nosotros queremos seguir potenciando ese pequeño comercio, minorista o autónomo que se deja la piel para que todo funcione, ponen muchas horas y mucho empeño. Queremos así poder diferenciar el pequeño comercio con las grandes superficies, donde encontrarás personas que te aconsejarán, asesorarán y te van a guiar personalmente en las compras que queremos realizar.

Además, dentro de esta iniciativa de “Compra con corazón” incide en el comercio digital a través de una plataforma, ¿verdad?

Sí, exacto. Hemos intentado digitalizar la mayoría de los comercios.

Se han realizado varias campañas para que, aquellos comercios que no lo hayan hecho aún, se actualicen. Una de ellas es el “Remárcate” donde se busca la modernización de la marca a través de carteles con logos más actualizados. Con ello lo que se intenta conseguir es que el municipio cuente con una zona comercial abierta un poquito más moderna.

También disponemos de la dinamización del Marketplace. Consiste en un servicio de reparto de mercancía. Desde que un cliente consuma a través de la página web dicho reparto llega de manera gratuita a toda la isla. Con ello lo que conseguimos es ayudar al comercio a que llegue a todos sus potenciales consumidores sin necesidad de emplear ese dinero para su envío.

Así mismo por otra parte, no cabe duda de que nos adentramos en la época más importante para el sector comercial, llega la Navidad y con ella me imagino que desde el Ayuntamiento de Los Realejos ponen a disposición de los ciudadanos múltiples actividades de dinamización económica.

Es así. Arrancamos el pasado 23 de noviembre con el alumbrado de los diferentes barrios.

A partir de esa fecha, promovido por la Agencia de Desarrollo Local y otras áreas del ayuntamiento, existen una serie de actividades dinamizadoras para promocionar la parte comercial, con actuaciones en vivo en las calles de la zona comercial abierta y con diferentes actividades para que las personas se sientan más emocionadas para salir a la calle y realizar sus compras en la zona.

Debemos incidir en que los comercios de Los Realejos ya se pueden adherir a la nueva edición de los bonos consumo.

Exacto. El pasado 16 de noviembre se abrieron los plazos para las inscripciones de los nuevos establecimientos a este bono consumo.

Al ser una edición nueva, volvemos a retomar desde cero las inscripciones para que todos los comercios partan desde la misma línea de salida. Se podrán inscribir hasta final del mes de diciembre.

A partir del 28 de noviembre están a la venta los “Bonos con corazón” para que los consumidores puedan adquirirlos.

¿Qué acogida ha tenido esta iniciativa en ediciones anteriores?

La verdad es que muy buena. El año pasado lanzamos esta campaña en el mes de noviembre, coincidía con el Black Friday. Esta edición la hemos retrasado un poco para que los comercios tengan la oportunidad de vender doblemente tanto en el Black Friday como en esta nueva campaña.

“Corazón es el que aporta cada uno de los empresarios y dueños de los establecimientos”

Si alzamos la mirada hacia el 2024, ¿cuáles van a ser las líneas de trabajo a desarrollar por el área de comercio del Ayuntamiento de Los Realejos?

Prácticamente vamos a seguir con la misma línea que hemos trabajado hasta ahora.

Seguiremos con las ferias de dinamización como la Feria de oportunidades, la Noche Mágica y otras como el Show Market, que ha sido modificado su formato con antelación en el Fashion Show del Toscal Longuera.

Por lo tanto, lo que intentamos es realizar diferentes actividades en cada una de las zonas comerciales abiertas que disponemos en el municipio.

Y, por supuesto, contaremos con la campaña de Navidad, con esa dinamización que encontraremos por todas esas zonas comerciales en conjunto con el área de cultura y de fiesta.

A parte durante todo el año mantendremos las campañas del Día de San Valentín, el Día del Padre, el Día de la Madre, etc.

En general podemos afirmar que el comercio del municipio de Los Realejos goza de muy buena salud y que existe una colaboración público-privada latente.

Sí, esperamos que siga así. Son pocos los comercios que lamentablemente han tenido que cerrar sus puertas, pero muchos otros están interesados en abrir y creemos que la salud de los comercios de Los Realejos reside ahí.

Existe mucha diversidad de comercio y el no salir del municipio para adquirir cualquier producto para nosotros es importante.



ENTREVISTA

RAMÓN PÉREZ
DIRECTOR GENERAL DE
ALCAMPO LA LAGUNA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Qué expectativas tienen en Alcampo La Laguna para esta campaña de Navidad?

Somos optimistas, la campaña de Navidad va a ser buena. Además, contamos con una ventaja y es que tenemos las semanas completas para hacer compras, el calendario nos acompaña.

Aún así, el crecimiento de compra respecto al pasado año será positivo pero contenido, con resultados muy similares. En este marco, estimamos un incremento respecto al pasado año de un 5% aproximadamente.

Cabe indicar que ofrecemos soluciones de compra para nuestros clientes, desde un punto de vista amplio en el entorno de los precios, del producto y de las propias soluciones de compra.

Respecto al precio, por un lado, mantenemos y reforzamos nuestra política de ser los más baratos y, por otro, contamos con potentes promociones. Respecto a productos, tenemos un surtido rico y, además, ofrecemos productos alternativos que van a ganar protagonismo y son más baratos. Y como no podía ser de otra manera, apostamos con fuerza por nuestra marca propia ofreciendo una gama amplia que va desde Gourmet a primer precio. El desafío de nuestro primer precio es su calidad, el desafío de nuestra máxima calidad es su precio. Y desde el punto de vista de ganar tiempo y disfrutar, no podemos dejar de hablar de productos con un cocinado fácil o directamente cocinados, destacando los que son a la carta gracias a nuestro servicio de platos preparados.

Se alza como la campaña más esperada por el sector comercial, ¿cuál es el promedio de visitas que recibe diariamente el centro comercial durante la misma?

Sí. Es una campaña muy esperada. De hecho, supone un 20% de nuestra cifra. Asimismo, el promedio de visitantes es de 10.000 personas.

¿Perciben un detrimento en el número de clientes ante la apuesta que están realizando las administraciones por las zonas comerciales abiertas?

En nuestro caso, no notamos un detrimento. Consideramos que todas las opciones comerciales conviven en armonía.

¿Cuál es el peso de las diferentes secciones del centro comercial en esta campaña navideña?

Lógicamente, hay productos muy típicos de esta época que tienen gran acogida: juguetes y regalos, decoración y, como no podía ser de otra manera, los productos de alimentación, desde los dulces a carnes, pescados, entrantes, mariscos...

Incidiendo en estos últimos, quiero poner el foco en los platos preparados, pues son una fantástica solución. En nuestros hipermercados contamos con una oferta de 65 platos navideños que, además, pueden ser

Ramón Pérez: “Nuestros centros son espacios de experiencias, donde vivir una compra diferente y con los cinco sentidos”



encargados por el potencial cliente. Comprar la comida ya elaborada es un alivio para muchas personas. El año pasado tuvo una gran aceptación muy bien y entendemos que este año tendrá una mejor repercusión, con crecimientos superiores a un 10%.

¿Qué papel desempeña la renovación y la innovación constante del espacio comercial?

Nuestros centros son espacios de experiencias, donde vivir una compra diferente y con los cinco sentidos, donde encontrar todo

lo que buscamos y disfrutar. La innovación y la renovación va encaminada en gran parte a este objetivo.

¿Están los comercios transformando su modelo de negocio, incidiendo en el ámbito digital?

Es una opción más, llevamos muchos años dando soluciones en digital, ofreciendo un servicio de compra on line para recoger cómo, cuándo y dónde uno quiera. Además, contamos con puntos de recogida en el sur de la isla, donde los ciudadanos pueden acceder

a toda la oferta de Alcampo, y en la isla de la Gomera, algo que sin duda ayuda a los habitantes gomeros.

Cambiando de tercio, ¿serán los más pequeños el eje central de las actividades desarrolladas?

¡Siempre! En este marco, incidiendo en los más pequeños en el centro, hay que hablar de la oferta de juguetes, así como aquellos que necesitan apoyo. En el primero de los casos destacar que, siempre con el compromiso de ofrecer los precios más baratos, ofrecemos un surtido de 1.950 juguetes para todos los gustos y para todos los bolsillos, contando con una gama de juguetes entre 20€ y 40€. Nuestra marca propia One Two Fun cuenta con más de 500 referencias en campaña de Navidad.

“Comprar platos ya elaborados supone un alivio para muchas personas”

En el segundo de los casos, quiero recalcar que hemos creado y puesto en nuestros lineales un peluche que es un ejemplo de sostenibilidad global: Julio, un castor que lo tiene todo. Está fabricado con material reciclado y, además, donaremos 2 euros por cada una de las 12.000 unidades vendidas, es decir, un total estimado de 24.000 euros para la Fundación Cris contra el cáncer.

Además, en nuestros centros, hasta el 20 de diciembre, celebramos la campaña de recogida de juguetes “Ningún Niño Sin Juguete”, que llevamos celebrando desde hace nada más y nada menos que 19 años. En las 18 campañas puestas en marcha hemos conseguido recaudar más de 1,1 millones de unidades.

A partir de 2020 decidimos recoger solo juguetes nuevos y, desde entonces, hemos recogido 34.000 juguetes nuevos, listos para entregar a los más pequeños que viven en situación de vulnerabilidad. Concretamente, el año pasado conseguimos 11.700 juguetes.



ENTREVISTA

RAÚL AFONSO
ALCALDE DE MOYA

Raúl Afonso: “De la mano del sector comercial debemos aunar esfuerzos para hacer crecer a la Villa de Moya”

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Raúl, ¿por qué se caracteriza la Navidad en Moya? ¿Cuál es vuestro elemento distintivo?

Desde hace varios años, en Moya realizamos el encendido del alumbrado navideño de una manera especial, participando en él los distintos estamentos culturales y deportivos del municipio.

Todos los años intentamos agregar un elemento distintivo e innovador para atraer no solo a los moyenses, sino a toda la ciudadanía de la Isla de Gran Canaria. Nuestro encendido es nuestro mayor elemento distintivo, sus luces cambian de color y de forma, pues la instalación comprende multitud de lámparas LED que, a través de un programa informático, se pueden modificar creando diferentes dibujos y acciones. Es un encendido muy visitado.

A la par, proyectamos en la Iglesia un vídeo mapping con temática navideña vinculado con el municipio.

Asimismo, como no puede ser de otra manera, durante toda la campaña realizamos multitud de actividades dirigidas a todas las edades.

Acciones que, de una manera u otra, vienen a dinamizar la actividad económica del municipio, ¿verdad?

Por supuesto. Durante todo el año realizamos acciones que se preparan con esa in-



tención, pero en esta época hacemos especial hincapié en aras de contribuir al dinamismo del municipio para que los negocios de restauración, comercio y ocio puedan salir beneficiados de estas festividades.

¿Cómo se preparan los comercios de Moya para estas fechas tan señaladas?

Con anterioridad a estas fechas, mantenemos reuniones con los comerciantes para informarles de las actividades que tendrán lugar. De esta manera, pueden preparar sus comercios ante la llegada de las mismas.

Nosotros, principalmente en el día del encendido, que es el día más multitudina-

rio, ponemos en marcha un acto que lleva por nombre “Cocineros de Gran Canaria”, donde reforzamos con siete u ocho cocineros la elaboración de aproximadamente 3.000 tapas para que la ciudadanía pueda disfrutar de nuestra gastronomía. A la par, es un refuerzo a los locales de restauración, quienes no tienen capacidad para atender a tal cantidad de personas que nos visitan.



Todos los años intentamos agregar un elemento distintivo e innovador para atraer a toda la ciudadanía de la Isla de Gran Canaria

¿Esperan que el retorno para el municipio se eleve respecto al año anterior?

Esperamos que así sea. Ya ha pasado por completo la pandemia y atisbamos una mayor actividad económica y social.

Haciendo hincapié en los distintos eventos que hemos desarrollado a lo largo del año, a los que ha acudido una gran cantidad de gente, pensamos que esta Navidad pueda volver a ser como las tradicionales Navidades del año 2018 o 2019, en las que se desbordaba el municipio y en las que habían más personas que habitantes tiene el mismo. Esperamos que esta situación vuelva a tener lugar.

¿Cuáles serán las líneas estratégicas a trabajar de la mano del sector comercial de cara a 2024?

Desde el Ayuntamiento nos reuniremos con el sector comercial para preparar el transcurso del año. De manera independiente a las actividades que desarrollaremos, pedimos que entre ellos mantengan contacto para que siempre esté el pueblo cubierto, pues son pocos los fines de semana que tenemos de descanso entre unas actividades y otras. De la mano del sector comercial debemos aunar esfuerzos para hacer crecer a la Villa de Moya y que quien nos visite quede contento y quiera volver.





ENTREVISTA

VANESA DE LA PAZ
CONCEJALA DE
COMERCIO DEL
AYUNTAMIENTO DE EL
SAUZAL

Vanesa de la Paz: “El Sauzal empieza a atisbar movimiento en sus calles”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Vanesa, no me gustaría comenzar la entrevista sin antes preguntarle por la situación del sector comercial en el municipio de El Sauzal. ¿Qué nos puede comentar al respecto?

Recientemente se han instalado nuevas empresas en el municipio, lo cual es algo muy positivo.

Cabe incidir, además, en que hace unas semanas celebramos la Feria de Comercio en la Plaza del Príncipe, dando la oportunidad a los empresarios de la zona de darse a conocer, lo cual es de especial relevancia teniendo en cuenta las fechas en las que estamos inmersos.

El Sauzal empieza a atisbar movimiento en sus calles.

Como bien comentaba, el Ayuntamiento de El Sauzal dio paso a la celebración de la III Feria del Comercio y la Cultura en la Calle, en la que se dieron cita el comercio, la cultura, el deporte y la manzana reineta. ¿Cuáles fueron los resultados de esta iniciativa que, a todas luces, viene dinamizar la actividad social y económica del municipio?

Fue un evento a favor de los empresarios de la zona, pues se dinamizaron las calles a través de la cultura y el deporte.

La idea era dinamizar el comercio en la calle, atrayendo a las familias para incentivar el consumo, tanto en los comercios como en los negocios de hostelería.

¿Cuál es la oferta que realiza El Sauzal en esta campaña navideña? ¿Qué tipo de comercios podemos encontrarnos en las diferentes zonas del municipio?

En El Sauzal podemos encontrar una gran variedad de comercios, desde tiendas de ropa hasta de alimentación. La oferta está diversificada.

¿Será la iluminación navideña junto con los diferentes eventos puestos en marcha agentes dinamizadores en una campaña que se alza como la más importante del año para muchos empresarios?

La idea es que tanto la iluminación como la decoración del municipio fomente las compras y atraiga a la ciudadanía, no solo del municipio, sino del resto de la Isla.

El día 2 de diciembre tuvo lugar el encendido del municipio, así como la apertura del Belén en



la sala de exposiciones. Asimismo, en las escalinatas de la Plaza de El Príncipe estará expuesta la postal navideña que se alzó con el premio el año pasado.

¿Qué objetivos se marca usted, como responsable del área de comercio, para una legislatura que acaba de dar co-

mienzo?

Personalmente, mi principal objetivo es dar a conocer a los comercios y los negocios de hostelería que comprende el municipio, haciendo especial hincapié en la calidad de dichos negocios. La línea de trabajo pasa por darles difusión, pues en muchas ocasiones el desco-

nocimiento y conformarnos como un municipio pequeño impide el crecimiento económico de estos negocios.

Para ello, tendrán lugar múltiples campañas de comercio a lo largo del año.

¿Qué campañas comerciales pretenden llevar a cabo?

En esta campaña navideña pondremos en marcha la Gran Hartanga de Navidad, una novedad para el municipio. Esta acción sienta sus bases en la donación de un producto por parte de los negocios del municipio. La aceptación ha sido tan positiva que hemos tenido que realizar cuatro lotes diferentes. Una campaña que, cabe mencionar, dará comienzo el día 1 de diciembre y se sostiene hasta el 21 de este mismo mes.

También contamos con una campaña de Reyes, marcada por un método tradicional y conocido por nuestros ciudadanos: los famosos rascas. Comienza el día 22 de diciembre y finaliza el 6 de enero, premiando a las personas que apoyan el consumo en el municipio con diversas experiencias.

Asimismo, contaremos con una pista de hielo los días 12 y 17 de diciembre a la que se podrá acceder tras consumir previamente en comercios de El Sauzal.



Para 2024 tenemos prevista la creación de una página web en la que se recojan todos los comercios del municipio

Y de cara a 2024, ¿cuál es el planteamiento?

Cada una de las campañas va de la mano de una decoración específica y en ello estaremos apoyando a los comercios. La campaña que le sigue a la época de Reyes es la de San Valentín, para la que decoraremos el municipio con corazones gigantes.

Queremos que la temática vaya acorde con la decoración y el acompañamiento a los comercios.

La profesionalización de los comercios será vital en la transformación y el futuro de los mismos.

Sí. Para 2024 tenemos prevista la creación de una página web en la que se recojan todos los comercios del municipio para que, desde ella, puedan acceder a su propio perfil y dar a conocer su empresa.



Fernando González: “Estamos trabajando en un plan estratégico de comercio para la Isla de La Palma”



ENTREVISTA

FERNANDO GONZÁLEZ
CONSEJERO DE COMERCIO
DEL CABILDO DE LA PALMA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Para hacernos una idea, INCIBE gestionó en Para comenzar, me gustaría preguntarle por la situación del sector en la Isla. ¿Goza de buena salud el comercio de La Palma?

El sector comercial de la Isla ha pasado por múltiples vicisitudes en los últimos años, después de la pandemia y la erupción volcánica se ha visto bastante resentido, pero los datos que tenemos de los estudios realizados arrojan cierta optimismo respecto a

los índices de confianza del consumidor, los cuales han mejorado ligeramente. No es una tendencia como tal, pero sí han mejorado las expectativas de consumo por parte de los residentes de la Isla de La Palma.

Por su parte, el feedback que nos dan algunas asociaciones empresariales es igualmente positivo.

¿Cómo se avecina la campaña navideña?

La campaña navideña, que ya ha arrancado con el encendido de luces en Santa Cruz de La Palma, auguramos que sea fructífera.

Desde el área de comercio del Cabildo de La Palma junto con Sodepal se sacó una subvención de 10.000 euros a través tarjetas de prepago de un máximo de 200 euros, denominada “Happy November”.

A su vez, en colaboración con FAUCA, hemos sacado el “Bono Bonito” cuya venta de tickets se comenzó a efectuar el pasado 1 de diciembre y cuya cuantía total asciende a 280.000 euros. Los bonos tienen un coste de 10 euros, por persona se pueden adquirir un máximo de 5 bonos y de cara al comerciante destaca por su efecto multiplicador, pues el ciudadano podrá gastar el doble del importe pagado por los mismos. Si compra 5 bonos tendrá para gastar un total de 100 euros.

Es una medida que se ha implementado y que se organiza por primera vez desde el área de Comercio del Cabildo, financiada con fondos provenientes de la Dirección General de Comercio del Gobierno de Canarias. Lo que viene a evitar es la fuga de capital y de compras a otros territorios de Canarias, incluso de la península.

Una acción dinamizadora que ayuda directamente a las empresas locales y que, por otro lado, favorece al ciudadano.

Correcto, así es. Algunas asociaciones de comerciantes nos han trasladado la idea de poder desarrollarla en época de rebajas o, incluso, en la campaña de la vuelta al cole tras el verano.

No obstante, es un capital que teníamos que efectuar, porque sino perdíamos dicha partida presupuestaria. Consecuentemente, hemos apostado por invertirlo en la campaña navideña.

¿Qué otros ejes de trabajo comprenden desde El Cabildo en aras de dinamizar las zonas comerciales?

A partir del mes de enero tenemos previsto reunirnos con todas las asociaciones de comerciantes, junto con las dos Federaciones y la Cámara de Comercio para escuchar las necesidades del sector.

Estamos trabajando en un plan estratégico de comercio para la Isla de La Palma. Ya existe uno, pero está obsoleto en cuanto a actualización de datos y objetivos concretos. Vamos a empezar a trabajar en un nuevo plan basado en las necesidades del sector de cara a optimizar las compras en la Isla de La Palma.

Hay que hacer ejercicios de pedagogía en cuanto a consumo y coincidimos con el Gobierno de Canarias en que hay que recaer en la formación y la apuesta por la Inteligencia Artificial, el Big Data y el e-commerce.

Tenemos que buscar la manera de que el consumo sea una experiencia para el consumidor. El paradigma ha cambiado, antes se compraba por necesidad, ahora se compra buscando una experiencia de compra más allá de un producto.

El "must" de Canarias
LORO PARQUE

ANIMAL EMBASSY

Puerto de la Cruz - Tenerife



**El mejor regalo
para esta Navidad**

COMPRA
ONLINE





Germán Jiménez: “Queremos que se dé a conocer nuestro comercio y nuestra restauración”

ENTREVISTA

GERMÁN JIMÉNEZ
CONCEJAL DE COMERCIO
DEL AYUNTAMIENTO DE
SANTIAGO DEL TEIDE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Germán, ¿en qué estado se encontró la concejalía del área de comercio al comenzar la legislatura?

En la legislatura anterior Krysten realizó un gran trabajo, muchas de las acciones que actualmente se están desarrollando las dejó ella pendientes. No obstante, me encontré con una concejalía que requiere de un arduo trabajo y en la que se deben ampliar esfuerzos.

¿Cómo están siendo estos primeros meses?

Los inicios, como siempre, son duros. Me encargo de coordinar cinco áreas, por lo que abarco un abanico muy amplio de trabajo, pero cabe decir que ya estamos asentados.

En la fecha actual estamos inmersos en el desarrollo de la campaña de Navidad, haciendo frente a los problemas que surgen, sobre todo en el ámbito del empleo, que es otra de las áreas que dirijo.

Incidiendo en el comercio de proximidad, ¿cómo valora su situación?

Nuestro comercio va muy ligado al turismo. Somos uno de los cuatro municipios turísticos, junto con Adeje, Arona y Puerto de la Cruz.

Ahora mismo, atendiendo a las estadísticas de ocupación hotelera, el año ha sido muy bueno, con una ocupación media del 75%. Asimismo, el pasado mes de octubre tuvimos una ocupación media del 85%, lo cual repercute positivamente en la zona costera, incidiendo en la restauración y el comercio.

Entablando conversaciones con varios restauradores de la zona, constatan que el año ha sido muy bueno.

¿Qué medidas contempla para estimular el comercio local? ¿Qué estrategias utilizará para promocionarlo?

Ya se ha puesto en marcha la campaña de Navidad, cuyo eslogan es: “Una Navidad más Cercana”. Desde el consistorio apoyamos a los comercios del municipio a través de esta campaña para que los resultados del año sean positivos.

En esta misma línea, incidimos en la promoción de nuestros comercios en aras de fidelizar a los clientes ya establecidos y atraer a nuevos clientes.

Incidiendo en las acciones que tendrán lugar, el sábado 2 de diciembre la plaza pública de Puerto de Santiago acogerá la XII edición del evento Tapas & Vinos “Un Acantilado de Sabores” que, en esta ocasión, contará con la participación de un total de 11 restaurantes y 11 bodegas. El evento comenzará a las 11:00 horas de la mañana y en él tendrán lugar varios Show Cooking de la mano de varios restaurantes que se enmarcan dentro de la marca SDT Gastro Lovers: Restaurante La Quinta, Restaurante Flor del Drago, Restaurante Pejeverde Los Gigantes y Restaurante Pancho.

Además, realizaremos una labor publicitaria en medios de comunicación y medios off-line, a la par que se realizarán diversas actividades de dinamización de la mano de otras áreas como Deportes y Cultura.

Actividades que irán enfocadas al ciudadano del municipio, pero también al turista. Un turista que cada vez más se adentra en pasar sus vacaciones navideñas en municipios como Santiago del Teide.

Sí, sin lugar a dudas. Queremos que se dé a conocer nuestro comercio y nuestra restauración. La gastronomía se ha convertido en un gran catalizador económico, muchos turistas antes de visitar un destino atienden a su gastronomía. Por ello hemos querido potenciar nuestra marca “SDT Gastro Lovers”, dentro de la cual se pueden encontrar diversos restaurantes que ofrecen un producto y servicio de calidad. Esta iniciativa nos ha ayudado a atraer turistas, no solo extranjeros, sino nacionales y regionales.

Como bien comentaba anteriormente, la zona costera es el eje central del comercio y la restauración, pero imagino que los esfuerzos también se trasladan a la zona de medianías...

Sí. De hecho, recientemente hemos puesto en marcha la Ruta del Barraquito 2023, un taller orientado a cafeterías en el que se elaboraron diversas opciones y productos a través del elemento principal: el barquito.

Asimismo, la campaña de Navidad también se enfoca en gran medida a la zona de medianías, que para nosotros es muy importante.

Por último, ¿cómo prevé los cuatro años de mandato que están por delante?

Con mucho trabajo. Trabajando por y para nuestros vecinos. Esperemos que sean años de estabilidad para los diversos sectores económicos. Si todo va según lo previsto, el turismo seguirá siendo un motor fundamental en Canarias, lo que supone un aliciente para Santiago del Teide, pues los beneficios de su tejido empresarial podrían verse positivamente afectados.



ENTREVISTA

ALEXIS HENRIQUEZ
ALCALDE DE FIRGAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La pequeña empresa se alza como bien de gran importancia para el municipio de Firgas, sobre todo si incidimos en el centro del municipio. ¿Cómo fomentarán y estimularán el consumo en el pequeño comercio local en estas fechas marcadas por la Navidad?

Desde el Ayuntamiento de Firgas estamos trabajando con la Asociación de Empresarios Pymefir para colaborar y consensuar un programa navideño donde adquiere especial relevancia la colaboración público-privada.

Actualmente, este programa se encuentra en fase de elaboración por parte del Concejal de Desarrollo Local, Manolo Báez.

Y, en definitiva, estamos trabajando codo a codo con la asociación ya comentada para que en este mes de diciembre se realice una buena promoción del municipio, a través de un programa compuesto por una variedad de actividades navideñas para que nuestros vecinos, vecinas y visitantes disfruten de la navidad en un pueblo como Firgas.

Por lo que podemos confirmar que la coordinación y colaboración entre el tejido comercial y la administración municipal es latente, y tiene sus frutos en el beneficio económico del municipio.

Sí. Desde luego, siempre hemos estado en plena coordinación.

Para mantenernos al tanto de las demandas y necesidades del tejido empresarial, el Concejal de Desarrollo Local ha mantenido una reunión con la directiva de Pymefir en aras de aunar esfuerzos para contribuir a nuestra pequeña y mediana empresa, así como autónomos.

¿Qué les transmiten los comerciantes del municipio? ¿Cuáles son sus principales demandas?

El sector comercial sigue demandando ayudas, pues aún no se han recuperado de la crisis provocada por la pandemia.

A día de hoy seguimos con incertidumbre ante el panorama internacional y lo que nos transmiten es la necesidad de tenerles en cuenta, desarrollando actividades y eventos donde el comercio junto con la restauración tengan cabida y puedan salir beneficiados.

¿Cómo se vive la Navidad en Firgas?



Alexis Henriquez: “El objetivo es llegar a todas las familias y que todo en Firgas sea alegría”

“El sector comercial sigue demandando ayudas”

balgata de Reyes, que siempre ha tenido lugar en la mañana del 5 de enero y que es bastante visitada.

Es un aspecto novedoso, porque las cabalgatas generalmente suelen tener lugar en horario de tarde-noche.

Ya llevamos muchos años realizando nuestra Cabalgata de día, lo que a muchos padres y madres les parece idóneo por las temperaturas que hay a esa hora del día pues, al contrario que las mañanas, las tardes suelen ser frías.

¿Cómo le gustaría concluir esta campaña navideña? ¿Qué resultados le gustaría obtener?

Como ya he comentado, son fiestas entrañables dignas de vivir en familia, por lo que el objetivo es llegar a todas las familias y que todo en Firgas sea alegría. Queremos que nuestros vecinos y vecinas puedan disfrutar de las acciones acometidas en estas fechas, olvidando el día a día. Esperamos que todo aquel que se acerque a Firgas pueda disfrutar de nuestro municipio.



Tenemos un amplio espíritu navideño. Siempre comenzamos la campaña con el encendido de luces y a lo largo del mes de diciembre tienen lugar varios actos de Navidad vinculados, principalmente, a la familia, por ejemplo: obras de teatro infantiles, actuaciones..., solemos contar con actuaciones de grupos regionales e, incluso, nacionales.

Nuestro objetivo es que los ciudadanos disfruten de estas fiestas tan entrañables en familia.

Actualmente, estamos desarrollando las actividades de cultura y Manolo Báez se está encargando del ámbito de festejos, de donde partirán una serie de eventos para abarcar el mes de diciembre y el inicio de enero.

Concluiremos con nuestra Ca-



José Luis Rodríguez: “El éxito de La Casa de la Navidad ha superado las expectativas”

ENTREVISTA

JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ
ALCALDE DEL
AYUNTAMIENTO DE
VALLESECO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Alcalde, ¿cómo se prepara Valleseco para la campaña de Navidad?

El municipio de Valleseco celebra este año la cuarta edición de La Casa de la Navidad. La primera edición se celebró en el Centro de Mayores, mientras que las últimas se han celebrado en el Casino de Valleseco.

En estas últimas tres ediciones el éxito de La Casa de la Navidad ha superado las expectativas y es por ello que hemos ido creciendo, tanto en los diseños de los eventos que se desarrollan como en el alcance del público al que llegamos.

Comenzaremos con ella el día 1 de diciembre, concluyéndola alrededor del día 31 de diciembre.

Además de La Casa de la Navidad, contaremos con una pista de hielo sintético para atraer a un mayor número de personas y así ayudar al comercio de la zona, dinamizándolo. Durante toda la época navideña esta pista estará abierta contando con monitores y personal de prevención para evitar accidentes y posibilitar que la ciu-

dadanía venga a Valleseco, no solo a disfrutar de La Casa de la Navidad, sino de las diferentes actividades que tendrán lugar durante todo el invierno.

Dentro de la iniciativa de La Casa de la Navidad, ¿qué acciones confluyen? ¿Se dirigen tanto a los adultos como a los más pequeños?

Sí. En general, es una iniciativa que se desarrolla para todo tipo de público, pero lo cierto es que la actividad está muy demandada por los colegios. Ya contamos con numerosas peticiones de colegios de la zona para asistir a conocer La Casa de la Navidad.

No obstante, la iniciativa, que en su día la desarrollamos con el

objetivo de que fuese un centro de atracción los viernes, sábados y domingos, ha pasado a estar abierta los días centrales de la semana por la alta demanda que presenta. De esta manera, posibilitamos que las visitas puedan ser atendidas.

Se acerca la época más importante del año para los comerciantes. Usted anteriormente hizo hincapié en la dinamización que pretenden fomentar desde el consistorio en aras de favorecer a la economía del municipio...

Sí. Es una época importante, pues gran parte del negocio de los comercios se centra en estas fechas.

El comercio local es una parte

importante del municipio y es por ello que ponemos en marcha diferentes iniciativas de dinamización comercial a lo largo de todo el año, siendo una de las más importantes la que se realiza durante la campaña de invierno. La aceptación de las iniciativas puestas en marcha en Navidad son muy bien valoradas por los comerciantes, dado que repercute favorablemente en su economía.

¿Cómo definiría la situación de las zonas comerciales de Valleseco?

Estamos ante una problemática latente: la despoblación. La despoblación hace que el comercio minorista tenga una menor afluencia de clientes, pues a medida que disminuye la población que se asienta en el municipio, disminuye la cantidad de clientes. Por ello, incidimos en dinamizar el comercio a través de múltiples iniciativas para que se acerquen visitantes foráneos a Valleseco y así ayuden a agilizar la economía local.

Desde el Ayuntamiento de Valleseco estamos intentando que la zona comercial alcance mayor presencia en el entorno insular de cara al turismo para que, a través de la zona comercial o del mercadillo municipal, podamos tener un mayor peso dentro del comercio local.

ESTAS FIESTAS **NO** **COMPRES** **AL TUN** **TUN**

No caigas en la tuntunitis,
no compres por comprar.
Haz un presupuesto,
compara precios y calidad
y no renuncies
a tus derechos. Piensa
que, cuanto más compres
cosas innecesarias,
menos sostenibles
somos.



Comercio
de Canarias



Gobierno
de Canarias



► El Salón de Plenos del Ayuntamiento de La Orotava acogió en la tarde noche del 16 de noviembre la XXI Gala del Deporte. El evento fue presidido por el alcalde Francisco Linares; la consejera de Deportes del Cabildo de Tenerife, Yolanda Moliné, y el edil de deportes, Carlos Díaz. También se contó con otros miembros de la corporación municipal, deportistas, representantes de los clubes del municipio, amigos y familiares de los deportistas nominados y público en general

Esta gala rinde homenaje a los mejores deportistas, clubes y equipos del municipio. En esta edición se distinguió como

La Orotava galardonó a los mejores deportistas en la XXI Gala del Deporte

Mejor Deportista en la categoría femenina a Athenery Cabeza Pérez (Club Qwan-ki-do) y Mejor Deportista en la masculina a Héctor Delgado Hernández (Club Atletismo Orotava. Clator). Mientras que el Club Baloncesto San Isidro, fundado en 1967 y Medalla de Oro de la Villa, recibió la distinción del Mejor Club.

Los galardonados como Mejores Deportistas Promesas (Sub 16), masculino y femenino, respectivamente, son Nicolás Fuentes Salazar (Taoro Tenis de Mesa) y Olga Gutiérrez Martín (Club Atletismo Orotava)

El reconocimiento a la Trayectoria Deportiva fue para Jesús Manuel Hernández González (futbolista y árbitro), Domingo Hernández Gutiérrez (baloncesto) y Hacomar Rodríguez Rodríguez (atleta). Antonio Ramos Villar (de montañismo) recibió distinción por su trayectoria deportiva como reconocimiento extraordinario.



El premio de Espíritu Deportivo recayó en Daniela Luis Álvarez, deportista ejemplar en el deporte inclusivo en el atletismo y otras

disciplinas como surf, parapente y montañismo, por lo que tiene un amplio palmarés deportivo. Tiene autismo, pero para ella no hay lími-

tes; el correr le da mucha libertad.

El alcalde Francisco Linares valoró el sacrificio, la superación, el trabajo en equipo, la integración y otros muchos valores ligados al mundo del deporte, además de favorecer una vida sana y saludable. Es de agradecer el trabajo y esfuerzo de todos los deportistas y de los clubes del municipio, que también son embajadores de la Villa y dejan siempre bien alto el nombre de La Orotava. Son los mejores representantes del municipio. Desde el ayuntamiento se presta máximo apoyo al deporte, incidiendo en el deporte base, y mejorando y modernizando las infraestructuras deportivas de la localidad.

La gala es un reconocimiento a todos los que están vinculados al mundo del deporte en La Orotava, y se representa con estas distinciones a mejores deportistas y clubes; pues es una forma de agradecer el trabajo ejemplar que realizan cada temporada.



La decimoquinta edición de la Noche en Blanco congregó el sábado, 25 de noviembre, a más de 120.000 personas en las calles y plazas del casco histórico de San Cristóbal de La Laguna. Esta cifra supone nada

menos que 20.000 personas más que en el año 2022, tal y como explicó el alcalde del municipio, Luis Yeray Gutiérrez, quien la calificó como “una jornada mágica, en la que todo estuvo de nuestro lado para lograr la mejor edición de la historia de este evento”.



La mejor edición de la Noche en Blanco reunió en La Laguna a más de 120.000 personas

► La decimoquinta edición de este evento no defraudó, gracias a una amplia agenda de actos que se prolongó durante más de 15 horas

“Un año más, esta cita marcada en el calendario de la ciudadanía lagunera y tinerfeña nos permitió disfrutar de una amplia jornada plagada de ilusión, caras de felicidad, reencuentros, conciertos de primer nivel, actividades infantiles, artesanía, patrimonio, deporte y un gran ambiente en la ciudad”, aseveró el primer edil.

El alcalde prosiguió destacando que “nos acompañó el tiempo, que respetó la celebración de todos nuestros actos; el comportamiento de la gente desplazada hasta nuestro municipio, que fue ejemplar desde primera hora; y el dispositivo de seguridad, el más grande hasta la fecha, que propició que no se registraran importantes incidentes”.

Por su parte, la concejala de Comercio lagunera, Leticia Villegas, remarcó que “una de las grandes estampas que me llevo de esta

decimoquinta edición es ver a la ciudadanía transitar por nuestras calles con bolsas de nuestra zona comercial, una satisfacción que compartimos con empresarios y empresarias que nos trasladaban ayer su alegría por esta gran jornada de compras”.

“También nuestros establecimientos de hostelería, que ayer registraron un gran sábado con llenos absolutos y una inyección económica importante para tantas familias que viven y dependen de este sector”, agregó Villegas.

Por último, Luis Yeray Gutiérrez destacó, dentro del gran ambiente y la excelente acogida que ha tenido esta edición, “la emotividad y la unión que ha caracterizado el acto institucional del 25-N, que con tanto cariño prepararon las compañeras del Área de Bienestar Social y Calidad de Vida, en colaboración con distin-

tas asociaciones y colectivos que trabajan por erradicar esta lacra social”.

Tras un primer tramo de Noche en Blanco, en la que las familias fueron las grandes protagonistas, en el horario nocturno tomó el testigo la música gracias a tres zonas bien diferenciadas con grandes estrellas, dentro de su estilo musical. Al Escenario Popstar de la zona de La Concepción se subieron artistas de la talla de Carlos Baute, Merche, Blas Cantó, K-Narias, Miriam Reyes, Neo Pinto y Nia Correia.

El Escenario Retro, destinado a los amantes de la música más ochentera y noventera y emplazado en el parking del Juzgado, fue testigo de los conciertos de Marta Sánchez, Eric Boëlle, Barco a Venus (Tributo a Mecano), Los Coquillos y Puretas Party's.

Por último, el Escenario de Los40 Sonidos Sostenibles, en la plaza del Cristo, acogió a otros talentos reconocibles como El Vega Life, Bombai, Mel Ômana, Renzo El Selector, J. Ramos, Dellacruz y Aridian.

Saifa, la última novedad de Siam Park, reconocida como la mejor atracción del mundo

Saifa es fruto de la colaboración entre Siam Park, reconocido como el mejor parque acuático del mundo según TripAdvisor, y el renombrado fabricante de toboganes acuáticos, ProSlide. Han creado algo inédito para la industria: un monumento de 614 metros repleto de sensaciones, emociones y adrenalina en serie.

Desde su apertura en 2008 Siam Park siempre ha buscado sorprender a sus visitantes con atracciones que otros parques no pueden ofrecer. El exitoso equipo de Siam Park y ProSlide ha vuelto a dar una muestra de innovación y creatividad con este espectacular tobogán de agua, que también se considera una montaña rusa acuática. Con esta atracción, han elevado el listón, estableciendo un nuevo estándar para la industria. Con más de 30 metros de desnivel y dos toboganes, cada uno de más de 300 metros, se realiza un recorrido donde la aceleración centrífuga, los cambios de dirección, las curvas inclinadas hasta un 30%, las bajadas y las subidas propulsadas por agua a presión, y todo esto encajado en el paisaje montañoso donde se encuentra el Siam Park,

garantizan una sonrisa en el rostro del visitante, que perdura al menos hasta que abandona el parque.

Saifa, que significa 'rayo' en tailandés, es un tobogán impresionante construido por ProSlide, el principal fabricante mundial de atracciones acuáticas. Rick Hunter, el dueño de ProSlide, ha diseñado junto con la familia Kiessling esta atracción tan excepcional, estableciendo nuevos récords de longitud, altura y, sobre todo, velocidad. Saifa combina dos productos innovadores de ProSlide: el Flying Saucer y el RocketBLAST. El tobogán ofrece a los visitantes una experiencia única llena de velocidad, adrenalina y diversión. Con más de 600 metros de longitud en sus dos carriles, el tobogán comienza con una empinada caída, seguida de una serie de curvas que catapultarán a los visitantes hacia arriba. Luego sigue una sección con potentes inyecciones de agua que impulsan a los usuarios de la atracción a través de varios túneles. Después de un emocionante recorrido, el tobogán termina con un espectacular chapuzón en una gran piscina.

Saifa es una de las principales atracciones del Siam Park y se inauguró este verano. Siam Park,

inspirado en la cultura tailandesa, presenta hermosas decoraciones y una impresionante vegetación. Aquí también se encuentra la mayor representación arquitectónica tailandesa fuera del reino. Además de Saifa, los visitantes pueden probar otros emocionantes toboganes como "Tower of Power", "Dragon", "Kinnaree" o "Singha". También pueden disfrutar del "Wave Palace", la piscina de olas más grande del mundo, que genera olas de hasta cuatro metros de altura. El Water Kingdom es un lugar donde la diversión y la aventura están garantizadas.

El premio Brass Ring no es el primero que recibe Siam Park. El parque acuático ha sido nombrado el mejor parque acuático del mundo de forma consecutiva por los usuarios de TripAdvisor nueve veces y ha sido galardonado en doce ocasiones con el European Star Award como el mejor parque acuático de Europa por Kirmes & Park Revue, la publicación líder y referente en la valoración de parques temáticos.

Acerca de Siam Park: Siam Park es un parque acuático ubicado en Costa Adeje, Tenerife, Islas Canarias, España. Ha sido nombrado el mejor parque acuático del

mundo por los usuarios de TripAdvisor entre 2014 y 2023. Perteneció al Grupo Loro Parque, que también gestiona el mejor zoológico del mundo en Tenerife y el singular acuario Poema Del Mar en Gran Canaria. En el grupo empresarial también se incluyen el Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden y el American Steakhouse Brunelli's en Puerto de la Cruz. Siam Park es de inspiración tailandesa y ofrece atracciones emocionantes, paisajes exóticos y maravillas arquitectónicas auténticas. Siam Park atrae a todas las edades e intereses.

Acerca de ProSlide Technology Inc.: ProSlide Technology Inc. se erige como líder mundial en el diseño y fabricación de atracciones acuáticas. Con una rica historia que abarca más de 37 años, ProSlide revoluciona constantemente la industria al introducir innovaciones revolucionarias y ofrecer experiencias inigualables en atracciones acuáticas. Reconocido por su calidad, rendimiento y compromiso inquebrantable con la satisfacción del cliente, ProSlide es el socio de confianza de parques acuáticos en todo el mundo.

Acerca de IAAPA: IAAPA es una comunidad diversa y dinámica de profesionales de atracciones a nivel mundial. Como la asociación comercial internacional más grande para atracciones permanentemente ubicadas, IAAPA unifica a la comunidad de atracciones, conecta a las personas para aprender y crecer juntas, y se esfuerza por promover los más altos estándares profesionales en excelencia y seguridad en todo el mundo. Fundada en 1918,



IAAPA representa a las principales atracciones de la industria y empresas proveedoras, consultores y miembros individuales de más de 100 países.

Los miembros incluyen profesionales de parques de diversiones, parques temáticos, atracciones, parques acuáticos, resorts, centros de entretenimiento familiar, zoológicos, acuarios, centros de ciencias, museos, líneas de cruceros, fabricantes y proveedores. La sede global y la oficina de América del Norte de la asociación están en Orlando, Florida, EE. UU. IAAPA también mantiene oficinas en Bruselas, Bélgica; Hong Kong, China; Shanghai, China; y Ciudad de México, México. Visite IAAPA.org o contáctese a través de los canales de redes sociales de IAAPA: @IAAPAHQ.

Nacen en Loro Parque cuatro crías de tortuga gigante de Galápagos, un extraordinario hito para la conservación de esta especie en peligro de extinción

Cuatro nuevas tortugas gigantes de Galápagos han nacido en Loro Parque. Lo que hace a esta noticia tan extraordinaria es que se trata de una especie que solo se ha conseguido reproducir en dos instituciones zoológicas acreditadas en toda Europa, dentro del programa de reproducción desarrollado para esta especie. El excepcional nacimiento, supone una nueva esperanza para la supervivencia de una especie muy amenazada que ha visto desaparecer ya del planeta, a cinco de sus subespecies. En la actualidad solo sobreviven en la naturaleza unos 15.000 ejemplares, de los 250.000 que se contabilizaron cuando se descubrieron. Esto hace que cada uno de los ejemplares recién nacidos tenga un valor incalculable para su especie.

La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza cataloga a las Tortugas Gigantes de Galápagos como especie en peligro o en peligro crítico de extinción. Por esta razón, en 1959, el gobierno de Ecuador creó el Parque Nacional Galápagos para proteger su hábitat original y decretó en 1970 el más alto nivel de protección.

Hijas de Tom, Tomasa y Ronaldiña

Las cuatro tortugas recién nacidas son hijas de Tom, una tortuga macho que reside en el parque desde hace cincuenta años y que pertenece a una especie poco común dentro del complejo grupo de las tortugas gigantes de las Galápagos. Las madres son Tomasa y Ronaldiña, dos hembras que llegaron a Loro Parque desde el Zoológico de Zúrich, el único en Europa que había conseguido anteriormente

reproducir esta especie. La llegada de las dos hembras tenía como objetivo poner en marcha el proyecto de reproducción en Loro Parque: un proyecto que ha resultado todo un acierto con estos nacimientos.

El éxito del programa demuestra las condiciones de bienestar que hay en el zoológico de Puerto de la Cruz y que han logrado que las tortugas se reproduzcan y sus huevos eclosionen, de manera natural. Este resultado es más importante, si cabe, por las inusuales dificultades reproductivas que las Tortugas Gigantes de Galápagos tienen. Su lento metabolismo hace que tarden hasta 25 años en alcanzar la madurez. De hecho, Tom, con más de 50 años es ahora, padre por primera vez.

Pero, además, los huevos, que son enterrados por las hembras bajo la arena, deberán encontrar las con-



diciones de humedad y temperatura idóneas para salir adelante en los casi cuatro meses que necesitan para eclosionar. Después de eso, las tortuguitas excavan su propio camino hacia la superficie donde comienza su aventura de la supervivencia.

Una de las incógnitas más relevantes que se plantean ahora es conocer a qué género pertenecen cada una de las crías ya que, ex-

ternamente, no hay diferencias de aspecto por su género. Este dato es de suma importancia ya que el 99% de las tortugas nacen hembras. Esto hace que su reproducción sea más difícil y determina que el nacimiento de machos sea esperado de manera muy especial. El sexo

de las tortugas depende de las condiciones de temperatura en que se desarrollen los huevos: los nidos más cálidos suelen producir mayor número de hembras.

Este nacimiento es todo un hito para la Embajada Animal, porque supone un nuevo logro en la preservación de especies por la que Loro Parque trabaja de manera intensiva. Conocer mejor su biología y sus hábitos bajo estrecha observación de expertos es fundamental para afrontar los peligros a los que se enfrentan estas tortugas en su hábitat lo que, unido a los programas de reproducción se convierte en una esperanza real de supervivencia de estos fabulosos animales que pueden vivir más de 100 años.



De izqda a dcha, A.García, B.Machado, R.Yanes, C.Delgado y R.González.

Fundación Cepsa falla sus Premios al Valor Social con el foco en los desempleados por pobreza energética, la diversidad funcional, los menores migrantes y la salud mental

El jurado de los Premios al Valor Social de Fundación Cepsa en Canarias ha reconocido los proyectos presentados por las entidades por las entidades Provienda, Envera, Save The Children, Atelsam y AsperCan, como ganadores de la edición 2023 de esta convocatoria solidaria.

Rafael Yanes, Diputado del Común ha presidido el jurado; y ha estado acompañado por la consejera de Bienestar Social, Igualdad, Juventud, Infancia y Familias del Gobierno de Canarias, Candelaria Delgado; la consejera de Acción Social, Participación Ciudadana, Voluntariado e Inclusión del Cabildo de Tenerife, Águeda Fumero; la consejera de Política Social y Accesibilidad del Cabildo de Gran Canaria, Isabel Mena; la concejala delegada de Acción Social del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, Rosario González; la concejala delegada de Servicios Sociales del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, Carmen Luz Vargas; la responsable del programa Tenerife Isla Solidaria, Beatriz Sicilia; y, en representación de los profesionales de Cepsa en Canarias, la

► El jurado de los Premios al Valor Social de Fundación Cepsa en Canarias ha reconocido los proyectos presentados por las entidades Provienda, Envera, Save The Children, Atelsam y AsperCan

► Los ganadores fueron seleccionados, de entre un total de 45 candidaturas presentadas

responsable del área de Servicios Analíticos de Cepsa en las Islas, Amayra García; y la responsable de Fundación Cepsa en las Islas, Belén Machado, que ejerció de secretaria. El Diputado del Común, Rafael Yanes, destacó *“la encomiable labor de apoyo al tercer sector de estos premios sociales durante sus diecinueve años de vida, que, si nos circunscribimos solo a Canarias, han permitido ver la luz a 74 proyectos, otorgándoles más de 700.000 euros hasta la fecha”*.

Por su parte, la responsable de Fundación Cepsa en Canarias, Belén Machado, recordó que la importancia de los Premios al Valor Social *“radica en el compromiso social de Fundación Cepsa con Canarias y en la consolidada trayectoria de estos galardones que, además, impulsan la solidaridad*

dentro de la empresa, implicando a los profesionales de Cepsa como padrinos y madrinas solidarios de las ONG presentadas. De esta manera, cada año se crean o reafirman vínculos estrechos. Buscamos una sociedad más justa e inclusiva, en definitiva”.

Las entidades premiadas se repartirán un total de 65.000 euros para el desarrollo de los proyectos a lo largo del próximo año, de los que, según los cálculos de las propias entidades, se beneficiarán más de 850 personas de forma directa del Archipiélago, mientras que de forma indirecta llegarán a cerca de 1.900.

Iniciativas premiadas en 2023

• Provienda: *“Soluciones para el ahorro energético en el hogar”*

Madrina solidaria: Ana Belén Álvarez.

Su finalidad es mejorar el acceso a la energía de los hogares más vulnerables y frenar el incremento de la pobreza energética. Desarrollará un diagnóstico de las necesidades energéticas de los hogares seleccionados e implementará medidas para mejorar su eficiencia, formación en hábitos de consumo, métodos de ahorro de energía y mejora del confort, comprensión y optimización de las facturas de suministros y de las posibilidades de acceso al bono social eléctrico.

• Asociación de Empleados de Iberia Padres de Personas con Discapacidad (Envera): *“VESTA Envera: el resurgir tras las llamas”*

Padrino solidario: Carlos Belenguer.

Llevará a cabo acciones de formación en recuperación de terrenos agrícolas quemados para personas con discapacidad, encaminadas, además, a la recuperación de varias parcelas del municipio de Tacoronte afectadas por el incendio que azotó a Tenerife el

pasado mes de agosto. Al tiempo que se mejora la cualificación y las oportunidades de inserción laboral del colectivo, donarán a entidades que atienden a personas sin hogar jabones naturales elaborados a partir de las cenizas del incendio

• Fundación Save the Children: *“Espacio Seguro para Infancia en movimiento: acogida y protección”*.

Madrina solidaria: Carolina de la Guardia.

Ofrecerá, a través de un punto de encuentro en Las Palmas, apoyo y asesoramiento a menores migrantes que, por distintas razones, no están en centros de protección ni tienen referentes familiares en España, así como a jóvenes ex tutelados hasta los 23 años de edad.

• Asociación Salud Mental Atelsam: *“Saludable y Activa: atención especializada a personas en proceso de envejecimiento”*.

Padrino solidario: Fernando Hernández.

Apuesta por la creación de un nuevo recurso que permita el acompañamiento psicológico en el proceso de envejecimiento saludable de personas mayores con problemas graves de salud mental,

• Asociación Asperger-TEA Islas Canarias (AsperCan): *“Atención a la salud mental de las personas con TEA Grado 1: prevención de las ideas autolíticas y abordaje de las autolesiones”*.

Madrina solidaria: Yurena Santana.

Ofrecerá atención psicológica especializada tanto a las personas afectadas con esta problemática de salud mental como a sus familias (a través de sesiones grupales de apoyo), en Tenerife Gran Canaria y Lanzarote, haciendo frente a una necesidad prácticamente invisibilizada en la sociedad actual.

Premio Especial del Empleado

El jurado también ha seleccionado la iniciativa Respiro familiar, de la Asociación Familiar Pro Personas con Discapacidad Intelectual de Tenerife (ASPRONTE), e Inclusión Circular, de la Asociación Nuestra Señora del Amparo (APREME), como candidatas por Canarias a la categoría Premio Especial del Empleado. Apadrinadas, respectivamente, por César García y María del Pilar González.

Se trata de un galardón adicional otorgado por los profesionales de Cepsa que trabajan en los países donde opera la Fundación, y que permitirá premiar a un máximo de 5 proyectos de entre los 12 seleccionados (dos por cada zona) por los jurados de España (Canarias, Madrid, provincia de Huelva y Campo de Gibraltar), Portugal y Colombia. Los ganadores se repartirán 45.000 euros.

CaixaBank pone de nuevo en marcha su iniciativa más solidaria en época navideña. 'El Árbol de los Sueños' tiene como objetivo ayudar a que más de 2.000 niños en riesgo de vulnerabilidad en Canarias reciban estas Navidades el regalo que han pedido en sus cartas.

Gracias a las oficinas de CaixaBank que participan en este programa, 'El Árbol de los Sueños' llega a Canarias a través de ocho entidades sociales, incluyendo sus delegaciones insulares, y con la implicación de 17 empresas y fundaciones.

Las oficinas de CaixaBank disponen desde el pasado 20 de noviembre de las cartas escritas por niños de hasta 12 años de edad que se encuentran en situación de riesgo por diferentes motivos: familias desestructuradas, pobreza alimentaria o encontrarse en centros residenciales, entre otros.

Para colaborar en la iniciativa solo es necesario ser cliente y dirigirse a una oficina de CaixaBank, donde se le asignará una de las cartas escritas por un niño en la que detallará el regalo concreto que más desea para estas Navidades.

Una vez recogida la carta, los participantes tienen hasta el 15 de diciembre para llevar su regalo a su oficina, que tiene como límite un importe máximo de 50 euros. A partir de esa fecha, CaixaBank y las entidades sociales con las que colabora en esta iniciativa organizarán la recogida y reparto de los regalos con el fin de que los niños puedan ver convertida su ilusión en realidad.

Entre las asociaciones colaboradoras figuran Aldeas Infantiles, Asociación Hestia, Te Acompañamos, Fundación Adsis, Fundación Ecce Social, Mensajeros de la Paz Canarias, Cruz Roja Española y la Asociación Sociocultural La vida es Zuaina. Destaca la participación también de Almacenes Número 1, Binter Canarias, Hoteles López, Riu Hotels & Resorts, Satocan, Sea Side Hotels, Visocan, Aegoro, Fundación Canaria Dinosol, Fundación Martínez Hermanos, Fund Grube-Fundación Universo Unido, Fundación Canaria Nos Movemos, Fundación Líneas Romero, el Colegio de Enfermería de Santa Cruz de Tenerife, el Colegio de Farmacéuticos de Las Palmas y los clubes de baloncesto Lenovo Tenerife y Dreamland Gran Canaria.

Para muchas familias este es el único regalo que reciben gracias a la cadena de solidaridad que se genera entre los clientes de la entidad.

Entidades sociales y empresas implicadas

'El Árbol de los Sueños' es una iniciativa organizada por CaixaBank que cuenta con la colaboración de 371 entidades sociales en toda España, incluyendo sus de-



El programa de CaixaBank 'El Árbol de los Sueños' repartirá más de 2.000 regalos a niños en situación de vulnerabilidad en Canarias

► Las oficinas de la entidad financiera acogen las cartas escritas por los niños beneficiarios de la iniciativa en las que piden su deseo para estas Navidades

legaciones, vinculadas a la lucha contra la pobreza y la vulnerabilidad infantil, así como con más de 400 empresas.

Gracias a las más de 3.000 oficinas que participan en este programa en cerca de 1.500 municipios, CaixaBank logra llevar 'El Árbol de los Sueños' a toda España.

La edición de 2023 es la sexta para 'El Árbol de los Sueños' y la previsión de atender las peticiones de un total de 29.229 cartas, 2.000 más que el año pasado, implica superar el récord de beneficiarios de la iniciativa en su historia. Desde la primera edición en 2018 de 'El Árbol de los Sueños', CaixaBank

ha conseguido con esta campaña ayudar a cumplir los más de 140.000 deseos de niños en riesgo de pobreza y exclusión social.

Sobre la Acción Social de CaixaBank

CaixaBank es una entidad con una vocación profundamente social. La entidad, referente en banca sostenible, mantiene una actitud de servicio hacia sus clientes y toda la sociedad en general. El impulso de iniciativas de acción social y el fomento del voluntariado son una forma de contribuir a dar respuesta a los retos que demanda la sociedad, a la vez que, a través de la actividad financiera, la entidad ofrece servicios y soluciones para todo tipo de personas.

La estrategia de Acción Social se centra en fomentar acciones en colaboración con la Fundación "la Caixa", así como otras alianzas que se impulsan de forma directa desde CaixaBank. Gracias a su capilaridad territorial, la red de oficinas de CaixaBank, la mayor de España, con más de 3.600 oficinas retail y presencia en más 2.200 municipios de todo el país, puede apoyar a la Fundación "la Caixa" en la detección de necesidades de entidades sociales locales. La actuación sostenible de CaixaBank ha sido reconocida por los principales organismos internacionales. El Dow Jones Sustainability Index la sitúa entre los mejores bancos mundiales en términos de sostenibilidad. La organización internacional CDP, por su parte, la considera como empresa líder contra el cambio climático.



ES RESPONSABILIDAD DE TODOS

CONTRA LA GRIPE Y LA COVID-19

***¡Toca
arremangarse!***

VACÚNATE



Si perteneces
a un grupo de riesgo,
VACÚNATE.
Evitarás complicaciones
y hospitalizaciones.

**Llama
y pide cita**

 **012**

**922 470 012
928 301 012**