

Alcalde Suárez Franchy, 5 Bajo
Arucas, Gran Canaria/ 35400
adipymes@gmail.com
info@arucasbulevar.com
www.facebook.com/adipymes
@arucasbulevar

Dirección:
Margarita Hernández
María del Carmen González

Diseño & trabajo periodístico:
Marcela Serna
www.creatininas.com

Proyecto financiado por:
la Consejería de Industria,
Comercio, Artesanía y
Vivienda del Cabildo de Gran
Canaria

Todo el material está sujeto a derechos de autor. Queda terminantemente prohibido distribuir el contenido del boletín o una parte de éste sin autorización expresa del autor. Las opiniones expresadas en "Arucas es la caña" no tienen por qué ser las de La Asociación de Empresarios de Arucas.

¡Arucas es la caña!

BOLETÍN DE COMUNICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE ARUCAS



▶ **Arucas Bulevar se inspira en la ZCA de Triana e invita a los empresarios a creer en el modelo asociativo**

“Algunas veces los cambios pueden producir miedo, pero una vida sin cambios es mucho más terrorífica”



Financiado por la
Consejería de Industria,
Comercio, Artesanía y
Vivienda

Triana, ejemplo de modelo asociativo.

Mejor Zona Comercial Abierta de España por el Ministerio de Industria, Comercio & Turismo.



FOTO: JOSÉ CARLOS GUERRA PARA LA PROVINCIA

Conocida mundialmente por su concurrido y su heterogénea oferta comercial, Triana es un ejemplo de Zona Comercial Abierta, las tiendas especializadas, los bares típicos, los rincones históricos y lugares cercanos tan interesantes como los museos de Vegueta, la clasifican como una de las zonas más concurridas y prósperas de la isla de Gran Canaria, siendo reconocida como la mejor Zona Comercial Abierta de España por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, galardonada con el Premio Nacional de Comercio Interior en 2020.

La unión de los empresarios de Triana ha dado identidad al lugar y es por ello que Arucas Bulevar fija su mirada en este modelo y cómo, con alianzas a través de FECOGRANCA, se logran ofrecer zonas complementarias, de atractivo arquitectónico, gastronómico y cultural.

“Normalmente, cuando se habla de asociacionismo empresarial a nivel local se piensa de manera individualista en las posibles ventajas económicas, servicios y beneficios que un negocio en concreto puede obtener asociándose, pero realmente va mucho más allá de los intereses individuales y sectoriales, puesto que el beneficio real es colectivo, sumando y remando todos en la misma dirección. Los beneficios de asociarse implican, entre otros, el aprendizaje continuo, donde se comparten aciertos y errores, la posibilidad de formarse, tanto el empresario como sus trabajadores, colaboración entre empresas, networking, promoción conjunta aunando

recursos, ideas y proyectos que sirvan para publicitar los intereses comunes de sus socios, establecer convenios y acuerdos económicos que beneficien al conjunto de sus socios, apoyo mutuo, interlocución ante las administraciones públicas, canal de información, en definitiva, supone una ventaja para el empresariado en todos los sentidos que, a su vez, posiciona su zona comercial bajo una marca de calidad” Margarita Hernandez, gerente de la Asociación de empresarios Adipymes.

“...Una zona comercial abierta requiere de asociados, de miembros que entiendan, porque no funciona de otra manera, que la unión hace la fuerza”... Afirmó Carlos Bethencourt González, Presidente Asociación de Empresarios Zona Triana y presidente de FECOGRANCA con quien “Arucas es la Caña” ha contactado para indagar acerca de su experiencia en el sector productivo y económico.



*Carlos Bethencourt González
Presidente Asociación de Empresarios
Zona Triana*



- **Por su experiencia ¿Qué sectores considera tienen más oportunidades de negocio en Gran Canaria?**

Actualmente, creo que la recuperación del turismo es un hecho que, si no lo malogra la pandemia, nos permitirá abrir nuevas líneas de negocio en la isla. Por un lado, las especiales circunstancias de la recuperación económica – en medio de una pandemia – posibilita que se formulen líneas de negocio dirigidas a personalizar las experiencias en Gran Canaria: desde mascarillas personalizadas hasta rutas (senderos, paseos, etc.) “mágicas” por redescubrir, o cualquier otro producto que pueda vincularse a una experiencia siempre individualizada. Igualmente, entiendo que, siempre entendiendo que la oferta ha de adecuarse a la demanda, y no viceversa, hasta que el marketing, el contexto económico o las tendencias hagan las circunstancias, debemos procurar trabajar con productos que aporten un plus de competitividad: desde materias primas “kilómetro cero”, pasando por las líneas de diseño y

producción autóctona de textil – con especial mención a la ropa de baño – hasta productos más elaborados que requieren de un cierto refuerzo tecnológico. Y es que antes de comenzar un proyecto empresarial, recomiendo conocer perfectamente nuestro producto o servicio y hacer un verdadero esfuerzo por analizar la rentabilidad de nuestros esfuerzos, porque los números tienen que cuadrar. Por eso recomiendo encarecidamente analizar y reflexionar sobre la viabilidad de nuestro negocio. Para ello podemos recibir ayuda de diferentes instituciones – como la Cámara de Comercio – y sin duda nos evitará alguna que otra desilusión o contratiempo.

- **¿Qué cambios sugeriría a una ZCA para que sea competitiva y qué tipo de iniciativas ve valederas para mejorar la situación económica del sector empresarial en la isla?**

Aunque agradezco especialmente esta pregunta, ya que Zona Triana ha sido galardonada dos veces con el Premio Nacional a la Dinamización Comercial, la respuesta nunca es fácil. Quizás lo obvio sería contestar que una zona comercial abierta requiere de asociados, de miembros que entiendan, porque no funciona de otra manera, que la unión hace la fuerza.

A partir de ahí, una adecuada combinación de oferta comercial, hostelería y ocio siempre ha sido una apuesta ganadora, pero además se requiere la complicidad activa de las administraciones públicas – de todas ellas – para que las iniciativas y planes no se frustren, sobre todo, y encuentren adecuada financiación, en justo retorno de parte de nuestros impuestos. Eso sí, manteniendo una exquisita neutralidad política, lo que debe presidir las relaciones institucionales para lograr una colaboración duradera y apartada de personalismos.

Además, es importante que en el seno de las asociaciones que gestionen estas zonas comerciales haya confianza y respeto: a menudo los intereses de sus asociados pueden ser no sólo distintos incluso contrapuestos y es imprescindible un ejercicio de empatía para ordenar las necesidades de manera que todas las partes implicadas puedan sentirse satisfechas. En este sentido, incluir en la toma de decisiones, cuando se pueda, también a vecinos y otros usuarios de la zona que, a veces, pasan desapercibidos, como quienes trabajan en el sector de transporte, policía y limpieza. Si pensamos en todos ellos también – escuchando sus necesidades, coordinando nuestras acciones o simplemente al menos reconociendo su trabajo – lograremos también que nuestra ilusión se contagie y que nuestras acciones tengan éxito.



“La competencia implícita en la globalización evidencia que para crecer es necesario aliarse, el pertenecer a un grupo aumenta nuestras posibilidades para competir”

- **¿Cuál es el perfil del empresario Aruquense?**

Arucas ha sido históricamente un municipio importante como vía de paso hacia el norte y medianías de la isla de Gran Canaria. Prueba de ello fue su Mercado Municipal, centro neurálgico de relaciones comerciales, entre otras. El empresariado Aruquense está conformado por emprendedores nacidos en el propio municipio, muchos de ellos vienen de generaciones de empresarios, y otros venidos de fuera que en los últimos años se han ido implantando, favoreciendo la diversificación de la oferta, por lo que hoy día Arucas ofrece en su mayoría todos los servicios y productos necesarios en el día a día.



- **¿Por qué debería pertenecer una empresa a Adipymes?**

Las Multinacionales y las Grandes Superficies han restado históricamente, y de forma acelerada tras la pandemia, una importante cuota de mercado a los pequeños empresarios al competir con estos en una mayor presencia, publicidad, precios y servicios. Los municipios de Gran Canaria cuentan con una ventaja que deben saber explotar, y que es la cercanía al cliente local. Adipymes, con marca única que define su zona comercial "ARUCAS BULEVAR" aporta la ventaja de unificar los esfuerzos y medios para apoyar al pequeño comercio a ser más competitivo.



**arucas
bulevar**
ZONA COMERCIAL ABIERTA DE ARUCAS

*Margarita Hernández
Gerente Zona Comercial Abierta
Arucas Bulevar*

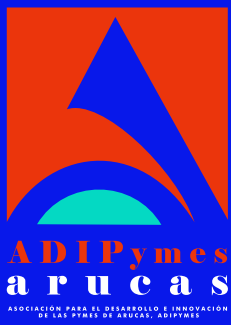
- **¿Qué le diría Adipymes a aquellas empresas que buscan ubicación en Arucas para que se establecieran en esta ZCA?**

Arucas cuenta con una importante población en el conjunto de la isla de Gran Canaria, siendo punto de atracción de municipios cercanos, por lo que, cualquier servicio o producto que se implante en nuestro municipio tiene como público objetivo a casi 50.000 personas.

- **¿Cuáles son los problemas que más preocupan a la Asociación, y de qué manera repercuten en el empresariado local?**

Los principales e históricos problemas que más preocupan son la falta de aparcamientos, limpieza y mejora de las infraestructuras. Por otra parte, se hecha en falta por parte del ayuntamiento una definición de modelo de ciudad, dejando a la improvisación política decisiones que, a la vista están, han ido mermando nuestro patrimonio histórico e identidad.





10 Razones para unirse a Adipymes & hacerse socio

- 1) UNIÓN:** participar de un proyecto común, con más casi 15 años de experiencia, que aportará un valor añadido a su negocio.
- 2) INFORMACIÓN:** participar de los canales de comunicación directa de la Asociación, accediendo a información sobre proyectos, innovación y cualquier asunto que pueda afectar al tejido empresarial
- 3) ASESORÍA:** Adipymes es una organización sin ánimo de lucro conformada por profesionales que pueden apoyar y guiar su actividad comercial y su adaptación al entorno digital
- 4) AYUDAS:** formar parte de una asociación es la mejor manera para estar informado y tener acceso a muchas de las ayudas, becas y subvenciones que son canalizadas por las asociaciones exclusivamente.
- 5) CONTACTOS:** los empresarios necesitan estar en contacto con otros profesionales de su entorno para dar a conocer su negocio, hacerlo crecer y compartir información. ADIPYmes dispone de una página web de la ZCA ARUCAS BULEVAR con miles de visitas, siendo a su vez una plataforma de Networking llena de oportunidades y ventajas exclusivas para los socios.
- 6) DIGITALIZACIÓN:** la Asociación facilita el asesoramiento para adaptar sus productos y/o servicios al mercado digital, conquistar nuevos mercados fuera del municipio y contar con toda la información necesaria, empresarial o sectorial que le permitan una redefinición de la estrategia digital de su negocio.
- 7) APOYO:** Adipymes apoya a sus asociados para iniciar un nuevo proyecto o potenciar uno ya existente. Ofrecemos representatividad ante los organismos públicos e instituciones
- 8) FORMACIÓN PERSONALIZADA:** como asociación especializada en la Zona Comercial Abierta de Arucas y en las competencias necesarias para la mejora y el desarrollo de su negocio a través de planes formativos de oferta y/o adaptados a su propia empresa.
- 9) SERVICIOS Y VENTAJAS:** ofrecemos un abanico de servicios que solo se podrán encontrar en su conjunto dentro de la propia asociación.
- 10) LA UNIÓN HACE LA FUERZA:** la creación del directorio empresarial de la ZCA Arucas Bulevar pone de manifiesto la fuerza de la colaboración y la conexión entre empresas, la digitalización con apoyo del Gobierno de Canarias y el Cabildo de Gran Canaria es la respuesta a una de las necesidades más importantes para adaptarnos a los cambios en el comportamiento del consumidor originados a causa de la pandemia, que demandan definitivamente una presencia digital de las empresas en todos los aspectos.

TIPOS DE ASOCIADOS

Empresas: con su inscripción como empresa, usted y el número de empleados que conformen su empresa se convertirán en asociados con pleno derecho de todos los beneficios que implementamos a través de las alianzas y convenios.

Profesionales: dispondrá de una cuota de inscripción anual diferente a la de empresas si es profesional o estudiante.

Embajador de Arucas: ampliación de networking y múltiples oportunidades para su crecimiento profesional y el de su negocio.



Era víspera de la festividad de la virgen del Pino cuando D. Antonio Henríquez González abrió la gasolinera Texaco en el barrio de Santidad hace ya cuarenta años. Sus hijos pequeños crecieron entre surtidores y vieron cómo se mantenía un negocio familiar. Juana María y Antonio Henríquez Montesdeoca decidieron continuar con el negocio tomando el relevo a su padre. Ellos son asociados y desde su experiencia y aporte, contribuyen a mejorar la Zona Comercial de Arucas Bulevar.

El pequeño minorista debe considerar ser estratégico en:

- 1. Comprar mejor:** será difícil sobrevivir sin precios competitivos tanto de materia prima, como de suministros.
- 2. Vender mejor:** El pequeño minorista tiene una gran ventaja competitiva y es que puede escuchar al cliente de una manera más cercana o familiar, así podrá ofrecerle lo que el consumidor necesita y especialmente de la forma en la que el consumidor lo desea. Teniendo en cuenta lo anterior, para vender mejor tendrá que cualificar el surtido y generar valor añadido con el servicio ofrecido.
- 3. Gestionar mejor:** En su necesidad de no quedar fuera del mercado debido a la gran dinámica y competitividad, el pequeño minorista debe modernizar e innovar su operación; pasar de ser un “tendero” que solo despacha un producto, a ser un empresario que satisface con calidad las necesidades de su mercado objetivo (Min. Comercio y Turismo). La clave está en fusionar su experiencia y conocimiento del entorno con herramientas de formación, innovación y habilidades técnicas y así dar el paso a convertirse en empresarios con capacidad para tomar decisiones estratégicas de cara a ser competitivos en su sector. El reto entonces no es competir contra las grandes empresas por la cuota de mercado de un bien, sino identificar nuevas necesidades y transformar su producto para ganar un mercado propio.

¿El nuevo lujo será la ventaja diferenciadora?

Según un estudio de OCU y NESI, el 73% de los españoles ya valora aspectos éticos y relacionados con la sostenibilidad en su decisión de compra. Urge adaptarse a esta corriente, pues el 50% de los españoles reconoce haber abandonado o boicoteado una marca tras un escándalo u oleada de noticias negativas, de los que un 41% afirma que se trata de rupturas definitivas. “El nuevo lujo estará basado en las tendencias de sostenibilidad y consciencia, que pondrá los ciclos de vida de los productos en el centro de atención. Mirando hacia el futuro, eco-materiales de primer nivel, rastreadores de autenticidad, productos hand-made que unen la moda y la artesanía (concepto muy en auge en España) y la funcionalidad unida a la durabilidad definirán el nuevo premium” anuncia Dir&Ge en su artículo “El gran reset del retail: retos y tendencias para adelantarse al futuro en el sector del comercio minorista español”



Cursos Presenciales

Todos los cursos presenciales se imparten en las aulas de la sede de Cecapyme, en la calle Reyes Católicos, 35. Están dirigidos prioritariamente a trabajadores ocupados, pero los desempleados también podrán participar. Todos son gratuitos.

Para más información, preguntar por el área de formación en el teléfono 928 43 23 70.

- **INTERPRETACIÓN DE CONVENIOS COLECTIVOS LABORALES**
- **NEGOCIACIÓN COLECTIVA**
- **LA IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES EN LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA**
- **PLANES DE IGUALDAD**
- **CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y FAMILIAR**
- **CLIMA LABORAL**
- **NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS**

Cursos Teleformación

Están dirigidos prioritariamente a trabajadores ocupados, pero los desempleados también podrán participar. Todos son gratuitos.

Para más información, preguntar por el área de formación en el teléfono 928 43 23 70.

- **NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS**
- **CLIMA LABORAL**
- **LA IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES EN LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA: PLANES DE IGUALDAD**
- **INTERPRETACIÓN DE CONVENIOS COLECTIVOS LABORALES**
- **MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL**
- **PROGRAMACIÓN PÁGINAS WEB JAVASCRIPT Y ASP.NET**
- **CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y FAMILIAR**
- **NEGOCIACIÓN COLECTIVA**
- **ANALÍTICA WEB PARA MEDIR RESULTADOS DE MARKETING**
- **AUTOCAD MAP 3D APLICADO A LA INTEGRACIÓN AMBIENTAL DE PROYECTOS**
- **DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES PARA ANDROID**
- **FIRMA ELECTRÓNICA. LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA COMUNICACIÓN**



Si estás pensando en reciclarte, adquirir nuevos conocimientos y prepararte para afrontar nuevos retos, ahora puedes beneficiarte de las condiciones especiales para los asociados de ADIPYMES.

La Escuela Canaria de Negocios tiene como finalidad promover la formación a directivos, mandos intermedios, empresarios y profesionales de diferentes áreas del sector empresarial. En la actualidad, el Máster Executive en Administración & Dirección de Empresas (MBA) está presente en Tenerife y Gran Canaria, VII edición en ambas sedes.

Programa Superior en Administración y Dirección de Empresas: Comienza Noviembre de 2021 y finaliza en Marzo de 2022.

Programa Especializado en Dirección de Marketing y Gestión Comercial: Comienza en Abril y finaliza en Junio de 2022.

Modalidad semipresencial.

Horario de las clases: Viernes de 17.00 a 21.15 hrs

Sábados de 09.30 a 13.45 hrs.

Lugar de impartición: Cámara de Comercio de Las Palmas de Gran Canaria.

Más información: www.ecnegocios.com

Teléfono: 687 658 272



El mejor experto también fue un día aprendiz.

¡Arucas
es la
Cama!