

## EL DÍA

### Contenido

"Los instaladores podremos vender energía eléctrica en el Archipiélago" .....	1
Fepeco sostiene que la segunda oleada del Plan E no reflotará la construcción.....	2
IC asegura que el acuerdo de negociación colectiva es "lesivo" para las Islas .....	4
Los anunciantes llaman a defender la idiosincrasia del sector publicitario isleño .....	5

**Fecha: miércoles 10 de febrero de 2010**

JULIÁN SANTOS DÍAZ PRESIDENTE DE ASINELTE

## "Los instaladores podremos vender energía eléctrica en el Archipiélago"

10/feb/10 07:44

Edición impresa

JOSUÉ GARCÍA, S/C de Tenerife

Ante la caída de su actividad tradicional, vinculada estrechamente al sector de la construcción, los instaladores eléctricos y de telecomunicaciones tinerfeños contarán en breve con una opción más de negocio al amparo de la liberalización del mercado de la energía eléctrica. La patronal provincial del ramo Asinelte ha respondido al proyecto Fenie Energía, de la federación nacional en la que está integrada, mediante el que los citados profesionales podrán vender electricidad en todo el país. "Aportaremos más cercanía y evitaremos los desplazamientos a las oficinas del resto de comercializadoras - que, desde el pasado 1 de julio, ya no son las productoras-. Así fidelizaremos a nuestros clientes, a los que actualmente derivamos a ellas", explica el presidente de Asinelte, Julián Santos.

Hace referencia, principalmente, a los que tienen contratados más de diez kilovatios (kW) de potencia, a los que la nueva normativa obligó -para el resto es una opción- a buscar una tarifa en el mercado libre de las que ofertan las empresas comercializadoras. De éstas, por ahora, operan nueve en el Archipiélago, según los datos de la Consejería autonómica de Industria. Fenie Energía, que previsiblemente se constituirá este mes y estará en funcionamiento a partir de junio, puede ser la décima. "Los instaladores, que

gestionamos el acceso al suministro de energía eléctrica, podremos participar en la venta de ésta. Asinelte -prosigue Santos- tendrá voz en el consejo de administración de la comercializadora y las empresas, a su vez, podrán entrar en ella a título particular, convirtiéndose en puntos de venta. Fenie suma más de 16.000 asociados a nivel nacional, por lo que habrá otros tantos puntos de venta potenciales".

Esta diversificación del negocio despierta mayor interés en un contexto de desplome de las contratatas ligadas a la construcción. "Casi el 80% de nuestros trabajos se llevan a cabo en ese sector, así que la crisis nos ha afectado muchísimo. Apenas se han dado de baja 20 empresas en la asociación, que cuenta ahora con más de 160, pero sí que hemos perdido alrededor del 50% de los trabajadores", señala el titular de Asinelte. Y el peso de los autónomos en el colectivo (entre el 50 y el 60%) abre la puerta a un repunte de la economía sumergida en el subsector: "Muchos se han dado de baja pero siguen haciendo trabajos que no requieren certificación oficial".

Los impagos, relata Santos, hacen mella en los instaladores eléctricos, que, como contratistas, se quedan sin cobrar por las quiebras de las promotoras o sufren los retrasos de la Administración. "La mayoría de las empresas tiene ahora problemas de liquidez; el sector público a veces tarda hasta dos años en pagar, a pesar de que la ley marca 60 días", y a ello se suman las persistentes restricciones en el acceso a la financiación bancaria.

En consecuencia, las perspectivas para este año "son muy malas", y sólo mejorarían si se atendiera la petición empresarial de primar en los concursos públicos el carácter local de una empresa y el empleo de residentes canarios. "Así se podría dar más trabajo", igual que con un adecuado mantenimiento de los sistemas eléctricos de edificios, dado que "en muchos hoteles se producen incumplimientos", añade.

**Fecha: viernes 12 de febrero de 2010**

## **Fepeco sostiene que la segunda oleada del Plan E no reflotará la construcción**

La patronal provincial insiste en que el nuevo Fondo Estatal para el Empleo y la Sostenibilidad Local es una solución "transitoria" que sólo favorecerá el mantenimiento de la actividad actual, pero no la aumentará. Ante la parálisis de la iniciativa privada, afirma, sólo el Plan de Vivienda canario generará puestos de trabajo.

12/feb/10 07:54

Edición impresa

EL DÍA, S/C de Tenerife

El sector de la construcción afronta otro año "difícil", en el que la medida "estrella" del Gobierno estatal para atenuar el descenso de actividad, el Fondo para el Empleo y la Sostenibilidad Local (Plan E), apenas servirá para "mantener en funcionamiento" las empresas que de él se beneficien. En cambio, el Plan de Vivienda y Rehabilitación autonómico sí genera "esperanzas" entre los empresarios isleños.

En una rueda de prensa en la que presentó, junto al director general de Trabajo del Gobierno de Canarias, Pedro Tomás Pino, un estudio sobre salud y prevención de riesgos laborales en el sector, el director gerente de la patronal provincial del ramo Fepeco, Óscar Izquierdo, insistió en que la caída del segmento residencial, unida a la falta de financiación y liquidez, augura "otro año complicado".

Y como sucedió en 2009 con el Fondo Estatal de Inversión Local (FEIL), la segunda oleada del Plan E sólo será una solución "transitoria" que "no aumentará la actividad", puesto que, argumentó, por cada operario empleado en una de sus obras de infraestructura, la edificación requeriría 24.

Por ello, será el plan autonómico, vigente hasta 2012 y que pretende facilitar el acceso a una vivienda a 135.000 familias, el que compensará la parálisis del sector. Además, cabe recordar, permitirá a los promotores convertir los pisos que no puedan vender en el mercado libre en protegidos.

"Es el mejor plan del Estado", apuntó Izquierdo, que subrayó que el impulso a la rehabilitación -primer objetivo del programa- abona el terreno para que los trabajadores de la construcción diversifiquen su formación y se especialicen en una rama que, según los expertos, es el futuro del sector.

El director general de Fepeco recordó que la construcción, un pilar en la expansión económica isleña, se ha visto inmersa en una crisis que ha tenido impacto en la actitud preventiva de sus empleados, que han sufrido "estrés" y déficit de atención ante la falta de relevo a los trabajos que estaban realizando y el consecuente paro.

No obstante, y a pesar de que las exigencias y urgencias del FEIL -cuyas obras debían dar trabajo a parados y terminarse el pasado 31 de diciembre- no ayudaron, Izquierdo subrayó los "avances cualitativos" que, en materia de prevención de riesgos, se ha producido en los últimos años, sobre todo entre los más jóvenes.

Destacó la colaboración de los empresarios con sus trabajadores y con el Instituto Canario de Seguridad Laboral (Icasel), en especial para la sustitución de andamios obsoletos e inseguros.

Por su parte, el director general de Trabajo valoró el mayor control que ejerce el Icasel sobre la subcontratación y dijo que el Gobierno autónomo ha concedido 3,2 millones de euros en subvenciones a 235 empresas desde 2005 para modernizar sus estructuras, además de prestar apoyo formativo y divulgativo en colaboración con las

patronales del sector, que, señaló, tiene un capítulo especial en la nueva estrategia preventiva del Ejecutivo canario.

Asimismo, la vicepresidenta de Fepeco, Ángeles Palmero, también presente en la rueda de prensa, recalcó que, a pesar de la adversa coyuntura económica, los empresarios "no quieren perder el pulso a la evolución favorable de la prevención y la salud en el trabajo, ya que han entendido que hay que implementar la seguridad en todos los ámbitos".

En su opinión, se ha producido "un cambio en la cultura de la empresa, y todos los integrantes de ella están concienciados", algo que también se debe a que el Real Decreto 1627/1997 obliga a que todas las contratadas y subcontratadas que intervengan en la ejecución de un proyecto cuenten con un plan de seguridad y salud, explicó.

Según el estudio presentado ayer, cada vez hay más coordinadores encargados de explicar ese plan antes de iniciar los trabajos. Sólo en la disponibilidad de la documentación a pie de obra y en la utilización de los equipos de protección individual (EPI) se detectan "pequeñas deficiencias".

## IC asegura que el acuerdo de negociación colectiva es "lesivo" para las Islas

12/feb/10 07:54

Edición impresa

EL DÍA, S/C de Tenerife

El acuerdo para el empleo y la negociación colectiva, firmado el pasado 9 de febrero entre CCOO y UGT y las patronales de CEOE y Cepyme, fue valorado ayer por Intersindical Canaria (IC) como "especialmente lesivo" para la clase trabajadora del Archipiélago, ya que con este pacto los firmantes "sacrifican las ya paupérrimas rentas salariales, y no existe por parte del empresariado compromisos eficaces de mantenimiento del empleo ni de mejora de la calidad del mismo".

Para IC, "en una situación extremadamente cambiante como la actual y de difícil predicción de horizontes, el acuerdo alarga su vigencia durante tres años, con la miserable subida salarial, congelación en la práctica de hasta un 1% durante 2010 y hasta un 2,5% para el periodo 2011-2012".

"Ante las negativas perspectivas no cabe más opción que unificar fuerzas para lograr hacerlo inaplicable en las Islas", dijo el sindicato.

## Los anunciantes llaman a defender la idiosincrasia del sector publicitario isleño

La jornada sobre el mercado de la publicidad en el Archipiélago congregó ayer en Santa Cruz de Tenerife a decenas de profesionales, que reflexionaron acerca de la situación y las perspectivas de futuro ante la crisis económica, el auge de las nuevas tecnologías de la información y el cambio en los hábitos de consumo.

12/feb/10 07:54

EL DÍA, S/C de Tenerife

El presidente de la Asociación Canaria de Anunciantes (ACA), Andrés Ordóñez, consideró ayer necesario "defender el ámbito de autonomía y diferenciación del sector publicitario isleño dentro del contexto nacional e internacional".

Ordóñez, que realizó estas afirmaciones durante la inauguración de la jornada "El mercado de la publicidad en Canarias. Presente y futuro", que tuvo lugar ayer en el salón de actos de la sede central de CajaSiete en Santa Cruz de Tenerife, argumentó que "en el Archipiélago, más que en cualquier parte, la globalización y las nuevas tecnologías van cuestionando el mercado publicitario autónomo y diferenciando que durante décadas hemos disfrutado".

Por ello, ante varias decenas de profesionales de la publicidad a nivel regional y estatal, aseveró que "la principal misión de la ACA es ser un referente de reunión y de debate en torno a este sector y una defensa del papel que el anunciante, la agencia o el medio, junto a las decenas de empresas que viven en torno a la publicidad en Canarias, tienen en el conjunto económico regional". En este contexto, puntualizó que "en lo que atañe a los medios convencionales, en las Islas se concentra el 10% de la inversión publicitaria nacional", una circunstancia que ratifica que se trata de un sector importante en el Archipiélago, con lo cual "hay que mantener su autonomía, su idiosincrasia y dignificarlo como se merece", ratificó.

Ordóñez subrayó que "el mundo de la publicidad está hoy en la más importante encrucijada de su historia, tanto por la crisis económica, que ha provocado una reducción significativa de la inversión publicitaria, como por el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información, que está propiciando un profundo cambio en el consumo del ocio de nuestra sociedad; y esto está convulsionando a agencias, medios y consumidores".

El máximo representante de ACA afirmó que "el futuro de la publicidad va apuntando claramente hacia el formato digital y hacia el mundo de posibilidades que la red está propiciando". De hecho, sentenció que "ya es una obviedad decir que el marketing digital es el futuro". Así pues, dijo, "en nuestra opinión, es más interesante saber ahora qué va a ocurrir con los medios tradicionales y cómo éstos se están preparando desde hoy para afrontar ese futuro, que ya está aquí".

En otro contexto, Ordóñez señaló que el colectivo de anunciantes de las Islas ve "con preocupación" cómo "dentro de nuestra sociedad va surgiendo una tendencia que cuestiona sistemáticamente la publicidad por el mero hecho de serlo, como si ésta estuviera siempre en el foco de los males del sistema capitalista en el que nos desenvolvemos".

Al respecto, agregó que "de ahí se derivan actitudes radicales contra el propio concepto de marca -que es la esencia de la publicidad- que llegan a erosionar la credibilidad y, en los casos más extremistas, la honestidad de nuestro trabajo". No obstante, enfatizó que "a lo largo de la historia más reciente, las marcas han significado avance, progreso, calidad, garantía, innovación y empleo".

A su juicio, "la humanidad ha avanzado gracias a las marcas, a su esfuerzo y prestigio", y por ese motivo considera que "el cuestionamiento de las marcas es una vuelta al pasado, al entronamiento poco a poco de una mediocridad que la sociedad no se merece".

Por último, Ordóñez avanzó que "la intención de la ACA es abordar en el futuro nuevos proyectos técnicos más específicos sobre toda clase de temáticas, que sirvan a nuestros asociados y al sector en forma de reciclaje y de referencia profesional".

A continuación tomó la palabra el presidente de CEOE-Tenerife, José Fernando Rodríguez de Azero, que destacó la importancia de la unión del sector en esta nueva asociación y ofreció "el respaldo de la patronal tinerfeña para la defensa de un segmento tan significativo como éste", del que recalcó su alta cuota de presencia en el mercado a escala nacional, que duplica la del resto de actividades económicas del Archipiélago que se mueven en torno al 4% o el 5%".

### **Situación "nada fácil"**

Por su parte, el director general de Comercio del Gobierno de Canarias, Arturo Cabrera, reconoció que "la situación actual no es nada fácil", pero agregó que "estamos ante un escenario propicio para la reflexión". Finalmente, destacó "las especiales condiciones en las cuales se tiene que realizar el negocio de la publicidad en Canarias, dado el hecho insular, o el importante peso del turismo, lo hacen completamente distinto al del territorio continental".

En el cierre del acto inaugural, el titular del Cabildo de Tenerife, Ricardo Melchior, apostilló que "en un mundo globalizado como en el que vivimos, la publicidad es cada vez más necesaria para las empresas". En este sentido, alegó que "es fundamental mejorar la competitividad para generar actividad económica, mantener puestos de trabajo, apostar por la innovación tecnológica, mejorar la calidad de los servicios y tender hacia la sostenibilidad", algo que, según insistió, "sólo se puede lograr estando unidos".

En el transcurso de la jornada tuvieron lugar varias conferencias y coloquios en los que se analizaron temas como el futuro de la publicidad en la prensa. En este debate participó el responsable del área de Márketing de EL DÍA, Víctor Albelo, junto a otros



*Área de Economía y Competitividad  
Servicio Técnico de Innovación y Desarrollo de Proyectos  
Banco de Datos y Centro de Documentación*

representantes de los medios de comunicación locales, que coincidieron en que la clave para el futuro de la publicidad y de los propios periódicos es "reinvente".