

REGALOS

Si apuesta por la tecnología, cuidado con el riesgo de adicciones



OCIO

Música para hacer más llevaderas las celebraciones navideñas



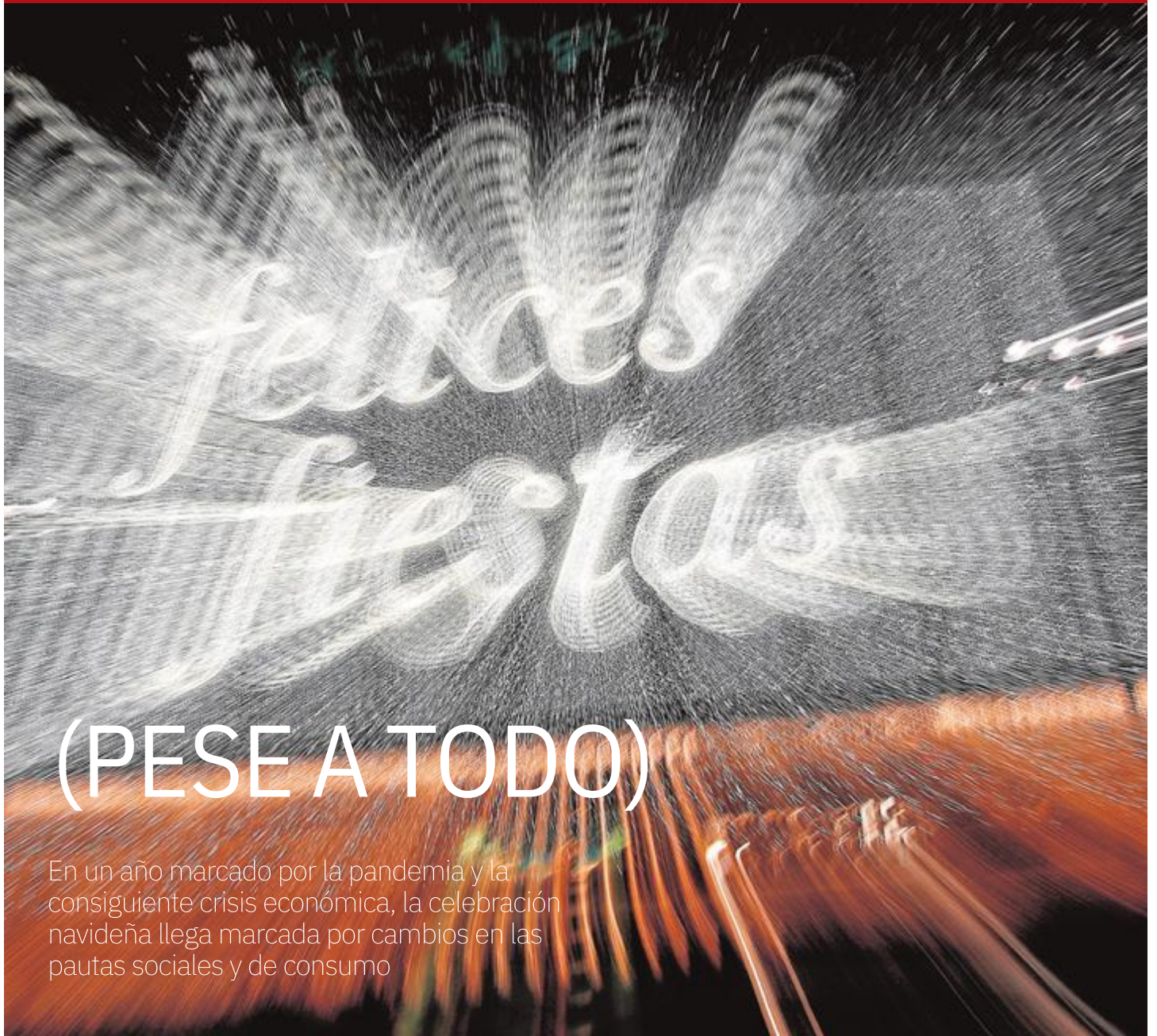
CONSUMO

Menos gasto, a la búsqueda de gangas y con la compra 'online' al alza

Tiempo de Navidad

Suplemento especial

Jueves
24 de diciembre
de 2020



(PESE A TODO)

En un año marcado por la pandemia y la consiguiente crisis económica, la celebración navideña llega marcada por cambios en las pautas sociales y de consumo

FIESTAS DIFERENTES. La precaución se debe sentar a la mesa navideña este año

Unos días para encontrarse... pero mejor solo con los convivientes

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Canarias7. La necesidad de encontrarse en las fiestas navideñas con familiares y amigos tras duros meses de pandemia puede llevar a pensar que hacerse pruebas de coronavirus es la mejor manera de acudir seguros a los encuentros, sin embargo, los expertos avisan: el test más seguro es reunirse solo con convivientes.

PCR, antígenos, serológicos...son varias las técnicas que hay disponibles para diagnosticar o saber si se ha estado en contacto con la infección, pero expertos como la portavoz de la Sociedad Española de Enfermedades Infecciosas y Microbiología Clínica (Seimc), María del Mar Tomás, afirman que «no hay ninguna técnica que sea cien por cien por segura». Explica que, además, depende de cómo, cuándo y en qué momento de la posible infección se hagan las pruebas. «Que te hagas un test te dará una probabilidad, pero depende de quién te lo hace, de cómo te lo hace, del test, del momento en el que te lo hagas», redonda la experta.

Por eso, como profesional, no aconseja hacerse pruebas con el objetivo de ir «seguros» a las comidas y cenas navideñas si no se tienen síntomas.

Para empezar, señala, lo más se-

guro es reunirse solo con convivientes, y, si no es posible y la reunión es con otras personas, hay que tomar todas las medidas de seguridad recomendadas, desde la higiene y la distancia de seguridad, hasta el uso de mascarillas y la ventilación o hacerlo en espacios abiertos.

Tomás añade que la «única» forma de ir «seguro» a las reuniones de familias o amigos es tener el «mínimo contacto social» entre los cinco y siete días previos, es decir, hacer una cuarentena.

En el mismo sentido se pronuncia el portavoz covid-19 de la Sociedad Española de Médicos Generales y de Familia (SEMG), Lorenzo Armenteros, quien desaconseja el uso de los test como «mecanismo para asegurar una cena tranquila», ya que lo realmente seguro es hacer el sacrificio y evitar el contacto con aquellos con los que no se conviva.

El término conviviente, matiza Armenteros, se refiere a los que conviven en la misma casa, se puede ampliar de una forma más laxa pero, a su juicio, no sería lo conveniente porque revertiría un riesgo.

«Por poner un ejemplo, alguien que va a ver a sus padres a diario pero tiene una vida aparte porque trabaja en una oficina con 40 per-



Los encuentros familiares se deben regir por la prevención ante la pandemia. Efe

sonas, eso no es un conviviente aunque vaya a ver a diario a sus padres», opina.

El más desaconsejable es, según los expertos, el test de anticuerpos que ha empezado a distribuirse de manera limitada y bajo prescripción médica en las farmacias, «porque no tiene una capacidad de fiabilidad diagnóstica importante», dice el portavoz de la SEMG.

Esta prueba a través de una muestra de sangre del dedo establece el estado inmunitario, pero no mide el virus en el momento ni las posibilidades de contagio: puede demostrar que se ha tenido contacto con el virus, pero dependiendo de los resultados puede ser necesaria una PCR complementaria.

Además, «no da la garantía» de que una persona está enferma o no y, «desde luego», no confirma «si estás libre o no de la covid: lo que

puede provocar es una falsa sensación de seguridad», insiste Armenteros.

De la misma opinión es la portavoz de la SEIMC respecto a estos test, que asegura «ahora mismo no tienen mucho valor en relación a una infección activa».

El Consejo General de Colegios Farmacéuticos afirmó hace días en un comunicado que estos test de autodiagnóstico permiten detectar la presencia de anticuerpos ante el SARS-CoV-2 pero no están recomendados en el caso de que exista sospecha de infección, es decir, no detectan la presencia del virus, sino la respuesta del organismo al mismo.

En el caso de los test rápidos de antígenos, que detectan proteínas del virus mediante un exudado nasofaríngeo en cerca de un cuarto de hora, «dan mayor fiabilidad y sen-

sibilidad para identificar si alguien está enfermo», según Armenteros.

Tienen mayor fiabilidad en la primera semana de infección y principalmente cuando se tienen síntomas, añade la portavoz de la SEIMC, que, no obstante, indica que «no existe una evidencia científica clara de su valor en asintomáticos».

«Un resultado negativo no te garantiza cien por cien que no estés infectado y no contagies», aclara la experta.

En cuanto a la PCR, sería para los expertos la prueba más fiable, pero es cara y se recomienda «exclusivamente» desde el sistema sanitario. Tiene una utilidad desde el punto de vista preventivo y clínico para ver la evolución de la patología y siempre en el marco de la atención a un paciente, precisa el portavoz de la SEMG. El resultado tarda entre 24 y 48 horas.

Nuestros mejores deseos
para el próximo año


CEISA
CEMENTOS ESPECIALES DE LAS ISLAS

familia
encuentro
ilusión
magia
paz
emoción
amigos
vida
recibir
adornos
soñar
dar

Siempre habrá Navidad.
Felices fiestas.



NUEVAS PAUTAS. Los psicólogos animan a relativizar los cambios obligados por la covid-19

¿Nos vemos en Navidad o nos salvamos? Esa es la cuestión

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Canarias7. Los expertos en salud mental abogan por mantener el contacto virtual con los seres queridos, relativizar la importancia de celebrar unas fiestas concurridas, ser optimistas y no dejar que los niños pierdan la ilusión para afrontar la Navidad más atípica e incierta a causa de la pandemia de la covid-19.

El psicólogo Enric Valls ha asegurado que nos enfrentamos a unas fiestas rodeadas de una incertidumbre que «genera tensión» y se pregunta que «quién nos iba a decir que iba a ser un año tan difícil y tan brutal».

Se acercan unos días marcados tradicionalmente por las multitudes, los encuentros familiares, las fiestas con amigos, cabalgatas, las salidas nocturnas y los excesos y este año «no tendremos nada de esto» o, al menos, estará limitado y condicionado, y «nos miramos entre nosotros y podemos observar incertidumbre, sorpresa, miedo, fatiga y dudas» e incluso «sentimientos de estrés postraumático o de fatiga pandémica».

Ante esto nos queda «no perder la esperanza» y ser «optimistas, que no positivos», porque, explica, «el positivo dice que no pasa nada, mientras que el optimista reconoce que las cosas no están bien y

hace lo posible para cambiarlas dentro de las posibilidades».

Valls recomienda no dejarse llevar por el «síndrome del cumpleaños» -por el cual el individuo «dice que todo está bien pero en el fondo está fastidiado por dentro»- sino que aboga por «hablar y comunicar lo que uno piensa, expresar con palabras que nos sentimos mal, y hacer partícipe de ello a las personas cercanas».

Se trata de «abrir puertas de emergencia», porque «hay quien, en estas situaciones, solo ve como salida la rabia o la agresividad», pero hay que dar paso a esas puertas para aliviar el estrés. Algo que se puede conseguir, según el psicólogo valenciano «dedicándonos a una afición, haciendo ejercicio, manteniendo charlas con las personas más cercanas» y con actividades como la ayuda social o el voluntariado y, sobre todo, «aprendiendo a relativizar y ser optimistas», porque «la Navidad no tiene por qué ser algo maravilloso».

Con ilusión

Para la psicóloga Gracia Vinagre el hecho de que la Navidad vaya a ser diferente no significa «que no se pueda vivir con ilusión». «Ligamos el cambio y la diferencia a cosas ne-



Los ausentes por las restricciones podrán estar presentes telemáticamente. Efe

gativas», sobre todo a consecuencia de la pandemia, que «nos ha cambiado mucho y nos genera mucha infelicidad».

Pero un cambio «puede ser un regalo» y este año «puede que vayamos a renunciar a cosas, pero a lo mejor estas fiestas nos enseñan otras».

La profesional pone el foco en los niños, y hace un llamamiento a que los adultos «transmitamos a los pequeños que aunque van a ser diferentes serán igual de ilusionantes», y Valls añade que «aunque no se pueda regalar y ofrecer tantas cosas materiales, sí se puede ofrecer afecto y cariño».

Y ambos encuentran en estas Navidades diferentes algo positivo, «no

serán tan estresantes», indica Vinagre, porque «con menos gente no tendremos que preparar grandes cenas, sino ir a lo sencillo, que a fin de cuentas es la base del espíritu navideño: disfrutar de las pequeñas cosas y momentos más hogareños».

Valls también se inclina por relativizar, «podemos verlas como una cena más, y pensar que ya habrá momentos para celebrarlo» y anima a la gente a no perder el contacto con los seres queridos, ya que «serán las Navidades más tecnológicas» y debemos hacer uso de recursos digitales para «poder tener cenas virtuales y si hace falta se pone en la mesa un altavoz y una videollamada con los familiares y

amigos».

En este sentido el profesional explica que el «amortiguador del dolor es el contacto social y el trato personal», así, aboga por mantener los contactos a distancia valiéndose de la tecnología, y también por tener proyectos de cara al año nuevo como «almohada protectora frente a la angustia».

Para Vinagre, podemos verlas como unas navidades «más tranquilas» y sugiere «tirar de imaginación» para mantener el contacto social mediante cartas, mensajes, videollamadas, hacer un adorno navideño para un ser querido» e intentar buscar los mecanismos que «nos hagan sentir más cerca a nuestros seres queridos».



Un año más. Central de Representaciones Canarias les desea una Feliz Navidad y un año 2021 lleno de salud, ilusión y trabajo.





¡Brindemos por un nuevo año diferente,
auténtico y lleno de sorpresas!

Feliz Navidad en Lopesan



Reserva tus próximas vacaciones en [lopesan.com](https://www.lopesan.com)



DISTRIBUCIÓN. La pandemia modifica las pautas de gasto en estas fiestas

Menos consumo, a la caza de la rebaja y mirando a internet

CANARIAS7

Las Palmas de Gran Canaria. El sector de gran consumo asume para este año una Navidad marcada por el ahorro, la búsqueda de promociones y la venta a través de internet, con menos reuniones sociales y familiares, menos regalos y menos viajes debido a las restricciones aprobadas para afrontar la pandemia.

Así lo refleja el último estudio elaborado por la patronal del sector, Aecoc, que apunta que, como consecuencia de la caída del gasto en hostelería, aumentarán las compras en el supermercado para consumir dentro del hogar.

Las principales cadenas de distribución calculan que cerrarán el ejercicio con una subida de las ventas superior al 6% debido a este comportamiento.

El informe, que incluye los resul-

tados de una encuesta a 500 consumidores, apunta que siete de cada diez españoles pretenden reducir su gasto general estas Navidades respecto al año anterior debido a dos motivos: las limitaciones a la movilidad por la covid-19 y la crisis económica.

En este sentido, el 49% asegura que la situación económica de su hogar ha empeorado y seis de cada diez estima que tendrá menos comidas familiares debido al riesgo de contagio.

Un 87% prevé gastar menos en regalos y otro 61% reducirá su desembolso en juguetes; además, cuatro de cada diez comprarán más que hace un año a través del canal «online», también alimentos y bebidas.

El informe de Aecoc incluye otra encuesta entre las principales cadenas de distribución del país y la mayoría se muestran «optimistas»



El comercio se adapta a las exigencias de la pandemia. Arcadio Suárez

(65%) debido al mayor número de ocasiones de consumo en el hogar, lo que repercutirá en subidas de ventas y facturación.

De cara a 2021, el estudio concluye que se verá a un consumidor «temeroso», que priorizará la

proximidad y la rapidez a la hora de hacer sus compras, por lo que las visitas a los establecimientos, y seguirá siendo ahorrador, tanto por la crisis como por la imposibilidad de viajar o salir.

Una vez superada la pandemia los españoles esperan recuperar algunos de los hábitos pre-covid y serán las categorías que más caen ahora (ocio, viajes y restaurantes) las que registrarán mayores subidas, y viceversa.



Todo el equipo del Grupo Famara les desea felices fiestas.



Famara Suministros de Fontanería
C/ Atalaya, 20
Urbanización Industrial Lomo Blanco
35010 Las Palmas de Gran Canaria
Tel. 928 48 09 43 - 928 48 09 34
famara@famara.es
www.famara.es



ACG Abastecimientos
C/ Casuarinas, 106 - Nave 44
Polígono Industrial de Arinaga
35118 - Agüimes
Tel. 928 18 41 40
acg@acgabastecimientos.com
www.acgabastecimientos.com



Cristalería Cruz Perez
C/ Mòdem, 12
Polígono Industrial Ajimar
35220 Telde
Tel 928 71 40 00
presupuestos@cristaleriacruzperez.com
www.cristaleriacruzperez.com



Que en estos días
extraños pero felices,
disfrutes junto a los tuyos,
como marinero en su Marina.

Que tu futuro esté lleno de días
de serenidad y mar Salobre.

Que tu espíritu navideño
brille Gold como el sol.

BUENDÍA
CORRALEJO
NOHOTEL

ISLAS
CANARIAS

SATOCAN

Les deseamos una Feliz Navidad
y un 2021 lleno de ilusión y solidaridad.

felices fiestas



OPINIÓN



Juan José Laforet

Cronista oficial de Gran Canaria

SER Y SENTIR LA NAVIDAD

Si atendemos crónicas concretas y elocuentes, como la de Domingo J. Navarro, la Navidad por esta isla durante décadas, incluso a lo largo de varios siglos, se podía concretar en hogareños nacimientos, que eran incesantemente visitados en los días de Pascuas, en la Nochebuena que giraba en torno a la Misa del Gallo –para la que, a finales del siglo XIX, el Maestro Valle nos dejó una soberbia ‘Misa Pastorella’–, en los ‘ranchos de cantadores’, «...que cantaban romances con panderos, repiqueo de asadores, sonajas o cascabeles...», en una gastronomía en la que eran inexcusables la «...cazuela de gallina y los pasteles de carne de cerdo...», sin olvidar las truchas de batata, o de cabello de ángel, y el queso de almendras, a la par de los turroneos y otras golosinas que llegaron mucho después poco a poco, y en algunas otras costumbres que se vivían en la intimidad de las familias, o de un reducido vecindario.

Sin embargo, en pleno siglo XX, hacia el año 1953, el cronista capitalino Eduardo Benítez Inglott ya sostenía como «Ahora, en los tiempos que vivimos, son bien distintas las características del día de Navidad en nuestra urbe. Antes se almorzaba y se comía; ahora se come y se cena. Son pocos los Nacimientos y hasta los pasteles han cambiado de tamaño, y que de calidad, aunque sí de precio...», para subrayar una transformación de las costumbres, pero no del ser y sentir ante estas solemnidades, que José Miguel Alzola, un cuarto de siglo después confirmaba al sostener que la «...alegre y hogareña austeridad con la que en épocas pasadas discurría el ciclo pascual ha sido desbordada...», repasando to-

La Navidad isleña, este diciembre del año 2020, en el difícil orbe que la ribetea, debe ser capaz, más que nunca, de aunar tradición y vanguardia, de ser ante todo una fiesta de la expectación, de la solidaridad, del amor



Foto de comienzos del siglo XX. Eleuterio López / Fedac

das las características bulliciosas, multitudinarias, multicolores, magnificadas en el orbe de una so-

riedad donde la comunicación se desborda, en las que se ha conformado la Navidad hasta ahora.

Pero, si observamos detenidamente el acontecer navideño de las últimas décadas, también encontraremos como, llegados estos días de Nochebuena y Navidad, pertrechados de los mejores deseos, pero bastantes despistados de cómo vive, siente y palpita nuestro entorno actual, nos hemos dedicado mucho a mirar atrás, a una ceremonia de la nostalgia más agresiva de lo que ya de por sí el sentimiento navideño impone; y aunque es imprescindible, buena y saludable una mirada al pasado, a la memoria de otros siglos, a lo que conforma una parte de las raíces de lo que hoy somos y sentimos, esa mirada no debe convertirse en una exclusiva actitud retrospectiva –no siempre «todo tiempo pasado fue mejor»–, ni una muralla que nos aisle del presente, de nuestra realidad, de los sentimientos que hoy definen las vivencias navideñas, y más en las circunstancias que atravesamos, pues perderemos la oportunidad de ser parte activa de lo que ya son nuevas, arraigadas y hermosas tradiciones que señalan y resaltan a la Navidad isleña.

Benítez Inglott, en su artículo de 1953 al señalar como «...todavía, al acallarse los repiques, se oye a lo lejos el canto de una isa de las ‘de media noche pa el día’, o el ras-

gueo de las guitarras y bandurrias de una comparsa que ha pasado la nochebuena dando serenatas a personas amigas o significadas...», resalta con pena como en aquellas serenatas «...el repertorio de los cantos isleños formó peregrino contrastes con valsos, boleros y otros aires con los que el afán del modernismo ha desfigurado el clasicismo canario de pasados tiempos, en muchas ocasiones, con marcada ofensa al buen gusto...», significando la trascendencia de aquel viejo aforismo que señala como «todo lo que no es tradicional, es falso»; pero aún entendiendo y aceptando esta idea, no puedo compartirla sin más, pues también en el presente, en la realidad de este nuevo siglo que nos ha tocado vivir, cada año se conforman actos y actitudes que podemos considerar ya como verdaderas tradiciones, como partes inseparables de una forma de ser y de sentir, de ver y de entender el propio entorno, que nos definen y señalan ante la mirada de otros. Aunque, por supuesto, «no es oro todo lo que reluce», y debemos ser cautos con lo que en realidad es ajeno, efímero e insustancial, pues nada surge porque sí, todo es un fluir en el cauce hondo de la idiosincrasia de una comunidad con cinco siglos de historia.

La Navidad isleña, este diciembre del año 2020, en el difícil orbe que la ribetea, debe ser capaz, más que nunca, de aunar tradición y vanguardia, de ser ante todo una fiesta de la expectación, de la solidaridad, del amor, una voz que la señale en su posición estratégica en los caminos que conducen a muy diversos pueblos y naciones de tres continentes. Navidad de esperanza por arenales, medianías y cumbres, donde Gran Canaria tañe campanas de plata.

litografía Romero
las Artesgráficas

les desea feliz Navidad y próspero Año Nuevo

www.litografiaromero.com





Felices trayesías que nos vuelven a Unir

A una travesía de
dedicarte tiempo.



Este año de abrazos prohibidos creemos que el mejor regalo sería volver a encontrarnos.
Estas fiestas, entre tú y tus deseos, una travesía.

CON RESPONSABILIDAD LO CONSEGUIREMOS

navieraarmas.com · trasmediterranea.com ·    

NAVIERA
ARMAS


Trasmediterránea

TRADICIONES. Iluminación para combatir el estado anímico por la pandemia

Luces para espantar el fantasma del virus

CANARIAS7

Las Palmas de Gran Canaria. Más calles, más edificios y más bombillas. Las principales ciudades y buena parte de los municipios españoles han dedicado este año un presupuesto mayor a la iluminación navideña para espantar el fantasma del covid y la tristeza que deja detrás y ayudar al comercio local a superar el fatídico 2020.

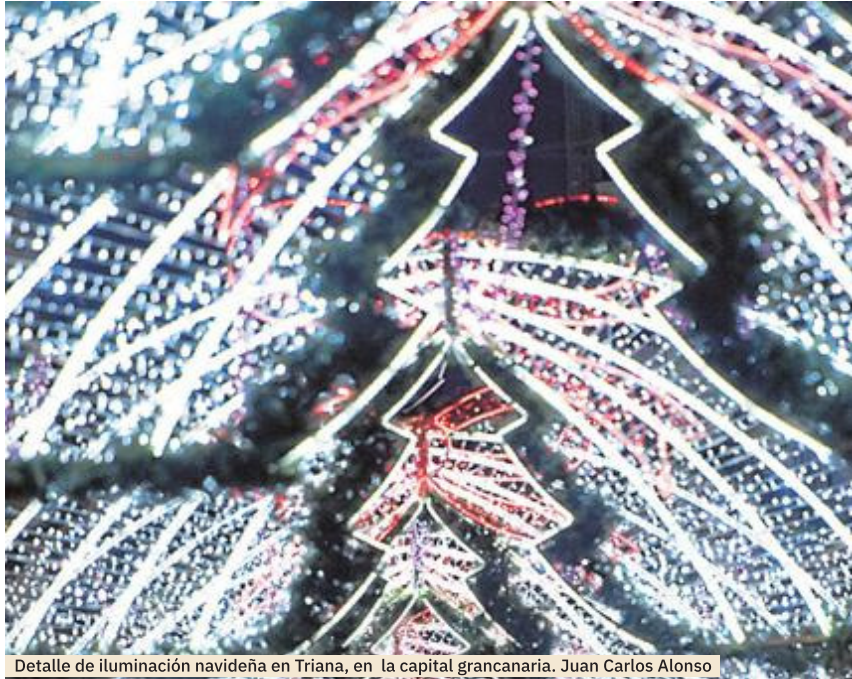
Los ayuntamientos han aprovechado el ahorro por la ausencia total de festejos desde marzo, cuando el coronavirus se convirtió en pandemia y España se encerró, y lo han empleado en una luz de «esperanza» que llega a nuevos barrios para relanzar sus comercios.

Este año la capital grancanaria se ha llenado de luz con cerca de 1,5 millones de bombillas led, medio millón de luminarias con respecto al año pasado. El alcalde de la ciudad, Augusto Hidalgo, y la concejala de Servicios Públicos, Inmaculada Medina, destacaron en la presentación de la iluminación que este 2020 se ha hecho «un esfuerzo para llevar el espíritu navideño a más rincones de la ciudad».

Iluminaciones Ximénez, una de las empresas más importantes del sector en España, asegura que ha mantenido los contratos con los más de 200 ayuntamientos con los que trabaja, y que confía en facturar de nuevo los 43 millones del pasado ejercicio y en superar los cien millones de puntos de luz instalados en todo el país.

La empresa ha readaptado este año sus creaciones a la situación sanitaria, instalando elementos para controlar la distancia de seguridad y el flujo de visitantes, mientras que los montajes de luz y sonido se han transformado en un hilo musical continuo para evitar las aglomeraciones.

También la empresa extremeña Isedez, que lleva casi 20 años iluminando la Navidad de más de 200 pueblos extremeños, andaluces y portugueses, sigue pese a la covid con su cartera de clientes, que han mantenido sus pedidos e incluso aumentado su presupuesto.



Detalle de iluminación navideña en Triana, en la capital grancanaria. Juan Carlos Alonso

to.

Su gerente, Marcelo Pérez, dice que sus clientes tenían remanente por haber suspendido sus fiestas de verano «y pueden volcarse más en la Navidad».

La mayoría de municipios encendieron las instalaciones en vísperas del comercial 'Black Friday'. Buscaban que la luz atrajera el consumo. Ahora, la preocupación es controlar los ahorros para evitar que provoque una nueva oleada de propagación del virus.

Madrid ha iluminado 210 calles y plazas, 30 emplazamientos más que en 2019, con 10,9 millones de bombillas, un alumbrado que comenzó a instalarse en septiembre y que cuenta con un presupuesto de 3,17 millones de euros, prácticamente idéntico al del año pasado.

Los protagonistas son las cuatro bandas de luces con los colores de la bandera española, una instalación que defiende su alcal-

de, José Luis Martínez-Almeida, porque, afirma, «no tiene otro ánimo» que simbolizar «que todos tenemos que estar más unidos que nunca».

Cientos de arcos, casi cien kilómetros de cadenas, 12 abetos y 119 almendros brillando, el logo del Xacobeo 2020 junto a la estación de Atocha y la gran novedad de este año, una menina gigante en la plaza de Colón, son algunos de los ornamentos en las noches de Madrid.

«La Navidad en este planeta empieza con el encendido de las luces en Vigo». La frase es del alcalde de esta ciudad gallega, Abel Caballero, que inauguró el inicio de la colocación de las luces -diez millones de luces led- el pasado 19 de agosto.

Con un discreto acto de inauguración, la Navidad empezó en Vigo e ilumina 334 calles repartidas en todas las zonas con 2.700 adornos, además de 450 árboles, dan-

do así continuidad a un evento que se ha situado como uno de los principales reclamos turísticos.

Sin embargo, la prioridad en Vigo ha dejado de ser abarrotar sus calles. El gobierno local se ha esforzado en evitar las aglomeraciones vistas días atrás en Madrid o Málaga como un rasgo distintivo, como una marca propia.

Para ello, acotará el aforo en 62 calles del centro, que estarán controladas por cámaras y por operarios contratados al efecto, que cerrarán los accesos a las mismas con la ayuda de la Policía Local y de voluntarios de Protección Civil.

Barcelona ha dedicado 1,7 millones de euros al alumbrado navideño, un 65 % más que el año pasado, con el objetivo de «relanzar la vida comercial» de los barrios del centro.

En total, se iluminan más de 100 kilómetros lineales de vías públicas con una potencia contratada superior a años anteriores, de mil

El alcalde de la capital grancanaria destaca el esfuerzo realizado este año para llegar a más barrios

La ciudad cuenta con 1,5 millones de bombillas de tipo led, medio millón más que en 2019

kilovatios.

El primer teniente de alcalde, Jaime Collboni dijo que en estos momentos «excepcionales» Barcelona quiere que las fechas navideñas sean señal de «esperanza» y la iluminación indique que la ciudad no quiere «renunciar a nada» pese a las dificultades.

Málaga encendió por sorpresa el alumbrado navideño, sin actos oficiales ni espectáculos de luz y sonido, como los que diariamente llenaban otros años la calle Larios, el centro neurálgico y comercial de la ciudad.

Este año se han iluminado más de un centenar de calles del centro, se incorporan nuevas vías, se han instalado cinco grandes árboles, los 11 distritos cuentan con luces en sus zonas comerciales y la novedad es un hilo musical con villancicos en la calle Larios.

«El bosque de la Navidad» vuelve a ser el título de la ambientación de esta calle, la más conocida internacionalmente, en la que brillarán durante 40 días 180.000 puntos de luz en 22 arcos de tipo ojival de 11 metros entre ejes y 12,8 metros de altura.

Málaga ha destinado 798.000 euros a todas estas instalaciones, el mismo presupuesto que en 2019. miento y otros 11 de seis metros en diversos barrios- y la iluminación de la fachada del Ayuntamiento o el belén de la plaza de la Reina.

CALETA DE FUSTE

Ayuntamiento de Antigua

El Ayuntamiento de Antigua te desea FELIZ NAVIDAD"

EMPRESAS



Más de 200.000 kilos de alimentos entregados en este año en Gran Canaria. C7

SPAR GRAN CANARIA, UN AÑO PROTAGONIZADO POR SU COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

El grupo de empresas canario se aproxima a un final de año con las cifras más altas hasta el momento en donaciones y colaboraciones, que convierten el 2020 en un año marcado por la solidaridad y el compromiso con la sociedad grancanaria

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Canarias7. 2020 será recordado como un año muy distinto y especialmente difícil para nuestras Islas, en el que todos los actores de la sociedad han dado lo mejor de sí, colaborando para apoyar a las personas que más lo han necesitado. La cadena de supermercados SPAR Gran Canaria, como servicio esencial, intensificó sus esfuerzos desde el inicio de la crisis para garantizar el suministro de productos con la máxima seguridad posible.

Paralelamente, la cadena triplicó en el primer semestre de 2020 el número de donaciones

realizadas en el mismo periodo del año pasado, multiplicando los fondos destinados a proyectos sociales, con más de 200.000 kilos de alimentos entregados en la isla de Gran Canaria a Banco de Alimentos, Cruz Roja, Cáritas Diocesana, así como a distintas obras sociales, fundaciones, servicios sociales municipales y ONGs que abastecen de productos de primera necesidad a la población más vulnerable, con el fin de contrarrestar los efectivos negativos del COVID-19 en las economías familiares.

El apoyo incondicional al sector primario canario es otro aspecto que la cadena de supermercados ha reforzado en 2020, adquiriendo una parte importante de los excedentes de productores locales, que no logran dar salida a sus productos debido al cierre del canal hotelero y de restauración. Así, SPAR ha comercializado los últimos meses algo más de 147 toneladas de fruta cultivada en Gran Canaria, colaborando con más de 200 agricultores y contribuyendo a mantener sus puestos de trabajo, al fomentar el consumo de productos frescos locales en las 191 tiendas SPAR

en la Isla.

Con el mismo fin, SPAR Gran Canaria ha apoyado activamente la campaña impulsada por el Gobierno de Canarias a través de la empresa Quesos Flor Valseguillo, con la venta hasta noviembre de más de 45.000 litros de leche 100% de origen canario UHT, contribuyendo a la supervivencia de casi 200 ganaderías de Canarias y, con ellas, al trabajo de numerosas familias que viven de su cuidado y explotación.

Solidaridad local

La colaboración de SPAR Gran Canaria también ha estado presente en muchos municipios de la Isla, donde los puntos de venta han sido sensibles a las demandas sociales de los ayuntamientos, que se han visto desbordados por las circunstancias derivadas de la crisis socioeconómica. Así, las tiendas SPAR de Agüimes donaron 3.060 kilos de alimentos a los Servicios Sociales de su municipio, mientras que las pertenecientes a Ingenio destinaron más de 1.200 kilos de comida y productos de higiene, 750 litros de leche y unos 1.500 huevos. Las

tiendas SPAR de Santa Lucía de Tirajana también mostraron una especial sensibilidad donando 820 kilos de productos de primera necesidad. En la capital grancanaria, varias tiendas del grupo SPAR colaboraron con la donación de productos y alimentos infantiles para más de 100 familias con bebés. En el norte de la Isla, las tiendas de Fircas y Arucas se sumaron a la ola solidaria entregando 1.174 kilos de alimentos y productos de limpieza a los Servicios Sociales de ambos municipios.

Compromiso con la sociedad canaria

La responsabilidad social corporativa de SPAR Gran Canaria es un área que la enseña cuida especialmente del convencimiento de que «es nuestra obligación devolver a la sociedad canaria parte del beneficio que nos procura con su fidelidad», como su presidente, Ángel Medina, transmite a sus equipos frecuentemente. De esta forma, este año SPAR ha colaborado con varias iniciativas sociales; ejemplo de ello es el convenio con la Asociación Española Contra El Cáncer para

impulsar acciones de promoción de la salud, hábitos de vida saludables y medidas de prevención del cáncer. El convenio abarca también el proyecto 'Barrios Saludables', que enseña a pacientes oncológicos y sus familias hábitos de alimentación recomendables para su situación a través de talleres y showcookings, con alimentos donados por SPAR.

La iniciativa solidaria 'Vales-Mucho' de OGADENIA Couture es otro de los proyectos sociales a los que se ha sumado SPAR, con el objetivo de contribuir a llenar la cesta de la compra de familias canarias con hijos convalecientes. Asimismo, este año SPAR colaboró con el 'Reto Kilómetros Solidarios', al que entregó 1.918 kilos de alimentos básicos.

Estas nuevas colaboraciones se suman a iniciativas como las jornadas de reforestación con la Fundación Foresta, la alianza para promover la cultura canaria con Los Gofinos o el apoyo al proyecto 'Vidas en familia' del Museo Canario, que ha dado a conocer nuestros orígenes a los más pequeños. Del mismo modo, SPAR ha continuado apoyando la importantísima labor social de la Asociación Síndrome de Down de Las Palmas y los proyectos de Barrios Orquestados, Fundación Júnguel Sanjuán Satocan, Asociación Oportunidades de Vida, Fundación Mapfre Guanarteme, Sanolanda y 5 al día.

Además, y como no podía ser de otra forma, la cadena de supermercados ha renovado su compromiso firme con el deporte canario a través de patrocinios a UD Las Palmas, los niños y jóvenes de UD Valseguillo, el club de baloncesto femenino CB SPAR Gran Canaria, el equipo de fútbol femenino CF Fermagüín SPAR Gran Canaria, el bote de vela latina SPAR Guerra del Río y el club de lucha canaria, SPAR Unión Sardiná.

APOYO AL SECTOR PRIMARIO. Administraciones y chefs, en apoyo del consumo de 'kilómetro 0'

Los productos locales no pueden faltar en la mesa en una noche tan especial

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Canarias7. Tanto si es para hacer un guiso como un cabrito o cordero asado, esta Navidad los productos locales pueden ser la materia prima de nuestros platos, como recuerdan distintos cocineros y expertos, que destacan su calidad y versatilidad para cualquier receta.

Este llamamiento al consumo de los productos de 'kilómetro cero', o de proximidad, lo han realizado tanto desde las administraciones como desde el sector productor, quienes destacan la buena calidad de productos como las frutas y hortalizas, así como de las carnes, los vinos o los pescados, en un año en el que también ellos han sufrido las consecuencias de la pandemia del coronavirus.

En esta línea, los cabildos se están volcando con el fomento del consumo de productos de la ganadería y la agricultura locales, muy afectados económicamente por el descenso de ventas en el canal de restauración y hoteles.

En la península, hay iniciativas

como las de la Comunidad de Madrid, que ha firmado recientemente un acuerdo para que los productos locales estén presentes en una decena de grandes superficies, o la del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalitat, que ha lanzado la campaña 'Bo per a tothom' (bueno para todos) con el apoyo de una decena de músicos catalanes para promover el consumo de proximidad.

También desde la alta gastronomía hacen esta llamada al consumo de los productos nacionales en estas fiestas, tal y como destaca la presidenta de la Real Academia de Gastronomía, Lourdes Plana Bellido, quien recomienda «el consumo de productos de temporada y, a ser posible, de proximidad».

«Cada zona de España celebra las Navidades con diferentes platos típicos. Unos utilizan cordero, otros cochinitillo, capones, pavo, besugo, merluza, marisco... Pero hay dos ingredientes comunes a todos ellos, la calidad de la materia prima utili-



Escolástica Mayor, ganadera y quesera. Arcadio Suárez

zada y el cariño con que preparamos estas mesas», recalca Plana en nombre de la entidad.

La chef Pepa Muñoz, del restaurante madrileño El Quenco de Pepa y presidenta de la Federación de Asociaciones de Cocineros y Reposteros de España (Facyre), asegura que «los productos de proximidad no pueden faltar», que pueden elab-

orarse en recetas como el puré de calabaza o un puré de manzana.

«Hay que darles un poco más de protagonismo, que se conviertan un poquito más en plato principal», pide la chef, que destaca lo saludables que son las verduras.

Sobre la preparación de las carnes, producto habitual en las mesas por las fiestas navideñas, reco-

mienda la técnica del asado, «que es mucho más saludable», ya sea cabrito, cordero, como cochinitillo o pavo. «Y todas estas verduras acompañan de maravilla!», asegura. Además, para aquellos que duden sobre qué productos elegir, recuerda que «la verdadera sostenibilidad es cuando en la mesa ponemos la temporada».

La Asociación de Cocineros de Extremadura (Acocyx) resalta los productos de Denominación de Origen Protegida y de Indicación Geográfica Protegida, y destaca entre sus productos estrella el cabrito, la Torta del Casar, los vinos Ribera del Guadiana o la sopa de almendras, entre otros. Como abanderado de los ibéricos está el chef Toño Pérez (Restaurante Atrio, Cáceres), quien los define como «una de las joyas de la gastronomía» española, tanto embutidos como en fresco, «que no pueden faltar en las mesas».

«Es algo único porque está absolutamente ligado a un territorio, a una forma de vida, y solamente es posible aquí. No es posible fuera de nuestro territorio», insiste.

Los grandes chefs explican también lo que no falta en sus mesas, como la chef Carme Ruscalleda, reconocida con siete estrellas Michelin, que come sin falta escudella (un tipo de cocido catalán) el día 25 de diciembre («me harían un boicot si no lo hiciera», asegura) y un ave rellena a la catalana: «Este año será un pollo».



La UD LAS PALMAS
le desea felices fiestas y feliz 2021





The
Christmas
for U

Nunca pierdas la esperanza

Las tormentas nos hacen más fuerte y nunca duran para siempre.



Te deseamos una feliz navidad y un 2021 lleno de esperanza



hotelesthe.com

TRADICIÓN RENOVADA. Guía práctica para estar a la última en los móviles

Las mejores aplicaciones para felicitar la fiestas este año

JOSÉ CARLOS CASTILLO
Las Palmas de Gran Canaria.

Hace mucho tiempo ya que los carteros no cargan sacas de felicitaciones navideñas. Y este año, con la pandemia, incluso hay destinos a los que está prohibido enviar tarjetas. El correo electrónico, y sobre todo el WhatsApp, han sustituido a las postales de árboles de Navidad y nieve, pero, con los avances que existen a estas alturas, enviar un escueto 'felices fiestas' o una imagen vista millones de veces de Papá Noel se nos antoja pobre e impersonal. La otra opción es reenviar ese mensaje tan gracioso que has recibido por veinte grupos a la vez, pero, claro, probablemente el destinatario ya lo haya visto. ¿Cómo ser originales con algo, a priori, tan impersonal como un mensaje virtual? Estas son algunas apps para personalizar la felicitación estas Navidades.

Polo Norte Portátil (PNP)

Este año los peques no se podrán acercar a esos seres mágicos que les traen los regalos ni ayudarles con los preparativos, pero esta aplicación sorprende con un vídeo personalizado en el que Santa Claus se dirige al niño o a la niña por su nombre, e incluso muestra su foto. Está disponible en castellano y algunos vídeos son gratis. También hay versiones de pago y hasta un apartado con actividades infantiles.

Navidad Marcos Foto

Una postal genérica puede que esté muy bonita, pero una virtual personalizada, mucho más. Navidad Marcos Foto contiene trescientas plantillas para diseñar una tarjeta de manera muy sencilla: solo hay que elegir un modelo, seleccionar la foto que se desee que

aparezca y agregar el texto antes de compartir la imagen. Cuenta con varios rincones temáticos, entre ellos un apartado específico navideño. La aplicación es gratuita, pero, para acceder a algunos contenidos, hay que contratar un mes de suscripción por 5,49 euros. La publicidad es un poco invasiva.

Dancing Elf

Para los que busque un 'christmas' más desenfadado, Dancing Elf puede convertir a una o más personas en elfos bailando para confeccionar un vídeo personalizado de felicitación navideña. Hay que crear un modelo 3D de la cara, ponerlo en el elfo y elegir el baile y los fondos, aunque conviene tomarse algún tiempo hasta hacerse con el control de la aplicación. Se puede utilizar la cámara del teléfono para grabar bailes en tiempo real y luego compartir el vídeo resultante. Hay contenidos de pago.

Imágenes y Tarjetas de Navidad

No todo el mundo tiene ganas o tiempo de diseñar una felicitación propia. Para esa gente está Imágenes y Tarjetas de Navidad, con ilustraciones clásicas acompañadas de frases positivas y buenos deseos —en su mayor parte, de contenido religioso—. Solo hay que elegir la felicitación que mejor representa lo que se quiere transmitir y enviarla. Está disponible en Android, pero en iOS hay una aplicación similar.

Crea Tarjetas Navideñas

Una colección de postales sencillas y bonitas que permiten personalizarlas escribiendo una frase con el dedo para que aparezca superpuesta en la imagen. Las representaciones de la época son muy diferentes, con Papá Noel y sus renos, muñecos de nieve, decoración navideña, Reyes Magos... Algunas de las imágenes están dirigidas a los niños, por lo que esta app es una buena manera de que los más pequeños se familiaricen con el envío de postales navideñas, aunque sea en formato digital. Está disponible en Android, y en iOS hay una aplicación muy parecida.

Casi todas tienen contenidos gratuitos y también opciones más avanzadas que son de pago



FERIA. Se celebra el sábado, de 17.00 a 22.00 horas, y el domingo de 10.00 a 15.00 horas

La Villa de Moya muestra los regalos más originales para esta Navidad

MOYA
Canarias7. El Ayuntamiento de la Villa de Moya organiza este fin de semana una nueva edición de la Feria Artesanal y Comercial 'Moya en Navidad', en el Parque Pico Lomito y adaptada al estricto protocolo sanitario para la contención de la pandemia de covid-19 que rige todos los actos navideños programados en el municipio. Una muestra, financiada en colaboración con Zonas Comerciales Abiertas del Gobierno de Canarias y la Asociación de Empresarios AEMOYA, que reunirá a una treintena de puestos de artesanía, comercio y alimentación de productos locales y típicos de estas fiestas. Con las propuestas más originales y para todos los gustos, ideales para sorprender a los más pequeños, familiares y allegados; será este sábado, en horario de 17 a 22 horas, y el domingo, de 10 a 15 horas. En un entorno mágico, con cabañas de madera y una decoración e iluminación en las calles del casco que mantiene intacto el espíritu navideño en la Villa.

El alcalde de la Villa de Moya, Raúl Afonso, resaltó en su tradicional saludo navideño que «el virus nos ha marcado a todos como sociedad, de una u otra forma, y nos obliga a vivir esta Navidad de manera atípica» pero apeló a que «pese a las restricciones sanitarias que todos debemos acatar con responsabilidad, no permitamos que nos arrebatte también la ilusión por estas fiestas». En este sentido, Afonso invitó a buscar fórmulas para expresar más que nunca los sentimientos y el cariño «a través de la palabra, los relatos y los recuerdos y

anécdotas de años anteriores para revivir las sonrisas y la ternura típica de la Navidad». Y propuso hacerlo «bien con gestos sencillos o guiños simbólicos que nos permitan sentirnos cerca como pueblo, aunque sin contacto». Con iniciativas como la que ha ideado el Ayuntamiento moyense, que ha enviado una felicitación navideña junto con una vela a todas las viviendas del municipio «para que la luz del amor y la fraternidad rompa cualquier distancia esta Navidad», concluyó el máximo edil.

Hasta entonces, durante la semana se sucederán las representaciones de teatro musical familiar e infantiles como 'La niña que riega la albahaca' y el 'Príncipe Preguntón', el mismo sábado a las 12 horas en la Casa de la Cultura, con acceso gratuito previa reserva en entradium.com, o 'Encantada', el mismo día en el Polideportivo Municipal y venta de entradas en el mismo portal web por 8 euros; el domingo, a las 12 horas en la Casa de la Cultura 'Salvar la opereta', y a las 17.30 horas, la representación del Belén viviente; o la próxima semana los espectáculos 'La magia de Oz', cuentacuentos o 'Rafaelillo clown en el cine'; entre una amplia y variada programación que se ha venido desarrollando desde hace dos semanas en el municipio.

Asimismo, este año, como agradecimiento por el excelente comportamiento y la responsabilidad demostrada por los niños y niñas moyenses durante la pandemia de COVID-19 y el cariño con el que siempre les han recibido en el municipio, Sus Majestades los Reyes



El Ayuntamiento ha organizado un amplio programa de actos. C7



Aemoya colabora en las actividades. C7

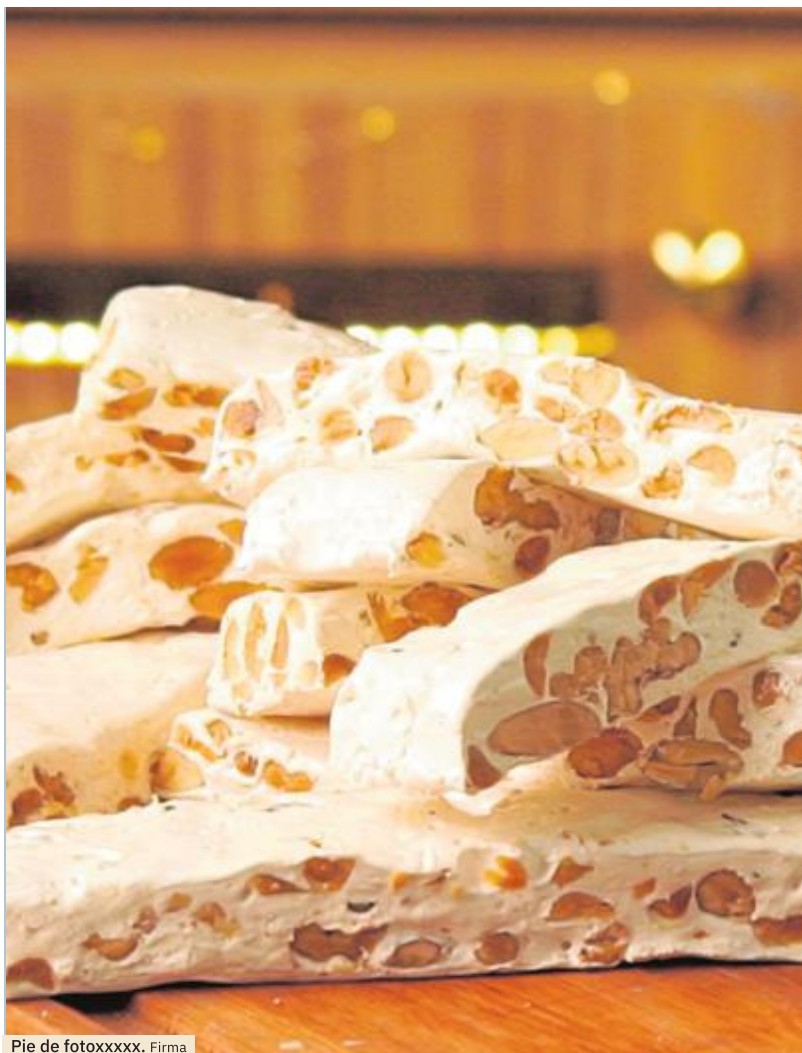
Magos ampliarán su estancia en la Villa de Moya para poder atender y recibir las cartas de todos los menores. Del 2 al 4 de enero, el Ayuntamiento habilitará la Casa de los Reyes Magos de Oriente, quienes recibirán a grupos de hasta cinco personas, dos adultos y tres menores, previa reserva de cita en entradium.com. Las entradas también tienen un precio simbólico de un

euro por persona como garantía de asistencia y la recaudación irá destinada íntegramente a la Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer AFA Tabaiba.

Y el martes, desde las 9.30 horas, los Reyes recorrerán los barrios del municipio para que los niños les saluden desde las puertas, ventanas, balcones y azoteas de sus viviendas, permaneciendo siempre

en el interior para evitar aglomeraciones. Por la tarde, a las 18.30 horas, tendrá lugar el último acto, la representación de la obra de teatro musical familiar 'La loca leyenda de Excálibur', Universo GC, con entrada gratuita previa reserva en entradium.com. El programa navideño íntegro está disponible para descarga en versión digital en la página web municipal villademoya.es.

REPOSTERÍA NAVIDEÑA



Pie de fotoxxxx. Firma

EL POSTRE QUE NO FALTE, PERO ESTE AÑO SERÁ EN FORMATO REDUCIDO

Panaderías y pastelerías adaptan sus propuestas a los tiempos de pandemia y también de recorte en el gasto de las familias. La imaginación llega a la repostería en formato más reducido

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA Canarias7. La Navidad va acompañada de turrónes, roscones de Reyes y panettones en las panaderías y pastelerías, sector que este año apostará por una oferta en formatos más pequeños que se acomoden a las restricciones en las celebraciones familiares y sociales derivadas de la pandemia.

En medio de la incertidumbre que generan las apariciones de rebrotes y las diferentes limitaciones de aforo y comunicación entre regiones, los panaderos y pasteleros no saben qué esperar de estas fechas, de acuerdo a fuentes

consultadas, aunque el sector quiere ser optimista pese a una probable caída de las ventas.

Asimismo, destacan que las variaciones en las ventas también dependerán de las regiones, de las ciudades y de los barrios, con una caída importante en aquellos establecimientos que vendían al canal Horeca (hoteles, restaurantes y cafeterías) o que se encuentran en zonas dependientes del turismo, tanto nacional como extranjero.

Desde la Confederación Española de Empresarios Artesanos de Pastelería (Ceeap), aseguran que



El tradicional turrón español convive ya en muchas mesas con el panettone italiano y el roscón de Reyes ya se consume mucho antes del 6 de enero. C7

sus expectativas de venta para estas fechas son similares a las de la campaña pasada, aunque reconocen que «junto al optimismo se muestra también la incertidumbre».

Turrónes artesanos, mantecados, polvorones, mazapanes y roscón de Reyes serán algunos de los productos estrella de esta temporada, recuerdan desde la asociación.

Un tono menos optimista entonces el presidente de la Confederación Española de Panadería, Pastelería, Bollería y Afines (Ceoppan), Eduardo Villar, quien informa de que el sector espera una caída de las ventas en estas fechas del 40% en comparación al año anterior. Para adaptarse a estas «fiestas atípicas», apostarán por la producción de dulces en formato más pequeño -que ya existían en otros años pero en menor cantidad-, debido principalmente a encuen-

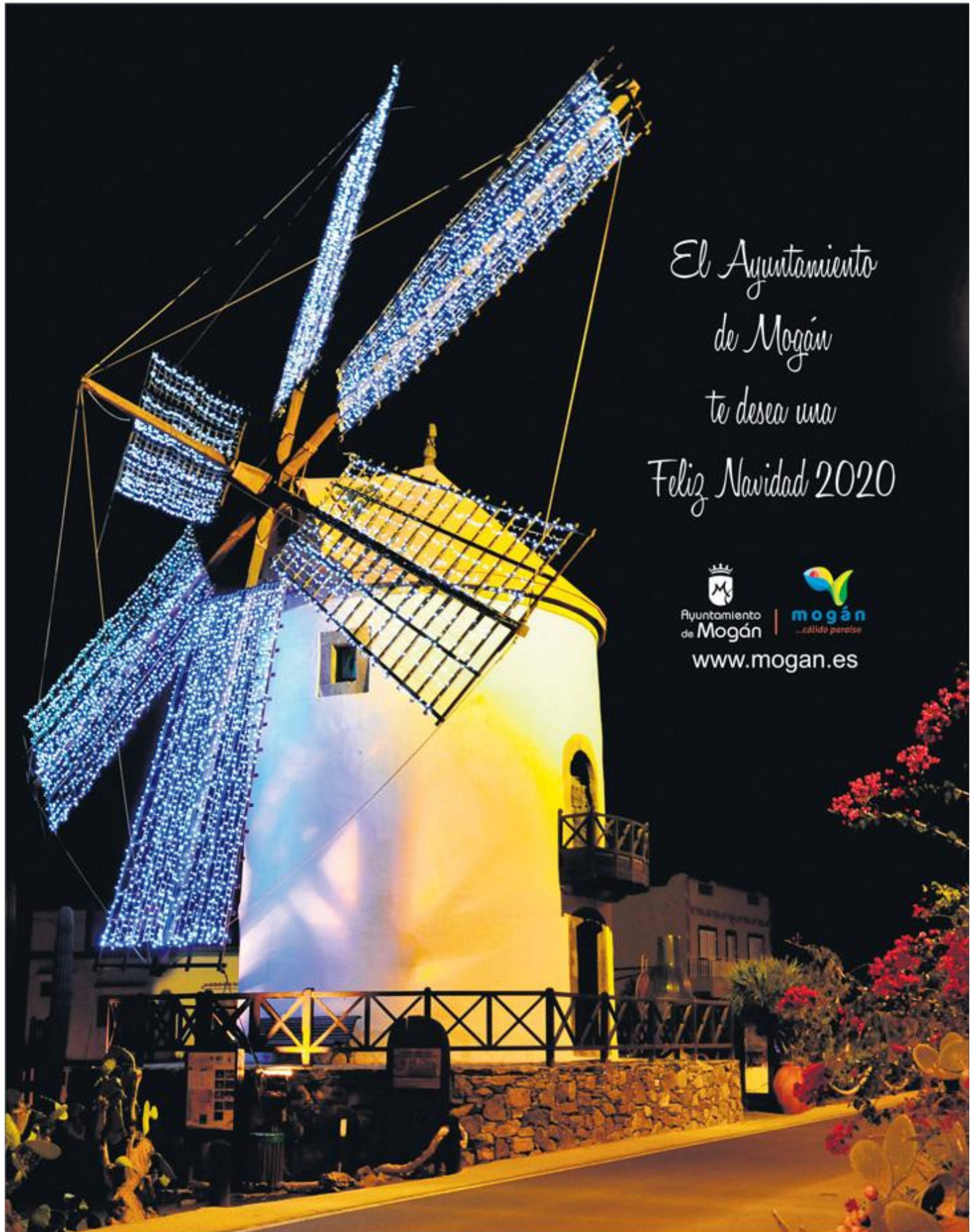
Esperando una caída de las ventas

Por regiones, desde la Asociación de Empresarios Artesanos del Sector de Pastelería de Madrid (Asempas), su presidente, Juan Antonio Martín, espera que las ventas para estas fiestas sean similares a las de otros años, aunque reconoce que podrían caer hasta un 10%. En la capital, como muchas otras ciudades, también apuestan por hacer «más cantidad de productos en tamaños pequeños y menos de los grandes». El presidente del Gremio de Pasteleros de Barcelona y provincia, Elies Miró, expresa esa incertidumbre en las perspectivas de venta y asegura que también preparan «más unidades y más pequeñas», que ya probaron durante las festividades de Todos los Santos y Semana Santa.

tros más reducidos de familia y la desaparición prácticamente total de los encuentros entre compañeros de trabajo y cenas de empresa.

«El roscón grande para restaurante y grandes familias damos por hecho que no vamos a hacerlo. Vamos a hacer roscones para dos y tres personas y para seis», resume Villar, quien lamenta el duro golpe que supone para el sector el cierre durante meses y la limitación actual de aforo en el canal Horeca. «Rara es la panadería que no sirve a un restaurante o a un evento», asegura el presidente de la asociación, quien explica que las ventas de productos navideños por este canal representan cerca del 20%, que difícilmente pueden ser compensadas por la comercialización en tienda o en formato online, que este año ha registrado un leve aumento.

La pérdida de las ventas a la restauración es una de las grandes preocupaciones



*El Ayuntamiento
de Mogán
te desea una
Feliz Navidad 2020*


Ayuntamiento
de Mogán


mogán
...cálido paraíso

www.mogan.es

TENDENCIAS. La tradición anglosajona suele extenderse por los cinco continentes

Si quiere estar a la moda, pues tendrá que digerir el estampado navideño

CANARIAS7

Las Palmas de Gran Canaria. Vivimos lla Navidad más atípica, donde las reuniones reducen su número de invitados, pero no por ello la intención de lucir prendas atractivas y cómodas, quizá más que los habituales atrevidos vestidos de noche.

Como popularizó Renée Zellweger en 'El diario de Bridget Jones', y como suele confirmar la duquesa de Cambridge, Kate Middleton en sus fotos de esta época, es tradición en muchos países lucir jerséis con estampados navideños, también de cenefas con motivos invernales, una propuesta ideal para niños, pero que también adoptan los mayores.

«Prendas que se imponen año tras año como una alternativa divertida que reflejan el buen humor», han explicado desde la firma británica C&A, que se suma, a la tendencia.

Colecciones que las firmas denominan como Holiday Season (Colección de vacaciones), perfectas para los días invernales que se avecinan. Oysho apuesta por prendas cálidas y cómodas en esta nueva colección de jerséis en jacquard que destacan por sus diferentes estampados.

Propuestas en las que mezclan motivos invernales como los renos, árboles y copos de nieve con las cenefas más clásicas en una gama cromática que va de los tonos pastel al turquesa, el verde menta o el rosa.

Piezas que combinan con pantalones 'jogger' en algodón, o la

propuesta más actual de la temporada 'leggings' rectos con un tacto cálido en el interior, cómodos y ligeros.

La firma británica Asos también apuesta por una Navidad cálida y propone, «un cambio de armario» de tejidos y decoraciones básicas en estas fechas como las lentejuelas, terciopelos o la purpurina, por pompones, copos de nieve, estampados con renos y Papá Noel.

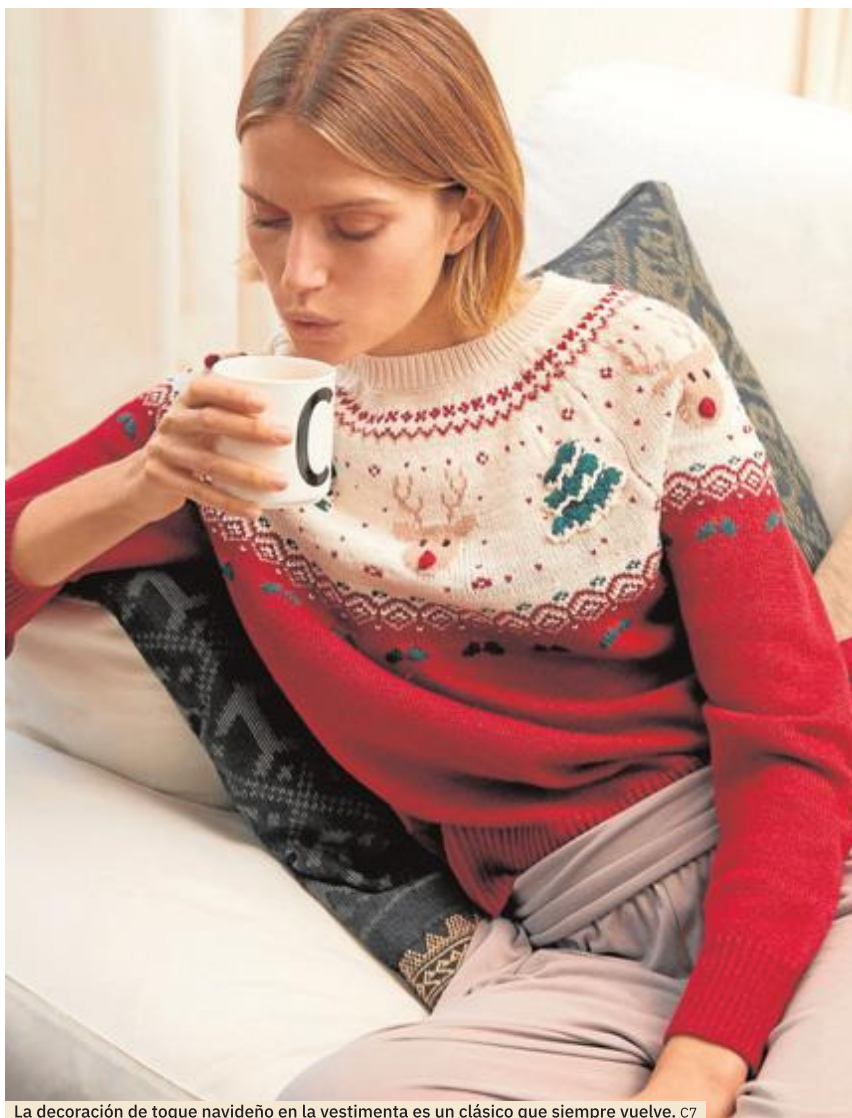
Sueters con mensaje en los que también se cuelan dinosaurios y pingüinos con gorros navideños.

Con su colección de Navidad, Lefties quiere rendir homenaje a esos «momentos de conexión con otras personas típicos de esta época» con toques de color y diversión, con motivos navideños para toda la familia, desde los abuelos a los más pequeños.

Zapatillas de estar por casa, pijamas, divertidas diademas, gorras, gafas son algunos de los complementos que incluye una colección cargada de espíritu navideño.

Prendas de corte informal en tejidos suaves para ofrecer confort, que la firma ha renovado con nuevos iconos navideños, piezas desenfadadas donde elfos, renos y pingüinos son los protagonistas

Los motivos navideños tradicionales conviven con referentes de los dibujos animados clásicos, desde Mickey a Tom & Jerry



La decoración de toque navideño en la vestimenta es un clásico que siempre vuelve. C7

junto a muñecos y copos de nieve, abetos adornados o apetitosas galletas de jengibre bailando.

Los motivos navideños tradicionales conviven con referentes de la animación clásica como Mickey y Minnie, Tom & Jerry o Snoopy.

La firma sueca H&M también se suma a la tradición de la temporada con una propuesta colorista en rojo intenso, uno de los colores de la Navidad, que combina con gris, tonos pastel y azul marino.



Rocasa

*Bienvenidos a una navidad calmada y tradicional
donde hacer de tu hogar el mejor lugar desde el que ser solidarios*



FELIZ NAVIHOGAR



rocasa.com.es



★ Juntos haremos que el 2021 ★
sea un mejor año



NEGOCIO DE TEMPORADA. Las ventas por el canal digital crecen en un sector clásico

Las restricciones también pasan factura al negocio juguetero

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Canarias7. Las restricciones de movilidad por el coronavirus pueden afectar también esta Navidad a la carga de juguetes que preparan Papá Noel y los Reyes Magos, ya que si aquellas se intensifican el sector teme una caída en las ventas de hasta un 5% en comparación con la misma campaña de 2019.

Las ventas en Navidad pueden ser similares a las de 2019 si las restricciones de movilidad y de reunión por la pandemia no son excesivamente estrictas, según la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ).

En caso contrario, la patronal prevé un descenso en la facturación de hasta el citado 5%, teniendo en cuenta que el sector ya ha acusado los efectos de la pandemia del coronavirus entre enero y noviembre, con una caída de la facturación del 9% para el mercado español en tasa interanual.

El presidente de la AEFJ, José Antonio Pastor, comenta que, si no hay restricciones, «se podrá completar una comercialización más o menos normal» de los juguetes en el mercado nacional.

La ecuación de la patronal resuelve que a un menor número de familiares y amigos reunidos alrededor de una mesa, menos regalos y menor número de juguetes.

No obstante y como atenuantes, Pastor recuerda que la venta del juguete en España es muy estacional (se concentra en fechas determinadas) y que los papás y las mamás se privan antes de otros productos que de restar la «ilusión» a los hijos.

El sector afronta la campaña cla-

ve del año (en Navidad se factura el 50% del total anual) pendiente de las restricciones para, al menos, terminar estas fechas en plano.

Pastor ha asegurado que «firmaba ya» por que el sector cierre la campaña navideña con una caída máxima del 5%, apoyado según su relato en el «acelerón» del canal de internet para la compra de juguetes.

El canal 'online' para la compra de juguetes duplicará a finales de año la cuota del 20% obtenida en 2019, hasta el 40% del total de las compras.

Pastor señala que en España este canal «iba creciendo con cifras importantes», pero matiza que, durante el confinamiento «ha experimentado un fuerte impulso».

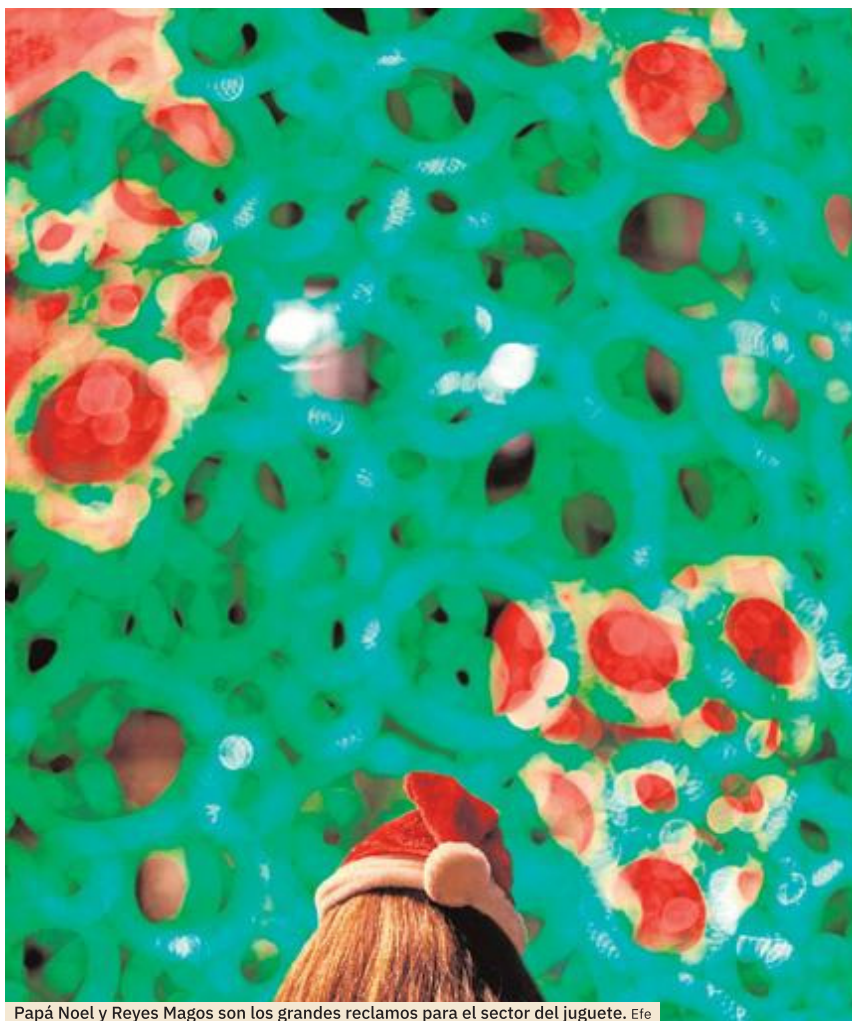
La cuota del 40% «nos acerca a la de otros mercados como Francia, Alemania o el Reino Unido antes de la pandemia», resalta.

Lo curioso de este crecimiento a juicio del presidente de la patronal es que antes, el canal por internet se usaba fundamentalmente para consultas, pero no para compras.

Exportaciones

Las exportaciones por aduana (el 40% de la facturación total, 600 millones de euros en 2019) y hasta septiembre, que es el último dato oficial con el que cuenta la AEFJ, el mercado ha descendido un 1% en tasa interanual.

«Las exportaciones terminarán el año en positivo, entre un 3% y un 5%», avanza Pastor, quien recuerda que España es el segundo país productor de juguetes de la UE.



Papá Noel y Reyes Magos son los grandes reclamos para el sector del juguete. Efe

Argumenta que el descenso del consumo de algunos países clientes importantes «se ha compensado» con el aumento de consumo de otros países clientes con menores restricciones por la covid-19.

En el primer semestre del año y en los países en donde el confinamiento ha sido menor, el mercado del juguete ha crecido, con cifras de hasta un 20% más, comenta.

Estados Unidos ha liderado en el tramo de año computado la importación del juguete español, seguido por el Reino Unido, Holanda, Alemania y Australia.

Pastor ha recordado que el Reino Unido se aprovisionó en agosto pasado y por el temor al brexit de

juguetes españoles, con un crecimiento del 80% en ese mes en comparación con agosto de 2019.

Ajustes

Los cálculos de la AEFJ apuntan a que el primer semestre de 2021 «será más duro» en materia de empleo. En ese tramo del año la patronal espera ajustes en las producciones y planes de reducciones «serías para la producción», lo que afectará al empleo.

En 2020, las fábricas han mantenido las plantillas «o con una reducción muy ligera», señala el presidente de la patronal, quien lo justifica porque el confinamiento «pi-

lló en una época no crucial y recuperable» para el sector.

«Si en diciembre la cosa empeora puede pasar una factura importante en las tiendas y en el empleo», alerta sobre los comercios más tradicionales, de proximidad y menos digitalizados.

Además, la patronal señala como agravante que todas las ferias internacionales importantes del juguete se celebran en enero y febrero, por lo que asegura que en 2021 tendrán que desarrollarse de manera virtual.

«Esta circunstancia nos genera mucha incertidumbre y las empresas ante la incertidumbre, pliegan velas», apostilla.

Auteide y Monroe les desean unas Felices Fiestas y Próspero Año Nuevo 2021

www.auteide.com

Consulte con su taller habitual

En el año en que todo cambió,
hay sentimientos que siguen igual...



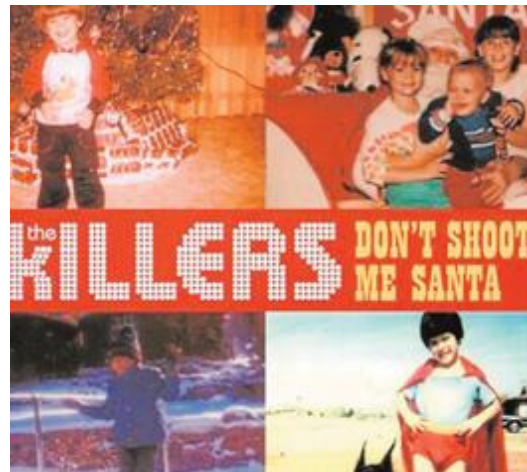
NUESTRO
MEJOR
Regalo
SIGUES
SIENDO TÚ

FELIZ NAVIDAD

GLOBAL

Conectamos con lo que te mueve

BANDA SONORA NAVIDEÑA



A la izquierda, Annie Lennox ataviada en plan navideño con un clásico que cumple diez años; a la derecha, el disco de The Killers y debajo Thalía. c7

¿HAY VIDA MUSICAL MÁS ALLÁ DEL ETERNO 'ALL I WANT FOR CHRISTMAS IS YOU'?

No soporta el villancico tradicional o al menos quiere escucharlo con versiones con algo de modernidad. Pues esta es su página. Este año parece que no todo tiene que ser recuperar a Mariah Carey cantando la canción de siempre

MADRID

Javier Herrero. Se ha convertido en el clásico inapelable de estas fechas y una fuente inestimable de dividendos para Mariah Carey, pero tras 26 años de 'All I Want For Christmas Is You' la Navidad de 2020 parece empeñada en demostrar que hay vida más allá con un aluvión de villancicos nuevos como no se había visto antes.

«Si algún año puede moverme a mirar hacia a los sonidos navideños, es este, porque añoramos más que nunca estar con nuestros amigos y familia de nuevo», escribía recientemente Sam Smith al presentar su tema 'The Lighthouse Keeper', compuesto y pro-

ducido junto a Labrinth.

Es el sentir de músicos de todos los pelajes que se han volcado con estas fechas, como la banda de rock inglesa Blossoms, que publica un doble 'single' formado por 'Christmas Eve (Soul Purpose)' e 'It's Going To Be A Cold Winter', o el trío de pop estadounidense Jonas Brothers, que regresan con una balada con un piano suave y cuerdas cálidas titulada 'I Need You Christmas (Te necesito, Navidad' en español).

No son los únicos que lo dicen. Según informa Spotify, desde septiembre ya se percibió un aumento significativo en el consumo de villancicos y en lo que llevamos de año ya se habrían consumi-

do 6.500 millones de minutos de canciones de este tipo en todo el mundo.

Kacey Musgraves, artista multipremiada en los Grammy de 2019, es un rostro habitual de la Navidad en EE UU y, como Mariah Carey, en 2020 ha preparado su propio 'show' con la participación de artistas de la talla de Leon Bridges, Camila Cabello, Lana del Rey o Troye Sivan. Al lado de este canta el sencillo de anticipo, 'Glittery'.

El estadounidense Andrew Bird también debuta con álbum navideño y también con tintes «neowing». Lo hace con 'Hark!', que incluye una canción titulada 'Christmas in April', que es definida «quizás como la primera canción navideña inspirada por la covid y que fue compuesta en el confinamiento».

Por su parte, los británicos Bear's Den aprovechan el calor

de su sonido folk para alumbrar un EP llamado 'Hopefully', que cuenta como adelanto con Christmas, 'Hopefully' y que mantiene la tradición de lanzar este tipo de material desde que en 2016 publicaran 'Berlin' y el año pasado 'Only Son of the Falling Snow'.

Algunos artistas aprovechan para recuperar y actualizar viejos lanzamientos. Es el caso de Annie Lennox, que ha reeditado por sus 10 años el disco 'A Christmas Cornucopia' con una grabación inédita titulada 'Dido's Lament'. Además, todos los ingresos de la composición original 'Universal Child' irán destinados a su fundación, que recauda fondos para causas como la educación femenina e infantil en África y asistir a personas con VIH/Hepatitis C.

También el de la banda de rock The Killers. Esta Navidad por primera vez es posible disfrutar en plataformas de 'streaming' de su álbum 'Don't Waste Your Wishes' (2016), compilación en el que abordaban estas fiestas con retranca e ironía, como en 'Don't Shoot Me Santa'.

Además hay una larga lista de versiones, como la que el grupo de rock fronterizo Caletico ha hecho del clásico de John Lennon y Yoko Ono 'Happy Xmas (War Is Over)', que es parte de un álbum festivo titulado 'Seasonal Shift', o la que The Offspring también ha hecho de 'Christmas (Baby Please Come Home)'.

Para quienes prefieren algo en lengua española y ritmo latino, hay otras dos propuestas. La primera es la de la mexicana Thalía, que se suma con su propia versión del clásico 'Feliz Navidad', interpretado originalmente por José Feliciano.

Por su parte, el colombiano Camilo presentaba hace solo unos días '5 pa las 12' imaginando, quizás, las Navidades de 2021: «Las campanas de la iglesia están sonando / Anunciando que el año viejo se va / La alegría del año nuevo viene ya / Los abrazos se confunden sin cesar».

Annie Lennox, que ha reeditado por sus 10 años el disco 'A Christmas Cornucopia'

CNMETROPOLE.COM   



El Club Natación Metropole les desea una
Feliz Navidad y un próspero año 2021

Tu mejor opción de deportes, ocio, cultura y salud

Natación | Waterpolo | Natación Artística | Saltos | Natación Máster | Triatlón | Judo | Esgrima | Frontenis | Tenis
Pádel | Senderismo | Aquaerobic | Gym | Actividades dirigidas | Defensa personal | Campus

REDES SOCIALES



Chiara Ferragni (izquierda) es de las que se empeñan en mostrar su decoración navideña. Arriba, los árboles en el techo, moda decorativa, y debajo Katy Perry. c7

LOS PERSONAJES FAMOSOS SE VUELCAN CON LA FIESTA Y (CÓMO NO) LO ENSEÑAN

Las redes sociales se llenan no solo de mensajes navideños sino también de fotos y videos donde personajes famosos que muestran cómo sus hogares se visten con un toque navideño de lo más barroco

CANARIAS7

Las Palmas de Gran Canaria. La Navidad se celebra por todo lo alto de puertas adentro. De Jane Fonda a Selena Gómez, pasando por la reina de los villancicos Mariah Carey, Marc Jacobs o Chiara Ferragni, las 'celebrity's decoran su hogar de la manera más sencilla a la más barroca, aunque sean conscientes de que esta no será una Navidad como la de otros años.

Las redes sociales son el escaparate de tendencias en las que actores, actrices o músicos

demuestran que la Navidad ha entrado en sus casas, el lugar donde este año pasaremos más tiempo debido a las circunstancias sanitarias.

La actriz Jane Fonda no ha dudado en colocar en uno de los rincones de su hogar un magnífico árbol, junto a la salida al jardín, repleto de corazones rojos, y con adornos con mucha historia, como una curiosa bola que contiene en su interior un pequeño belén.

La protagonista de 'A la mañana siguiente' se ha detenido con detalle en mostrar los adorno

nos más significativos del árbol, en el que incluye una imagen de su perro y la de un pulpo.

«Desde que vi 'My Octopus Teacher' me enamoré de los pulpos, así que encontré esta bola de pulpo». Un árbol del que penden adornos de sus viajes, bolas que realizó mientras rodaba 'Barefoot in the Park (Descalzos por el parque)', una decoración llena de emoción e historia.

Dorado y plata es la opción que ha elegido la cantante Mariah Carey para decorar el árbol, la reina de los villancicos en estas fechas en las que ya es la que más descargas acumula, sin que estemos en las fechas claves de su famoso 'All I Want For Christmas is you'.

Precisamente, esa es la canción que ha utilizado la italiana Chiara Ferragni nada más

Jane Fonda coloca un árbol navideño repleto de corazones rojos, con una bola que incluye un belén

terminar de colocar las luces del árbol. La influencer se ha sentado con su hijo Leone y con la música a todo volumen han disfrutado de las luces que, en un alarde de imaginación, forman el color de la bandera italiana, verde, blanco y rojo, una manera de homenajear a su país.

Este año, la Navidad se vivirá de manera muy especial en casa de Ferragni, ya que está embarazada de su segundo hijo, una niña que nacerá en la primavera del año que viene.

Pero para excesos decorativos los que se ha encontrado el diseñador Marc Jacobs al llegar a casa, donde su marido, Char DeFrancesco, ha colocado renos hasta en el tejado.

El creador, muy dado a los excesos, no ha podido reprimir su sorpresa en las redes sociales donde ha comentado a sus seguidores: «Mi marido ha estado añadiendo espíritu navideño (en casa). Podéis imaginar mi sorpresa cuando vi esta exhibición en el tejado».

Más austera, la cantante Selena Gómez posa junto a un sencillo árbol y su mascota en un rincón de su hogar. Mientras, su compañera de profesión Katy Perry, divertida, ha decidido convertirse en árbol en lugar de colocar uno en un rincón de su casa.

«¿Por qué cortar el árbol cuando puedes SER el árbol?», dice en su Instagram, mientras luce un disfraz de fieltro cuajado de bolas y guirnaldas, con muchos regalos a sus pies.

Sin gran profusión de detalles, Ariadna Grande ha decorado su casa con pequeñas luces que iluminan un pequeño trineo de madera, un rincón acogedor para mirar la luna desde los grandes ventanales a través de los que se contempla el exterior.

Una decoración que ellos ya llevan adelantada y a la que sin duda se unirán muchos hogares.



Abrazos *imparables*

Estas fiestas tus abrazos llegarán más lejos de lo que imaginas, llegarán a las personas que más lo necesitan.

Descúbrelo en www.abrazosimparables.com
y envía un abrazo a tus seres queridos.

¡Felices Fiestas!

#AbrazosImparablesCepsa



En colaboración con:



UN REGALO DEL SIGLO XXI. Reforestación de 'árboles digitales' y con fines socioambientales

Un regalo original. Y además ecológico

CANARIAS7

Las Palmas de Gran Canaria. ¿Qué puedo regalar para ser original? Pues plantar árboles en zonas de Latinoamérica, África o Asia y seguir su evolución en remoto es posible gracias a la combinación de tecnología, medioambiente y cooperación para la reforestación que desarrolla la empresa Treedom, con el objetivo, además, de dar oportunidades de desarrollo a comunidades locales.

El proyecto surgió en 2010 en Florencia (Italia) de la mano de Federico Garcea y Tommaso Speroni y desde su fundación se han plantado 1,5 millones de árboles que han capturado 360.000 toneladas de dióxido de carbono (CO2) hasta la fecha.

El objetivo de Treedom es «contribuir al cambio del planeta», trabajar en la reforestación, para generar ecosistemas que absorban la mayor cantidad de dióxido de carbono (CO2) posible, con un objetivo social, explicala coordinadora desde 2011 de los proyectos agroforestales de Treedom, Martina Fondi.

El lema de la empresa es «let's green the planet» (reforestemos el planeta) y tras implantarse en Italia, Reino Unido, Alemania, Austria y Suiza, ahora inicia su camino en España, con el objetivo de buscar socios para sus proyectos.

El objetivo es luchar contra las consecuencias globales del cambio climático pero también contra la desertificación, la pérdida de biodiversidad o la erosión del suelo.

La finalidad es «realizar proyectos bastante pequeños con la idea de desarrollar actividades que puedan tener un impacto y un beneficio medioambiental, pero también social» principalmente en el hemisferio sur (Latinoamérica, África y Asia) y que empodere a las comunidades.

Hasta el momento se ha beneficiado a más de 84.000 agricultores que han generado ingresos gracias a los árboles, lo que permite un desarrollo sostenible para las



España entra en la lista de países desde los que se puede regalar planta un árbol en un lugar remoto. C7

familias y las comunidades.

Para ello trabajan «con organizaciones locales pequeñas, ongs o asociaciones que estén siempre involucradas con las poblaciones en el desarrollo de pequeños proyectos de reforestación».

El proyecto se inició en África, y actualmente «tenemos programas en 17 países», y buscan ampliar la actividad «sobre todo a Latinoamérica, donde están en Haití -desde 2012-, Guatemala, Honduras, Ecuador y Colombia».

Lo particular de los proyectos Treedom es que «cada árbol es plantado, geolocalizado con un

punto GPS, fotografiado y tiene un diario digital», explica Fondi.

La idea es que una persona o empresa compre uno o más árboles, y cada ejemplar tenga un diario online, por lo que la evolución de cada uno de ellos se puede seguir en la página web de Treedom y «se puede conocer la transparencia de la actividad, un aspecto que es muy importante en nuestro sector».

Según Fondi, Treedom tiene tres reglas fundamentales importantes que son: cada proyecto debe tener beneficios ambientales globales para luchar contra el cambio climático; beneficios ambientales

locales y sociales trabajando con mujeres, jóvenes, escuelas o asociaciones.

Explica que los árboles se compran y pueden ser compartidos como regalos de Navidad -para lo que han lanzado la campaña #TheGreatestGift (Un gran regalo)-, pero también para bodas, bautizos, comuniones, aniversarios o puede ser una actividad que utilice una empresa para comunicar o lograr beneficios ambientales y sociales.

Con el coste de cada árbol se incluyen otras actividades del proyecto, como la construcción de viviendas y la producción de planto-

nes, la distribución entre los agricultores, «su capacitación con las mejores prácticas agroforestales o el reemplazo de las plantas fallidas durante los primeros años de vida».

El objetivo no es solo cultivar árboles, «trabajamos con una visión a largo plazo, lo que significa que decidimos con la comunidad local las especies de árboles correctas y más apropiadas».

Se busca sobre todo «el beneficio de mujeres y jóvenes que desarrollen una conciencia medioambiental y comprendan los beneficios agroforestales».





Porque hay muchas cosas
por las que estar felices durante estos días,
salir a la calle y disfrutar de tu ciudad, tu barrio, tu gente...
Que la Navidad sea esa chispa que todos necesitamos para
recrear nuestros sueños y cumplir nuevos objetivos.

Felices Fiestas y Feliz 2021

a todos los vecinos de Arrecife.

Astrid Pérez
Alcaldesa
Ayuntamiento de Arrecife



CONSUMO. El canal 'online', una solución en tiempos de pandemia

El jamón y las gambas se abrazan a la plataforma digital para llegar a los turistas

CANARIAS7

Las Palmas de Gran Canaria. El canal 'online' se ha convertido, en estos tiempos de covid-19, en el principal aliado de los sectores del ibérico y del marisco de Huelva, y de sus productos estrella, el jamón y la gamba, para seguir llegando a los turistas que, año tras año, tenían una cita obligada con la provincia para adquirir estos manjares.

La sierra y la costa, zonas en las que encontrar esos productos, concentran la mayor parte de ese turismo de «compras gastronómico» que este año se ha visto muy mermado por la covid y las restricciones de movilidad, principalmente, en este último mes, ya que para ambos sectores las navidades suponen el punto culmen de las ventas de todo el año, de ahí la necesidad de reinventarse o morir. Así lo cuenta a la agencia de noticias Efe José Vázquez, representante de la Asociación Provincial de Industrias de la Carne (AICE): «Las empresas del sector, ya sean de mayor o menor tamaño, dependen mucho de la venta física, del turismo que

se registra durante el año en la zona, ya sea del que va de paso o del que viene expresamente a comprar nuestros productos», por ello, ante su ausencia, «muchos han optado por una reinversión urgente» y cambiar al canal 'online'.

Su hermana, Ana Vázquez, junto con la que regenta la empresa Ibéricos Vázquez en Aracena (Huelva), remarca que la crisis sanitaria les está impidiendo realizar las visitas guiadas que realizaban a las dehesas y fábricas de embutidos y jamones para que el turista conociera los procesos de elaboración y que conclúan con cata y, en muchas ocasiones, con la compra de productos.

Además, en estas fechas próximas a la Navidad la sierra «recibirá la visita de muchas familias para comprar el jamón, algo que tampoco se puede hacer por esas restricciones y que ha llevado a un cambio en la comercialización; antes se presentaban físicamente en la sierra, calarla y probarla; era una compra más con los cinco sentidos y este año las ventas son 'online'». «En el sec-



Las gambas son habituales en muchas cenas navideñas. Efe

tor del ibérico te adaptas o mueres, y eso es lo que venimos haciendo nosotros como empresa familiar que lleva ya tres generaciones» y, de esta forma, Ibéricos Vázquez, como muchas otras empresas de la zona, han realizado una apuesta decidida por el «online» que posibilita a ese turis-

ta tener el producto de todos los años en su mesa.

Y este año, añade, con una venta, ya que «el hecho de que se haya paralizado la venta a parte de la hostelería y para eventos ha hecho que haya mucha oferta, por lo que se han visto reducidos los precios en torno

a un 30 % respecto al año pasado», por lo que apostilla: «Se ha democratizado el precio del jamón y es más accesible y posible llevarse uno bueno a casa».

Algo muy similar ha sucedido con el marisco, tal y como cuenta Juan Carrillo, representante de Mariscos Carrillos, una empresa señera en la comercialización de productos de la mar afincada en Punta Umbría (Huelva), quien alaba la actitud del sector en estos momentos difíciles.

«El sector ha sentido este año los efectos en la movilidad que ha motivado la covid-19 y ha visto caer sus ventas en torno a un 30 por ciento; sin embargo, lejos de dejarse vencer por esas barreras muchas empresas han optado por adaptarse y buscar una salida, que pasa por la apuesta por el 'online'», destaca.

«El sector está enganchándose al 'online' de una manera acelerada y si que estamos notando que nacen muchas páginas y con soporte bueno; se ve que las empresas del sector están invirtiendo en nuevas tecnologías y en la digitalización», apunta.

Asimismo, y pese a la nostalgia que le supone el haber perdido este año la venta directa con el cliente, valora que la digitalización «ha contribuido a que el marisco deje de ser un producto de lujo a ser no de consumo habitual pero sí más ocasional».

Esto ha sido posible gracias a la competencia entre empresas que ha contribuido a la aparición de nuevos formatos que permiten elegir el producto y la cantidad deseada.



TopCar
Kilómetros de experiencias

Desde 1987

Feliz Navidad
y próspero año
2021

Alquiler de coches en Canarias
www.topcar.es

Que la *Magia de la Navidad* llegue a cada rincón de nuestras islas y que en el 2021 podamos volver a recorrer juntos *kilómetros de experiencias*



Gran Canaria - Tenerife - Fuerteventura - Lanzarote - La Palma

CAMPAÑA. Bajo el lema 'Para toda la vida', se recuerda el compromiso que se adquiere

El cachorro no es un regalo navideño de ida y vuelta

CANARIAS7

Las Palmas de Gran Canaria. La mitad de los perros que se regalan en Navidad terminan abandonados por sus dueños, recuerda la Real Sociedad Canina de España (RSCE), que presentó esta mesla campaña 'Para toda la vida', con el fin de concienciar a los ciudadanos de la responsabilidad que supone albergar una mascota en el hogar.

La RSCE recuerda que con motivo de la celebración de la Navidad, fechas en las que se hacen muchos regalos de cachorros, muchos de ellos responden más a un «capricho o impulso» que a un compromiso real con un ser vivo como es un animal.

El presidente de la RSCE, Julián Hernández, afirma que «en esta Navidad tan inusual con la que cerramos un año muy complicado para todos, debemos ser conscientes

más que nunca de las decisiones que tomamos y si estamos preparados para ellas».

Sostiene que «tener un perro no es un juego, es un compromiso de por vida que requiere un sacrificio a todos los niveles». No obstante, asegura que a pesar de ello «la recompensa que él te da diariamente es incalculable», por lo que pide responsabilidad a la hora de decidir la compra de un animal.

La campaña #Paratodalavida incide en que un perro no es un regalo de Navidad, sino un ser que tendrá que acompañar a quien lo adquiera para toda su existencia.

Por ello, RSCE pretende concienciar y promover una cultura de «decisión informada y adquisición responsable» para evitar la compra o adopción compulsiva de mascotas que se produce especialmente en el mes de diciembre y que acaba



Muchos de los cachorros regalados durante el toque de queda fueron devueltos después. C7

traduciéndose en una alta tasa de abandonos.

Recuerdan desde la organización y basándose en datos de la Fundación Affinity, que España es uno de los países de Europa con mayor número de abandono de perros, con 183.000 registrados en 2019.

Subrayan que tener un perro exige un compromiso, no solo afectivo, sino también económico, pues de media mantenerlo cuesta «unos 1.250 euros al año», teniendo en

cuenta la alimentación, servicios de veterinario, peluquería, entre otros cuidados.

La asociación canina recomienda «asesorarse e informarse bien con criadores éticos y responsables» previamente de las características y carácter del animal para estudiar si se ajustan al estilo de vida de la familia que lo adquiere, con el fin de garantizar una unión estable y duradera entre ambos.

RSCE señala que esta Navidad

coincide con la crisis sanitaria de la pandemia en la que habrá más restricciones de movilidad y vida social, lo que genera una mayor carencia afectiva y soledad, una situación que provoca más demanda de mascotas.

Sin embargo, recuerdan que en la anterior cuarentena las adquisiciones de cachorros se incrementaron «considerablemente», derivando en un aumento de abandonos del 25% cuando acabó el confinamiento.

En estas fechas tan especiales queremos estar a tu lado más que nunca deseándote una

Feliz Navidad

y un próspero 2021

MODA. Propuestas para no pasar desapercibido

Cinco tendencias para brillar (en casa)

MADRID

María Muñoz. Brillos, texturas de polipiel, chalecos y americanas de diferentes patrones conforman algunas de las últimas tendencias al alza para lucir durante esta Navidad, en una apuesta rescatada de las pasarelas que entre los 'total black' y tejidos multicolor, llega a las calles en unas fiestas diferentes.

Aunque estas fiestas navideñas serán distintas, hay algunos factores que no se ven afectados como, por ejemplo, la llegada de las texturas brillantes al plano de las tendencias que, mediante lentejuelas, pailletes o tejidos metalizados siguen siendo una modalidad que cada época navideña se reinventa para llegar a las celebraciones.

Si bien en el 2020 los brillos han estado presentes durante varias temporadas, en la época navideña llegan a su máximo esplendor a través de vestidos de lentejuelas o jerseys de hilo metalizado, copando todo tipo de accesorios como anillos y pendientes, que abandonan la tendencia minimalista en oro o plata para aparecer salpicados con piedras brillantes en diferentes tonalidades.

Americana, prenda estrella

Las americanas han conformado una parte esencial en el panorama de las tendencias del 2020 y, durante estas fiestas, no abandonarán un podio en el que con diferentes patrones y combinadas con prendas que van desde pantalones a juego en 'total looks' o sudaderas, en una versión más casual y del día a día, elaboran estilismos de aire sofisticado.

Con el negro, el gris marengo y el azul marino como colores ganadores, las blazer en modelo crop y con hombreras marcadas y solapas grandes son uno de los modelos que proponen desde grandes e icónicas firmas como Saint Laurent sobre la pasarela hasta Zara y tiendas 'low cost'.

Una versión que las más atrevidas lucen abrochada y sin nada debajo a modo de top, que contrasta con modelos "oversize" de hombreras anchas y un aire masculino, portadas durante el 2020 a modo de cazadora y que ahora aparecen en las tiendas sobre vestidos ceñidos, jugando a crear estilismos con el contraste como protagonista.

Chalecos de punto, el 'must'

Los chalecos son otra de las grandes tendencias que, si en septiembre asomaban tímidamente al panorama de el "streetsyle", ahora se posicionan como una opción de cara a estas Navidades. De punto



El polipiel vuelve a ser tendencia navideña. C7

La paleta de colores se abre hacia tonalidades vibrantes como el lila o el verde lima, además de poner sobre la mesa potentes combinaciones

Las americanas han conformado una parte esencial en el panorama de las tendencias del 2020

o de tipo sastrero y bajo una americana a juego, estas prendas aparecen cobrando total protagonismo tanto en conjuntos sofisticados como en otros de aire más casual.

Todo al polipiel

El polipiel y las texturas que emulan el cuero y que, durante anteriores temporadas han aparecido en forma de sobrecamisas y pantalones, llegan al armario navideño en versiones más arriesgadas como vestidos o "total looks", convirtiéndose en una opción sofisticada y de guiño rockero para las más atrevidas, siempre en negro como tonalidad ganadora.

Oda al color, más es más

Y aunque el negro sea uno de los colores por excelencia para eventos y, este año pequeñas celebraciones, la paleta de colores se abre hacia tonalidades vibrantes como el lila o el verde lima, además de poner sobre la mesa potentes combinaciones de muchas gamas cromáticas en un año que llega a su culmen apostando por los mix de tonalidades como una tendencia más.

Combinaciones arriesgadas que, si bien otros años podrían haber sido tildadas de horteras, este año respiran vanguardia, y es que atreverse a jugar al 'más es más' es una máxima que no se queda atrás durante la época navideña, en la que los escaparates de las tiendas y también sus páginas webs apuestan por teñir sus prendas en multitud de colores, desterrando los convencionales negros y rojos como únicas posibilidades.

Unas navidades diferentes en las que el vestuario sigue siendo una parte importante de las pequeñas celebraciones en familia de este año, además de una potente herramienta para rescatar y elevar el ánimo transmitiendo brillo y color.

TRADICIÓN. Desde las familias alemanas que pintaban 24 líneas de tiza

Más de un siglo endulzando el mes de diciembre con el calendario de chocolate

CANARIAS7

Las Palmas de Gran Canaria. En diciembre llega la tradición de los calendarios de adviento, un juego, que antes era para niños con chocolatinas en cada casilla del día, pero que ahora las firmas de juguetes, de belleza o de alimentación han adoptado para acercar su mejor imagen al consumidor.

Una versión reducida que sirve para escoger lo mejor de cada casa y luego decidir si se desea adquirir más. Una diversión para niños y mayores que se concreta de formas variadas.

Parece que los calendarios de adviento provienen de una costumbre alemana del siglo XIX que comenzó cuando las familias pintaban 24 líneas de tiza en la puerta o en la pared para que los niños borrasen una por cada día que pasaba hasta llegar la Navidad y, a partir de ahí, se extendió por diferentes países.

La firma Lego asegura que con su calendario de adviento pretenden hacer más llevadera la espera



Los niños son el público preferente de los calendarios. C7

hasta que llegue Papá Noel o los Reyes Magos. «Queremos poner un punto de emoción e ilusión a cada día de diciembre de forma mágica», comentan en una nota desde la firma.

La marca de bloques de juguete dispone de varios calendarios: Harry Potter, Star Wars, City y Friends.

Kiehl's ha optado por un calendario de adviento de edición limitada, diseñado por la artista Maïté Franchi, en formato libro, en el que la marca de belleza, incluye algunas de sus fórmulas para el cuidado de la piel con elementos cien por cien sostenibles y sin plásticos, con 24 sorpresas, entre ellas los

'bestsellers' de la marca.

Cheerz, la firma de impresión de fotografías, propone calendarios personalizados, donde la imagen principal puede ser la más atractiva de las captadas por una cámara personal durante todo el año.

En el interior de cada casilla se puede optar por incluir el trabajo de

dos grandes firmas de chocolate o bien 24 fotografías, para formar el póster de las imágenes de todo el año.

Reconectar con la naturaleza es lo que se propone L'Occitane con su calendario de adviento 2020, con el que pretende que el consumidor dé un paseo por la Provenza, la zona donde nacen sus productos. Dispone de varias opciones; el Premium con forma de joyero dice mucho de lo que se puede esperar en su interior para empezar con buena cara el año nuevo.

La empresa de comida a domicilio Deliveroo ha creado el primer calendario 'foodie', para que los amantes de la gastronomía puedan descubrir la gran variedad de restaurantes y supermercados con los que colabora.

Una iniciativa con la que invita a disfrutar de 24 sorpresas relacionadas con el mundo gastronomía con regalos de restaurantes y supermercados.

La firma de belleza Biotherm asegura que con la apertura de cada uno de los días de las casillas de su calendario la piel «experimentará una completa rutina de belleza, tanto facial como corporal».

Por otro lado, Sephora Collection propone dos tipos de calendarios de adviento de 24 días, y de seis de Navidad a Reyes, en los que incluye productos de tratamiento facial, maquillaje, baño y accesorios, una manera amplia de concentrarse en la belleza personal.

★ Los negocios de tu entorno forman parte de la vida de nuestro municipio. **Consume producto local** para que sigan siendo presente y futuro.

★ **Garantízate el mejor regalo de Navidad,** la salud. Respeta las normas COVID19.

★ Que durante estas Navidades el deseo de ilusión y esperanza se mantengan vivos en el calor de los hogares **de nuestro municipio.**

En los momentos difíciles... ¡Siempre contigo!

FELIZ NAVIDAD
Ayuntamiento de Pájara



ESTE AÑO TENEMOS MUCHO QUE PEDIR...
SER ESA TIERRA QUE PERMANECE UNIDA
TAN SOLIDARIA COMO SIEMPRE, INCLUSO
MÁS; UN PARAÍSO QUE TODOS ADMIRAN.
SEGUIR SIENDO LA COMUNIDAD MÁS VALORADA
DEL PAÍS. CONTINUAR APOYÁNDONOS COMO LO
ESTAMOS HACIENDO. QUE SE ACABE YA EL
COVID O LA COVID ¡COMO SE DIGA! Y QUE
POR MÁS QUE A VECES NOS FALLEN LAS
FUERZAS, NO NOS RINDAMOS JAMÁS.
ATENTAMENTE, LA ISLA DE GRAN CANARIA.

LA ISLA
QUE SUMA

La Isla
de mi
Vida


Cabildo de
Gran Canaria