

Boletín Informativo



Circular Informativa de la Asociación de Empresarios, Comerciantes y Profesionales de Arona

CAMPAÑA de las **Madres**

Noticias:

“Para Mamá compra en Arona”

Comision de Comercio de CEOE en Arona

29 comercios cierran cada día en España

ARTÍCULO: Los grandes bulos de esta sociedad





Trabajando
por los empresarios de
Arona



empresariosdearona.com



Edita:
**Asociación de Empresarios,
Comerciantes y Profesionales
de Arona**

Deposito Legal:
TF - 1.340 - 2.001

Época : 5º - Año: 2025

Dirección:
Antonio Luis Glez. Núñez
Presidente

Redacción:
**M^a. Esmeralda Rguez.,
Iván García.**

Fotógrafos:
**Pedro Fuentes Quesada
Jesús Sousa - Juan A. López
F. Luz Sosa**

Diseño Gráfico:
ALGN - MSE

Sumario:

"Para Mamá compra en Arona"	4.
Situación del estado de Las Verónicas	6.
Comisión de Comercio de CEOE celebrada en Arona	8.
Entrevista a Antonio Luis Glez Núñez en Fedeco	10.
29 comercios cierran cada día en España	13.
Madrid y Canarias a la cola del trabajo autónomo.	14.
ARTÍCULO: Los grandes bulos de esta sociedad	16.
OFERTA COMERCIAL DE BANCO SABADELL	18.
El Comercio hace ciudad	20.



ARTÍCULO 20, Apartado a) Se reconocen y protegen los derechos, a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.

COLECTIVOS EMPRESARIALES INTEGRADOS:



LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE ARONA ESTA INTEGRADA EN:



CAMPAÑA DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL

FELIZ DIA DE LAS MADRES

Sorteamos "3 vales de 120€ para gastar en los comercios de Arona y Adeje"



Para
mamá
compra en
aroná

Campaña del 21 de abril al 4 de mayo 2025 - sorteo el día 6 - entrega de premios el 14 de mayo



empresariosdearonas.com

CAMPAÑA DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL

**Para
Mamá
compra en
adeje**

FELIZ DIA DE LAS MADRES
Sorteamos 3 vales de 120€ para gastar en los comercios de Arona y Adeje



Campaña del 21 de abril al 4 de mayo 2025 - sorteo el día 6 - entrega de premios el 14 de mayo

“Para Mamá compra en Arona”

“Campaña de dinamización comercial de Arona”

Un año más las asociaciones de Empresarios de Arona, Playa de Las Américas y Costa Adeje y las Zonas Comerciales Abiertas de Valle San Lorenzo y Playa de Las Américas, aúnan esfuerzos para llevar a cabo dentro de su Plan de Dinamización Comercial de Arona, una nueva iniciativa promocional comercial para el día de Las Madres.

La Campaña del “*Día de las Madres*” 2025, que bajo el lema “**Para Mamá compra en Arona**”, tendrá como objetivo primordial dinamizar la actividad comercial, con una apuesta claramente decidida por impulsar el tejido comercial del Municipio de Arona y Costa Adeje.

La Campaña se desarrollará del 21 de abril al 4 de mayo, siendo el sorteo el 6 de mayo y el día 14 la entrega del premio al ganador.

Para dicha campaña, las Asociaciones han preparado para los clientes que opten por realizar sus compras en las empresas asociadas, adheridas a la promoción un **sorteo de tres vales de 120€ cada uno**, para gastar en los comercios adheridos a la campaña.

Esta nueva iniciativa viene a complementar la oferta continua de actividades y eventos de divulgación y promoción de carácter gratuito de las asociaciones que en estos tiempos han optado por unir su trabajo para que redunde en beneficio del tejido comercial de Arona y Adeje. Esperamos poder contar con el respaldo de todos para fomentar el consumo en el Municipio.

La Campaña del Día de la Madre 2025 cuenta un año más con la colaboración de la Dirección General de Comercio del Gobierno de Canarias, Fedeco Canarias y FTA Canarias.



Víctor Manuel Sánchez: “Es una vergüenza lo que está ocurriendo en la zona de Las Verónicas desde hace décadas”

El presidente de la Asociación de Empresario Playa de Las Américas y Costa Adeje (AEPACA), Víctor Manuel Sánchez, afirma que no entiende “qué están esperando desde el Ayuntamiento de Arona para tomar medidas más contundentes para solucionar el grave problema de inseguridad y de limpieza





que existe en la zona de Las Verónicas; desgraciadamente sólo actuarán cuando ocurra una desgracia”, según destaca Víctor Manuel Sánchez.

Desde AEPACA llevan décadas denunciando esta situación “vergonzosa” con altercados, peleas, reyertas y continuos robos incluso a comercios cada día en esta zona del municipio de Arona, -“mientras desde el Ayuntamiento de Arona parece esconden la cabeza bajo tierra, como un avestruz, pensando que ya vendrá alguien a arreglarlo o que simplemente se solucionará de manera espontánea”, según advierte Víctor Manuel Sánchez.

Sin embargo, la asociación empresarial quiere destacar la voluntad y el buen trabajo que realizan los Cuerpos de Seguridad del Estado y Policía Local, a pesar de los medios de los que disponen.

Otro aspecto que continúa sin solucionarse, a pesar de las numerosas quejas realizadas desde AEPACA, es el referente al mantenimiento y limpieza de esta zona de Las Verónicas, que justo es la unión de los municipios de Arona y Adeje “algo que debe avergonzar aún más al Ayuntamiento de Arona si observamos la efectividad del servicio de limpieza en la parte correspondiente al municipio de Adeje”, según Sánchez.

Para buscar una solución efectiva a este problema opinan que es necesaria una reunión “urgente” entre el Ayuntamiento de Arona, la Delegación del Gobierno, el Cabildo Insular de Tenerife, asociaciones empresariales e incluso el Gobierno de Canarias, “debido al gran deterioro, como imagen de marca del destino turístico seguro, que está experimentando esta zona tirando a la basura los millones de euros invertidos en promoción y captación de visitantes a nuestro destino”, sentencia el presidente de AEPACA.





Seguridad, digitalización y normativa: claves en la Comisión de Comercio de CEOE Tenerife

Hoy 7 de abril, celebramos en Arona una nueva reunión de la Comisión de Comercio de CEOE Tenerife, en la que se abordaron temas clave para el futuro del sector: seguridad ciudadana, venta ambulante ilegal, impacto del comercio online, necesidad de simplificación normativa y estrategias de modernización del tejido comercial.

En el encuentro participaron nuestro secretario general, Eduardo Bezares; Krysten Martín, consejera delegada de Comercio y Apoyo a la Empresa; Fátima Lemes, alcaldesa de Arona; Naím Valerio, segundo teniente de alcalde; y Antonio Luis González, presidente de la Comisión de Comercio y de FEDECO Canarias, junto a varios miembros del sector. Continuamos trabajando de forma coordinada para fortalecer y revitalizar el comercio local, motor esencial de nuestra economía.

Hemos acordado establecer una próxima reunión, esta vez en la zona norte, alineados por las políticas de descentralización de la Comisión, impulsadas por su responsable, en donde además se invitará al consejero de Empleo del Cabildo Tenerife, Efraín Trujillo, para tratar las políticas activas de empleo en el sector.



Boletín Informativo



Circular Informativa de la Asociación de Empresarios, Comerciantes y Profesionales de Arona

Abre las puertas a la información Empresarial de Arona

Asociación de Empresarios Comerciantes y Profesionales de Arona

Inserte su Publicidad Aquí
Consulta Ofertas e Inserciones
Precios Reducidos - Impactos Garantizados



**Espacio
reservado
para su
publicidad**



'El comercio local no necesita más domingos abiertos, sino apoyo real'

En medio del debate sobre la ampliación de la Zona de Gran Afluencia Turística (ZGAT) en Santa Cruz de Tenerife, conversamos con Antonio Luis González Núñez, presidente de la Federación de Desarrollo Empresarial y Comercial de Canarias (Fedeco Canarias), para conocer la postura de la patronal del pequeño comercio de nuestra provincia ante estas propuestas.

Fedeco Canarias es la patronal del comercio de la provincia de Santa Cruz de Tenerife, ostentando la mayoría de la representación patronal en las mesas de negociación de los convenios colectivos de sectores como textil, calzado, piel, bazar y muebles.

P: Señor González Núñez, ¿cuál es la posición de Fedeco Canarias respecto a la posible ampliación de la ZGAT en Santa Cruz de Tenerife?

R: Nuestra postura es muy clara: nos oponemos firmemente a cualquier ampliación de la ZGAT. Esta medida favorecería principalmente a las grandes superficies, en detrimento del pequeño y mediano comercio local, que constituye el corazón de nuestra economía y cultura comercial.

P: ¿Cuáles serían las principales consecuencias para el pequeño comercio si se lleva a cabo esta ampliación?

R: Permitir que las grandes superficies abran los domingos generaría una competencia desigual. Los pequeños comerciantes no tienen la capacidad operativa ni los recursos para mantener sus negocios abiertos los siete días de la semana. Esto podría traducirse en una disminución de sus ventas y, en el peor de los casos, el cierre de muchos establecimientos locales.

Además, hay que recordar que la actual Ley de Comercio de Canarias permite abrir a los establecimientos de menos de 300m², pero muchos optan por no hacerlo porque simplemente no resulta atractivo ni rentable. Abrir en domingos y festivos supone un sobrecoste laboral importante, ya que el convenio colectivo establece incrementos salariales considerables para esos días.

P: Algunos argumentan que ampliar los horarios de apertura podría revitalizar la economía local y atraer más turismo. ¿Qué opina al respecto?

R: Si bien es cierto que el turismo es vital para nuestra economía, no hay evidencias concluyentes de que la ampliación de horarios beneficie al comercio en general. De hecho, experiencias en otras ciudades indican que estas medidas no necesariamente incrementan las ventas, sino que solo redistribuyen el consumo en un horario más amplio, beneficiando principalmente a las grandes superficies.

El verdadero problema no es la falta de horarios de apertura, sino la falta de apoyo al comercio local en términos de incentivos, promoción y adaptación a los nuevos hábitos de consumo.

P: ¿La batalla del comercio en Santa Cruz sigue siendo entre pequeños empresarios y grandes superficies o hay un nuevo escenario en juego?

R: La batalla ya no es simplemente pequeños empresarios contra grandes superficies. Estas últimas, al menos, tienen el potencial de competir con el comercio electrónico. El problema real es que no se trata de abrir más, sino de abrir mejor. Hay que luchar contra el verdadero enemigo: el auge del comercio digital y los cambios en los hábitos de consumo.

P: Muchas personas dicen apoyar al pequeño comercio, pero en la práctica siguen optando por las grandes plataformas digitales. ¿Cómo afecta esta contradicción?

R: Todos los consumidores dicen ser solidarios con el pequeño comercio, pero hay que ser consecuentes. No se puede predicar el apoyo al comercio local y luego comprar todo con un clic. Se critica a los pequeños comerciantes por sus políticas de cambios y devoluciones en sus productos en las tiendas, pero al mismo tiempo se acepta sin protestar la tardanza y demoras de los envíos de las grandes plataformas comerciales internacionales de internet que no sirven a Canarias en muchos casos.

P: Hablando del comercio electrónico, ¿cómo cree que afecta al pequeño comercio y qué estrategias se podrían implementar para contrarrestar su impacto?

R: El comercio electrónico representa un desafío significativo, ya que ofrece comodidad y precios competitivos. Para contrarrestar su impacto, es esencial que el pequeño comercio adopte herramientas digitales, ofreciendo también ventas en línea y mejorando su presencia en internet. Además, debemos destacar el valor añadido de las tiendas locales: atención personalizada, trato cercano y la posibilidad de ver y probar los productos. Frente a las grandes plataformas, que no generan empleo ni riqueza en nuestro entorno, comprar en el comercio local significa contribuir directamente a la economía de nuestra tierra.

Ahora que tanto se apuesta por el producto local y el consumo de kilómetro cero, deberíamos adoptar la mentalidad de apoyar lo nuestro no solo en la alimentación, sino en todo lo que compramos.

P: ¿Cómo se puede equilibrar la modernización del comercio sin que los pequeños negocios desaparezcan?

R: Hay que lograr un equilibrio entre el progreso y la supervivencia del negocio local. Los pequeños comerciantes no tenemos el músculo financiero para competir en el mercado físico ni en el digital en las mismas condiciones que las grandes compañías.

El esfuerzo por tener visibilidad y sobrevivir en este contexto es titánico. Si queremos fortalecer el comercio local, debemos apostar por campañas de promoción, mejoras en infraestructuras urbanas, eventos culturales y deportivos que dinamicen las zonas comerciales y programas de formación y digitalización para los pequeños empresarios.

"Competencia desigual": el comercio local de Tenerife se planta ante posibles ampliaciones de la ZGAT

P: ¿Qué opina sobre la relación entre el turismo y el comercio local en Santa Cruz?

R: Las relaciones entre el sector turístico y comercial siempre han sido buenas, y claro que no nos oponemos al turismo ni a su desarrollo. Lo que no aceptamos son medidas que nos asfixian y la injerencia de ciertos colectivos que, para defender sus propios intereses turísticos, tratan de interferir en nuestra actividad sin medir las consecuencias.

Es muy irresponsable tratar de imponer decisiones sin evaluar el impacto que pueden tener sobre el tejido comercial tradicional.

P: ¿Cómo valora la postura del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife en este debate?

R: Valoramos positivamente que el alcalde José Manuel Bermúdez haya aclarado que no se está trabajando en una ampliación de la ZGAT para permitir aperturas dominicales. Sin embargo, estaremos atentos a cualquier desarrollo o modificación y seguiremos defendiendo los intereses del pequeño comercio con todas las herramientas a nuestro alcance, pese a que algunas voces quieran lo contrario.

P: Finalmente, ¿qué mensaje le gustaría transmitir a los consumidores de Santa Cruz de Tenerife?

R: Invitamos a los ciudadanos a reflexionar sobre la importancia de apoyar al comercio local. Comprar en tiendas de barrio y mercados tradicionales no solo garantiza productos de calidad, sino que contribuye al sostenimiento de la economía local y al mantenimiento de la identidad cultural de nuestra ciudad.

La defensa del pequeño comercio sigue siendo una prioridad para Fedeco Canarias, en un entorno donde las decisiones sobre horarios comerciales pueden tener profundas implicaciones en el tejido empresarial local.



UATAE

Autónomos
con derechos



29 comercios cierran cada día: UATAE insta a no mirar a otro lado ante esta sangría

- *En el último año han cerrado 10.599 comercios en nuestro país*
- *UATAE hace un llamamiento a la ciudadanía para apoyar al comercio de proximidad durante la Semana Santa y a las administraciones a actuar de manera urgente*
- *Landaburu, “estamos viendo en directo el golpe silencioso al corazón de nuestros barrios y pueblos, necesitamos el impulso de medidas concretas que permitan hacer frente a estas cifras tan alarmantes”*

Madrid, 16 de abril de 2025

Mientras cientos de miles de personas preparan las maletas para escaparse durante esta Semana Santa, otros preparan el cierre definitivo de sus establecimientos. “Comercios que llevan décadas formando parte del paisaje de nuestras calles, que conocen tu nombre, tu historia y tus gustos”, destaca María José Landaburu, secretaria general de UATAE. Las cifras empiezan a tener una foto fija devastadora. 10.599 cierres en el último año, lo que equivale a 29 comercios que bajan la persiana cada día. Desde la Unión de Asociaciones de Trabajadores Autónomos y Emprendedores (UATAE) alertan de esta tendencia preocupante y llaman, como señala Landaburu, “a mirar con otros ojos ese escaparate del barrio que lucha cada día por mantenerse abierto, porque el comercio local no solo es economía, también es memoria, tejido social y cercanía en el trato con los clientes”.

Desde UATAE, exponen que cada cierre no es solo un local vacío, es una historia que se apaga, una familia que pierde su sustento y una comunidad que se queda un poco más huérfana. En ese sentido, la Organización apunta a múltiples factores que están asfixiando al pequeño comercio, entre los que destacan, el crecimiento desmedido de las grandes

plataformas digitales, la falta de políticas eficaces para contener el precio de los alquileres de locales y la ausencia de nuevas ayudas para su digitalización y hacerlos así mucho más competitivos.

Por eso, UATAE ha lanzado un doble mensaje, uno, a la ciudadanía, para que durante esta Semana Santa elijan comprar en sus mercados, panaderías, librerías, ferreterías o tiendas de ropa de toda la vida. “Porque el gesto más político que podemos tener como consumidores es elegir a quién damos nuestro dinero”, expone Landaburu. Y otro, a las instituciones, para que dejen de mirar para otro lado y reaccionen con medidas concretas que eviten que esta sangría siga aumentando. “Si el comercio desaparece, se apagan los barrios, queremos calles con vida, no solo con paquetes y repartidores exprés”, remata Landaburu.

UATAE sigue trabajando y exigiendo a las administraciones un plan integral de protección del pequeño comercio que incluya rebajas en los costes de alquiler, programas de digitalización accesibles y campañas de sensibilización para fomentar el consumo responsable.



UATAE
Autónomos
con derechos



Madrid y Canarias, a la cola en trabajo autónomo mientras Galicia y Castilla y León lideran el emprendimiento

- Los accidentes laborales entre trabajadoras y trabajadores por cuenta propia caen un 17,8%, con un descenso significativo en los accidentes graves y mortales
- UATAE insiste en avanzar hacia un sistema de cotización por ingresos reales y en reforzar la protección social como herramientas clave para garantizar un trabajo autónomo seguro y digno

Madrid, 11 de abril de 2025

Los últimos datos confirman una tendencia positiva en materia de siniestralidad laboral en el trabajo autónomo. Según el avance correspondiente al periodo enero-febrero de 2025, se registraron 4.243 accidentes de trabajo con baja, lo que supone una reducción del 17,8% respecto al mismo periodo del año anterior. En concreto, 3.953 accidentes ocurrieron en jornada laboral, con un descenso del 17,9%, y 290 in itinere, lo que representa una caída del 15,9%. Además, se contabilizaron 80 accidentes graves y 4 mortales, cifras que mejoran notablemente respecto a los dos primeros meses de 2024, con 25





accidentes graves y 4 muertes menos. Desde la Unión de Asociaciones de Trabajadores Autónomos y Emprendedores (UATAE) valoran este descenso como un dato esperanzador, pero advierten que la reducción de la siniestralidad no puede ocultar las carencias estructurales del colectivo en materia de protección social.

María José Landaburu, secretaria general de UATAE señala que, le alegra que se reduzcan los accidentes, especialmente los graves y mortales, pero, “eso no nos debe hacer bajar la guardia porque el trabajo autónomo sigue siendo un espacio de vulnerabilidad donde, si no hay derechos, no hay garantías reales”. En ese sentido, la Organización insiste en la necesidad de que se impulsen políticas que refuercen la protección social del conjunto

del colectivo, con una mirada centrada en la prevención, pero también en la cobertura efectiva ante cualquier contingencia. “El gran paso pendiente es consolidar un sistema del RETA basado en ingresos reales, que permita a cada autónoma y autónomo cotizar en función de su capacidad económica y, por tanto, acceder a mejores coberturas y prestaciones, solo así conseguiremos que el trabajo por cuenta propia deje de estar expuesto a la precariedad”, añade Landaburu.

UATAE reitera su compromiso para que en este 2025 se avance en la equiparación de derechos entre asalariados y autónomos, especialmente en lo que respecta a contingencias profesionales, subsidios y protección por cese de actividad. Porque el descenso de los accidentes es una buena noticia, pero la auténtica victoria será cuando nadie tenga que elegir entre trabajar sin protección o dejar de trabajar.





Vivimos en una era donde la información fluye rápidamente, pero también lo hace la desinformación. Las redes sociales y algunos medios han amplificado bulos y teorías conspirativas sin base científica, logrando un gran impacto en la sociedad. A continuación, analizamos algunos de los mitos más extendidos, sus causas y cómo combatirlos.

Seguramente se preguntarán ¿qué tienen que ver este asunto con la actividad comercial? Pues muy sencillo, cada día, la inmensa mayoría de los autónomos y comerciantes, en general, tienen que lidiar con este tipo de conversaciones que nos sirve ahora, para trasladarles esta reflexión.

De los principales “*Bulos*” de nuestra sociedad actual me gustaría destacar los siguientes:

El Terraplanismo: a pesar de siglos de observación científica, la creencia de que la Tierra es plana ha resurgido. Se trata de argumentos pseudocientíficos que ignoran principios básicos de la física, como la gravedad y la curvatura del horizonte. Las imágenes satelitales y la exploración espacial confirman sin lugar a dudas que la Tierra es un esferoide oblato.

El movimiento antivacunas: aunque parezca inverosímil, aún los antivacunas sostienen que las vacunas causan enfermedades, alteran el ADN o contienen microchips, afirmaciones sin respaldo científico ni siquiera lógico. La realidad es que las vacunas han erradicado enfermedades como la viruela y han reducido drásticamente la polio y el sarampión. La ciencia es clara: las vacunas salvan vidas.

La negación del Cambio Climático: a pesar del consenso científico, algunos niegan el cambio climático antropogénico. Argumentan que es un fenómeno natural o que los datos han sido manipulados. Sin embargo, el aumento de temperaturas, el deshielo polar y la acidificación de los océanos confirman que la actividad humana es la principal causa del calentamiento global.

La teoría de la tierra hueca: algunas teorías conspirativas sostienen que la Tierra es hueca y habitada por civilizaciones ocultas. Sin embargo, estudios sísmicos y geológicos han demostrado que la estructura terrestre tiene un núcleo sólido y un manto de magma, lo que invalida esta creencia.

La conspiración del 5G: surgieron teorías que vinculaban la tecnología 5G con el control mental y la propagación del COVID-19. Sin embargo, las ondas electromagnéticas utilizadas en las telecomunicaciones están dentro de los límites seguros establecidos por organismos internacionales, sin pruebas de que representen un riesgo para la salud. Ya se está trabajando en 6G y 7G.

Pero claro, también escuchando al cliente que entra en nuestro comercio o al que visitamos para la entrega de mercancía o servicio, defendiendo estás teorías conspirativas, nos preguntamos ¿Por qué creer en las teorías conspirativas? Parece claro que no surgen de la nada; tienen causas psicológicas y sociales que las impulsan:

Sesgo de confirmación: tendemos a aceptar información que refuerza nuestras creencias y a rechazar la que las contradice.

Desconfianza en las instituciones: errores gubernamentales o científicos pueden ser interpretados como manipulaciones en lugar de ajustes basados en nueva información.

Necesidad de explicaciones simples: en tiempos de incertidumbre, las personas prefieren respuestas claras, aunque sean falsas.

Redes Sociales y Algoritmos: las plataformas amplifican el contenido emocional y llamativo, favoreciendo la desinformación.

Necesidad de pertenencia: Creer en teorías conspirativas puede dar sentido de identidad y exclusividad a ciertos grupos.

Aunque erradicar los bulos es casi imposible, debemos combatir la desinformación, su impacto puede reducirse con medidas concretas:

Como conclusión final me gustaría añadir que necesitamos un esfuerzo colectivo para evitar la desinformación que seguirá existiendo mientras haya sesgos cognitivos y desconfianza en las instituciones. Sin embargo, con educación, regulación y responsabilidad individual, podemos reducir su impacto. La información veraz en los medios serios es clave para una sociedad bien informada y libre de engaños.

(*) *Presidente de FEDECO Canarias*

Cuenta Online Sabadell Autónomo PRO

La cuenta corriente menos corriente

Indicador de riesgo aplicable a todas las cuentas.

1/6

Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.

Banco de Sabadell, S.A. se encuentra adherido al Fondo Español de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito. La cantidad máxima garantizada actualmente por el mencionado fondo es de 100.000 euros por depositante.

Exclusivo para nuevos clientes miembros de colegios y asociaciones profesionales con convenio en Banco Sabadell

- Si estás **colegiado o asociado** en algún colectivo profesional con convenio en Banco Sabadell, podrás disfrutar, de **una bonificación equivalente al 100% de la cuota, con un máximo de 100€ por cuenta**, el primer año y siempre que domicilies la cuota en una cuenta de la **gama Sabadell PRO**.¹
- Una rentabilidad del **2% TAE**.² Saldo máximo de 20.000€.
- Además **te devolvemos 120€/año**³ si domicilias tu cuota de autónomos.

Aquí tienes todo lo que incluye tu **Cuenta Online Sabadell Autónomo PRO**:

- 1 Sin comisiones** de administración ni de mantenimiento.
- 2 Sin condiciones de vinculación o permanencia.**
- 3 Rentabilidad 2% TAE**² para un saldo máximo de 20.000€.
- 4 Devolución de 120€** anuales por mantener domiciliada tu cuota de autónomos.³
- 5 Bonificación de la cuota colegial o asociativa hasta 100 euros.**
- 6 Con una cuenta online adicional para uso personal** que puedes activar si lo deseas.
- 7 Con soluciones específicas para tu sector:** línea de pagos online, TPV y oferta específica para tu sector de actividad.

291438 Comercios

Para beneficiarte de esta promoción, date de alta ahora desde el móvil **mediante este código QR exclusivo para colegiados y asociados.**

Podrás elegir entre uno o dos titulares, completar tus datos e identificarte para activar tu cuenta. **Rápido y seguro.**



<https://sab.to/291438-es>

Cuenta Online Sabadell Autónomo PRO sin comisiones ni condiciones

- **0€ de comisiones** de administración y de mantenimiento de la cuenta.
- **0€ de comisiones** por emisión y mantenimiento de tarjetas de débito y crédito Business para titular y cotitular.
- **0€ de comisiones** por retirada de efectivo a débito en cajeros de Banco Sabadell y red EURO 6000.⁴
- **0€ de comisiones** por transferencias online dentro del EEE, incluidas las inmediatas.
- **Y todo, sin condiciones de vinculación ni permanencia.**

Disfrutar de las ventajas de la Cuenta Online Sabadell Autónomo PRO es muy fácil

Hazte cliente en unos sencillos pasos:

- 1 Elige uno o dos titulares**
Elige si quieres abrir la cuenta para ti o compartirla con otro titular.
- 2 Completa tus datos**
Crea tu usuario para hacer todas tus gestiones con seguridad.
- 3 Identificate**
Graba un vídeo de tu DNI con tu teléfono móvil.
- 4 Firma online**
Firma tu contrato digital. ¡Y disfruta de tu nueva Cuenta Online Sabadell PRO!

Y todo desde tu móvil

Toda tu operativa se realiza **de forma digital sin tener que ir a una oficina.**

Con nuestra App o mediante la web, podrás realizar tus operaciones cuando quieras, las 24 horas del día, los 365 días del año, desde donde más te convenga, de forma fácil y autónoma.



<https://sab.to/291438-es>

Servicio de Atención Preferente para autónomos

Ponemos a tu disposición un servicio telefónico exclusivo y gratuito para ofrecerte atención personalizada por parte de **especialistas en autónomos.**

Servicio de Atención Preferente: 962 000 610.

Condiciones y ejemplos representativos de la Cuenta Online Sabadell Autónomo PRO

1. La bonificación se realizará un único año para cuotas domiciliadas durante los 12 primeros meses, contando como primer mes el de la apertura de la cuenta. El pago se realizará en cuenta el mes siguiente de los 12 primeros meses. El incentivo estará sujeto a la retención fiscal vigente. Esta oferta es válida hasta el 31/12/2025 para nuevos clientes con la cuota domiciliada en una cuenta de la gama Sabadell PRO.

2. Sin comisiones de administración ni de mantenimiento. Rentabilidad indefinida que podrá variar según condiciones de mercado. Ahora, rentabilidad anual del **2 % TAE** hasta 20.000 € de saldo medio conjunto de la Cuenta Online Sabadell Autónomo PRO y de las Cuentas Ahorro Sabadell de los titulares vinculados a la misma. **Ejemplo representativo de remuneración en un año calculado para un saldo medio mensual conjunto de 20.000 €: 2 % TIN anual, 2,018 % TAE, 400 € de intereses liquidados en el año. Liquidación mensual y abono en la Cuenta Online Sabadell Autónomo PRO el día 15 del mes siguiente (o primer día hábil anterior).** En caso de que en el momento de la contratación disfrutase de una promoción, se mantendrán las condiciones de la misma hasta su vencimiento.

3. Abono de 30 € al trimestre por dar de alta una Cuenta Online Sabadell Autónomo PRO y mantener domiciliada en la misma la cuota de autónomos durante ese período (se incluye también a trabajadores por cuenta propia bajo el Sistema Especial para Trabajadores por Cuenta Propia Agrarios y trabajadores por cuenta propia bajo el Régimen Especial de Trabajadores del Mar). El abono se liquidará dentro de los 15 primeros días tras el vencimiento del trimestre y estará sujeto a la legislación fiscal vigente.

4. Retira efectivo a débito gratis en los cajeros de Banco Sabadell de España usando tu tarjeta de débito, sea cual sea el importe que retires. También es gratis si retiras una cantidad igual o superior a 60 € en cajeros de las principales entidades adheridas a la red EURO 6000: Abanca, Ibercaja, Kutxabank, Unicaja Banco, CajaSur, Caixa Ontinyent y Colonya Caixa Pollença. La concesión de la tarjeta de crédito está sujeta a superar los criterios de riesgo del Banco y su aprobación, después de realizar el correspondiente estudio de riesgo y viabilidad.

El
COMERCIO
HACE CIUDAD
participa



Arona
ciudad comercial
Asociación de Empresarios
de Arona



Desde la Asociación de Empresarios de Arona
te recomendamos que hagas tus
COMPRAS en el **PEQUEÑO COMERCIO**
Con esta simple **ACCIÓN** nos ayudas
a mejorar la **ECONOMÍA** del **MUNICIPIO**.
Y mantienes los puestos de **Trabajo**
de los vecinos y la **VIDA** de tu Ciudad.

HOJA DE INSCRIPCIÓN

DATOS PERSONALES:

Don / Doña: _____

Empresa: _____ C.I.F./ N.I.F.: _____

Dirección: _____

Población: _____ Municipio: _____

Código Postal: _____ Actividad de la Empresa: _____

Teléfonos: _____ / _____ / _____ / _____ Fax: _____

E-mail: _____ Pagina Web: _____

Observaciones: _____

DATOS DOMICILIACIÓN BANCARIA:

Caja / Banco: _____ Sucursal: _____

IBAN: _____ Entidad: _____ Oficina: _____ D.C.: _____ Nº Cuenta: _____

Autorizo a la **Asociación de Empresarios, Comerciantes y Profesiones de Arona** a cargar en mi Nº de Cuenta las cuotas mensuales establecidas y aprobadas en Asamblea General.

Nº Trabajadores	1 a 5	6 a 10	11 a 25	26 a 50	51 a >100
CUOTA MENSUAL	20€	30€	50€	70€	95€

Importe de la Cuota: _____ €.

Arona, a _____ de _____ de 202__.

Firmado: _____

☐ El interesado otorga su consentimiento inequívoco, para el tratamiento de sus datos por parte de la A.E.C.P. Arona.

En cumplimiento del artículo 5 de la Ley 15/1999 se informa que los datos de carácter personal que constan en esta notificación se incluirán en el fichero de nombres de la base de datos de la A.E.C.P. Arona, la finalidad del fichero en la gestión de las cuotas y transmisión de toda la información a los asociados y será gestionada exclusivamente por el personal de la Asociación. Los interesados pueden ejercer sus derechos de acceso, rectificación o cancelación de sus datos personales en cualquier momento.

empresariosdearona.com



Arona

ciudad comercial

Asociación de Empresarios
de Arona

C./ Barranquillo, nº.: 11 - Bajo, 38.650 Los Cristianos - Arona
Tel./Fax: 922 751 555 - email: info@empresariosdearona.com