

Boletín Informativo



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

verano 2026 VACACIONES

Noticias:

Campaña de Verano en ARONA y COSTA ADEJE

Medidas de Prevención para Trabajar con CALOR

Aprobado el proyecto de Ley Anti tabaco en España

FEDECO alerta sobre los efectos de la reducción de la VV en el comercio



Arona refuerza la lucha con la venta ambulante ilegal



Apostando por la unidad del Comercio



Trabajando por los empresarios de Arona



empresariosdearonas.com



AGOSTO - 2026

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 - Ayto. Arona**

Diseño Gráfico:
ALGN - MSE

Sumario:



Verano comercial 2026 en ARONA y COSTA ADEJE	4.
FEDECO alerta sobre la reducción de la VV sobre el comercio	6.
La AMTC celebra la aprobación de la ley que reconoce su realidad	8.
Aprobado el proyecto de Ley Anti tabaco en España	10.
"Tontocracia: Cuando la ignorancia se convierte en un sistema"	14.
Arona refuerza la lucha con la venta ambulante ilegal	16.
España pierde 10.454 comercios en un año.	17.
El calor extremo se convierte en otro riesgo para los autónomos	18.
3,47 millones de autónomos afiliados a la Seguridad Social	20.
Medidas de Prevención: Trabajar con Calor (Mutua Balear)	23.
El comercio hace ciudad	24.



Arona
ciudad comercial
Asociación de Empresarios
de Arona

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.

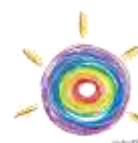
COLECTIVOS EMPRESARIALES INTEGRADOS:



LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE ARONA ESTA INTEGRADA EN:



Arona
ciudad comercial
Asociación de Empresarios
de Arona



**Unión Empresarial
Tenerife Sur**
unionempresarialtenerifesur.com
info@unionempresarialtenerifesur.com

CAMPAÑA DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL

PARTICIPA en los SORTEOS

VERANO COMERCIAL

ARONA



#ConsumeArona

Campana del 17 de julio al 31 de agosto 2026 - sorteo el día 2 de septiembre - entrega de premios el 10 de septiembre



aepaca
Asociación de Empresarios
Playa de Las Américas y Costa Adeje



Valle San Lorenzo
Zona Comercial Abierta



**ZONAS
COMERCIALES
ABIERTAS**
Centros de Servicio



UATAE
Autónomos
con derechos

FEDECO



empresariosdearonas.com

PARTICIPA en los SORTEOS VERANO COMERCIAL COSTA ADEJE

Campaña del 17 de julio al 31 de agosto 2026 · sorteo el día 2 de septiembre · entrega de premios el 10 de septiembre

“Verano comercial en Arona y Costa Adeje”

Los comercios de Arona, Playa de Las Américas y Costa Adeje premian las compras en verano

Las Asociaciones de Empresarios de Arona, AEPACA, y las Zonas Comerciales Abiertas de Valle San Lorenzo y Playa de Las Américas, organizan desde el próximo 17 de julio y hasta al 31 de agosto, sorteo el día 2 de septiembre y entrega de premios el día 10 de septiembre. Una nueva iniciativa de dinamización comercial para incentivar el consumo, coincidiendo con las vacaciones de verano.

Para participar en esta campaña, los clientes tendrán que realizar compras -por un valor igual o superior a 10 euros- en cualquier establecimiento asociado, posteriormente tendrán que enviarlo a los emails (info@empresariosdearonas.com o info@aepaca.es) el ticket de compra o factura y entrarán en el sorteo de varios premios y regalos cedidos por los asociados.

Las bases de la presente campaña de dinamización de verano están a disposición de los interesados en la web www.empresariosdearonas.com y www.aepaca.es y en la sede de la asociación donde podrán consultar los datos y ampliar la información.

El presidente de la Asociación de Empresarios de Playa Las Américas y Costa Adeje, Víctor Sánchez, resalta que –“ponemos en valor con estas iniciativas el pequeño comercio durante el verano, acercando la gran oferta comercial de nuestro municipio”.

Por su parte el presidente de A.E.C.P. Arona Antonio Luis González Núñez también quiso agradecer a las asociaciones colaboradoras su implicación en la iniciativa y a los asociados por entregar los regalos, permitiendo –“una mayor difusión de la campaña, facilitando que el comercio del municipio siga sumando en las distintas acciones de dinamización que se realizan”- añadió.

Esta actividad está organizada por las Asociaciones de Empresarios de Arona, Playa de Las Américas y las Zonas Comerciales Abiertas de Valle San Lorenzo y Playa de Las Américas y cuenta con la colaboración de la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias, además de CNAC y Fedeco Canarias.

FEDECO alerta del impacto que la reducción de la VV tendrá sobre el comercio y las pymes Canarias



La Federación considera necesario evaluar las consecuencias económicas de la aplicación de la Ley 6/2025 sobre el consumo turístico y la actividad empresarial en los municipios de mayor dependencia del visitante

La Federación de Desarrollo Empresarial y Comercial de Canarias (FEDECO Canarias) señala que los datos presentados este miércoles por la Asociación Canaria de Vivienda Vacacional (ASCAV) abren un debate que trasciende el ámbito residencial y urbanístico y que debe incorporar, con la misma intensidad, el análisis de sus efectos sobre el comercio, la restauración, los servicios y las pequeñas y medianas empresas de Canarias.

El informe refleja que la oferta de viviendas vacacionales publicadas en plataformas digitales descendió un 19,54% entre mayo de 2025 y mayo de 2026, pasando de 47.648 a 38.337 viviendas, con una reducción de 9.311 alojamientos. Especialmente significativo resulta que 8.780 de esas viviendas desaparecieron de la oferta entre diciembre de 2025 y mayo de 2026, coincidiendo temporalmente con la entrada en vigor de la Ley 6/2025 de Ordenación Sostenible del Uso Turístico de Viviendas (LOSUTV). El propio informe señala que esta coincidencia temporal no permite establecer una relación de causalidad exclusiva, aunque sí constata que el mayor ajuste de la oferta se produjo tras la aprobación de la norma.

Para el presidente de FEDECO Canarias, Antonio Luis González Núñez, .-“estos datos deben analizarse también desde una perspectiva económica, ya que detrás de cada vivienda vacacional retirada de la comercialización existe una potencial disminución del flujo de visitantes que realizan

gasto diario en supermercados, comercios de proximidad, restauración, ocio, transporte, actividades culturales, alquiler de vehículos y numerosos servicios prestados mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas canarias”.

La Federación recuerda que el turismo constituye el principal motor económico del archipiélago y que una parte creciente del gasto turístico se produce fuera de los establecimientos alojativos, distribuyéndose directamente en el tejido comercial local.

En este contexto, “cualquier modificación significativa en la oferta turística puede traducirse en cambios en los patrones de consumo y en la facturación de miles de pequeños negocios”, añade González Núñez.

El informe también pone de manifiesto una reducción de 42.154, equivalente al 21,17% respecto al año anterior.

Desde FEDECO Canarias consideran que esta disminución merece un seguimiento específico por parte de las administraciones públicas para evaluar si tiene efectos sobre el volumen de visitantes, la estancia media, el gasto turístico distribuido y la actividad económica de las empresas vinculadas al consumo turístico.

Asimismo, la Federación destaca que más de la mitad de la oferta de vivienda vacacional continúa concentrándose en únicamente nueve municipios turísticos, donde se localizan también miles de pequeños comercios cuya actividad depende en gran medida del visitante.

Según el informe, estos municipios reúnen el 52,34% de toda la oferta publicada en Canarias y presentan una incidencia media de la vivienda vacacional del 9,74% sobre el parque residencial, mientras que en los restantes municipios esta incidencia se reduce al 2,03% y en las capitales apenas alcanza el 1,06%. Estos datos evidencian que cualquier cambio regulatorio tiene una repercusión especialmente intensa sobre determinadas economías locales altamente vinculadas al turismo.

Para FEDECO Canarias resulta igualmente relevante la diferencia que refleja el estudio entre las 73.841 viviendas inscritas en el Registro Turístico de Canarias y las 38.337 viviendas efectivamente publicadas en plataformas, una brecha de 35.504 inmuebles que, según el propio informe, podría responder tanto a inscripciones preventivas como a viviendas que han dejado de comercializarse tras la entrada en vigor de la nueva legislación. La Federación considera que este dato confirma la necesidad de disponer de indicadores económicos adicionales que permitan conocer cuál está siendo la oferta realmente operativa y cuáles son sus efectos sobre la economía insular.

En este sentido, FEDECO Canarias, cree imprescindible que la evaluación de la Ley 6/2025 no se limite únicamente a indicadores relacionados con la vivienda, sino que incorpore también variables económicas como la evolución del comercio minorista, la creación y mantenimiento de empleo, la facturación de las pequeñas empresas, el consumo en destino y la competitividad de las zonas turísticas.

“La vivienda y el desarrollo económico no deben abordarse como realidades independientes. Canarias necesita políticas públicas que permitan avanzar en el acceso a la vivienda sin debilitar el ecosistema empresarial que sostiene buena parte del empleo y de la riqueza del archipiélago. El objetivo debe ser encontrar un equilibrio que garantice la sostenibilidad social, territorial y económica de nuestras islas”, señala el presidente de FEDECO Canarias, Antonio Luis González Núñez.

La Federación concluye solicitando a las administraciones públicas que impulsen una evaluación integral de los efectos de la Ley 6/2025, incorporando la visión del tejido empresarial y comercial, con el fin de adoptar decisiones basadas en evidencia y preservar tanto el derecho a la vivienda como la fortaleza del tejido productivo canario.

Los municipios turísticos de Canarias celebran la aprobación de la ley que reconoce su realidad



La nueva Ley de Municipios Turísticos ofrece herramientas para mejorar la gestión pública, reforzar la calidad de los servicios, favorecer la convivencia y avanzar hacia un modelo sostenible.

La Asociación de Municipios Turísticos de Canarias (AMTC) ha expresado su satisfacción por la aprobación hoy, en el Pleno del Parlamento de Canarias, de la Ley de Municipios Turísticos de Canarias. La norma, impulsada, entre otros, por los catorce ayuntamientos de la Asociación, reconoce la realidad de los destinos turísticos y dota por primera vez al archipiélago de un marco jurídico específico para atender sus necesidades.

La nueva norma, tramitada como Proposición de Ley de los Ayuntamientos de Municipios Turísticos de Canarias, establece un régimen jurídico propio para aquellos que soportan una elevada presión derivada de la población turística flotante. Su objetivo es ofrecer herramientas adecuadas para mejorar la gestión pública, reforzar la calidad de los servicios, favorecer la convivencia y avanzar hacia un modelo turístico sostenible.

El presidente de la AMTC y alcalde de Adeje, José Miguel Rodríguez Fraga, señaló que “Hoy es un día histórico. Esta ley es el resultado del diálogo y de un amplio consenso entre los grupos parlamentarios, los ayuntamientos y la Asociación de Municipios Turísticos. Nos dota de una herramienta legal para definir las obligaciones y los derechos de los municipios turísticos, mejorar los servicios que prestamos y avanzar

en una financiación acorde con la realidad de una población que convive con visitantes y trabajadores.”

Por su parte, el vocal de la AMTC y alcalde de San Bartolomé de Tirajana, Marco Aurelio Pérez, expresó que “Los municipios turísticos de Canarias, por primera vez contamos con una ley que nos reconoce como lo que somos y que permitirá adaptar la organización y los servicios de nuestros ayuntamientos a la población real que atendemos, más allá de la población empadronada.”

“Esta norma abre una nueva etapa para los municipios turísticos, que tendrán presencia con voz y voto en los espacios donde se toman decisiones que afectan a nuestro territorio. Desde la Asociación de Municipios Turísticos seguiremos trabajando en el reglamento de desarrollo para que responda a las necesidades reales de nuestros ayuntamientos y de la ciudadanía, añadió”.

Para la AMTC, uno de los principales avances de la ley es la definición de dos categorías específicas: Municipio Turístico de Excelencia de Canarias y Municipio Turístico de Singularidad de Canarias. Esta clasificación sustituye una concepción genérica de municipio turístico por un sistema más preciso, adaptado a las distintas realidades y capacidades de los destinos canarios.

La declaración se apoyará en criterios objetivos y cuantificables. En el caso de los Municipios Turísticos de Excelencia, se exigirá el cumplimiento de dos de tres requisitos vinculados al peso de la población turística anual, la capacidad alojativa o la oferta de establecimientos

de alta categoría, además de que la actividad turística represente más del 15% de la economía municipal. Para los Municipios Turísticos de Singularidad, será necesario contar con al menos dos recursos de interés turístico singular y acreditar que el turismo supera el 5% de la actividad económica local.

El texto incorpora una regulación adaptada a las singularidades de El Hierro, La Gomera y La Palma, así como de los municipios de reto demográfico. En estos casos, se flexibilizan los umbrales exigidos para acceder a ambas categorías, atendiendo a su menor dimensión poblacional y alojativa, así como a la relevancia que determinados recursos turísticos pueden tener en sus economías y territorios.

La ley también permite a los municipios turísticos reforzar su organización administrativa para responder con mayor eficacia a las demandas asociadas a la actividad turística. Otro de los elementos especialmente valorados por la AMTC es la definición de un catálogo de servicios vinculados a la condición de municipio turístico. Junto a los servicios mínimos establecidos con carácter general, la norma prevé obligaciones en materia de vigilancia ambiental, control de ruidos, refuerzo de la limpieza, habilitación de refugios climáticos, socorrismo en playas e información turística. Asimismo, incorpora la obligación de elaborar e implementar un instrumento de planificación turística municipal.



Aprobado el proyecto de ley del tabaco que amplía los espacios sin humo a terrazas, playas y otros espacios al aire libre

El Consejo de Ministros ha aprobado el proyecto de ley del tabaco, que será remitido a las Cortes Generales para iniciar su tramitación parlamentaria.

Se amplían los espacios sin humo a terrazas de bares y restaurantes, playas, piscinas de uso colectivo, instalaciones deportivas, espectáculos al aire libre y parques nacionales.

El texto prohíbe por primera vez el consumo de productos del tabaco por parte de menores de edad, y no solo su venta o suministro.

La reforma equipara el uso de cigarrillos electrónicos y otros productos relacionados con el consumo de tabaco en los espacios donde esté prohibido fumar.

La venta y suministro de productos relacionados con el tabaco quedará limitada a tiendas especializadas, que no podrán exhibir publicidad ni cartelera visible desde el exterior.

Madrid, 21 de julio de 2026.-

El Consejo de Ministros ha aprobado el proyecto de ley del tabaco, que será remitido a las Cortes Generales para iniciar su tramitación parlamentaria. La norma modifica la Ley 28/2005, de medidas sanitarias frente al tabaquismo, con el objetivo de ampliar los espacios sin humo, reforzar la protección de la infancia y la adolescencia, y adaptar la legislación a los nuevos productos relacionados con el tabaco.

La reforma supone la actualización más relevante de la normativa estatal frente al tabaquismo desde hace más de una década. El texto responde a los cambios producidos en los patrones de consumo, especialmente entre la población joven, y al auge de nuevos productos como los cigarrillos electrónicos con y sin nicotina, los productos a base de hierbas para fumar o shisha, las bolsas de nicotina y otros productos que imitan o se asocian al acto de fumar, cuya venta y suministro quedarán limitados a tiendas especializadas.

El proyecto de ley se enmarca en el Plan Integral de Prevención y Control del Tabaquismo 2024-2027, aprobado por el Consejo de Ministros, y avanza en una de sus principales líneas de actuación: la actualización del marco normativo para proteger mejor la salud de la población, prevenir el inicio del consumo y avanzar hacia generaciones libres de tabaco.

Ampliación de los espacios en los que estará prohibido fumar

La reforma incorpora las terrazas de bares, restaurantes y otros establecimientos de restauración, las playas marítimas y fluviales, las piscinas de uso colectivo, las instalaciones deportivas, los parques nacionales, los vehículos de trabajo —salvo durante su uso exclusivamente personal— y los recintos donde se desarrollen espectáculos públicos, incluidos teatros, cines, conciertos y otros eventos, también cuando tengan lugar al aire libre.

El texto crea también entornos de protección reforzada alrededor de espacios especialmente sensibles. Así, no se podrá fumar en un radio inferior a 15 metros de los accesos a edificios públicos, centros sanitarios públicos y privados, centros sociales, centros educativos, universidades, centros de investigación, museos, bibliotecas, centros culturales, centros deportivos y parques o recintos infantiles.

Protección de las personas menores de edad

Otra de las novedades es la prohibición expresa del consumo de productos del tabaco por parte de personas menores de 18 años. Hasta ahora, la normativa prohibía la venta y el suministro a este colectivo, pero no recogía de forma específica la prohibición del consumo.

Nueva Ley del Tabaco 2026

Más protección para la salud, menos tabaco, generaciones libres de humo

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD

El Consejo de Ministros ha aprobado el proyecto de ley del tabaco, que será remitido a las Cortes Generales. La reforma modifica la Ley 28/2005 para ampliar los espacios sin humo, proteger a la infancia y adaptar la norma a los nuevos productos.

PRINCIPALES ASPECTOS DE LA LEY



Más espacios sin humo

Se amplía la prohibición de fumar para proteger la salud de toda la población y reducir la exposición al humo y a los aerosoles.



Mayor protección para la infancia y la adolescencia

Por primera vez, se prohíbe expresamente el consumo de tabaco a menores de 18 años, no solo su venta o suministro.



Nuevos productos, mismas reglas

Los cigarrillos electrónicos y otros productos relacionados quedan equiparados al tabaco en los espacios sin humo.



Venta limitada a tiendas especializadas

La venta y suministro de tabaco, cigarrillos electrónicos y productos relacionados solo podrá realizarse en tiendas especializadas, sin publicidad ni cartelera visible desde el exterior.



Más restricciones a la publicidad y promoción

Se prohíbe toda forma de publicidad, promoción y patrocinio, incluidos: internet, medios de comunicación, máquinas expendedoras y contenidos audiovisuales.



Se recupera el Observatorio para la Prevención del Tabaquismo

Impulsará iniciativas, fijará objetivos de reducción, elaborará informes y coordinará la labor de las administraciones.



Avanzando hacia una generación libre de tabaco

Por una vida más sana, un aire más limpio y un futuro mejor.

PRINCIPALES PROHIBICIONES

No se podrá fumar en:



Terrazas de bares y restaurantes



Playas marítimas y fluviales



Piscinas de uso colectivo



Instalaciones deportivas



Parques nacionales



Espectáculos públicos (también al aire libre)



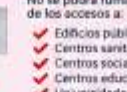
Vehículos de trabajo (salvo uso exclusivamente personal)

Entornos de protección reforzada

No se podrá fumar en un radio inferior a 15 metros de los accesos a:



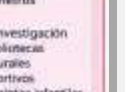
Edificios públicos



Centros sanitarios



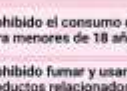
Centros sociales



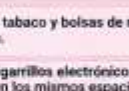
Centros educativos



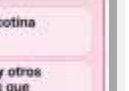
Universidades



Centros de investigación



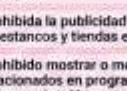
Museos y bibliotecas



Centros culturales



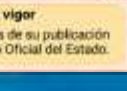
Centros deportivos



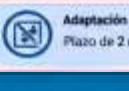
Parques o recintos infantiles



-18 Prohibido el consumo de tabaco y bolsas de nicotina para menores de 18 años.



Prohibido fumar y usar cigarrillos electrónicos y otros productos relacionados en los mismos espacios que el tabaco.



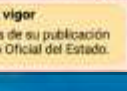
Prohibida la publicidad y cartelera visible desde el exterior en estancos y tiendas especializadas.



Prohibido mostrar o mencionar el tabaco y productos relacionados en programas, videos e imágenes de medios de comunicación y contenidos audiovisuales.



Entrada en vigor
A los 20 días de su publicación en el Boletín Oficial del Estado.



Adaptación de la señalización
Plazo de 2 meses.

Según ESTUDES 2025, la encuesta sobre uso de drogas en enseñanzas secundarias en España, la prevalencia de fumadores diarios entre personas de 14 a 18 años se sitúa en el 4,3%, la cifra más baja de toda la serie histórica desde 1994. Sin embargo, el consumo de tabaco en el último mes en este mismo grupo de edad sigue siendo elevado, con una prevalencia del 15,5%.

Cigarrillos electrónicos y otros productos relacionados

La reforma extiende a los cigarrillos electrónicos y a otros productos relacionados las mismas limitaciones de consumo previstas para el tabaco en los espacios donde esté prohibido fumar. La norma adapta así la legislación a la aparición y expansión de nuevos productos, como los dispositivos con y sin nicotina, los productos a base de hierbas para fumar o shisha y otros productos con o sin nicotina que imiten el acto de fumar o guarden relación con su consumo tradicional o social. Las bolsas de nicotina quedan fuera de esta equiparación en espacios sin humo, aunque la norma sí prohíbe su consumo por parte de personas menores de edad.

La reforma limita también la venta y suministro de estos productos a tiendas especializadas, que deberán cumplir los requisitos que se establezcan mediante orden ministerial. Esta medida responde al crecimiento de estos productos, especialmente entre adolescentes: según ESTUDES 2025, el 49,5% de las personas de 14 a 18 años ha probado alguna vez cigarrillos electrónicos y el consumo en el último mes ha pasado del 14,9% en 2019 al 27,1% en 2025.

Publicidad, promoción y patrocinio

La norma refuerza las restricciones a la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, de los dispositivos para su consumo y de los productos relacionados. Estas restricciones se aplicarán en todos los medios y soportes, incluidas las máquinas expendedoras, internet y cualquier forma de promoción directa o indirecta.

También limita la promoción en los puntos de venta. No podrán realizarse acciones en escaparates ni utilizarse cartelería que, por sus características o ubicación, sea visible o percibida desde el exterior de los estancos y tiendas especializadas.

En medios de comunicación y contenidos audiovisuales, no se podrán emitir programas, vídeos o imágenes en los que presentadores, colaboradores o invitados aparezcan fumando, consumiendo o mostrando productos del tabaco, dispositivos para su consumo o productos relacionados, ni mencionen o muestren, directa o indirectamente, marcas, nombres comerciales, logotipos u otros signos identificativos asociados a estos productos.

Además, el texto modifica la Ley General de Comunicación Audiovisual para extender la prohibición de comunicación comercial audiovisual a los productos relacionados, sus dispositivos y las empresas que los producen.

La norma recupera el Observatorio para la Prevención del Tabaquismo, suprimido en 2014. Entre sus funciones estarán proponer iniciativas, programas y actividades para cumplir los objetivos de la ley; establecer objetivos de reducción de la prevalencia del tabaquismo y del consumo de productos relacionados; elaborar informes periódicos sobre la situación y aplicación de la norma; y favorecer la coordinación entre las autoridades competentes.

La Ley entrará en vigor a los 20 días de su publicación en el Boletín Oficial del Estado. El texto prevé, además, un plazo de dos meses para adaptar la señalización en los espacios donde exista prohibición de consumo.

Con esta reforma, el Ministerio de Sanidad actualiza la legislación frente al tabaquismo para adaptarla a la realidad actual del consumo, proteger la salud pública, reducir la exposición al humo y a los aerosoles en espacios compartidos, prevenir el inicio del consumo en menores y jóvenes, y facilitar el abandono del tabaco.

Fuente **MINISTERIO DE SANIDAD**

NUEVA LEY DEL TABACO

MÁS SALUD, MÁS PROTECCIÓN, GENERACIONES SIN HUMO



Aprobado por el Consejo de Ministros el 21 de julio de 2026
El proyecto de ley será remitido a las Cortes Generales para su tramitación



AMPLÍA LOS ESPACIOS SIN HUMO

Se incorporan nuevos espacios al aire libre y de uso colectivo.



PROTECCIÓN DE MENORES

Prohibido el consumo de productos del tabaco a menores de 18 años.



NUEVOS PRODUCTOS IGUALDAD DE REGLAS

Cigarrillos electrónicos y otros productos equiparados al tabaco en espacios sin humo.



VENTA LIMITADA A TIENDAS ESPECIALIZADAS

Sin publicidad ni cartelera visible desde el exterior.



PUBLICIDAD BAJO CONTROL

Se refuerzan las restricciones a la publicidad, promoción y patrocinio.



ESPACIOS DONDE ESTÁ PROHIBIDO FUMAR



Terrazas de bares, restaurantes y otros establecimientos de restauración



Playas marítimas y fluviales



Piscinas de uso colectivo



Instalaciones deportivas



Parques nacionales



Recintos donde se desarrollen espectáculos públicos (teatros, cines, conciertos y otros eventos), también al aire libre



Vehículos de trabajo, salvo durante su uso exclusivamente personal



Entornos de protección reforzada: no se podrá fumar en un radio inferior a 15 metros de los accesos a:



Edificios públicos, centros sanitarios (públicos y privados), centros sociales, centros educativos, universidades, centros de investigación, museos, bibliotecas, centros culturales, centros deportivos y parques o recintos infantiles.

18

PROHIBIDO A MENORES DE 18 AÑOS



- Prohibido el consumo de productos del tabaco en menores de 18 años.
- Incluye cigarrillos tradicionales, cigarrillos electrónicos, productos a base de hierbas, shisha y bolsas de nicotina.



Según ESTUDES 2025:

- 4,3% fumadores diarios de 14 a 18 años (la cifra más baja desde 1994)
- 15,5% consumo de tabaco en el último mes
- 49,5% ha probado cigarrillos electrónicos alguna vez
- 27,1% consumo de cigarrillos electrónicos en el último mes (frente al 14,9% en 2019)



NUEVOS PRODUCTOS: MISMAS REGLAS

En los espacios donde esté prohibido fumar, también lo está:



Cigarrillos electrónicos (con y sin nicotina)



Productos a base de hierbas para fumar o shisha



Otros productos que imitan o se asocian al acto de fumar

Las bolsas de nicotina no se equiparan en espacios sin humo, pero su consumo está prohibido para menores de 18 años.



Venta y suministro LIMITADOS A TIENDAS ESPECIALIZADAS, que deberán cumplir los requisitos que se establezcan mediante orden ministerial.



PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PATROCINIO



Prohibida la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco, de los dispositivos para su consumo y de los productos relacionados, en todos los medios y soportes: incluidas máquinas expendedoras, internet y cualquier forma de promoción directa o indirecta.



En los puntos de venta: no se podrán realizar acciones en escaparates ni usar cartelera visible desde el exterior de estancos y tiendas especializadas.



En medios y contenidos audiovisuales: no se podrán emitir programas, vídeos o imágenes en los que se fume, se use o se muestre tabaco o productos relacionados, ni mencionar o mostrar marcas, logotipos u otros signos identificativos.



Se modifica la Ley General de Comunicación Audiovisual para extender la prohibición de comunicación comercial audiovisual a estos productos y empresas.



OBSERVATORIO PARA LA PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO

Se recupera el Observatorio (suprimido en 2014). Entre sus funciones:

- ✓ Proponer iniciativas, programas y actividades para cumplir los objetivos de la ley.
- ✓ Establecer objetivos de reducción de la prevalencia del tabaquismo y de consumo de productos relacionados.
- ✓ Elaborar informes periódicos sobre la situación y aplicación de la norma.
- ✓ Favorecer la coordinación entre las autoridades competentes.



ENTRADA EN VIGOR Y ADAPTACIÓN



La ley entrará en vigor a los 20 días de su publicación en el Boletín Oficial del Estado.



Se prevé un plazo de 2 meses para adaptar la señalización en los espacios donde exista prohibición de consumo.



ACTUALIZAMOS LA LEGISLACIÓN PARA PROTEGER LA SALUD PÚBLICA, PREVENIR EL CONSUMO Y AVANZAR HACIA GENERACIONES SIN TABACO.



MINISTERIO DE SANIDAD



Tontocracia

cuando la ignorancia se convierte en un sistema

Por Antonio Luis González Núñez (*)

Hay palabras que nacen en los márgenes del debate público y terminan describiendo una realidad mejor que muchos informes académicos. Una de ellas es *tontocracia*. No figura en los manuales de Derecho Constitucional ni en los tratados de Ciencia Política, pero cada vez aparece con más frecuencia en conversaciones, artículos y redes sociales para describir una sensación compartida por muchos ciudadanos: la impresión de que la incompetencia, la superficialidad y la improvisación ocupan demasiados espacios de decisión.

Conviene aclararlo desde el principio. Nuestro país sigue siendo una democracia europea consolidada, con instituciones sólidas, libertades públicas y un Estado de Derecho plenamente operativo. Hablar de “*tontocracia*” no significa cuestionar la democracia, sino alertar sobre un riesgo de cualquier sociedad moderna, cuando el conocimiento pierde valor frente al espectáculo, la opinión pesa más que los hechos y la popularidad sustituye a la capacidad. La pregunta no es si hemos llegado a ese punto, sino cuánto nos estamos acercando a él.

Nunca hubo tantos canales para expresarse. Cualquier ciudadano puede compartir una opinión sobre economía, medicina, energía, derecho, geopolítica, vulcanismo, pandemias o meteorología con una audiencia potencial de millones de personas.

Esto, en principio, es una buena noticia. Una sociedad abierta necesita pluralidad de voces. El problema aparece cuando desaparece la diferencia entre opinar y saber.

Durante décadas, la autoridad intelectual se construía mediante estudio, experiencia y resultados. Hoy, en demasiadas ocasiones, se construye mediante visibilidad. El número de seguidores parece importar más que el conocimiento acumulado. El impacto emocional vale más que la precisión. El fenómeno afecta a buena parte del mundo occidental. Sin embargo, en nuestro país coincide con problemas estructurales que amplifican sus efectos.

Los problemas que arrastramos son de sobra conocidos, exceso de burocracia, productividad estancada, falta de pensamiento a largo plazo por la búsqueda de resultados inmediatos al corto plazo en casi todos los aspectos, polarización política creciente incentivada por los propios partidos políticos, desprestigio de los méritos y de la cultura del esfuerzo, por la banalidad de lo inmediato.

¿Cómo hemos llegado hasta aquí? La explicación no es única. La revolución digital ha acelerado los flujos de información hasta niveles inéditos. La abundancia de datos no siempre genera más conocimiento; en ocasiones produce más confusión.

Al mismo tiempo, la sociedad vive sometida a un ruido constante que dificulta la reflexión pausada. Consumimos titulares en lugar de análisis. Fragmentos en lugar de contexto. Reacciones en lugar de razonamientos.

A esto se suma una cultura de la inmediatez donde todo debe ser rápido. Las respuestas, las decisiones y hasta las opiniones son rápidas. Pero los problemas complejos rara vez admiten soluciones simples.

La solución para salir de la *tontocracia* no pasa por limitar la libertad de expresión ni por crear élites autoproclamadas que decidan quién puede opinar. Creo que la salida es mucho más sencilla y mucho más exigente.

Debemos recuperar el valor del conocimiento, la experiencia, la formación y la evidencia deben volver a ocupar un lugar central en el debate público. Escuchar a los expertos no significa obedecerlos. Significa reflexionar y considerar lo que saben.

Apostar por la educación crítica, más que memorizar datos, necesitamos ciudadanos capaces de analizar información, detectar manipulaciones y construir criterio propio. La educación sigue siendo la inversión más rentable que puede hacer una sociedad.

Premiar la competencia, tanto en el sector público como en el privado, los puestos de responsabilidad deben estar vinculados a la capacidad demostrada. Las organizaciones funcionan mejor cuando a los mejores se les deja desarrollar su talento.

Fomentar una cultura del esfuerzo, el progreso económico y social nunca ha surgido de la improvisación permanente. Surge del trabajo, la disciplina, la innovación y la constancia.

Recuperar el debate sereno, no todos los desacuerdos son conflictos. Una democracia madura necesita espacios donde sea posible discutir ideas sin convertir cada diferencia en una confrontación personal.

La verdadera amenaza para una sociedad no es que existan personas equivocadas. Todos nos equivocamos. La amenaza aparece cuando se deja de valorar el conocimiento, cuando la ignorancia se exhibe con orgullo y cuando el criterio se sustituye por el aplauso fácil.

España tiene fortalezas extraordinarias, talento, capacidad emprendedora, creatividad, infraestructuras, universidades, empresas competitivas y una sociedad dinámica. Los problemas existen, pero también existen los recursos para resolverlos.

Quizá la cuestión no sea si vivimos en una *tontocracia*. Quizá la pregunta correcta sea si estamos dispuestos a volver a premiar la inteligencia, el esfuerzo, la responsabilidad y el sentido común. Porque las democracias no fracasan cuando aparecen los problemas. Fracasan cuando dejan de tomarse en serio las soluciones.

(*) Presidente de FEDECO Canarias, AECP Arona y Secretario Gral. de la FTAC



La Policía Local realizó 320 intervenciones durante 2025 y refuerza los operativos en 2026 con nuevas actuaciones en la Milla de Oro de Las Américas.

El Ayuntamiento de Arona, a través de la Policía Local, continúa impulsando las acciones destinadas a frenar la venta ambulante no autorizada en los principales enclaves turísticos del municipio con el objetivo de reforzar la seguridad, la convivencia y la protección del comercio local.

Según el informe anual correspondiente a 2025, la Policía Local llevó a cabo un total de 320 intervenciones relacionadas con esta actividad irregular. De ellas, 231 se desarrollaron en Las Américas y 89 en Los Cristianos, los dos núcleos que concentran el mayor volumen de visitantes y donde se registra una mayor incidencia de la venta ambulante. Precisamente, estos dos enclaves turísticos aroneros continúan siendo las zonas prioritarias de actuación, en las que la Policía Local de Arona mantiene un dispositivo estable de vigilancia y control para preservar el orden público y proteger la actividad comercial que desarrolla su labor conforme a la normativa.

Esta línea de trabajo se ha intensificado durante 2026. El pasado fin de semana se ha llevado a cabo una nueva intervención destacada en la Milla de Oro de Las Américas, uno de los espacios comerciales más relevantes del municipio, en la que procedieron a la incautación de diverso material destinado a la venta ambulante no autorizada.

El edil destacó también la coordinación entre los distintos servicios municipales para planificar estas actuaciones y reiteró el compromiso del Ayuntamiento de Arona con la protección del tejido comercial local y la calidad de la oferta turística del destino.

El Ayuntamiento de Arona mantendrá activa la planificación de operativos específicos en los puntos de mayor concentración turística, reforzando las labores preventivas y de control frente a la venta ambulante no autorizada como parte de su estrategia para preservar la calidad de los espacios públicos y apoyar al comercio legalmente establecido.

España pierde 10.454 comercios en un año pese al récord del trabajo autónomo

- **UATAE advierte de que el pequeño comercio se está quedando fuera del crecimiento económico y reclama un plan estatal para frenar la pérdida de negocios en barrios y pueblos**
- **Andalucía, Cataluña, Comunitat Valenciana y Madrid concentran casi seis de cada diez autónomos del comercio, un sector que aún sostiene 652.319 actividades en todo el país**

Madrid, 8 de julio de 2026

España sigue sumando autónomas y autónomos, pero el comercio de proximidad se mueve en dirección contraria. En junio de 2026 había 652.319 personas trabajadoras por cuenta propia dedicadas al comercio, 10.454 menos que un año antes. La cifra confirma una tendencia que UATAE considera especialmente grave, uno de los sectores con más peso histórico dentro del trabajo autónomo pierde tejido mientras el conjunto del RETA crece y alcanza cifras récord. Para la Organización, el dato no puede leerse como una mala racha sectorial. El comercio arrastra un problema de fondo que combina costes al alza, dificultades para encontrar relevo, presión de los alquileres, liberalización de horarios y rebajas, cambios en el consumo y una competencia cada vez más agresiva de grandes plataformas digitales que operan con reglas muy distintas a las del pequeño comercio. “El comercio está perdiendo la batalla en silencio, no porque falten ganas de trabajar, sino porque, “competir contra gigantes digitales, alquileres imposibles y reglas pensadas para operadores enormes deja a miles de autónomas y autónomos fuera de juego”, afirma María José Landaburu, secretaria general de UATAE.

La fotografía territorial muestra la dimensión del sector. Andalucía reúne 126.725 autónomos del comercio; Cataluña, 104.403; la Comunitat Valenciana, 78.623; y Madrid, 74.561. Entre las cuatro concentran más de la mitad del comercio autónomo del país. Galicia, País Vasco, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Canarias y Murcia completan el grupo de territorios donde el comercio sigue teniendo un peso decisivo para la actividad económica local. UATAE expone que la

pérdida de 10.454 autónomos en un año obliga a abrir un debate político que va más allá de las cifras de afiliación. Cuando cierra una tienda de barrio no desaparece solo un establecimiento. Se pierde un servicio cercano, una persiana encendida, empleo, seguridad, vida cotidiana y actividad económica que se quedaba en el territorio. “No podemos celebrar récords de empleo mientras se acepta como normal que desaparezcan miles de comercios, un país con más afiliación, pero con menos tiendas de barrio es un país que está dejando huecos en sus calles y en sus pueblos”, plantea Landaburu.

UATAE reclama que el comercio de proximidad sea tratado como un sector estratégico y que el Gobierno impulse, junto a comunidades autónomas y ayuntamientos, un plan integral con medidas fiscales, regulatorias y de modernización. Entre las prioridades sitúa medidas de impulse frente a las grandes plataformas, reglas que frenen la competencia desleal, una revisión de la liberalización de rebajas y horarios, ayudas para afrontar alquileres comerciales, digitalización útil para pequeños establecimientos e incorporación de herramientas digitales, simplificación administrativa y políticas de relevo generacional. El plan debería prestar especial atención al comercio rural, los mercados de abastos, la venta ambulante y la artesanía, actividades que cumplen una función económica, social y territorial que no puede medirse solo por volumen de ventas. “El comercio de proximidad no pide nostalgia, pide reglas para poder competir”. Porque, “si dejamos que el mercado lo ordene todo, el resultado ya lo estamos viendo, menos comercio local y más concentración en manos de quien tiene capacidad para vender desde cualquier lugar sin sostener la vida de ningún barrio”, afirma Landaburu.

El calor extremo se convierte en otro riesgo laboral para los autónomos

- La Organización advierte de que miles de trabajadoras y trabajadores por cuenta propia afrontan las olas de calor en la calle, en repartos, obras, mercados, terrazas o vehículos sin una estructura preventiva que les proteja
- UATAE pide incorporar la emergencia climática a las políticas de trabajo autónomo, con medidas específicas para adaptar horarios, reforzar la prevención y garantizar que la salud no dependa de la facturación diaria

Madrid, 9 de julio de 2026

El calor ya no es un asunto meteorológico. Para miles de autónomas y autónomos se ha convertido en una condición de trabajo. Se nota en quien reparte durante las horas centrales del día, en quien monta un puesto en un mercadillo, en quien trabaja en una obra, en una terraza, en el campo, en una feria, en un vehículo sin descanso suficiente o en un pequeño local donde la climatización se ha vuelto otro coste difícil de asumir. UATAE recuerda la publicación de su guía gratuita “Protégete ante las altas temperaturas” con recomendaciones dirigidas a quienes trabajan por cuenta propia ante episodios de calor extremo. El documento recoge pautas básicas de prevención, hidratación frecuente, pausas, sombra, ropa transpirable, evitar las horas de mayor exposición, reorganizar tareas y no trabajar en soledad durante alertas.

Pero, además, la Organización quiere situar el debate más allá del consejo individual. El problema, sostiene, es que buena parte del trabajo autónomo sigue enfrentándose al riesgo climático sin protocolos, sin cobertura suficiente y con una presión económica evidente, si se para, no se factura. “El calor extremo ya forma parte de las condiciones laborales de miles de autónomos, no podemos seguir tratándolo como una molestia del verano”, afirma María José Landaburu, secretaria general de UATAE. “Hay personas que se están jugando la salud porque suspender una jornada significa perder ingresos, incumplir un encargo o no poder abrir el comercio y eso no es prevención, eso es dejar sola a la gente”.

UATAE advierte de que el golpe de calor no es una incomodidad pasajera, sino una urgencia médica y un riesgo laboral grave. Fatiga, mareos, calambres, piel caliente, desorientación o pérdida de conciencia pueden aparecer en actividades aparentemente normales cuando se trabaja durante horas bajo altas temperaturas. El riesgo aumenta en sectores donde el margen para reorganizar la jornada es menor, construcción, agricultura, jardinería, reparto, mensajería, limpieza, venta ambulante, mercados de abastos, hostelería en exterior, transporte, ferias y comercio de proximidad sin condiciones térmicas adecuadas. La Unión de Autónomos plantea que la prevención de riesgos laborales no puede seguir pensada solo para empresas con departamentos, protocolos internos y servicios especializados. En el trabajo autónomo, muchas veces la misma persona es quien vende, conduce, carga, atiende, repara, limpia, cobra y asume el riesgo. Esa realidad exige herramientas sencillas, pero también derechos efectivos.

Porque como expone Landaburu, “la prevención no puede depender de la voluntad individual de cada autónomo ni de su capacidad económica para protegerse, si una administración o una empresa contrata a una persona autónoma, también debe existir coordinación preventiva”. Y, si, “hay una alerta por calor extremo, tiene que haber margen real para adaptar el trabajo sin castigos ni pérdidas añadidas”. El cambio climático ya está alterando los tiempos del trabajo. Obliga a mover horarios, reducir exposición, invertir en equipos, reorganizar entregas y asumir costes que no siempre caben en actividades económicas de márgenes estrechos. Para UATAE, la respuesta pública debe estar a la altura de esa transformación. La emergencia climática no afecta solo al territorio o a la salud pública, también está cambiando la forma de ganarse la vida. “Nadie debería tener que elegir entre proteger su salud o abrir la persiana”, insiste Landaburu. “El trabajo autónomo necesita prevención, necesita adaptación y necesita que las políticas públicas entiendan algo muy sencillo: cuando el calor extremo pone en riesgo la vida, parar también tiene que ser un derecho”.

Accede a esta guía gratuita que se encuentra disponible en la [web de UATAE](#).



El trabajo autónomo rompe otro dato histórico y consolida su mejor momento con 3,47 millones de afiliados

- El RETA suma 12.017 nuevas altas en junio y alcanza un nuevo máximo histórico con 50.800 personas trabajadoras por cuenta propia más que hace un año
- UATAE destaca la fortaleza del empleo, pero advierte de que el reto ya no es crear ocupación, sino garantizar que quienes la sostienen puedan vivir dignamente de su trabajo.

Madrid, 2 de julio de 2026

El empleo en España ha vuelto a marcar un nuevo récord en junio. Según los datos publicados esta mañana por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, la afiliación al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) aumentó un 0,35% respecto al mes anterior, sumando 12.017 nuevas altas y alcanzando la cifra total de 3.472.460 personas trabajadoras por cuenta propia, el máximo histórico de la serie. En términos interanuales, el crecimiento es de 50.800 autónomos más, un 1,48% respecto a junio de 2025. En paralelo, el mercado laboral ha registrado un nuevo máximo histórico, superando la cima de más de 22,4 millones de personas trabajadoras afiliadas. El empleo anota con estos datos su tercer mejor junio, con 128.500 afiliaciones más que en mayo.

El dato confirma que la economía española mantiene un fuerte pulso en la creación de empleo y que el trabajo autónomo continúa siendo una pieza esencial de ese crecimiento. Pero

detrás de los récords hay una realidad mucho más compleja que la mera suma de afiliaciones. La construcción vuelve a consolidarse como uno de los motores del trabajo autónomo. En junio incorporó 2.338 nuevos afiliados y acumula 11.793 más que hace un año, un crecimiento del 2,93%. También mantienen una evolución especialmente positiva las actividades profesionales, científicas y técnicas, que suman 1.869 altas en el mes y 12.200 autónomos más que en junio de 2025 (+3,54%), confirmando que los servicios especializados siguen ganando peso dentro del tejido productivo. Uno de los comportamientos más destacados vuelve a registrarse en la información y las comunicaciones. El sector incorpora 991 trabajadores autónomos en junio y crece un 12,19% en términos interanuales, con 7.905 afiliados más que hace un año. A este impulso se suman las actividades inmobiliarias, que aumentan un 10,18% interanual (+8.396) y las actividades sanitarias (+6.604; +4,57%).

Frente a estos datos, algunos de los sectores con mayor presencia histórica de trabajadores autónomos continúan perdiendo peso. El comercio sigue siendo el principal sector del RETA, con 652.319 afiliados, pero en el último año ha perdido 10.454 personas trabajadoras por cuenta propia, un descenso del 1,58%. El transporte reduce su afiliación en 3.417 autónomos (-1,56%), mientras que la industria manufacturera pierde 1.083 (-0,53%) y la agricultura registra 645 afiliados menos que hace un año (-0,25%). Para UATAE, el crecimiento del empleo merece una valoración positiva, pero no debería conducir a una lectura complaciente de la situación económica. “Los datos son buenos y sería absurdo negarlo, nuestro país crea empleo, el trabajo autónomo sigue creciendo y eso habla de una economía que continúa generando actividad, pero los récords estadísticos no pagan el alquiler del local, ni compensan el aumento de los costes que soportan miles de pequeños autónomos”, afirma la secretaria general de UATAE, María José Landaburu.

La Organización recuerda que buena parte del dinamismo económico sigue descansando sobre sectores donde el peso del trabajo autónomo resulta determinante, comercio, hostelería, construcción, actividades profesionales o servicios personales. Sectores que lideran la creación de empleo, pero que al mismo tiempo conviven con márgenes cada vez más estrechos, mayores costes y dificultades que no acompañan al crecimiento de la actividad. “Cuando la economía funciona, las y los autónomos están entre los primeros para empujar, el problema es que cuando llegan las dificultades también son los primeros en asumirlas”. Por eso, “no basta con celebrar los récords, hay que aprovechar este momento para reforzar la protección social, facilitar la continuidad de los comercios y hacer viable el trabajo por cuenta propia”, sostiene Landaburu.

Desde UATAE consideran que el nuevo máximo histórico debe servir para consolidar las reformas pendientes del colectivo. La Organización insiste en la necesidad de mejorar el sistema de cese de actividad, seguir adaptando las cotizaciones a los ingresos reales, ampliar la protección social y desplegar medidas específicas para aliviar la presión de los costes que soportan los comercios de proximidad. “El éxito de una economía no se mide solo por cuántos empleos crea, sino por la calidad y la estabilidad de esos proyectos, que haya más autónomos que nunca es una buena noticia, que puedan seguir siéndolo dentro de cinco años, viviendo dignamente de su trabajo, es el verdadero desafío”, concluye Landaburu.



VACACIONES

Del 1 al 31 de Agosto de 2026

**Cerrado
por
vacaciones**

Medidas de prevención Trabajar con CALOR

MUTUA BALEAR

Protege tu salud durante las olas de calor en el trabajo

Entorno de trabajo

- Temperatura <26°C
- Ventiladores y cortinas térmicas
- Evitar trabajo físico en horas de calor
- Planificar tareas exigentes



Organización

- Horarios flexibles
- Pausas cada 60" - 90" de 5" - 10"
- Rotar tareas para evitar esfuerzos
- Adaptar ritmos a tolerancias



H₂O y alimentación

- Beber mucha agua
- Comida ligera y con minerales
- Fruta fresca: melón, manzana...
- Evitar bebidas azucaradas



Vestimenta

- Ropa ligera, transpirable y clara (algodón, lino...)
- En exterior: gorras, crema solar y gafas de sol



Información y actuación

- Infórmate a través de Dyna sobre riesgos y prevención
- Si te encuentras mal, avisa inmediatamente



Síntomas de golpe de calor

Alarma:



- Dolor de cabeza
- Mareos, confusión
- Piel roja, caliente
- Náuseas
- Desmayos
- Pulso acelerado

Actúa rápido:



- Desplazar a un sitio fresco
- Aflojar la ropa
- Ofrecerle agua
- Llamar al 112 si no mejora en 10"



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 Profesionales 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