

«Si no hubiese sido por el coronavirus, seguiríamos fregando y lavando», asegura Alfonso Reyes, gerente de Lumar Canarias, que ha ampliado sus servicios gracias a la pandemia.

La limpieza que llegó con el covid

Lumar se ha especializado en la desinfección de instalaciones para evitar contagios a la población

A.F.
ARRECIFE

Hace ocho años que Alfonso Reyes puso en marcha la empresa de limpieza y mantenimiento integral Lumar Canarias, de la que es gerente. Presta servicios a centros comerciales, gimnasios, comunidades de vecinos, restaurantes, instalaciones médicas, hoteles, villas turísticas, zonas de ocio, aeropuertos y concesionarios de automóviles, entre otros clientes. Además, hace tres años empezó a ofrecer seguridad en eventos.

Con la irrupción del covid con fuerza en marzo del pasado año surgió la necesidad de llevar a cabo la desinfección de todo tipo de espacios y superficies para evitar contagios entre sus usuarios. «Nos llamaron desde varias instituciones públicas de la Isla para consultarnos qué deberían hacer para desinfectar», explica Reyes. A partir de ese momento, Lumar Canarias contrató a un veterinario que les asesoró sobre el material que deberían adquirir y cómo proceder con el mismo para realizar ese tipo de limpiezas. A partir de ese momento, incorporó a su cartera de servicios esa prestación.

Cuando entró en vigor el estado de alarma, Lumar Canarias tenía 40 empleados, como en la actualidad, «aunque el número ha subido a 42 o 43», indica Reyes. «Ninguno de nuestros trabajadores fue al ERTE. Nos fuimos adaptando para no tener que parar a nadie y nos turnábamos para coger vacaciones», recuerda el gerente.

El volumen de trabajo iba aumentando cada día y tuvieron que adquirir vehículos y más material, lo que les obligó a mudarse a una sede mayor, a la que tienen en la actualidad en la calle Velacho número 30 de Arrecife, en la zona industrial y comercial por encima de Puerto Naos. «Empresas públicas y privadas nos empezaron a contratar para desinfectarles sus instalaciones como puertos, paradas de taxis y de guaguas, centros de salud, colegios... Muchos de ellos ya eran nuestros clientes», afirma el gerente de Lumar Canarias, quien añade que «si no hubiese sido por el coronavirus, seguiríamos fregando y lavando».

A lo anterior han sumado la modernización tecnológica. Así, por ejemplo, un cliente puede saber si su propiedad está limpia accediendo con su clave a través de un programa informático que le permite contar con imágenes de la misma y comprobar si el servicio ya se ha realizado.

LUMAR CANARIAS



NIÑO SALVAJE



El cierre por la crisis del covid de su exitoso restaurante Salitre, en Barcelona, que llegó a estar situado en el puesto 68 de entre los 100 mejores de España, fue «un palo fuerte» para los hermanos Sergio y Bruno Morales. Acaban de abrir su primer negocio en su isla natal.

Un Niño Salvaje con sabor

Sergio y Bruno Morales regresan a Lanzarote y abren su primer restaurante en la Isla en plena quinta ola de la pandemia

A.F.
ARRECIFE

El restaurante Niño Salvaje es el nuevo proyecto gastronómico de cocina nómada y con sabores del mundo, nacido en plena pandemia, de los mellizos lanzaroteños de 31 años Sergio y Bruno Morales. Ubicado en el edificio Hábitat Avenida, en la Avenida Mancomunidad de Arrecife, el negocio es el primero que emprenden en su isla natal.

Sergio estudió cocina en Hecansa en Tenerife y en la Escuela Superior de Cocina de Bilbao, donde también ha trabajado, además de Madrid, el País Vasco Francés, Inglate-

rra y Barcelona. Bruno cursó un Grado en Dirección Hotelera en San Pol de Mar (Barcelona), con el que se especializó en servicio en sala. Fue uno de los primeros camareros en el restaurante madrileño La Cabra, que llegó a tener una estrella Michelin. Bruno luego se convirtió en maitre, sumiller y director de proyecto. En 2016 dirigió la apertura de Narciso, la conocida brasserie en Madrid del chef colombiano Mario Valles. Fue la primera vez en la que Sergio, como jefe de cocina, y Bruno, como director, trabajaron juntos antes de incorporarse a otras iniciativas y poner en marcha su primer restaurante

en común, el exitoso Salitre, en Poblenou (Barcelona), que abrieron en 2018 y cerraron en 2021 por la incertidumbre en la continuidad de los negocios de hostelería que supuso las restricciones impuestas en Cataluña a ese sector, «las mayores del país», precisa Bruno, para frenar la covid. «Pedimos un crédito ICO y después de abrir y cerrar dos veces Salitre en un año, decidimos venir a Lanzarote», explica. Mientras maduraban en la cuarentena la idea de «tener algo en casa» recibieron el ofrecimiento de la familia Rosa para establecerse en Hábitat Avenida. El 24 de junio pasado abrieron Niño Salvaje.

El confinamiento brindó a Cova Bertrand el tiempo libre para idear dos novedosos juegos de cartas y videojuegos con los que ayudar a sus clientes a crear su marca personal y vender más.

Transformar las emociones en ventas

Cova Bertrand crea dos videojuegos para formar a empresas y ayudarlas a aumentar sus ingresos

A.F.
ARRECIFE

Covadonga Bertrand es la creadora de coVa, un método de formación y coaching a través de juegos de cartas exclusivos dirigido a empresas y emprendedores que «quieren diferenciarse de la competencia, conectar con su cliente ideal y conseguir equipos más implicados y motivados», explica la autora de este proyecto, una de las empresas alojadas en el vivero de la Cámara de Comercio de Lanzarote y La Graciosa, donde lleva casi tres años.

Tras establecerse en Lanzarote después de haber trabajado en Holanda y Madrid, le ofrecieron la posibilidad de impartir formación en ventas, que era lo que venía ejerciendo. «Me enamoré de la formación y vi que no había ninguna escuela específica dirigida a formar a los equipos en ventas de atención al cliente -al fin y al cabo Canarias vive del turismo- y fue cuando monté la escuela y a la vez fui trabajando mi marca personal», relata, lo que le ha permitido también ofrecer asesoramiento en marca personal y emprendeduría.

«En mis clases me gusta que la gente piense y reflexione y utilice juegos», señala. Aprovechó el tiempo que le brindó el confinamiento que se inició en marzo del pasado año para idear su propia metodología con dos juegos de cartas, que ha patentado y conectan con 45 emociones y 61 valores para atraer y vender más. En septiembre los hizo realidad. Cada juego dispone de su propio videojuego, para cuyo desarrollo ha contado con varios colaboradores externos.

Su innovador método no solo la ha ayudado a diferenciarse aún más de su competencia, sino también a impulsar la formación online de sus clientes de una forma atractiva a raíz de las limitaciones de reuniones presenciales entre personas no convivientes impuestas por las medidas sanitarias para frenar la expansión del coronavirus. «La experiencia está siendo maravillosa y con los juegos me está saltando hasta trabajo en Madrid, Barcelona y también se han interesado por ellos en Asturias», explica sin poder ocultar su satisfacción.

Hoteles, restaurantes, empresas de alimentación y del sector de la cosmética son algunos de los negocios de Lanzarote que se han formado con su novedoso método coVa.

COVA BERTRAND

