



«El concurso estimula el interés de los jóvenes por la cultura»

Nerea Fernández. Directora del centro comercial Thader

Uno de los galardones de la competición escolar es el Premio Especial Thader a la mejor entrevista

:: FERNANDO CASTILLO

MURCIA. 'Mi Periódico Digital', el concurso organizado por la Consejería de Educación y Laverdad.es, cuenta con la colaboración de la Fundación Cajamurcia, el centro

Nerea Fernández. :: EDU BOTELLA / AGM

comercial Thader, El Corte Inglés y Don Simón. Nerea Fernández, directora del centro comercial, apuesta por los jóvenes y por los beneficios que les puede aportar 'Mi Periódico Digital'.

–Es ya el tercer año que Thader colabora en esta iniciativa. ¿Qué le parece más interesante?

–El concurso es una clara apuesta por el fomento de la cultura y la educación, dos claros objetivos que tiene Thader entre sus compromisos sociales. Es por esto que apoyamos esta iniciativa desde su primera edición. Este certamen estimula el interés de los jóvenes por el mundo informativo y la cultura, a pensar, a crear opinión y despertar vocaciones. Opino que es muy importante que sepan analizar la realidad, plasmarla de una manera argumentada y extraer conclusiones.

–Este año, el concurso cuenta con el premio especial centro comercial Thader a la mejor entrevista. ¿Qué características tiene que tener una buena entrevista?

–No soy ni mucho menos una profesional en la materia, pero desde mi humilde opinión, es importante que el entrevistador elabore una batería de preguntas que tengan interés informativo, siempre formuladas desde el respeto, y muestren aspectos originales o específicos del entrevistado, que sirvan para atraer el interés del lector. Y por supuesto, las respuestas deben plasmar fielmente aquello que ha querido expresar el entrevistado. Entiendo que no es nada fácil toda esta labor, y requiere de esfuerzo y mucha experiencia.

–El centro comercial tiene una página web. ¿Qué servicios ofrece?

–La web refleja de una manera sencilla la vida del centro, es una ventana a Thader desde Internet. En ella, el cliente puede obtener información desde su oferta comercial y de ocio, hasta cómo llegar al centro,

sus servicios y la cartelera de cine, pasando por las campañas de marketing que realizamos, las noticias que acontecen en el centro y las promociones que actualmente tienen algunos de nuestros locales. Desde Thader se apuesta por la progresiva incorporación a los nuevos canales de comunicación, difundiendo la información que podamos generar a través de las redes sociales y nuevas tecnologías. Actualmente, estas nuevas fórmulas nos están permitiendo comunicarnos en tiempo real con nuestros clientes mediante Facebook y Twitter; publicamos contenido multimedia en Youtube; en breve, tendremos en marcha una nueva aplicación para iPhone y Android y lanzaremos nuestro nuevo blog. El mundo de la tecnología avanza a marchas forzadas y es obligación de las empresas el intentar estar al día y hacer un uso eficiente de las nuevas herramientas que se nos brindan, que en este caso concreto nos abren una puerta a una comunicación más directa e interactiva con nuestros clientes.

–El concurso está dirigido a jóvenes de Secundaria, Bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Medio. ¿Realiza Thader alguna iniciativa con vistas a este público?

–Por supuesto, Thader se encuentra muy vinculado a los jóvenes, y desde sus inicios ha apostado por que puedan demostrar y desarrollar su valía a través de la concesión de becas, la organización de concursos o la participación en proyectos o iniciativas como 'Mi Periódico Digital'. Entre otras, sin ir más lejos, la semana pasada tuvo lugar el III concurso de redacción en inglés convocado por King's College y los centros comerciales de Metrovacesa, empresa a la que Thader pertenece, cuya convocatoria ha resultado un éxito de participación. En julio, volveremos a celebrar nuestro II concurso de talentos infantiles 'Generación Thader', desde aquí animamos a todos los niños murcianos a preparar sus canciones, coreografías y todas aquellas disciplinas que sepan desarrollar, para que se inscriban en el mismo.

–¿Qué afluencia de jóvenes tiene el centro comercial?

–Nuestro centro es muy visitado por todo tipo de personas, pero en concreto, somos referente en la Región para los jóvenes que suelen venir en grupo a ocio y restauración. Cines, bolera, restaurantes y oferta comercial son ideales para pasar un buen rato con amigos, con su pareja, y satisfacer las necesidades de todos ellos. La gente joven de Murcia se siente identificada con el centro porque está inspirado en la cultura mediterránea; no es un centro al uso, tenemos zonas climatizadas, pero también estamos rodeados de vegetación, fuentes, terrazas al aire libre, y una noria gigante preside nuestra plaza principal, ¿acaso hay algo más murciano que eso? Además, gracias a sugerencias de jóvenes, se ha apostado por traer al centro nuevos rótulos de restauración y moda solicitados por este público, como 'Qué Pasta' y 'Calzedonia', que abrirán próximamente; además de otras sorpresas y novedades en la oferta comercial y servicios que iremos desgranando a lo largo del año.

«Desde Thader se apuesta por la incorporación a los nuevos canales de comunicación»

«Somos referente en la Región para los jóvenes»

El Norte de Castilla
PRESENTA EN CONCIERTO:

MEDIA TEAM SHOW

Si seguimos en MediaTeam Show o
www.mediateamshow.es

Status Quo

ARROYO DE LA ENCOMIENDA (VALLADOLID)

13 JUNIO
MIÉRCOLES
22.00 H
APERTURA DE PUERTA: 20.00

PLAZA CUBIERTA DE LA FLECHA

Compra ahora tu entrada en: y Tiendas El Corte Inglés 902 400 222

o en internet: www.ticketshow.es

San Miguel
ARROYO DE LA ENCOMIENDA

Coca-Cola

Rock fm