



Ramón Fariña:
"No hay mano de obra suficiente para la demanda que tenemos" **P10**



Beatriz Calzada:
"Reclamamos que se nos reconozca como un puerto de Grupo I" **P23**



Gustavo Santana:
"Los puertos de Canarias están llamados a desempeñar un papel estratégico tanto para España como en el ámbito internacional" **P24**



Germán Suárez:
"Los canarios deben entender que el mar y la costa forma parte de nuestro sustento y riqueza" **P26**



Vanesa Ana Eugenio: "Invertir en fisioterapia ahorraría millones de euros al sistema sanitario público de Canarias" **P46**

Tribuna de Canarias

Periódico regional líder de información Económica y Política en las Islas Canarias

AGOSTO MMXXVI | 1,20€ | Islas Canarias

TRIBUNADECANARIAS.ES



Fernando Clavijo: "Seguimos centrados en la gestión mientras otros viven en el ruido político"

P2

ENTREVISTA.
PRESIDENTE DE CANARIAS

NUEVA ECONOMÍA



Jorge Alonso.
Director de Consultoría Velorcios
Con la IA también al golpito **P12**



Carmen Sánchez.
Consultora en Liderazgo, Talento y Transformación Organizativa
Educar cuando el futuro ya ha empezado **P12**



Presen Simón.
Consultora | Formadora en Eje & Talento
Liderando un archipiélago **P13**



Miguel Borges.
Directivo Turístico
Bienestar y Seguridad Jurídica **P17**



Alonso Fernández.
Secretario General de ASUICAN
Canary Washing: cuando poner el nombre de Canarias no basta para defenderla **P18**



Sonia Herzog: "El 'Mila Green' marcará un antes y un después en la logística marítima española"

P28

ENTREVISTA.
CEO DE JSV

ESPECIAL PUERTOS Y COLEGIOS PROFESIONALES

El futuro liderazgo femenino de Canarias vuelve a encontrarse en Progreso Tenerife

P4



Papatour muestra el potencial de su campo de ensayo

P22



La labor educativa del Grupo Loro Parque y Loro Parque Fundación llega a más de 42.000 escolares durante el curso 2025/2026

P62



Fernando Clavijo: “Seguimos centrados en la gestión mientras otros viven en el ruido político”

ENTREVISTA

FERNANDO CLAVIJO
PRESIDENTE DE CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Presidente, en primer lugar, muchas gracias por recibirnos un año más. Para Tribuna de Canarias es un placer que esta entrevista se haya convertido ya en una tradición, permitiéndonos analizar la actualidad económica y social de nuestro archipiélago. Gracias por abrirnos, una vez más, las puertas de la Presidencia del Gobierno.

Es un placer. Para nosotros también es una oportunidad poder abordar los asuntos con mayor profundidad, más allá del día a día.

Fernando, 2026 está siendo un año marcado por una intensa actualidad y por numerosos asuntos de gran relevancia. Para contextualizar esta entrevista, ¿qué balance hace de estos primeros meses del año?

Distingo dos vertientes. Por un lado, están los grandes retos de 2026: el marco financiero plurianual de la Unión Europea, la falta de unos Presupuestos Generales del Estado y la situación económica internacional, agravada por conflictos como la guerra de Irán, que afecta a las familias canarias y españolas.

Por otro lado, la actualidad política, la corrupción y la judicialización están desviando la atención de esos asuntos prioritarios. En Canarias seguimos trabajando con estabilidad, con un presupuesto aprobado y un Gobierno centrado en la gestión, pero ese contexto político y el escenario internacional están dificultando el avance en cuestiones fundamentales.

Ya hemos superado la mitad del año y, con el verano por delante, preocupa especialmente que el Gobierno de España no esté plenamente centrado en responder a retos tan importantes como los relacionados con la Unión Europea.

Presidente, ha mencionado la polarización y el ruido político, una situación que se prolonga desde hace tiempo. Sin embargo, Canarias ha logrado mantener la estabilidad institucional y la gestión. ¿Está satisfecho con la marcha del Gobierno y con el trabajo realizado en este contexto?

Ese ha sido nuestro principal objetivo: aislarnos de esa polarización y seguir centrados en la gestión. Con mayor o menor dificultad, hemos mantenido el diálogo, impulsado los expedientes y dado respuesta a sectores como la agricultura, el transporte y la ganadería, pese al contexto nacional.

Sabemos cuál es nuestro rumbo y seguimos avanzando. Ahora, una de nuestras principales preocupaciones es cerrar el nuevo marco financiero plurianual y reforzar el reconocimiento de Canarias como región ultraperiférica.

Para ello es fundamental que el Gobierno de España defienda con mayor firmeza los intereses de Canarias en Europa. En tér-

minos de gestión estamos razonablemente satisfechos, aunque en el ámbito exterior creemos que aún queda mucho por hacer.

Hablamos de Europa y de este marco que tiene que quedar contemplado para Canarias. Tiene buenas esperanzas de que todo tome un buen puerto. Ya vemos que otros países están remando con muchísima fuerza para sus regiones ultraperiféricas y no tenemos el mismo feedback, o al menos así lo sentimos, de nuestro gobierno del Estado.

¿Confía en que Canarias salga beneficiada, o al menos alcance un acuerdo favorable?

Nuestro objetivo no es solo evitar perjuicios, sino lograr un resultado positivo para Canarias. Durante julio mantendremos reuniones en Bruselas y con el Gobierno de España; en agosto habrá un paréntesis y en septiembre retomaremos el trabajo con intensidad.

También será clave la Conferencia de Presidentes de las Regiones Ultraperiféricas, prevista para noviembre. Estamos trabajando con el Gobierno de Canarias, la Comisión Europea y el Parlamento Europeo. Este último está respaldando nuestras reivindicaciones. Ahora es fundamental que el Consejo Europeo se pronuncie, ya que la posición de España, Francia y Portugal será determinante para alcanzar un acuerdo.

Centrándonos en la economía canaria, los indicadores reflejan una evolución positiva: crece el número de autónomos, el turismo sigue siendo el principal motor económico y la actividad mantiene un buen ritmo. ¿Cuáles son los próximos pasos para consolidar ese crecimiento?

La economía canaria continúa creciendo por encima de la media de España y Europa. También mejoran el empleo y las retribuciones, lo que nos permite avanzar hacia la convergencia con esos niveles.

No obstante, nos preocupan tres aspectos: la moderación del crecimiento prevista para los próximos años, la necesidad de mejorar la calidad y los salarios del empleo para aumentar la renta disponible de las familias, y garantizar que Canarias mantenga un papel destacado en los futuros presupuestos y fondos europeos, ya que la inversión pública es clave para nuestra economía.

En cualquier caso, los indicadores económicos y sociales han mejorado y hoy registramos los mejores resultados desde que existen estas estadísticas, aunque seguimos trabajando para consolidarlos.

“Queremos que la vivienda deje de ser el principal problema de las familias canarias”

La inmigración ha sido uno de los asuntos que ha marcado este mandato desde el inicio. Canarias ha afrontado este fenómeno prácticamente en soli-

tario y es una realidad que han vivido todos los canarios, al margen de cualquier color político. ¿Considera que la situación ha mejorado? ¿Se siente hoy Canarias más respaldada?

Desgraciadamente, tengo que decir que no. Nos preocupa mucho el nuevo Pacto Europeo de Migración y Asilo. También nos preocupa ver cómo algunas comunidades autónomas han recurrido ante los tribunales la acogida de menores migrantes y que, además, en los acuerdos de gobierno alcanzados por tres comunidades con Vox se haya incluido expresamente la negativa a recibirlos. Eso supone, de facto, dejar sola a Canarias. Además, creemos que no es una postura humana, porque estamos hablando de niños y niñas. Y, por último, entendemos que va en contra del mensaje que trasladó Su Santidad el Papa durante su visita a Canarias los pasados 11 y 12 de junio.

Presidente, nos quedamos con esa visita histórica. El Papa León XIV estuvo en Gran Canaria, Tenerife, Madrid y Barcelona, sin visitar ningún otro lugar de España. Más allá de la extraordinaria acogida y de las miles de personas que participaron, ¿qué balance hace de esa visita? Nos dejó mensajes de gran calado.

Sin duda, la visita tuvo un impacto económico, pero, por encima de todo, dejó un profundo sentimiento de orgullo.

Habiéndonos dejado solos ante la presión migratoria y los numerosos problemas que afronta Canarias, el pueblo canario ha sabido dar respuesta a quienes lo necesitaban y, por ello, cuidar del hambre y de la muerte, pese a las tensiones y dificultades. Incluso hemos tenido que acudir al Tribunal Supremo para que el Gobierno de España cumpliera con sus obligaciones, y el propio Supremo ha dictado varios autos en ese sentido. A pesar de todo, el pueblo canario no tiró la toalla ni se deshumanizó, sino que fue capaz de comprender que quienes llegan buscan un futuro para sus hijos, igual que hicieron muchos canarios el siglo pasado.

Ese fue el valor que quiso reconocer Su Santidad. Primero el Papa Francisco, a quien se trasladó la invitación, y posteriormente León XIV, que mantuvo su compromiso con Canarias. Esa fue la razón de su visita y también de los mensajes que dejó, de profundo calado político y humano.

Quien quiso escucharlos, pudo hacerlo, y creo que sirvieron para que muchas personas reflexionaran.

Otro de los asuntos que ha marcado esta legislatura es la vivienda. Canarias, al igual que el conjunto de España, afronta un grave problema de acceso a la vivienda y el Gobierno autonómico ha ido adoptando distintas medidas para intentar paliarlo. Presidente, ¿cuándo cree que empezaremos a ver resultados? ¿Manejan alguna previsión o informe que permita pensar en una reducción de la presión sobre los precios del alquiler y en un mayor parque de vivienda disponible?

Sin duda, este es uno de los principales problemas de Canarias. Afecta incluso a personas con un empleo estable y un salario medio que, aun así, no llegan a final de mes. Una pareja con sueldos medios puede destinar cerca del 50 % de sus ingresos al alquiler y, a partir de ahí, afrontar el resto de gastos resulta muy complicado. El precio de la vivienda está detrás de buena parte de esa frustración.

Desde el Gobierno hemos actuado en el ámbito de nuestras competencias: facilitando suelo, agilizando procedimientos, impulsando licencias e incrementando la inversión en vivienda pública. Se empieza a apreciar un cambio de tendencia. En 2025 se construirán en torno a 6.000 viviendas entre promoción pública y privada, pero la realidad es que Canarias necesita alrededor de 20.000 al año. Además, desde que se planifica una promoción hasta que la vivienda llega al mercado transcurren entre tres y cuatro años.

Tenemos tres grandes obstáculos. El primero es la vivienda vacía. Necesitamos que salga al mercado del alquiler, porque cuanto mayor sea la oferta, más se regularán los precios. Sin embargo, muchos propietarios no alquilan por miedo a la ocupación, al impago o a los daños en sus viviendas. Ese es un aspecto que depende de un cambio en la Ley de Vivienda estatal.

El segundo problema es la lentitud en la concesión de licencias. Hemos aprobado un decreto para que los colegios profesionales y las entidades colaboradoras puedan emitir informes previos que agilicen la tramitación, aunque no todos los ayuntamientos lo están aplicando. Hoy una licencia para construir un edificio tarda una media de dos años y medio en concederse. Si se suman la redacción del proyecto, la obtención del suelo y la construcción, el proceso puede prolongarse entre seis y siete años. Por eso defendemos la implantación del silencio administrativo positivo, una medida que también depende del Estado.

El tercer aspecto pasa por restringir la compra de vivienda por parte de no residentes. La prioridad debe ser que la vivienda esté destinada a quienes viven en Canarias,

independientemente de su lugar de origen. Lo que planteamos es que los ayuntamientos puedan delimitar zonas donde la compra se destine exclusivamente a vivienda habitual, ya sea para residir o para alquiler de larga duración. Europa no permite prohibir estas operaciones, pero sí establecer restricciones, como ya ocurre en ciudades como Ámsterdam, Berlín, París o Copenhague. Esa propuesta ya la hemos incorporado al decreto canario que estamos tramitando con el Estado. No existen soluciones mágicas, pero sí un conjunto de medidas que deben permitir aumentar la oferta de vivienda y contribuir a reducir los precios.

“Respondimos con humanidad cuando Canarias se sintió sola”

La actualización de la Ley del Suelo sigue avanzando. Presidente, ¿qué supondrá esta reforma para Canarias?

Fundamentalmente, supondrá una mayor agilidad en la gestión del suelo. La ley vigente, aprobada en 2017, fue una norma pionera, y ahora la estamos adaptando para corregir aquellos aspectos que, en la práctica, han ralentizado la gestión por parte de ayuntamientos y cabildos.

Agilizar la gestión no significa desproteger el suelo. Al contrario, la ley mantiene un alto nivel de protección y conservación. Lo que buscamos es eliminar obstáculos para que el suelo destinado a uso residencial, turístico y otros usos pueda desarrollarse con mayor eficacia.

Además, debemos favorecer la renovación urbana. En Canarias el suelo es un recurso escaso, por lo que el crecimiento

debe orientarse más hacia la verticalidad que hacia la expansión horizontal. Con esta actualización pretendemos ofrecer mayor seguridad jurídica y agilizar los procedimientos, porque cuanto más lentos son los procesos, mayor es la inseguridad jurídica que se genera.

Es una demanda que el tejido empresarial viene planteando desde hace tiempo. No solo en materia de suelo, sino también en relación con la necesidad de agilizar la burocracia y los procedimientos administrativos.

Así es. Ya estamos introduciendo mejoras en distintos ámbitos. En sanidad, por ejemplo, con el visor de la historia clínica única estamos agilizando la gestión diaria. En dependencia lideramos el número de altas en España gracias a la incorporación de herramientas de inteligencia artificial, la mecanización de procedimientos y la modificación del decreto correspondiente.

Ahora queremos avanzar también en materia de vivienda y con la actualización de la Ley del Suelo, introduciendo mejoras que permitan agilizar los procedimientos sin perder seguridad jurídica. Todo ello siendo conscientes de que este Gobierno mantiene su compromiso con la protección del territorio y del entorno natural, que constituye uno de los principales valores de Canarias.

Presidente, para finalizar, mirando al futuro inmediato hasta el final de la legislatura, ¿cuáles son los principales objetivos que se marca de aquí a mayo?

Me gustaría que Canarias quedara bien posicionada en el nuevo marco financiero plurianual de la Unión Europea y que se aprobaran los Presupuestos Generales del Estado, con unas partidas para Canarias debidamente reflejadas. También confío en sacar adelante el decreto canario, porque considero que protegerá los derechos de los canarios durante los próximos diez años. Asimismo, espero que se consolide un cambio de tendencia en materia de vivienda. No existen soluciones milagrosas, pero sí me gustaría que se empezaran a notar los resultados en la producción de vivienda en Canarias.

Presidente, son numerosos los retos y objetivos para el tiempo que resta de legislatura. Desde el inicio, este Gobierno se ha marcado una hoja de ruta que, en buena medida, ha ido cumpliendo. Ese modo canario de hacer política y el decreto canario buscan proteger esta tierra, garantizar el bienestar de quienes vivimos en ella y seguir preservándola para quienes nos visitan, un sector fundamental para nuestra economía.

Esperamos que el próximo año, antes de las elecciones, podamos volver a mantener esta entrevista y comprobar que esos objetivos se han cumplido. Presidente Fernando Clavijo, muchas gracias, un año más, por recibir a *Tribuna de Canarias* y por responder, con la misma disposición de siempre, a todas nuestras preguntas. Le deseamos mucha suerte en los retos y desafíos que aún tiene por delante Canarias.



El futuro liderazgo femenino de Canarias vuelve a encontrarse en Progresía Tenerife

► El programa, impulsado por CEOE Tenerife y CEOE Campus, reúne una vez más a mujeres con alta proyección para acompañarlas en su desarrollo profesional

Antes de convertirse en referentes en sus sectores, muchas líderes comparten algo: hubo un momento en el que alguien apostó por su talento. Ese es el espíritu con el que Progresía Tenerife ha inaugurado hoy una nueva edición, consolidándose como uno de los principales programas de impulso al liderazgo femenino del Archipiélago.

Treinta mujeres con experiencia, responsabilidad y una clara vocación de liderazgo han decidido detener el ritmo frenético del día a día para dedicar los próximos meses a algo poco habitual en la agenda de cualquier directiva: invertir tiempo en sí mismas.



Porque Progresía Tenerife no es únicamente un programa de formación. Es un espacio para redefinir trayectorias profesionales, construir redes de confianza y preparar a quienes, en muchos casos, liderarán equipos, organizaciones y proyectos estratégicos en Canarias en los próximos años.

La iniciativa, impulsada por CEOE Tenerife y CEOE Campus, financiada por el Servicio Canario de Empleo y desarrollada

junto a Esade como partner académico, reafirma en esta edición el propósito que la ha convertido en una referencia: acompañar a mujeres líderes emergentes en su crecimiento profesional y personal.

La inauguración ha contado con la participación del presidente de CEOE Tenerife, Pedro Alfonso; la secretaria general

de la organización, Elena Vela; la viceconsejera de Empleo del Gobierno de Canarias, Isabel León; la directora de Proyectos de Liderazgo Femenino de CEOE, Natalia Martínez; y la directora académica de Esade, M^a José de la Maza.

No es casualidad que una de las encargadas de dar la bienvenida haya sido Elena Vela. Antes de ocupar la Secretaría General de CEOE Tenerife, también fue una de las

mujeres que se sentó en estas aulas. Conoce el programa desde dentro y representa, quizá mejor que nadie, la huella que deja Progresía.

"Progresía fue una experiencia transformadora en mi desarrollo profesional. Me permitió reforzar competencias, ampliar mi visión estratégica y compartir camino con mujeres extraordinarias", recordó Vela, quien destacó además que el programa *"crea una comunidad que sigue generando oportunidades mucho después de finalizar las sesiones"*.

Ese componente humano es, precisamente, uno de los elementos diferenciales del proyecto. Junto al conocimiento académico y el acompañamiento individualizado, Progresía ha conseguido construir una red de mujeres que continúa creciendo edición tras edición, conectando talento, experiencias y oportunidades.

Durante los próximos meses, las participantes trabajarán en competencias vinculadas al liderazgo, la estrategia empresarial, la transformación digital, la comunicación efectiva o la gestión de equipos, combinando formación presencial y online, mentoring cruzado, coaching individual y encuentros con referentes empresariales.

AMURA
SOLUTIONS

Convertimos a nuestros
clientes en **líderes** en
transformación digital.

Aumentamos la competitividad de nuestros clientes a través de la digitalización, desarrollo de **soluciones tecnológicas a medida** y la toma de decisiones inteligentes a través del Business Intelligence y Business Analytics.

Somos referentes en el Sector Portuario con nuestros productos **AMURA Smart Port Ecosystem** y la plataforma **Digital Twin para Smartports AURORA.**

EDME

**ESPACIO DE DATOS
MARÍTIMO ESPAÑOL**

La conexión de
autoridades portuarias
que transforma la gestión
del tráfico marítimo.

Powered by **hiades**
CONSULTING

La CCE celebra las V Jornadas del Foro para la Colaboración Público-Privada, orientada a analizar como la cooperación entre la Administración y las empresas en ámbitos como el desarrollo tecnológico y la Inteligencia Artificial contribuyen al impulso de sectores estratégicos para Canarias



El pasado 18 de junio tuvo lugar, en el Hotel AC Iberia de Las Palmas de Gran Canaria, las V Jornadas del Foro para la Colaboración Público-Privada, organizadas por la Confederación Canaria de Empresarios y con la financiación de la Consejería de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias.

Una vez más, el evento contó con un destacado número de asistentes y con la presencia de un amplio grupo de representantes del tejido empresarial, de la clase política y de miembros de la Administración pública, en el marco de una jornada que, en esta ocasión, centró el debate en el desarrollo del sector tecnológico y de la inteligencia artificial, así como en la necesidad de la colaboración público-privada para potenciarlos.

El acto de inauguración corrió a cargo del presidente de la Confederación Canaria de Empresarios, Pedro Ortega, que estuvo acompañado por el vicepresidente y consejero de Economía, Industria, Comercio y Autónomos del Gobierno de Canarias, Manuel Domínguez.

En su intervención, el presidente de la CCE destacó que «los grandes avances de las sociedades nunca han sido el resultado de esfuerzos aislados. Han surgido cuando instituciones, empresas y ciudadanos han sido capaces de trabajar juntos alrededor de un objetivo común, en beneficio de toda la sociedad en su conjunto».

Durante la jornada se contó nuevamente con la inestimable aportación de expertos de reconocido prestigio y con una amplia trayectoria profesional, especializados en

materia de inversión, planificación y gestión de modelos de colaboración público-privada en el sector tecnológico y de la inteligencia artificial.

El encuentro se subdividió en dos paneles de debate y, en su transcurso, se abordaron temas clave como la autonomía estratégica, el papel que ejerce la colaboración público-privada en la modernización de la Administración pública, la digitalización del tejido empresarial, el desarrollo del ecosistema tecnológico y la aplicación de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial.

La sesión dio comienzo con la intervención de Iván Vidal, director de Proyectos Europeos de Telefónica España, que estuvo a cargo de la ponencia inaugural, para luego dar paso al primer panel de debate, moderado por Pedro Andueza, miembro del Comité Ejecutivo de la CCE, vicepresidente de CEPYME y presidente de ATA Canarias. En esta mesa se contó con la participación de Migdalia Machín, consejera de Universidades, Ciencia e Innovación y Cultura del Gobierno de Canarias; Jorge Arévalo, exviceconsejero de Formación Profesional del Gobierno Vasco; y Marcos Cohen, presidente de Cumbre 8.

El vicepresidente de la CCE y miembro del Comité Ejecutivo, Juan Ramírez, moderó la segunda mesa de la jornada, enfocada en explicar «Cómo puede facilitar la colaboración público-privada la adopción de la IA en el entorno empresarial canario». Intervinieron José Ramón Barrera, comisariado del Régimen Económico y Fiscal de Canarias; Guadalupe González, directora general de Transformación Digital de los

Servicios Públicos; Ana Torrent, gerente del Clúster Canarias Excelencia Tecnológica; y Carmen Gloria Rodríguez, gerente de Administraciones Públicas y Grandes Empresas de Canarias de Telefónica.

El cierre de las jornadas corrió a cargo del vicepresidente ejecutivo de la Confederación Canaria de Empresarios, José Cristóbal García, y de la viceconsejera de Empleo del Gobierno de Canarias, Isabel León Villalobos.

En su intervención, el vicepresidente ejecutivo destacó que «a lo largo de estos cuatro años hemos querido generar confianza, acercando a la Administración las preocupaciones empresariales, entendiendo las dificultades de la Administración, compartiendo diagnósticos, identificando obstáculos y buscando soluciones, pero, sobre todo, dejando de lado los debates teóricos y distorsionadores en una apuesta clara por un desarrollo práctico que ayude a mejorar la gestión público-privada y, en definitiva, el bienestar de los ciudadanos».

Tras el éxito de las ediciones anteriores, esta nueva edición volvió a demostrar que la colaboración público-privada no es una cuestión ideológica, sino una herramienta útil para obtener mejores resultados, y que ha permitido profundizar en los desafíos y las oportunidades que innovaciones como la Inteligencia Artificial están suponiendo para las personas y las empresas, que debe ser entendida como una inversión estratégica de futuro directamente vinculada a la mejora de la competitividad empresarial y el impulso de nuevas oportunidades de negocio, en un entorno cada vez más digitalizado y exigente.



Las mujeres lideran la creación de empresas a través de la Cámara durante el primer semestre de 2026

► El Punto de Atención al Emprendimiento-Ventanilla Única Empresarial de Santa Cruz de Tenerife continúa liderando a nivel nacional el total de negocios creados (337)

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife afianza su apoyo al desarrollo económico de la provincia occidental con la creación de 434 negocios en el primer semestre de 2026, de los que un 53,2% están liderados por mujeres.

Esta fue una de las principales conclusiones que se expusieron en la Comisión de Seguimiento del Punto de Atención al Emprendimiento-Ventanilla Única Empresarial (PAE-VUE), que cuenta con el apoyo de la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos del Gobierno de Canarias, del Cabildo de Tenerife y del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.

El acto contó con la presencia de la directora general de la Cámara, Lola Pérez; la consejera delegada de Comercio y Apoyo a la Empresa del Cabildo insular, Krysten

Martín; la técnica responsable del programa, Leonor Herrera; el representante del Gobierno de Canarias Iñaki Gavala Oyanguren y el director gerente de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, Jacobo Fernández Izquierdo.

Lola Pérez consideró que “los datos analizados ponen de relieve que el PAE-VUE allana el camino para la creación de empresas, al hacerlo de una manera ágil, informada y en un tiempo récord, con todas las garantías y la seguridad para poner en marcha cualquier negocio”. “Hemos fijado también una renovación del compromiso de cara al próximo año para firmar una nueva senda con un presupuesto y un conjunto de funciones entre todas las partes implicadas”, avanzó.

Krysten Martín destacó que este programa es un ejemplo de lo que puede aportar “la colaboración público-privada insular para acompañar a las personas en el proceso de hacer realidad su iniciativa de negocio”. “Este canal continúa funcionando y afianzándose como una herramienta transversal para llegar a todas las personas emprendedoras de la isla”, agregó.

El mes en el que se registró un mayor ritmo de creación de nuevas empresas fue enero, con 85 iniciativas.



En el balance semestral, se dio de alta a una media de más de 72 empresas al mes, con un leve descenso durante abril, si bien el programa mantuvo durante mayo y junio una tendencia estable de creación de nuevos negocios.

Donde más empresas nacen

La Ventanilla Única Empresarial de la sede de la Cámara en Santa Cruz de Tenerife continúa liderando el ranking de empresas materializadas (337) en toda España a través del Documento Único Electrónico (DUE).

Esto posiciona a la entidad como una referente y una aliada estratégica del tejido empresarial por encima de otros puntos de atención al emprendimiento presenciales como Barcelona Activa (312), CADE Córdoba (235) y el Ayuntamiento de Madrid (216), entre otros. La consolidación del PAE-VUE tinerfeño viene impulsada por la procedencia

de las personas asesoradas que, en su mayoría, son de Santa Cruz de Tenerife (25%) y La Laguna (22%).

El resto de usuarios y usuarias atendidas proviene de las comarcas norte (15%) y sur (22%) de la isla y un 17% de las islas no capitalinas. En este escenario, La Palma acapara el mayor porcentaje de empresas materializadas a través de la Red Insular PAE-VUE, con un 52,78%, seguida de La Gomera (29,17%) y El Hierro (18,06%).

Tipo de empresas y perfil

Según la forma jurídica elegida, el 88,5% de los negocios dados de alta responde al perfil de persona empresaria individual y el 10,6% al de sociedad limitada, mientras que el 0,9% al de sociedad civil.

Las dos últimas modalidades registran aumentos leves del 0,9 y del 0,1% respecto a hace un año, mientras que la primera retrocede un punto interanual.

El perfil mayoritario de personas que crearon una nueva empresa es el de mujer de entre 25 y 45 años con estudios universitarios y en desempleo durante menos de un año.

Además, otro de los datos más destacados fue el porcentaje de negocios liderados por personas menores de 25 años (9%) y de mayores de 45 años (32%).

Nuestro Colegio aglutina un magnífico grupo de profesionales dedicados al ejercicio de la profesión de ingeniero de la rama industrial, capaces de dar respuesta a las necesidades que demandan los proyectos industriales, actividades de restauración, comerciales, instalaciones técnicas de todo tipo, edificación, entre otras actividades, redactando proyectos, realizando direcciones de obra, informes periciales, etc.

El visado del trabajo profesional por parte del Colegio, aportará al mismo además la garantía de la cobertura de un seguro de responsabilidad civil.

Nuestros colegiados disponen de servicios de bolsa de empleo, formación, acreditación de desarrollo profesional continuo, asistencia técnica y jurídica, etc.



COLEGIO OFICIAL DE
GRADUADOS E INGENIEROS
TÉCNICOS INDUSTRIALES
DE SANTA CRUZ DE TENERIFE

922 27 25 95
www.coititf.es
coitiad@coititf.es

Luis Padrón asume la presidencia del Consejo General de Cámaras Canarias

► El presidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria inicia una nueva etapa al frente del órgano de coordinación cameral del Archipiélago, con Santiago Sesé como vicepresidente



La sesión estuvo presidida por la Administración tutelante, representada por el viceconsejero de Industria, Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias, Felipe Afonso El Jaber, acompañado del director general de Comercio y Consumo, David Mille. En la sesión participaron los presidentes de las cuatro Cámaras de Comercio de Canarias, Santiago Sesé, presidente de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife; Juan Jesús Rodríguez Marichal, presidente de la Cámara de Comercio de Fuerteventura;

de las personas que ejercerán la Presidencia y la Vicepresidencia. Ambos cargos tienen carácter rotatorio entre las cuatro cámaras de comercio del Archipiélago y el orden en el que sus presidentes asumirán estas responsabilidades se determinó mediante un sorteo entre los integrantes del Pleno, conforme a lo establecido en la normativa canaria.

Luis Padrón afronta esta responsabilidad con el propósito de dar continuidad a la cooperación entre las corporaciones camerales, reforzar la unidad de acción y consolidar al Consejo como interlocutor del tejido empresarial ante el Gobierno de Canarias y el resto de las instituciones autonómicas.

La nueva Presidencia y Vicepresidencia trabajarán para fortalecer el papel de las cámaras como entidades de apoyo al tejido productivo y como colaboradoras de las administraciones públicas, favoreciendo una respuesta conjunta ante los principales retos de las empresas y las personas autónomas de Canarias en ámbitos como la competitividad, la formación, la innovación, la digitalización, el emprendimiento y la internacionalización.

El presidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria, Luis Padrón, ha asumido la Presidencia del Consejo General de Cámaras Canarias. La designación se produjo durante la sesión

constitutiva del Pleno del Consejo, tras la reciente renovación de los órganos de gobierno de las cuatro corporaciones camerales del Archipiélago. Santiago Sesé, presidente de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, ejercerá la vicepresidencia.

José Valle, presidente de la Cámara de Comercio de Lanzarote y La Graciosa; y Luis Padrón, presidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria.

Durante la sesión se procedió a la constitución formal del Consejo y a la designación

¿BUSCAS FISIOTERAPEUTA? BUSCA ESTE SÍMBOLO

50 CENTROS	4 ISLAS	1 SÍMBOLO
----------------------	-------------------	---------------------

¿QUÉ SIGNIFICA PARA TI?

- Identifica centros sanitarios autorizados por el SCS
- Solo centros con fisioterapeutas colegiados
- Aporta seguridad y confianza. Sabes quién te atiende
- Compromiso con un código deontológico estricto

Colegio Oficial de Fisioterapeutas de Canarias

Juan Saussol: “Queremos convertir Canarias en una fábrica tecnológica de contenidos digitales”

ENTREVISTA

JUAN SAUSSOL
SOCIO FUNDADOR
DE SPIRIT ENGINE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Spirit Engine tiene como objetivo contribuir a que Canarias se convierta en una auténtica fábrica tecnológica de contenidos digitales y no únicamente en un plató de rodaje. ¿Qué condiciones necesita el archipiélago para consolidarse como un polo internacional de animación, videojuegos y producción 3D?

Spirit Engine busca principalmente atraer y desarrollar tecnología en Canarias. Estamos trabajando en un avance tecnológico único a nivel mundial, que será 100 % canario y tendrá una gran relevancia internacional dentro del sector audiovisual.

Actualmente estamos desarrollando dos líneas principales. Por un lado, contamos con desarrollos sobre Unreal Engine, el motor gráfico más potente disponible actualmente para el público. Estas herramientas nos permiten trabajar en tiempo real, incorporar físicas avanzadas y realizar un tratamiento de la iluminación mucho más sofisticado. Todo ello permite agilizar considerablemente los procesos de producción, reducir costes y mejorar la calidad de los resultados.

Por otro lado, estamos desarrollando nuestro propio motor gráfico. Esta será, probablemente, la parte más destacada de nuestro proyecto a largo plazo. Se trata de una tecnología con vocación internacional y que aspira a situarse entre los motores gráficos más avanzados del mundo. Además, será una tecnología desarrollada en Canarias.

¿Qué oportunidades puede generar esta tecnología para que el talento canario participe en proyectos internacionales?

La tecnología no sustituye al artista, sino que le proporciona más herramientas y facilita su trabajo. Las tareas más repetitivas pueden realizarse de forma más sencilla y eficiente, permitiendo que los profesionales se concentren en aquellos aspectos en los que su capacidad artística aporta un mayor valor.

La oportunidad para el talento canario es fundamental. Estamos desarrollando una tecnología 100 % canaria que puede ayudar a los artistas a ampliar sus capacidades y participar en un mayor número de proyectos.

El reto está ahora en la formación. Es necesario que las islas formen a los mejores profesionales y, al mismo tiempo, atraigan talento internacional que contribuya a ampliar los conocimientos y la experiencia del ecosistema local.

Por ejemplo, contamos con la participación de Daniel Silvente, creador del motor gráfico y con una trayectoria de máximo nivel internacional en la industria del videojuego. Trabajar con profesionales de ese nivel supone una experiencia extraordinaria para los artistas canarios, que pueden conocer de primera mano cómo funciona la industria internacional y familiarizarse con una tecnología emergente.

Además, tienen la oportunidad de ser los primeros profesionales del mundo en utilizar, probar y desarrollar proyectos con esta tecnología. Si se sabe aprovechar, es una oportunidad verdaderamente única.

La inteligencia artificial está transformando la creación de contenidos digitales. ¿Cómo está cambiando esta tecnología la industria y qué papel seguirán desempeñando los profesionales?

La inteligencia artificial ya aporta valor en determinados ámbitos, aunque en el mundo del 3D todavía existen importantes retos por resolver. En cualquier caso, considero que debe entenderse como una herramienta complementaria a las herramientas de diseño y creación.

La tecnología puede ampliar enormemente las capacidades de los profesionales, pero la aportación humana seguirá siendo esencial. El talento deberá adaptarse a los cambios y especializarse cada vez más en aquellas áreas en las que pueda aportar un valor diferencial.

Por eso, la formación vuelve a ser un elemento clave. No debemos acomodarnos, sino aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías y preparar a los profesionales para las necesidades de la industria del futuro.

Desde mi punto de vista, el sector tiene un enorme potencial de crecimiento y se podrá generar una cantidad cada vez mayor de contenidos en distintos lugares del mundo. Sin embargo, la creatividad y la aportación humana continuarán siendo fundamentales.

Spirit Engine cuenta con el apoyo de Proexca en su proceso de internacionalización, ¿qué herramientas y apoyos han sido más importantes para que una



empresa tecnológica nacida en Canarias pueda abrirse camino en los mercados internacionales?

Me gusta pensar en Proexca como una especie de alfombra roja para acceder a determinados espacios y oportunidades. Su labor ha sido fundamental para que podamos participar en ferias y eventos internacionales relevantes.

Además, no se trata de una selección arbitraria de eventos. Proexca contrasta las necesidades con el propio sector y trabaja para identificar aquellos espacios en los que realmente existen oportunidades. No solo proporciona apoyo financiero, sino que también acompaña a las empresas y trabaja para que Canarias esté presente en los lugares adecuados.

“Creemos que el sector de los videojuegos de alta calidad todavía tiene un amplio recorrido por delante”

En ese sentido, considero que existe un valor añadido muy importante. Es un apoyo constante y cercano, con una preocupación continua por la evolución de la empresa, del producto y de los resultados que se están obteniendo. Es algo que valoramos enormemente.

Además, Proexca trabaja para impulsar la internacionalización y la diversificación de la economía. ¿Qué sectores tecnológicos y creativos considera

que tienen mayor potencial para que Canarias exporte talento, servicios y tecnología al exterior?

Actualmente, Canarias ocupa una posición muy destacada a nivel internacional en el ámbito de la animación. Se están produciendo series de máximo nivel y también se han desarrollado películas utilizando metodologías más tradicionales. En este sentido, creo que se ha avanzado mucho. El reto ahora consiste en continuar desarrollando la animación e impulsar otros sectores, especialmente el de los videojuegos de alta calidad. Ya existen empresas canarias con productos muy relevantes y una importante proyección internacional, como Game Kitchen, aunque todavía queda un amplio recorrido por delante.

También existe un gran potencial en el ámbito tecnológico, especialmente en el desarrollo de herramientas y tecnologías aplicadas al sector audiovisual. Creo que Canarias aún puede avanzar enormemente en este ámbito.

Por eso considero importantes las apuestas que está realizando Proexca. También podría resultar interesante crear un entorno económico y financiero más amplio en torno a estas industrias, incluyendo fondos de inversión especializados, porque el sector audiovisual ya cuenta con una base industrial sólida en Canarias.

Para terminar, ¿cuáles son los objetivos de Spirit Engine para los próximos años y qué papel puede desempeñar el talento canario en el crecimiento de la empresa y del sector tecnológico y audiovisual?

En 2026 esperamos alcanzar una facturación de varios millones de euros, a pesar de haber comenzado prácticamente a mitad de año, y para 2027 esperamos multiplicar esa cifra por tres o por cuatro.

La tecnología que estamos desarrollando está teniendo una muy buena aceptación y está despertando interés tanto entre empresas locales como internacionales. Además, continuamos trabajando en nuevos desarrollos y esperamos poder anunciar novedades con frecuencia.

Respecto al talento canario, considero que existe una gran capacidad. Ya contamos con varios profesionales de las islas en nuestra plantilla y su rendimiento está siendo muy bueno. Sin embargo, es necesario seguir reforzando la formación y vincularla más estrechamente a las necesidades reales de las empresas.

La llegada de talento internacional puede ser también una oportunidad para fortalecer el talento local, permitiendo que los profesionales canarios adquieran nuevos conocimientos y competencias. La clave está en crear un ecosistema en el que el talento de fuera contribuya también a formar y hacer crecer al talento que ya existe en Canarias.

Creo que ya se están dando pasos importantes en esa dirección, aunque todavía es necesario seguir impulsando la formación especializada para que los profesionales canarios puedan responder a las necesidades de una industria en constante evolución.



ENTREVISTA

NOELIA GARCÍA
COMISIONADA DE
TRANSPARENCIA Y ACCESO
A LA INFORMACIÓN PÚBLICA
DE CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El Informe Anual de Transparencia 2025 concluye que el sistema continúa avanzando. ¿Podemos afirmar que la transparencia está ya plenamente consolidada en las administraciones canarias o siguen existiendo importantes diferencias entre instituciones?

Creo que el balance de estos diez años de vigencia del Comisionado arroja que la transparencia se ha consolidado en las instituciones públicas respecto a la información que deben contemplar los portales de transparencia.

Y otro ámbito muy importante es garantizar el derecho de acceso a la información de los ciudadanos. Y ahí, desgraciadamente, no está tan consolidado como en la parte de evaluación. Cuando la ciudadanía pide información pública a las instituciones y estas no contestan o no están de acuerdo con la respuesta, reclaman al Comisionado.

La mayoría de las reclamaciones que nos llegan son por silencio administrativo de las entidades. Por lo tanto, nos queda mucho trabajo por delante aún.

Las universidades públicas alcanzan la máxima puntuación, los cabildos obtienen una media de 9,61 y la Administración autonómica supera el 9. ¿Qué están haciendo bien estas instituciones y en qué ámbitos sigue concentrándose el mayor margen de mejora?

Lo más importante a destacar de las entidades públicas es que la inmensa mayoría cumple con las obligaciones. Solo un ayuntamiento no cumplió en ese año. Pero es verdad que todavía falta completar información para llegar a ese 10, que es la totalidad de la información que deberían contemplar.

Pero la otra parte es la que nos sigue faltando: no solo hay que tener la información publicada, sino también que, cuando un ciudadano solicita información, pueda recibirla directamente y no tenga que reclamar al Comisionado.

Los buenos resultados de los portales de transparencia contrastan con el aumento de las reclamaciones ciudadanas: en 2025 se presentaron 912, un 18 % más que el año anterior, y el silencio administrativo continúa siendo el principal motivo. ¿Existe una distancia entre publicar información y responder realmente al ciudadano cuando la solicita?

Sí, más del 80 % de las reclamaciones que nos llegan. Estamos hablando de que en el año 2025 recibimos 912 reclamaciones, mayoritariamente porque el ayuntamiento, el cabildo o la comunidad autónoma a la que se han dirigido no les han contestado.

Nosotros hacemos un trámite de audiencia a esas entidades y en torno a un 50 % ni siquiera tampoco a nosotros nos contestan. De las reclamaciones que recibimos, en torno al 70 % son estimatorias, bien totalmente, parcialmente o formalmente.

El 85 % de las reclamaciones admitidas fueron estimadas total o parcialmente. ¿Es una cifra que evidencia que las administraciones siguen denegando o retrasando información que deberían facilitar desde el primer momento?

De las reclamaciones admitidas a trámite, solo un 1 % se desestima. Es verdad que hay algunas, un 15 %, que se inadmiten y la razón básicamente es porque no solicitan una información pública. Pero cuando se trata de información pública solo se desestima un 1 % de las reclamaciones. Por lo tanto, la ciudadanía cada vez solicita información de forma más adecuada y reclama al Comisionado con razones para reclamar.

Cerca del 90 % de las resoluciones del Comisionado terminan siendo cumplidas, pero muchas veces solo después de que el ciudadano haya tenido que reclamar. ¿Qué mecanismos deberían reforzarse para que acceder a la información pública no dependa de la insistencia, del conocimiento jurídico o del tiempo disponible de cada persona?

Yo lo que creo es que, primero, las entidades públicas deberían garantizar ese derecho, es decir, deberían destinar recursos a contestarle a los ciuda-

Noelia García: “Invertir en transparencia es invertir en confianza en la ciudadanía”

danos. Nosotros intentamos combatir ese silencio administrativo formando a técnicos, pero también a responsables públicos. No cabe duda de que las prioridades las deciden los responsables políticos.

Por eso es importante que se entienda que cumplir con los ciudadanos no es solo una obligación legal, sino también una parte del buen gobierno y una inversión en confianza. Invertir en transparencia es invertir en confianza en la ciudadanía. También tienen que cumplir con la transparencia las entidades privadas que reciben fondos públicos.

El Comisionado ha comenzado a utilizar herramientas de inteligencia artificial en los procesos de evaluación. ¿Qué posibilidades ofrece esta tecnología para mejorar la transparencia y qué garantías deben establecerse para evitar errores, sesgos o decisiones que no puedan ser explicadas a la ciudadanía?

Para nosotros ha sido fundamental desde el inicio de esta legislatura facilitar a las entidades el cumplimiento de las obligaciones de transparencia.

Por eso tenemos que aprovechar las nuevas tecnologías para facilitarles ese cumplimiento. Por ejemplo, hemos puesto un portal de transparencia estandarizado que han utilizado muchas entidades y también estamos intentando incorporar la inteligencia artificial, entrenándola con los parámetros que todas las entidades conocen, para que esa evaluación se pueda hacer de manera más sencilla, automática y continua.

Es verdad que siempre, siempre, siempre bajo la supervisión humana, porque no hay otra forma, pero nos ayuda a fiscalizar la transparencia y, sobre todo, a las entidades a cumplir con esa evaluación.

El informe vuelve a reclamar un refuerzo de los recursos humanos y técnicos del Comisionado ante el crecimiento de las reclamaciones y de sus funciones. ¿Puede el órgano seguir garantizando actualmente una respuesta ágil y eficaz o existe riesgo de que el aumento de la actividad termine sobrecargando su capacidad?

Somos apenas 11 personas y es verdad que anualmente aumenta el número de re-

clamaciones y, además, cada vez son más exhaustivas, porque hay que dedicarles más tiempo de estudio.

Estamos hablando de ámbitos muy diferenciados y de temas que hay que estudiar en profundidad para poder sacar una resolución con todas las garantías legales. Además, la ley nos dice que tenemos que resolver en tres meses y, si seguimos acumulando, la verdad es que se complica bastante.

De ahí la necesidad de que se nos dote de más personal para poder cumplir con las obligaciones que tenemos.

Su primer Plan Estratégico 2025-2029 plantea avanzar hacia una transparencia más útil, accesible y cercana. ¿Cuál debe ser el gran cambio de esta etapa: publicar más información o conseguir que los ciudadanos puedan encontrarla, comprenderla y utilizarla para exigir responsabilidades?

El plan estratégico lo que hace es ser la hoja de ruta para los próximos años y establecer cuáles son nuestras prioridades estratégicas.

De ahí la importancia de establecer un sistema metodológico de evaluación más potente, que valore de forma homogénea y precisa el grado de cumplimiento de las evaluaciones de transparencia, pero también el fortalecimiento de la organización.

Y algo muy importante, que yo creo que es el vertebrador de todo el plan estratégico, es el impulso de la cultura de la transparencia. Para mejorar no solo la cantidad de datos, sino, sobre todo, la calidad y la accesibilidad de esos datos, facilitando que cualquier ciudadano pueda comprender la información pública.

Y, evidentemente, esto lleva aparejada una modificación normativa en la que está trabajando el Gobierno de Canarias y que nosotros también intentaremos impulsar con un reglamento propio del Comisionado de Transparencia.

Después de diez años de evaluaciones, ¿cuál considera que continúa siendo la principal asignatura pendiente de Canarias en materia de transparencia y qué compromiso concreto pediría hoy a todas las administraciones públicas del Archipiélago?

Yo creo que lo fundamental tiene que ser luchar contra ese silencio administrativo y que la transparencia, como práctica generalizada, se integre en el ADN de las instituciones públicas. Me parece que son los dos aspectos fundamentales.

Básicamente, en el momento en el que estamos no podemos permitir que las instituciones se permitan el lujo de no contestar a la ciudadanía con esa información pública que solicita.

Yo creo que la ciudadanía canaria cada vez ejerce más su derecho a saber y a obtener información, tanto a través de los portales como de las solicitudes de derecho de acceso o de las denuncias por publicidad activa que puedan presentar.



ENTREVISTA

RAMÓN FARIÑA

FRANQUICIADO DE MCDONALD'S DE SANTA CRUZ DE TENERIFE Y PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE RESTAURACIÓN Y OCIO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Lleva años vinculado al sector de la restauración en Canarias. ¿Cómo valora la evolución que ha experimentado el sector y cuáles son hoy sus principales fortalezas?

La evolución del sector ha sido muy importante. Nosotros la hemos vivido de primera mano durante todos estos años, tanto desde la gestión de establecimientos de restauración como desde la Asociación de Restauración y Ocio de Santa Cruz de Tenerife. La evolución viene más por la profesionalización que por otra cosa.

Cada vez la hostelería es más profesional, cada vez hay más exigencia por parte de los clientes y los niveles de satisfacción tienen que ser mayores. Si se ha notado una evolución muy clara en esa profesionalización de la hostelería durante los últimos 15 o 20 años.

Santa Cruz de Tenerife continúa consolidándose como un importante destino turístico y comercial. ¿Cómo está repercutiendo este crecimiento en la restauración y el ocio de la ciudad?

Cuanto más visitantes tienes, obviamente más clientes potenciales hay. A medida que aumenta el turismo y también crece la población, como ha ocurrido en los últimos años, hay más clientes potenciales. Eso influye en que se abran más establecimientos, pero también en que la tarta sea mayor y resulte más fácil recuperar la inversión. Al final, los hosteleros somos adversarios, pero también compartimos un mismo mercado.

Recientemente ha defendido la necesidad de dinamizar Santa Cruz con una mayor apertura comercial los domingos. ¿Qué impacto cree que tendrá esta medida para la restauración, el ocio y la actividad económica de la ciudad?

La apuesta por la apertura de los domingos ya permite abrir en la zona centro a los locales que cumplen determinados requisitos. Es una apuesta cuyos resultados no serán inmediatos. Una vez que se empieza a abrir los domingos, el cliente no va a venir de manera inmediata, pero sí es una apuesta de medio plazo. Si esas aperturas se consolidan, obviamente atraerán también a más gente a la ciudad y de eso la hostelería también se aprovechará.

Ahora mismo todo está bastante parado. Las expectativas de que se abra los domingos, de momento, no están avanzando y, cuando lo hagan, nosotros aprovecharemos ese momento para ofrecer también un mejor servicio los domingos.

¿Cómo están cambiando las demandas de los consumidores y hacia dónde cree que está evolucionando el sector de la restauración?

Ramón Fariña: "No hay mano de obra suficiente para la demanda que tenemos"



Hay un cambio claro hacia una demanda que cada vez es más creciente: el servicio a domicilio. A través de las distintas plataformas, muchos pedidos ya son para llevar.

Es cierto que el consumidor agradece la comodidad de que se lo lleven a casa, pero también paga un sobreprecio por ello y muchas veces prefiere ir al restaurante y no asumir ese coste.

Sí que hay un cambio importante en el consumo con el delivery, que ha llevado al consumidor a hacer más pedidos a domicilio

y a acudir menos a los locales. Eso sí que está cambiando.

La restauración afronta actualmente importantes desafíos, desde el incremento de los costes y la falta de personal hasta los cambios en los hábitos de consumo de los clientes. ¿Cuál considera que es hoy el principal reto para los empresarios del sector y cómo están haciendo frente a esta situación?

El incremento de costes es una realidad que vivimos todos en nuestro día a día. Cuando

vamos a hacer la compra vemos que todo se ha incrementado y lo mismo nos pasa a nosotros cuando compramos para vender comida, que al final es lo que hacemos.

Esto se afronta ajustando mucho los márgenes, ganando menos dinero porque no se traslada todo el coste al consumidor y teniendo inventiva para atraer a más clientes y ganar algo más de volumen que compense esa pérdida de beneficio. Así es como se está intentando trabajar.

Respecto a la mano de obra, sí es verdad que estamos en un momento complicado. No hay mano de obra suficiente para la demanda que tenemos, especialmente especializada en cocina. Es muy difícil encontrar buenos profesionales, también en sala, pero sobre todo en cocina.

Además, el absentismo es elevado y las bajas laborales son mucho mayores que hace unos años. Eso repercute directamente en la estrategia de atención y de servicio al cliente, porque muchas veces no sabes con cuánta gente vas a contar en un servicio.

"El aumento del absentismo y las bajas laborales repercute en nuestro servicio al cliente"



Como presidente de la Asociación de Restauración y Ocio de Santa Cruz de Tenerife. ¿Qué iniciativas está impulsando actualmente la asociación para apoyar a los establecimientos, mejorar la situación laboral y seguir dinamizando la actividad económica y social de la ciudad?

En la asociación estamos hablando con los agentes sociales, con el Gobierno y con la Inspección de Trabajo para intentar mejorar la situación del absentismo y las bajas laborales, de manera que exista un mayor control sobre este asunto.

También estamos trabajando en la formación de personas desempleadas para facilitarles una salida laboral. Son las dos líneas en las que estamos más centrados en este momento.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos y objetivos de la restauración tinerfeña para los próximos años y qué le gustaría conseguir desde la asociación?

El mayor reto es la consolidación de las plantillas en cada uno de los negocios, seguir optimizando costes y ofrecer el mejor servicio posible. Esos son los tres grandes retos a los que nos enfrentamos en los próximos años.

El prestigio de no tener tiempo

Hay una frase que se ha convertido en la respuesta automática de casi cualquier conversación.

—¿Qué tal?

—Uf... no paro.

Lo curioso es que ya ni siquiera suena a queja. Suena a presentación. A carta de presentación, incluso. Parece que cuanto más llena está una agenda, más importante resulta quien la lleva. Hemos terminado asociando estar ocupado con ser relevante, como si el tiempo libre fuera un síntoma de fracaso.

Hace unos días pensé en ello mientras intentaba cuadrar una comida con unos amigos. No hablamos del sitio. Ni del menú. Ni siquiera de las ganas que teníamos de vernos. La conversación consistió, básicamente, en comparar calendarios. Entre viajes, reuniones, actividades de los niños, citas médicas, entrenamientos, cumpleaños y compromisos de última hora, encontrar dos horas libres parecía una operación de ingeniería.

Y me pregunté cuándo empezamos a vivir así.

Porque antes la frase “tengo tiempo” sonaba bien. Era una señal de que las cosas iban razonablemente bien. Hoy casi da vergüenza pronunciarla. Si alguien dice que ha tenido una tarde tranquila, inmediatamente siente la necesidad de justificarla. Como si hubiera que pedir perdón por no vivir permanentemente acelerado.

luntariamente.

Presumimos de responder correos desde el aeropuerto, de atender llamadas durante las vacaciones o de cerrar asuntos importantes mientras esperamos a que salga un entrenamiento infantil. Contamos con cierto orgullo que llevamos semanas sin descansar o que apenas hemos dormido cinco horas. Lo relatamos como quien enseña una medalla.

Y, sin darnos cuenta, hemos empezado a admirar justamente eso.

Quizá por eso también hemos cambiado nuestra forma de hablar. Ya nadie dice que está trabajando mucho. Dice que va “a mil”. Nadie tiene una semana complicada. Tiene “la agenda imposible”. Nadie está cansado; está “desbordado”. Incluso el ocio necesita planificación. Para descansar hace falta reservar con meses de antelación.

Lo paradójico es que la tecnología prometía justo lo contrario. Cada nueva aplicación iba a ahorrarnos tiempo. Cada avance nos permitiría organizarnos mejor. Cada herramienta haría nuestra vida más sencilla. Sin embargo, el tiempo que supuestamente ganamos siempre termina ocupado por otra tarea.

Es como si hubiéramos decidido que cualquier hueco vacío representa una oportunidad desperdiciada.

Y eso tiene consecuencias que van mucho más allá del cansancio.

Nos cuesta mantener conversaciones sin mirar el reloj. Retrasamos llamadas porque “no encontramos el momen-

to”. Posponemos visitas familiares durante semanas mientras somos capaces de responder decenas de mensajes irrelevantes al día. Hemos aprendido a gestionar el tiempo, pero quizá hemos olvidado priorizarlo.

Lo preocupante es que esta manera de vivir empieza a contagiarse. Los más jóvenes crecen creyendo que el éxito consiste en no tener un minuto libre. Que una agenda saturada es el objetivo al que aspirar. Que descansar solo está permitido cuando ya no queda nada más por hacer. Y eso, sencillamente, nunca ocurre.

No se trata de trabajar menos. Ni de renunciar a la ambición. Tampoco de idealizar una vida pausada que probablemente nunca existió.

Se trata de preguntarnos por qué hemos convertido el “no llego” en una especie de distintivo social.

Quizá el verdadero estatus hoy no sea encadenar reuniones, responder mensajes a cualquier hora o vivir con la sensación permanente de que falta tiempo para todo.

Quizá el auténtico privilegio sea poder sentarse a tomar un café sin mirar el móvil cada treinta segundos. Comer con alguien sin tener prisa por levantarse. Llegar a casa y no sentir la obligación de seguir produciendo.

Tal vez el éxito no consista en conseguir que cada minuto del día esté ocupado.

Tal vez consista, precisamente, en poder permitirnos que alguno no lo esté.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Canarias

Tu compromiso puede iluminar su camino.

Juntos somos más fuertes,
juntos somos Pequeño Valiente.

Hazte socio



Escanea el código o entra en www.pequevaliente.com

Tribuna de Canarias

Periódico regional líder de información Económica y Política en las Islas Canarias

Edición: Grupo de Comunicación TDC S.L.
Directora: Montserrat Hernández
Secretaría de gerencias: Raquel Gómez
Marketing y Tecnología: José Luis Martínez
Maquetación: Amidi Agencia

Contacto: publicidad@tribunadecanarias.es
redaccion@tribunadecanarias.es

nº 75 | Depósito Legal TF 231-2020
Imprime: TFPINT, S. L.

Queda prohibido copiar o reproducir los textos o imágenes, sin permiso de la editora, por cualquier medio sea impreso, digital o fotográfico y redes sociales.

Educar cuando el futuro ya ha empezado

OPINIÓN

DRA. CARMEN**SÁNCHEZ GOMBAU**

CONSULTORA EN LIDERAZGO, TALENTO Y TRANSFORMACIÓN ORGANIZATIVA

 Carmen Sánchez Gombau

Un niño que hoy tiene cinco años nos mirará desde 2040 y nos preguntará qué educación le dimos mientras el mundo cambiaba tan deprisa. Quizá no nos pregunte cuántos contenidos memorizó, sino si le enseñamos a pensar, a adaptarse, a trabajar con otros, a convivir con la tecnología y a no perder su humanidad en medio de tanta inteligencia artificial.

Esa pregunta, aunque parezca lejana, debería interpelarnos hoy. Especialmente a quienes tenemos responsabilidad en la educación, en la empresa, en la gestión de personas o en la toma de decisiones. Porque el futuro se está construyendo ahora, en cada aula, en cada organización, en cada decisión sobre cómo formamos, lideramos y acompañamos a las personas.

Vivimos un tiempo de transformación profunda. La inteligencia artificial, la automatización, la digitalización de los procesos y los nuevos modelos de trabajo están modificando no solo las profesiones, sino también la forma en que aprendemos, nos relacionamos y generamos valor. Muchas de las tareas que hoy consideramos centrales serán automatizadas, redefinidas o sustituidas. Otras, que todavía no existen, serán habituales en pocos años.

Durante demasiado tiempo hemos entendido la educación como transmisión de contenidos. Aprender era, en muchos casos, memorizar, reproducir y superar pruebas. Pero en un mundo en el que la información está disponible de forma inmediata y la tecnología puede procesar datos, generar textos, programar, traducir o resolver problemas técnicos, el valor diferencial ya no estará únicamente en saber cosas. Estará en saber pensar, interpretar, decidir, crear, colaborar y actuar con criterio.

Esto no significa despreciar el conocimiento. Al contrario. Sin conocimiento no hay pensamiento crítico. Pero el conocimiento debe dejar de ser un fin en sí mismo para convertirse en una base desde la que desarrollar competencias más complejas: la curiosidad, la capacidad de aprendizaje continuo, la resolución de problemas, la comunicación, la creatividad, la inteligencia emocional, la ética y la adaptación al cambio.

Para el tejido empresarial canario, este debate no es teórico. Es estratégico. Canarias necesita empresas competitivas, innovadoras y sostenibles, pero también necesita personas preparadas para sostener esa transformación. No podemos hablar de digitalización empresarial si no hablamos de talento. No podemos

hablar de inteligencia artificial si no hablamos de liderazgo. No podemos hablar de productividad si no hablamos de formación, cultura organizativa y desarrollo profesional.

La tecnología puede ayudarnos a ser más eficientes, pero no sustituye la responsabilidad de pensar qué tipo de organizaciones queremos construir. Una empresa puede incorporar herramientas de inteligencia artificial y, aun así, seguir funcionando con estructuras rígidas, liderazgos poco adaptativos y culturas que penalizan el error. La verdadera transformación no consiste solo en comprar tecnología, sino en cambiar la manera de trabajar, de aprender y de tomar decisiones.

Por eso, el reto de la educación y el empleo debe abordarse de forma conjunta. Las universidades, los centros de formación profesional, las empresas y las instituciones públicas necesitan dialogar más y mejor. No basta con formar titulados; necesitamos formar profesionales capaces de integrarse en entornos reales, resolver problemas concretos y seguir aprendiendo durante toda su vida laboral.

También necesitamos empresarios que entiendan que formar no es un gasto accesorio, sino una inversión estratégica. La velocidad del cambio exige que las empresas desarrollen talento interno, actualicen competencias y generen espacios donde las personas puedan crecer. La fidelización del talento no dependerá solo del salario, aunque este sea importante. Dependerá también de la posibilidad de aprender, participar, aportar y encontrar sentido en el trabajo. Conviene hacernos algunas preguntas incómodas. ¿Estamos preparando a nuestros jóvenes para obedecer instrucciones o para formular buenas preguntas? ¿Estamos formando profesionales capaces de adaptarse o personas dependientes de modelos que pronto quedarán obsoletos? ¿Estamos usando la tecnología para ampliar capacidades humanas o simplemente para reducir costes? ¿Estamos construyendo organizaciones donde las personas puedan desarrollarse o solo sobrevivir?

El futuro del empleo no será exclusivamente tecnológico. Será profundamente humano o no será sostenible. La inteligencia artificial transformará tareas, procesos y profesiones, pero seguirá siendo necesario el juicio, la sensibilidad, la responsabilidad y la capacidad de comprender contextos complejos.

Ese niño que hoy tiene cinco años llegará a 2040 con una pregunta legítima. Nos preguntará si estuvimos a la altura. ¿Qué respuesta queremos construir desde hoy?

Unos y Ceros

Con la IA también al golpito



OPINIÓN

JORGE ALONSO

DIRECTOR DE CONSULTORÍA VELOCICIOS

 Jorge Alonso @jalonso_VG

Todas las cosas llevan su tiempo y la adopción de la IA no tiene por qué ser una excepción.

Aunque para muchas personas esto pueda parecer una obviedad, las últimas declaraciones a este respecto de Mark Zuckerberg, CEO de Meta, reflejan a la perfección el sentir de la industria tecnológica que no termina de entender muy bien cómo es posible que la IA esté tardando tanto en llegar a las empresas.

Pero quizás sea mejor decir, que la Inteligencia Artificial esté tardando tanto en llegar a las empresas tal y como como a las grandes tech les gustaría, porque llegar, lo que se dice llegar, la IA ya ha llegado.

Y lo cierto es que no será por falta de interés porque, en la práctica, casi todas las empresas ya han hecho sus pequeños pinitos con la IA; pero muchas se han quedado ahí, manteniéndose en un peligroso compás de espera sin saber muy bien cuál es el siguiente paso que tienen dar.

Si echamos la mirada atrás, basta con un par de años, y hacemos un pequeño balance de situación, lo que sí parece que empieza a estar más o menos claro es que la curva de aprendizaje y adopción de la IA no es tan intuitiva como se pensó en un primer momento y eso está penalizando la implantación generalizada en el tejido empresarial.

Por otro lado, todo el ruido y todo el humo que ha envuelto a esta nueva tecnología desde su llegada solo ha servido para crear un efecto wow que ha dado paso a un peligroso efecto bluff que ahora toca remontar.

Además, a nadie se le esconde que el coste que supone la IA para una empresa no está nada claro y las noticias de facturas desorbitadas que llegan sin esperarlo están actuando como un lastre que cada día pesa más. Todo ello sin olvidar que el cálculo del ROI de cualquier proyecto de IA no es nada sencillo.

Parece que hemos olvidado que todas las cosas llevan su tiempo y que las prisas no suelen ser buenas consejeras. Por eso no es de extrañar que sigamos empeñados en comenzar la casa por el tejado y eso de pensar en Agentes IA cuando tu empresa es incapaz de pagar por una licencia de Chat GPT, Copilot o Gemini, parece, como poco, un tanto incoherente.

Ahora bien, si algo hemos aprendido a lo largo de estas tres últimas décadas que nos han metido de lleno en la Era de Digitalización es que los cambios disruptivos, y no nos quepa ninguna duda que la IA lo es, hay que gestionarlos con cabeza.

Así que, llegados a este punto conviene bajar un par de marchas y activar el pensamiento estratégico sabiendo que en esta partida de Unos y Ceros nos jugamos el futuro de la compañía.

La experiencia nos dice que las empresas que ya cuentan con un Plan Director de Adopción de la IA son las que, de verdad, están avanzando y percibiendo el gran impacto positivo que la Inteligencia Artificial tiene en su negocio.

Implementar un Agente IA o jugar un poco con Claude está muy bien, pero solo es un brillo fugaz que no tiene la pegada suficiente como para transformar la empresa y termina siendo un tiro al aire que no va más allá de un divertimento de los más frikis de la compañía.

Definir la Política del Uso de la IA en la empresa, calcular el ROI esperado, ajustar las medidas de ciberseguridad para adaptarla a los nuevos riesgos que nos trae la IA... son cosas que no suenan con tanto glamur, pero son las bases para que tu empresa, ahora sí, empiece a sentir toda la potencia de esta tecnología que ha venido para cambiarlo todo.

Quizás ahora sea buen momento para repensar tu estrategia de adopción de la IA, recolocar las fichas, ponerse las gafas de lejos y empezar a recorrer el camino de la IA que tu empresa se merece porque, como decimos por estas Islas, las cosas buenas siempre llegan al golpito.



OPINIÓN

PRESEN SIMÓN

CONSULTORA | FORMADORA
EN EJE & TALENTO

 Presen Simón Rael

Hay una escena que se repite cada mañana en decenas de empresas canarias, con protagonistas distintos pero una estructura idéntica. Una responsable de tienda revisa desde el aeropuerto un problema de cobertura de turno que ha surgido en otra isla mientras ella viajaba hacia una tercera. Un director de operaciones hotelero aprueba, desde una sala de reuniones en Gran Canaria, un cambio de protocolo que su equipo de Lanzarote lleva días esperando. Un supervisor de transporte gestiona una incidencia en Fuerteventura sin haber pisado esa terminal en semanas. No es la historia de una persona: es la textura cotidiana del liderazgo en un territorio fragmentado, y en Canarias se vive todos los días, en el retail, la hostelería, la logística, las empresas de trabajo temporal...

Se ha escrito mucho, especialmente en los últimos años, sobre el liderazgo en equipos híbridos: esa mezcla de oficina y teletrabajo que obliga a los managers a repensar cómo comunican, cómo generan confianza y cómo evalúan sin la supervisión directa cara a cara. Pero ese marco, se queda corto cuando se aplica a un archipiélago. Aquí la distancia no es una elección organizativa —trabajar desde casa o desde la oficina— sino una condición geográfica insalvable. No hay pasillo posible entre Fuerteventura y Lanzarote un martes cualquiera. Hay, como mucho, un vuelo de veinte minutos que no siempre compensa hacer. Esa diferencia, aparentemente sutil, cambia por completo la naturaleza del problema.



Liderando un archipiélago

La literatura sobre liderazgo remoto suele partir de un supuesto implícito: que la presencia física sigue siendo posible, solo que se ha vuelto opcional o esporádica. En el contexto interinsular canario ese supuesto no se sostiene. La presencia no es opcional: es cara, limitada y hay que planificarla con semanas de antelación. Esto tiene una consecuencia que casi nunca se nombra en los manuales de gestión: el coste de la coordinación síncrona —hablar en tiempo real, estar físicamente presente, resolver algo cara a cara— es estructuralmente más alto aquí que en casi cualquier otro contexto empresarial español.

Esa restricción obliga a un cambio de fondo en cómo se entiende el liderazgo. La sociología y la literatura organizacional llevan décadas hablando de la diferencia entre vínculos fuertes y vínculos débiles en las redes sociales de una organización: los primeros, contruidos con el trato frecuente y cercano; los segundos, más espaciados,

pero que a menudo son los que permiten que la información circule entre grupos que de otro modo estarían aislados. En un archipiélago empresarial, cada isla tiende a convertirse en un nodo con fuertes vínculos internos y vínculos débiles —y frágiles— con el resto. El papel del líder deja de ser, entonces, el de estar presente en todos los nodos —tarea imposible— para convertirse en el de diseñar y sostener los puentes entre ellos. De ahí la idea, cada vez más presente en la conversación sobre el liderazgo actual, del manager como "arquitecto de flujos": alguien cuya función principal ya no es resolver cada incidencia, sino diseñar los caminos por los que la información, la confianza y la autoridad para decidir puedan circular sin depender de su cuerpo físico estando en un lugar concreto.

Esto no es una metáfora vacía. Tiene implicaciones muy concretas sobre qué tipo de competencias necesita hoy un mando intermedio, y son distintas de las que tradicionalmente se han entrenado en formación directiva, centradas casi siempre en la gestión cara a cara: dar feedback, motivar en la reunión de equipo, resolver un conflicto en el momento. Todas siguen siendo necesarias, pero no bastan cuando buena parte del liderazgo ocurre en la distancia, de forma asincrónica, mediada por un chat, una llamada o un informe que alguien lee sin que tú estés delante para matizarlo.

Cinco desplazamientos que exige este tipo de liderazgo

Del control al diseño de autonomía. El instinto natural ante la distancia es intentar compensarla con más control: más informes, más llamadas, más supervisión. Pero el control a distancia tiene rendimientos decrecientes rápidos: cuesta más esfuerzo cada unidad de seguridad que proporciona.

La alternativa no es renunciar al criterio, sino invertirlo: formar a alguien en cada isla —no necesariamente con cargo formal— capaz de sostener el criterio de la organización sin necesitar autorización constante. Esto exige haber invertido tiempo previamente en calibrar ese criterio, algo que muchas organizaciones dan por hecho sin haberlo hecho nunca de forma explícita.

De la urgencia al ritmo. Cuando el único contacto regular entre un manager y un equipo distante es la gestión de incidencias, se está entrenando, sin querer, a que el equipo solo hable cuando algo va mal. Establecer una cadencia de contacto —no necesariamente frecuente, pero sí predecible— cambia la naturaleza de esa relación: convierte la comunicación en una infraestructura, no en un parche de emergencia.

De la reunión perfecta al asincronismo bien diseñado. No toda decisión necesita coordinación en tiempo real. Buena parte del desgaste de estos equipos viene de intentar sincronizar agendas de tres islas para tratar asuntos que podrían resolverse con un documento bien estructurado y un plazo razonable de respuesta. Distinguir qué necesita de verdad presencia simultánea de lo que no, es una competencia de gestión del tiempo que rara vez se enseña de forma explícita.

De la visita rutinaria a la visita con propósito. Precisamente porque desplazarse entre islas tiene un coste real, cada visita presencial debería estar diseñada para hacer algo que solo puede hacerse presencialmente: observar lo que no aparece en un informe, reconocer un logro cara a cara, sostener una conversación difícil que merece mirada directa. Convertir la visita en rutina administrativa es desperdiciar el recurso más escaso que tiene este tipo de liderazgo.

De la confianza reactiva a la confianza construida con antelación. La confianza que se necesita en el momento de crisis no se puede improvisar en el momento de la crisis. Se construye, o no se construye, en todo lo que ocurre antes: en si las decisiones pasadas se explicaron o no, en si el equipo sintió que fue escuchado en la distancia. Cuando llega el problema urgente —y siempre llega—, lo que sostiene la respuesta no es la velocidad del mensaje, sino el capital de confianza acumulado meses atrás.

Una competencia que Canarias no puede permitirse dejar al azar

En territorios continentales, este tipo de liderazgo distribuido es una opción estratégica entre varias. En un archipiélago, es una condición estructural del propio tejido empresarial: turismo, comercio, transporte y buena parte de los servicios operan, por definición, entre islas. La rotación de personal —tan alta en algunos de estos sectores— tiene mucho que ver, aunque rara vez se diga en esos términos, con equipos que sienten que su responsable no está disponible en el sentido más profundo: no en el físico, sino en el de haber diseñado un sistema donde su ausencia no se traduce en desamparo.

Formar deliberadamente a los mandos intermedios en esta forma de liderar —pensar en flujos, no solo en presencia; en arquitectura, no solo en control— no es un lujo de gestión avanzada. Es, para una economía tan fragmentada geográficamente como la canaria, una condición casi de supervivencia organizativa. El archipiélago obliga a repensar qué significa liderar cuando estar en todas partes, sencillamente, no es una opción.

OPINIÓN

AIRAM ABELLA
FORMADOR Y CONSULTOR
EN COMUNICACIÓN

 Airam Abella

Agosto tiene una manera particular de cambiar el ritmo. Las ciudades se vacían un poco, las respuestas tardan más, algunas persianas permanecen bajadas y los correos empiezan a devolver mensajes automáticos. En Canarias, además, el verano parece invitarnos a bajar una marcha: días más largos, fiestas de pueblo, playa al final de la tarde y esa sensación de que casi todo puede esperar hasta septiembre.

Casi todo. Porque basta con cerrar el ordenador, guardar el cargador y salir de la oficina para que aparezca la primera duda: ¿habré dejado todo preparado?

Después llega la segunda: ¿sabrán dónde está aquel archivo? Y, antes de que termine el día, probablemente ya has abierto el correo, respondido un WhatsApp o resuelto una cuestión que, aparentemente, solo tú podías resolver.

Las vacaciones empiezan oficialmente cuando dejas de trabajar. Las de verdad, cuando dejas de pensar que en cualquier momento tendrás que volver a hacerlo.

Alejarte durante unos días de tu empresa, de tu negocio o de tus proyectos no solo sirve para descansar. También funciona como una auditoría involuntaria. En cuanto dejas de estar disponible, aparecen las dependencias, la información que nunca se ordenó, las decisiones que nadie más sabe tomar y todos esos procesos que durante el año funcionan únicamente porque alguien los sostiene de memoria.

Las vacaciones no desorganizan una empresa. Solo hacen visible el desorden que la actividad diaria permitía disimular.

Cuando la empresa funciona porque tú recuerdas todo

Muchas pequeñas empresas no tienen un sistema. Tienen una persona que recuerda. Alguien sabe qué presupuesto está pendiente, qué cliente necesita una respuesta, dónde se guardó la última versión de una presentación, qué proveedor debe entregar un material y qué compromiso se adquirió en una reunión celebrada hace tres semanas.

Esa persona puede ser quien dirige la empresa, quien lleva la administración, quien atiende a los clientes o quien, casi sin darse cuenta, ha ido acumulando toda la información necesaria para que el negocio continúe funcionando. Mientras está presente, parece que todo está bajo control.

El problema aparece cuando se va de vacaciones, enferma, atiende otro proyecto o, simplemente, deja el teléfono boca abajo durante unas horas. Entonces comienzan las preguntas: ¿Dónde están las contraseñas? ¿Qué precio le dimos a este cliente? ¿Quién



¿Qué ocurre en tu empresa cuando no estás?

debía responder este correo? ¿Cuál es el archivo definitivo? ¿Podemos aprobar esto sin consultarlo? ¿Cuándo dijimos que estaría terminado?

Cada pregunta aparentemente pequeña revela algo más profundo. No falta únicamente una respuesta. Falta un lugar común donde encontrarla, un criterio compartido o una forma de actuar que no dependa siempre de la misma persona.

En muchas organizaciones, el conocimiento está repartido entre conversaciones de WhatsApp, correos antiguos, notas de voz, carpetas personales y recuerdos. Hay procesos importantes que nunca se han escrito porque siempre hubo alguien disponible para explicarlos.

Hasta que llega agosto. Y entonces descubrimos que aquello que llamábamos experiencia era, en algunos casos, dependencia.

Ser imprescindible no siempre es una buena noticia

Durante mucho tiempo hemos asociado ser imprescindible con ser valioso.

La persona a la que todo el mundo consulta parece la más responsable. Quien revisa cada documento transmite control. Quien responde incluso desde la playa demuestra

compromiso. Quien no apaga nunca el teléfono parece estar protegiendo el negocio. Pero conviene revisar esa idea.

Si cada decisión necesita tu aprobación, quizá no hayas construido control, sino un cuello de botella. Si todos los clientes dependen de hablar contigo, puede que no hayas generado cercanía, sino una relación difícil de delegar. Si nadie conoce el estado de los proyectos cuando no estás, probablemente la información no pertenece a la empresa. Te pertenece a ti.

Y si tienes que resolver cada incidencia durante tus vacaciones, el problema no es que seas demasiado importante. El problema es que la organización todavía no ha aprendido a funcionar sin tu presencia constante.

Esto no significa que cualquier profesional pueda desaparecer durante un mes y esperar que todo continúe exactamente igual. La realidad de una persona autónoma, una pequeña empresa o un equipo reducido es mucho más compleja. Hay negocios en los que la actividad está inevitablemente ligada a quien presta el servicio. Hay decisiones que no pueden delegarse y clientes que necesitan interlocutores concretos. Pero incluso en esos casos existe una diferencia entre que tu pre-

sencia sea necesaria para algunas cuestiones y que sea necesaria para absolutamente todo.

El objetivo no es construir una empresa que nunca te necesite. Es evitar que te necesite para encontrar una contraseña, localizar un documento, confirmar un horario o responder una pregunta que ya se ha contestado veinte veces.

Descansar también es una decisión empresarial

Hay profesionales que sienten culpa cuando se desconectan. No porque exista una urgencia real, sino porque han construido su identidad alrededor de estar siempre disponibles. Responder rápido. Revisar todo. Resolver cualquier problema. Evitar que nadie espere.

Ese nivel de compromiso puede ser valioso durante determinados momentos, pero sostenido durante todo el año termina convirtiéndose en desgaste. Y una empresa que depende del agotamiento constante de una persona tampoco es una empresa sostenible. Descansar no es abandonar el negocio.

Es comprobar si los procesos funcionan, si el equipo tiene autonomía, si los clientes han recibido información suficiente y si todo aquello que has construido puede sostenerse durante unos

días sin tu vigilancia. También es aceptar que algunas cosas pueden esperar.

No todos los mensajes necesitan una respuesta inmediata. No todos los problemas son crisis. No todas las decisiones deben tomarse desde una hamaca mirando el móvil. A veces, proteger una empresa también significa proteger la capacidad de quienes la sostienen para volver con energía, claridad y nuevas ideas.

Lo que aparece cuando dejas de estar

Las vacaciones pueden mostrarte que tu empresa está mejor preparada de lo que pensabas. Que el equipo responde, que los procesos funcionan y que los clientes comprenden perfectamente que durante unos días el ritmo sea diferente. Pero también pueden enseñarte lo contrario.

Quizá descubras que demasiada información depende de ti. Que hay preguntas que se repiten porque nunca se documentaron. Que algunas personas necesitan más autonomía. Que tus clientes no saben qué esperar cuando no estás. Que la empresa ha confundido tu disponibilidad con su forma de funcionar. No hace falta resolverlo todo antes de septiembre. Basta con observarlo.

Porque aquello que falla durante tu ausencia probablemente también estaba fallando cuando estabas presente. La diferencia es que tú lo corregías antes de que nadie pudiera verlo.

Agosto puede ser el momento de descansar, pero también de tomar distancia. Y la distancia tiene una virtud: permite ver con claridad aquello que la rutina convierte en normal.

Tal vez el verdadero éxito no consista en construir una empresa que funcione gracias a ti, sino una que también sepa funcionar cuando, durante unos días, decides no estar.

OPINIÓN

JUAN CARLOS CABRERA LABORÝ

CEO DE LABORÝ AUDITORES Y CONSULTORES

 Juan Carlos Cabrera Labory

Vivimos en una economía global donde la tecnología ha reducido muchas de las barreras físicas que durante siglos condicionaron el desarrollo de los territorios.

Sin embargo, la geografía sigue importando. Y mucho. Quienes dirigen empresas en territorios insulares conocen bien que la distancia continúa teniendo un coste, que la conectividad no siempre elimina el aislamiento y que la dimensión reducida de los mercados obliga a pensar de manera diferente.

Desde la perspectiva de un economista, la insularidad no debe entenderse únicamente como una característica geográfica, sino como un condicionante estructural que influye sobre la productividad, la competitividad y las decisiones empresariales. La literatura económica ha puesto de manifiesto que las economías insulares presentan sobrecostes permanentes derivados del transporte, la dependencia energética, la limitada dimensión de los mercados y la fragmentación territorial. Sin embargo, también demuestra que aquellas regiones capaces de transformar esas limitaciones en ventajas competitivas alcanzan elevados niveles de desarrollo.

Canarias constituye probablemente uno de los mejores ejemplos europeos. A más de mil kilómetros del continente, con ocho islas habitadas y una economía profundamente abierta al exterior, sus empresas han aprendido durante décadas a convivir con incertidumbres que hoy afectan al conjunto de la economía mundial. Algo similar ocurre en Baleares, donde la fuerte dependencia del turismo obliga a gestionar con precisión la estacionalidad y la diversificación económica, o en Madeira, cuya estrategia de internacionalización y apuesta por sectores de alto valor añadido ha permitido reducir parte de las limitaciones derivadas de su condición ultraperiférica.

Paradójicamente, muchas de las capacidades que hoy demanda el liderazgo empresarial moderno son precisamente aquellas que la insularidad ha obligado a desarrollar desde hace décadas.

La primera de ellas es la planificación.

Mientras en otros territorios determinadas interrupciones logísticas pueden considerarse acontecimientos excepcionales, para una empresa insular forman parte del análisis cotidiano. Un retraso portuario, una huelga del transporte, un incremento del precio de los combustibles o una alteración del tráfico marítimo pueden repercutir inmediatamente sobre los costes de producción o sobre el abastecimiento.

Esta realidad obliga a los directivos a desarrollar una cultura de anticipación mucho más sólida que la habitual. Diversificar proveedores, establecer inventarios estratégicos, digitalizar las cadenas de suministro

Liderar empresas desde una isla: cuando la geografía no determina el futuro

o elaborar planes de contingencia dejan de ser simples recomendaciones de gestión para convertirse en auténticas condiciones de supervivencia empresarial.

La pandemia de la COVID-19 evidenció precisamente esta circunstancia. Muchas organizaciones acostumbradas históricamente a gestionar la incertidumbre reaccionaron con una rapidez notable ante la ruptura de las cadenas globales de suministro. No porque dispusieran de mayores recursos, sino porque habían incorporado la resiliencia como parte natural de su modelo de gestión.

Otro de los grandes retos deriva del propio tamaño del mercado.

Las economías insulares difícilmente permiten alcanzar determinadas economías de escala si la empresa limita su actividad al ámbito local. Este hecho condiciona profundamente la estrategia empresarial.

Mientras algunas compañías continentales pueden crecer durante años dentro de un único mercado nacional, muchas empresas insulares nacen prácticamente con vocación internacional. Exportar bienes, prestar servicios digitales, establecer alianzas estratégicas o buscar clientes fuera del territorio no constituye una opción de crecimiento, sino una necesidad competitiva.

Quizá por ello numerosos empresarios de Canarias, Baleares o Madeira han entendido antes que otros que la internacionalización no consiste únicamente en vender en el exterior, sino en pensar globalmente desde el primer día.

Existe además otro factor que condiciona de forma decisiva el liderazgo empresarial: el talento.

La limitada dimensión de los mercados laborales dificulta atraer determinados perfiles profesionales altamente cualificados. Ingenieros, especialistas digitales, profesionales sanitarios o expertos financieros suelen concentrarse en grandes áreas metropolitanas, lo que obliga a las empresas insulares a competir en condiciones desiguales.

Pero también aquí la transformación digital está modificando las reglas del juego.

El trabajo híbrido y remoto permite incorporar profesionales que residen en cualquier parte del mundo, mientras que numerosos trabajadores cualificados optan por desarrollar su carrera desde territorios que ofrecen una elevada calidad de vida.

Las islas poseen precisamente ese activo intangible. Canarias, Baleares y Madeira combinan seguridad jurídica, estabilidad institucional, clima favorable y calidad ambiental, factores cada vez más valorados por el talento internacional. El reto consiste en transformar esas ventajas en políticas empresariales capaces de atraer y retener capital humano.

Existe además una característica menos visible, pero extraordinariamente relevante: la reputación.

Las economías insulares presentan una elevada densidad relacional. Empresarios, trabajadores, administraciones públicas, universidades y organizaciones sociales mantie-

nen vínculos mucho más estrechos que en mercados de gran tamaño.

Esta proximidad genera confianza, pero también exige un ejercicio permanente de responsabilidad.

En estos entornos la reputación no puede construirse únicamente mediante campañas de comunicación. Se consolida a través de comportamientos consistentes, transparencia en la gestión, compromiso con el territorio y generación de valor compartido.

No resulta casual que muchas empresas líderes en territorios insulares mantengan una fuerte implicación social, colaboren con universidades, impulsen proyectos culturales o participen activamente en iniciativas de sostenibilidad. Han comprendido que el éxito económico y la legitimidad social forman parte de una misma ecuación.

Otro aspecto que merece especial atención es la innovación.

Existe una idea ampliamente extendida según la cual la innovación florece únicamente en grandes áreas metropolitanas. Sin embargo, la experiencia demuestra lo contrario.

Las limitaciones propias de la insularidad han impulsado soluciones especialmente innovadoras en ámbitos como la gestión del agua, las energías renovables, la economía circular, la movilidad sostenible o la digitalización de los servicios públicos.

Canarias, por ejemplo, se ha convertido en un laboratorio de referencia para la integración de energías renovables en sistemas eléctricos aislados, mientras que Madeira ha desarrollado iniciativas vinculadas a la economía digital y Baleares avanza en modelos de turismo más sostenibles e inteligentes. La necesidad ha actuado, una vez más, como motor de la innovación.

No menos importante resulta el papel de la cooperación institucional.

Las economías insulares suelen desarrollar mayores niveles de colaboración entre administraciones públicas, universidades, centros tecnológicos y tejido empresarial. La limitada dimensión del ecosistema económico favorece la creación de redes de conocimiento, clústeres sectoriales y proyectos conjuntos que difícilmente alcanzarían el mismo grado de coordinación en territorios mucho más extensos.

En una economía basada cada vez más en el conocimiento, esta capacidad para colaborar constituye una ventaja competitiva difícil de replicar.

Todo ello conduce a una reflexión de mayor alcance.

Durante décadas se consideró que la insularidad representaba una desventaja estructural que debía compensarse mediante políticas públicas específicas. Esa visión continúa siendo parcialmente válida. Instrumentos como el Régimen Económico y Fiscal de Canarias, las ayudas al transporte, los fondos europeos destinados a las regiones ultraperiféricas o las políticas de cohesión territorial siguen siendo esenciales para garantizar la igualdad de oportunidades.



Pero limitar el debate exclusivamente a la compensación de los sobrecostes supone ignorar otra realidad igualmente importante.

Las islas han desarrollado una cultura empresarial caracterizada por la resiliencia, la adaptación permanente, la eficiencia en el uso de los recursos y la capacidad para gestionar entornos complejos. En un escenario internacional marcado por la incertidumbre geopolítica, la fragmentación de las cadenas de suministro, la transición energética y la revolución tecnológica, esas competencias dejan de ser una singularidad insular para convertirse en atributos imprescindibles del liderazgo empresarial contemporáneo.

La cuestión ya no es si una empresa puede competir desde una isla. La experiencia demuestra que sí puede hacerlo. La verdadera diferencia reside en cómo se lidera esa organización.

El liderazgo empresarial del siglo XXI exige visión estratégica, capacidad para anticipar riesgos, sensibilidad hacia el territorio, compromiso con la sostenibilidad y habilidad para atraer talento e innovación. Son precisamente las cualidades que muchas empresas insulares llevan décadas cultivando.

Conclusión

Quizá haya llegado el momento de dejar de contemplar la insularidad únicamente como un factor de vulnerabilidad para empezar a entenderla como una escuela de liderazgo. Las restricciones geográficas no desaparecen y seguirán condicionando la actividad económica, pero la experiencia demuestra que no son un obstáculo insalvable para la competitividad ni para el crecimiento.

Canarias, Baleares o Madeira evidencian que es posible construir empresas sólidas, innovadoras y con proyección internacional desde territorios alejados de los grandes centros económicos. Lo determinante no es la distancia que separa a una isla del continente, sino la calidad de las decisiones que toman quienes la dirigen.

En una época en la que todas las empresas deben aprender a gestionar la incertidumbre, la volatilidad y el cambio permanente, el liderazgo forjado en los territorios insulares deja de ser una excepción para convertirse en una referencia. Porque, al fin y al cabo, las fronteras de una organización nunca las marca el mar que la rodea, sino la capacidad de sus dirigentes para convertir cada limitación en una oportunidad y cada desafío en una ventaja estratégica.

Coherencia y crueldad



demás y, al mismo tiempo, nunca habíamos sabido tan poco de ellos. Hemos confundido el escaparate con la trastienda, la fotografía con la película y un instante compartido con toda una vida. Nos basta una publicación para imaginar cómo duerme alguien, cómo ama, cómo sufre o cuánto dinero tiene. Nos hemos acostumbrado a completar los huecos de las historias ajenas con nuestra propia imaginación, y casi siempre lo hacemos convencidos de que estamos siendo objetivos.

Quizá esa sea una de las formas más silenciosas de la crueldad. No la crueldad que nace del deseo de hacer daño, sino la que aparece cuando olvidamos que detrás de cada persona existe un contexto que desconocemos por completo. Juzgar sin contexto es una violencia elegante. No deja heridas visibles, pero sí retrata una enorme falta de humanidad.

Aquella conversación me hizo pensar, no porque necesitara justificarme ante nadie, sino porque me obligó a hacerme una pregunta incómoda: ¿qué significa realmente ser coherente?

Vivimos obsesionados con una coherencia teatral. Parece que, si uno atraviesa un momento complicado, tiene la obligación de exhibirlo. Que la tristeza debe hacerse pública para resultar creíble y que la vulnerabilidad solo existe cuando se convierte en contenido. Como si sonreír en medio de una tormenta fuese una forma de engañar al mundo.

Y, sin embargo, yo no lo veo así.

Durante los últimos meses he vivido una de las etapas más complejas de mi vida. Una etapa que muy pocas personas conocen porque decidí protegerla. No por orgullo, ni por vergüenza, ni por miedo, sino porque siempre he pensado que las redes sociales

no son un parte médico del alma. Hay batallas que pertenecen al ámbito de lo íntimo y convertirlas en espectáculo no las hace más reales.

Lo paradójico es que, mientras por dentro todo exigía un esfuerzo enorme, por fuera las cosas empezaban a funcionar. Este verano, por primera vez en muchos años, mis empresas han tenido más trabajo que nunca en esta época. Las últimas Navidades fueron las mejores de nuestra historia. Los proyectos crecían, las formaciones se multiplicaban y el futuro comenzaba, por fin, a parecerse al futuro que llevaba años imaginando.

Pero la vida tiene esa incómoda costumbre de no ordenar los acontecimientos como nos gustaría. A veces el trabajo da sus frutos cuando todavía estás pagando el precio de decisiones, errores o circunstancias que vienen de mucho antes. Y eso también forma parte de la realidad empresarial, aunque pocas veces se cuente. Hay negocios que empiezan a despegar mientras sus propietarios siguen peleando por recuperar el equilibrio. No porque el proyecto vaya mal, sino porque la vida no entiende de balances trimestrales.

Entonces comprendí que quizá la coherencia no consiste en parecer fuerte ni en parecer débil. Consiste, simplemente, en no traicionarte.

Yo sigo creyendo exactamente en las mismas cosas en las que creía hace diez años. Sigo enamorado de Canarias y convencido de que esta tierra merece oportunidades para que el talento no tenga que marcharse. Sigo creyendo en la formación como la herramienta más poderosa para transformar empresas y personas. Sigo pensando que el éxito solo tiene sentido cuando genera oportunidades para otros. Y sigo diciendo, medio en serio y medio en broma, que algún día seré millonario. No porque el dinero sea una meta en sí misma, sino porque la verdadera riqueza es la libertad de construir proyectos sin que el miedo decida por ti.

No han cambiado mis valores.

Lo que ha cambiado es mi manera de protegerlos.

Con los años he aprendido que poner límites no te convierte en peor persona. Que ayudar a todo el mundo puede acabar siendo una forma de abandonarte a ti mismo. Que la generosidad necesita inteligencia para no

OPINIÓN

AGONEY MELIÁN

CEO DE
VALTIA FORMACIÓN

Agoney Melián Sosa

@agoney_melian

convertirse en desgaste. Y que hay momentos en los que la mayor muestra de responsabilidad consiste en concentrar todas tus fuerzas en reconstruir aquello que solo tú puedes reconstruir.

Quizá por eso me llamó tanto la atención aquella conversación. Porque me hizo pensar que muchas veces confundimos la coherencia con la escenificación del sufrimiento. Como si una persona solo pudiera ser auténtica cuando enseña sus cicatrices. Como si quien sigue sonriendo estuviera obligado a demostrar que esa sonrisa no es una mentira.

No sabemos cuánto pesa la mochila que lleva quien tenemos delante. No sabemos si esa persona acaba de perder un negocio, una relación, un familiar o una noche entera de sueño. No sabemos cuántas veces ha pensado en rendirse antes de levantarse una vez más para cumplir con su trabajo. Y, sin embargo, opinamos con una facilidad asombrosa.

Tal vez la verdadera coherencia empiece mucho antes de juzgar a los demás. Tal vez consista en aceptar que desconocemos casi todo sobre la vida de quien tenemos enfrente. Tal vez consista en recordar que la empatía no es un discurso bonito, sino el humilde ejercicio de reconocer que nunca vemos la fotografía completa.

Hoy, lejos de sentirme molesto por aquella conversación, me siento agradecido. Porque me recordó que todavía merece la pena detenerse a pensar sobre estas cosas. Porque me obligó a revisar mis propias certezas. Y porque, sin pretenderlo, me enseñó que la crueldad más común rara vez levanta la voz: simplemente habla demasiado pronto.

Ojalá la próxima vez que veamos a alguien sonriendo no demos por hecho que su vida es perfecta. Quizá esa sonrisa no sea la prueba de que todo va bien. Quizá sea, simplemente, la decisión más valiente que ha tomado ese día.

Y, curiosamente, pocas cosas me parecen más coherentes que esa.

Hace unos días, un amigo me hizo un regalo. No venía envuelto, no llevaba lazo y, durante unos segundos, ni siquiera supe si agradecerlo o dejarlo pasar. Me habló de una conversación en la que varias personas, todas ellas jóvenes, debatían sobre mí. Sobre mi manera de vivir, de trabajar y, sobre todo, sobre una palabra que aparecía una y otra vez entre sus conclusiones: la coherencia.

Lo curioso es que ninguno de ellos pretendía hacer daño. No había odio en sus palabras ni mala intención en sus juicios. Había algo mucho más frecuente y, precisamente por eso, mucho más peligroso: la certeza de creer que conocían la historia completa cuando, en realidad, solo habían visto algunas páginas sueltas.

Vivimos en una época extraña. Nunca habíamos tenido tanta información sobre los



**COLEGIO OFICIAL
DE QUÍMICOS DE CANARIAS**

www.colequimcan.es

Químicos
Bioquímicos
Ciencias del Mar
Ingenieros Químicos
Biotecnólogos
Ciencias Ambientales
Técnicos de los alimentos

¡COLÉGIATE!

OPINIÓN
MIGUEL BORGES
PAREJO
DIRECTIVO TURÍSTICO

Bienestar y Seguridad Jurídica

Habrà sido pura casualidad, pero en las últimas semanas he escuchado a varios pequeños empresarios y a algún buen ahorrador, decir que dados los aparentes vaivenes que perciben, van a aparcarse algún proyecto o inversión hasta que tengan la sensación de que nos rodea un entorno más sosegado.

Y la pregunta que me hago a cuenta de esto es: ¿son realmente conscientes nuestros dirigentes del daño económico que puede causar la ausencia de un nivel de certidumbre adecuado?. Porque está claro que esa certidumbre procede en gran medida de una buena seguridad jurídica, que hace que la probabilidad de inversión sea mayor y que por ello la innovación y el crecimiento económico sean sostenidos a lo largo del tiempo. Y no se pretende con esto sembrar dudas sobre un sistema, el nuestro, que es garante de libertades y un nivel de bienestar que ya quisieran muchas otras zonas del mundo, si no más bien llamar la atención sobre la necesidad de mandar un mensaje que comunique con claridad, que la aplicación de las leyes y el

cumplimiento de los contratos están fuera de toda duda en nuestro país, gobierne quien gobierne tenga un color político u otro, ya que tal es la gresca política, que en algunos momentos da la impresión que ni sobre los consensos más elementales son capaces de ponerse de acuerdo.

Que se tenga la certeza de que las reglas no cambiarán de manera arbitraria, es un principio básico para que las inversiones no se pospongan, o peor aún, se trasladen a otros países, y de ahí que el mensaje conjunto de gobierno y oposición, sean estos del espectro político que sean, debería ser el de que la protección que tuvo un proyecto, una propiedad o una inversión hoy, la seguirá teniendo en lo sucesivo si lo que promulgaba y protegía nos hacía crecer y generaba riqueza y bienestar.

Y es que hay cierta evidencia empírica que avala la relación directa entre calidad institucional y certidumbre jurídica con el crecimiento económico y el bienestar de las sociedades, como por ejemplo muestran los datos del índice Rule of Law del Banco Mundial sobre aquellos países que cumplen en buena medida con esos requisitos y que muestran a su vez unos elevados niveles de inversión privada, una mayor inversión extranjera directa y también una mayor productividad empresarial. O el índice de libertad económica que arroja datos sobre la relación directa y proporcional entre mayor protección de los



derechos de propiedad y menor arbitrariedad regulatoria con un PIB per cápita elevado, mejores salarios y hasta una mayor esperanza de vida derivada de unas mejores condiciones socioeconómicas.

Y aterrizando estas ideas y datos sobre nuestro país, y concretando más aún, sobre nuestra región, cabría preguntarse si en una economía tan abierta como la canaria, dada la estructura que la compone, la seguridad jurídica es un factor de competitividad más, por la necesidad de generar confianza que tienen sectores tan expuestos al exterior como el turístico, las energías renovables, la construcción de infraestructuras...etc., con horizontes de amortización a medio y largo plazo, que hacen que los inversores exijan ciertas garantías que les permitan apostar por proyectos de esa magnitud.

Y es que una Canarias fiable es una región confiable, que transmite seguridad al inversor en general y también al mercado turístico internacional.

Por ello, deberemos diferenciarnos en estabilidad normativa, rapidez administrativa, planificación territorial, colaboración público-privada y todo aquello que aleje la incertidumbre y el coste económico que ella genera.

Y es que una política de atracción de inversiones, a través de reglas claras, administraciones ágiles y eficaces, con un marco estable y perdurable en el tiempo, que eviten el dar bandazos innecesarios, sumado a nuestras fortalezas naturales, paisajísticas o climáticas podrían hacer que mirásemos al futuro con más confianza.

LOS REALEJOS

5 JULIO • 11:30
• PEQUE TAMELA

18 JULIO • 11:30
• GÜICHO Y LA BANDA

1 AGOSTO • 20:30
• YUMARA LUIS DÚO

7 AGOSTO • 20:30
• DELLA DU

8 AGOSTO • 20:30
• PILY SOY YO

29 AGOSTO • 20:30
• SANDRA MORALES DÚO

5 SEPTIEMBRE • 20:30
• ECHEYDE VALLE VERDE

11 SEPTIEMBRE • 20:30
• ANNA RODRÍGUEZ & ELISEO LLOREDA

18 SEPTIEMBRE • 20:30
• S.M. FILARMÓNICA DE LOS REALEJOS

CULTURA
AL PARQUE

PARQUE LA PARRA

Canary Washing: cuando poner el nombre de Canarias no basta para defenderla



OPINIÓN

ALONSO FERNÁNDEZ
SECRETARIO GENERAL
DE ASUICAN

Canarias es mucho más que una imagen. Es un territorio, una identidad y una economía construida sobre el esfuerzo de miles de personas que trabajamos cada día para producir, transformar y distribuir bienes y alimentos.

En los últimos años, la identidad canaria y su origen han ganado protagonismo como elementos de comunicación comercial, impulsados por un consumidor cada vez más interesado en conocer y apoyar la producción local.

Sin embargo, esta tendencia exige que la referencia a Canarias esté respaldada por un compromiso real. Ahí surge el concepto de Canary Washing, entendido como el uso de la identidad y los símbolos canarios como reclamo comercial sin una correspondencia real con las compras, la producción o el apoyo al tejido económico de las islas.

La defensa de lo canario no se mide por la imagen o formato de un establecimiento o una campaña puntual, sino por hechos: compras reales, relaciones estables y un compromiso continuo con agricultores, ganaderos, cooperativas e industrias alimentarias.

El verdadero compromiso con Canarias debe medirse por la capacidad de generar actividad económica en las islas, sostener empleo, impulsar a los proveedores locales y mantener relaciones comerciales estables a lo largo del tiempo. Son esos hechos, y no únicamente la comunicación comercial, los que fortalecen el tejido productivo canario. Canarias no se mide por una imagen, sino por una cadena de valor.

Cada producto canario representa mucho más que un origen geográfico. Detrás de cada alimento cultivado, elaborado o transformado en nuestras islas existe una amplia cadena de profesionales que generan actividad económica, empleo y oportunidades.

Agricultores, ganaderos, cooperativas, industrias alimentarias, empresas logísticas, transportistas y supermercados formamos parte de un mismo sistema que contribuye a fijar población, mantener el territorio activo y fortalecer la economía canaria.

Por eso, cuando una empresa decide poner en valor el origen canario de sus productos,

esa decisión debe ser bienvenida siempre que exista una correspondencia entre el mensaje y la realidad. Cuanto mayor sea la demanda de productos locales, mayores serán también las oportunidades para que nuestros productores puedan crecer y consolidarse. Pero ese compromiso debe demostrarse con hechos.

El producto canario necesita estabilidad, no acciones puntuales

Debemos ser conscientes de que Canarias, por sus propias características, no puede producir todo aquello que consume. Nuestra condición de región ultraperiférica, las limitaciones del territorio agrícola, la escasez de agua y las dimensiones del mercado hacen necesaria la importación de determinados productos.

Esto no debe entenderse como una contradicción. La producción local y la importación son realidades complementarias y necesarias para garantizar el abastecimiento de una población de más de dos millones de habitantes, además de los visitantes que recibe nuestro archipiélago.

Precisamente por ello, apostar por el producto canario requiere un compromiso aún mayor. Significa mantener compras durante todo el año, adaptarse a la estacionalidad de las producciones, trabajar con explotaciones de menor dimensión y construir relaciones comerciales estables que permitan a agricultores e industrias planificar su futuro con seguridad.

Lo verdaderamente importante es que el consumidor tenga información clara y transparente sobre el origen de aquello que compra. La identificación del producto canario debe basarse en criterios objetivos, no en percepciones creadas por un determinado formato de venta.

El supermercado, un aliado permanente del productor canario

En ocasiones se transmite la idea equivocada de que la defensa del producto canario depende del formato donde se comercializa. Esa visión no responde a la realidad.

Un establecimiento no es más canario por utilizar una determinada estética, presentar sus productos de una manera concreta o realizar campañas vinculadas al territorio.

Ese compromiso comienza mucho antes de que el consumidor encuentre el producto en el lineal. Empieza cuando se establecen acuerdos comerciales que permiten planificar cultivos, inversiones y producción, reduciendo la incertidumbre y favoreciendo el desarrollo del sector primario y de la industria alimentaria canaria.

Los supermercados somos el principal cliente del campo y de la industria alimentaria canaria. Nuestra función es establecer relaciones comerciales permanentes que permitan a agricultores, ganaderos e industrias planificar sus producciones, invertir, mantener empleo y desarrollar nuevos productos.

Además, asumimos el reto de garantizar que esos productos lleguen diariamente a todos los rincones del archipiélago, superando las dificultades derivadas de la insularidad y asegurando que el consumidor pueda acceder a la producción local con regularidad, seguridad y calidad.

También debemos reconocer el papel esencial de las cooperativas y organizaciones de productores, que realizan una labor imprescindible de selección, clasificación, envasado, control de calidad y preparación

del producto antes de llegar al consumidor. Sin ese trabajo sería imposible garantizar un suministro regular y con todas las garantías.

La verdadera defensa del producto canario no está en una acción puntual, sino en una relación continua entre todos los agentes de la cadena alimentaria.

Transparencia para proteger el valor de la marca Canarias

El consumidor tiene derecho a recibir información clara y veraz. Por ello, todas las empresas que formamos parte de la cadena alimentaria debemos actuar con responsabilidad y garantizar que las referencias al origen sean precisas y no generen confusión.

Las marcas deben evitar mensajes que puedan hacer creer que un producto es canario cuando no lo es o cuando su relación con Canarias es únicamente testimonial.

Del mismo modo, las administraciones públicas deben establecer criterios homogéneos y verificables para proteger el valor de la marca Canarias y evitar prácticas que puedan perjudicar tanto al consumidor como a los propios productores locales, y especialmente no sobrevalorar unos formatos comerciales sobre otros invocando la bandera de la canariedad.

La mejor forma de proteger la marca Canarias es valorar el compromiso efectivo de todas las empresas que contribuyen al desarrollo del tejido productivo, evitando identificar el apoyo al producto local con un único modelo comercial o con acciones promocionales de carácter puntual.

También es necesario seguir explicando cómo funciona la cadena alimentaria y poner en valor el papel que desempeña cada uno de sus integrantes. Los supermercados garantizamos la disponibilidad permanente de productos, la seguridad alimentaria, la trazabilidad y la conexión diaria entre productores y consumidores.

La canariedad se demuestra con compromiso y este se mide por el volumen de compras, no por la imagen del establecimiento

Desde ASUICAN defendemos que la protección del origen canario debe construirse sobre realidades, no sobre percepciones. El producto local no necesita únicamente visibilidad, necesita apoyo efectivo, compradores estables, acuerdos duraderos y una cadena de valor comprometida con su crecimiento.

Por eso, la verdadera canariedad no se encuentra en un escaparate ni en una campaña de marketing. Se encuentra en las compras realizadas a nuestros agricultores e industrias, en el apoyo continuado durante los doce meses del año y en la capacidad de garantizar al consumidor un producto local de calidad, seguro y disponible.

Todo ello permite al consumidor acceder durante todo el año a una oferta amplia de productos locales con las máximas garantías de calidad, seguridad alimentaria y disponibilidad.

No existe un indicador más objetivo del compromiso con el producto canario que el volumen de compras realizadas a proveedores de las islas y la continuidad de esas relaciones comerciales durante los doce meses del año.

Frente al Canary Washing, debemos apostar por una Canarias auténtica, una Canarias basada en hechos, compromiso y resultados. Porque defender lo canario no es solo decirlo. Es demostrarlo.

Gustavo Escobar: “El crecimiento de Tropical Hoteles pasa por consolidar cada activo y construir una estrategia común”



ENTREVISTA

GUSTAVO ESCOBAR

DIRECTOR GENERAL DE LA DIVISIÓN TURÍSTICA DE TROPICAL HOTELES Y DIRECTOR ESTRATÉGICO DEL GRAN HOTEL TAORO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Tras liderar con éxito la reapertura y el posicionamiento del Gran Hotel Taoro, ahora da un paso más asumiendo la dirección general de la división turística de Tropical Hoteles. ¿Qué supone este nombramiento y cómo cambia su responsabilidad dentro del grupo?

Lo asumo como un paso natural dentro de la evolución de la compañía y, al mismo tiempo, como una responsabilidad importante. Tropical Hoteles es una empresa cien por cien canaria, con más de cuarenta años de arraigo en Tenerife y una trayectoria muy vinculada al desarrollo turístico de la isla.

Después de liderar la reapertura del Gran Hotel Taoro, paso a coordinar la estrategia de la división turística, incorporando también Abama Hotels. Estoy muy agradecido por la confianza que la compañía ha depositado en mí.

Mi responsabilidad cambia porque ya no se trata únicamente de impulsar un hotel, sino de alinear diferentes activos, equipos y modelos de negocio bajo una visión común. El objetivo es crecer, mejorar la rentabilidad y aprovechar mejor todo lo que ya tenemos, sin perder la identidad de cada establecimiento.

► Tras liderar la reapertura del Gran Hotel Taoro, Gustavo Escobar amplía su responsabilidad al frente de la división turística de Tropical Hoteles. En esta conversación explica cómo quiere integrar los activos de Abama y Taoro bajo una estrategia común, manteniendo la identidad de cada proyecto y reforzando la rentabilidad, el talento y la innovación

A partir de ahora tendrá bajo su coordinación la estrategia de diferentes activos hoteleros con identidades muy distintas. ¿Cuál será su hoja de ruta para conseguir una visión común sin perder la personalidad de cada establecimiento?

Tener una estrategia común no significa convertir todos los hoteles en el mismo producto. Gran Hotel Taoro y Abama son dos realidades muy diferentes y precisamente ahí está parte de su valor.

El Taoro es un gran hotel histórico en el norte de Tenerife, con una identidad muy vinculada a Puerto de la Cruz. Abama es un resort de enorme dimensión en el sur, donde conviven alojamiento, residencial, golf, spa y una propuesta gastronómica muy completa.

La hoja de ruta pasa por compartir las mejores prácticas, profesionalizar procesos, trabajar con la misma calidad de información y desarrollar una estrategia común en áreas como personas, tecnología, compras, comercialización y control de gestión. Todo ello respetando el posicionamiento y la personalidad de cada activo. Mi experiencia de más de veinticinco años en hotelería de lujo, y el trabajo realizado durante la apertura del Taoro, me permiten abordar esta integración con una visión muy práctica: identificar lo que funciona, corregir lo que no y trasladar las buenas prácticas de un establecimiento a otro.

Uno de sus objetivos será generar sinergias entre establecimientos como Gran Hotel Taoro y Abama Hotels. ¿Dónde cree que existen las mayores oportunidades de colaboración y qué ventajas terminará percibiendo el cliente?

Las principales oportunidades están en la gestión del talento, la formación, las compras, la tecnología, la comercialización y la capacidad de compartir conocimiento entre equipos.

Operar con una visión de grupo nos da más volumen, más capacidad de negociación y una oferta mucho más completa. Entre nuestros activos contamos con alojamiento de alta gama, golf, spas, gastronomía y espacios para eventos, lo que nos permite construir experiencias más amplias y trabajar mejor la relación con el cliente.

El cliente debe percibir una mayor consistencia en el servicio, más posibilidades durante su estancia y una atención más personalizada. Internamente, nosotros debemos conseguir procesos más ágiles, mejores decisiones y una gestión más eficiente y rentable.

El turismo atraviesa un momento de profunda transformación: inteligencia artificial, digitalización, sostenibilidad y cambios en la demanda. ¿Qué tendencias considera que marcarán el futuro de la hotelería de alta gama y cómo quiere posicionar a Tropical Hoteles ante ese escenario?

La tecnología va a transformar profundamente la gestión hotelera, pero no debe sustituir aquello que hace diferente a la hospitalidad. La inteligencia artificial y la digitalización tienen que ayudarnos a eliminar tareas repetitivas, anticiparnos a las necesidades del cliente y tomar decisiones con mayor rapidez.

Eso permitirá que nuestros equipos dediquen más tiempo a lo verdaderamente importante: recibir, escuchar y cuidar al huésped. El recepcionista seguirá dando la bienvenida con una sonrisa y el camarero seguirá dando los buenos días. La tecnología debe estar al servicio de las personas, no al revés.

También veremos una demanda cada vez más interesada en experiencias auténticas, personalizadas y responsables. La sostenibilidad dejará de ser un elemento de comunicación para convertirse en una parte inseparable de la operación: eficiencia energética, gestión del agua, reducción de residuos y protección del entorno.

Queremos que Tropical Hoteles avance en esas áreas sin perder su identidad canaria ni la cercanía que debe caracterizar a nuestra forma de entender el lujo.

Tropical Hoteles habla de crecimiento sostenible, innovación, rentabilidad y fortalecimiento de marca. Si tuviera que definir tres grandes prioridades para esta nueva etapa, ¿cuáles serían y qué cambios espera que sean visibles en los próximos años?

La primera prioridad es consolidar el negocio. Venimos de años turísticos muy positivos, pero el contexto económico y geopolítico obliga a ser prudentes. Tenemos que reforzar la rentabilidad de cada activo, revisar permanentemente los costes y asegurarnos de que el crecimiento tenga una base sólida.

La segunda prioridad son las personas. Necesitamos desarrollar a nuestros equipos, atraer talento y construir una cultura común basada en la responsabilidad, la formación y el orgullo de pertenencia.

La tercera es avanzar en innovación y excelencia operativa. Eso incluye tecnología, digitalización y sostenibilidad, pero siempre aplicadas a problemas reales y con resultados medibles. En los próximos años deberían verse hoteles más consistentes, equipos con mayor capacidad de decisión, procesos más rápidos y una marca Tropical Hoteles mucho más reconocible.

En la nota de su nombramiento se habla de reforzar el posicionamiento de Tropical Hoteles como operador de referencia en el segmento premium. ¿Qué cree que le falta todavía al grupo para situarse entre los grandes referentes de la hotelería de lujo en España?

Nos falta tiempo, consistencia y una mayor visibilidad como operador. Abama Hotels ya es una marca reconocida, mientras que Gran Hotel Taoro acaba de iniciar su nueva etapa y todavía necesita completar su posicionamiento comercial.

Tropical Hoteles tiene historia, conocimiento y activos extraordinarios, pero la marca corporativa no siempre ha tenido el protagonismo comercial que merece. Ahora debemos construir un relato común y, sobre todo, respaldarlo con resultados.

La reputación no se consigue únicamente con comunicación. Se construye cada día con producto, servicio, rentabilidad y capacidad para cumplir lo que prometemos. Si somos consistentes en esos cuatro aspectos, Tropical Hoteles tendrá argumentos suficientes para ocupar una posición relevante dentro de la hotelería premium española.

Aunque asume esta nueva responsabilidad, seguirá al frente de la dirección estratégica del Gran Hotel Taoro. ¿Cómo piensa compatibilizar ambos retos y qué objetivos específicos se ha marcado para el hotel en esta nueva etapa?

Gran Hotel Taoro seguirá siendo un proyecto muy personal para mí. He estado vinculado a él desde la obra y he dedicado más de dos años a su desarrollo, su apertura y la construcción del equipo.

Ahora comienza una etapa diferente. El hotel necesita consolidar su operación, reforzar su posicionamiento comercial y avanzar hacia una rentabilidad sostenible. Para ello será fundamental incorporar una dirección de operaciones que permita fortalecer el día a día y que yo pueda concentrarme en la estrategia, sin perder el contacto con la realidad del hotel.

Hoy contamos además con herramientas que permiten estar conectados y tomar decisiones con rapidez sin necesidad de permanecer físicamente todo el tiempo en un mismo lugar. La clave no está en estar en todas partes, sino en disponer de buenos equipos, información fiable y una estructura clara de responsabilidades.

Tropical Hoteles reúne actualmente proyectos tan emblemáticos como Gran Hotel Taoro y Abama Hotels. ¿Tiene el grupo vocación de seguir creciendo con nuevos activos hoteleros en Canarias o la prioridad pasa por consolidar y potenciar los que ya gestiona?

La prioridad inmediata es consolidar y desarrollar correctamente los activos actuales. Crecer sin tener bien resuelta la operación, el posicionamiento y la rentabilidad de cada proyecto no tendría sentido.

Eso no significa que renunciemos a nuevas oportunidades. Dentro de Abama estamos preparando Aires de Abama, un producto de nueva generación, más selecto y con un importante componente residencial, que reforzará la propuesta premium del resort.

Existen otros proyectos y posibilidades de crecimiento, pero cada uno tendrá su momento. La compañía ha crecido durante muchos años con prudencia y disciplina financiera, y esa seguirá siendo nuestra forma de avanzar: consolidar primero y crecer después, cuando el proyecto y las condiciones sean los adecuados.

ENTREVISTA

IGNACIO POLADURA
PRESIDENTE DE LA
ASOCIACIÓN CANARIA
DE AGENCIAS DE VIAJE Y
TUOPERADORES

Ignacio Poladura: “Las agencias de viajes estamos recuperando el impulso que ya tuvimos”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Las agencias de viajes de Canarias ya superan los 1.359 millones de euros de facturación anual y generan más de 7.300 empleos. ¿Qué factores han permitido alcanzar estas cifras y qué mensaje trasladan sobre la fortaleza y evolución del sector en las islas?

Es cierto que hemos venido experimentando un crecimiento año tras año, tanto en número de empleados como en facturación.

El sector de las agencias de viajes, especialmente en Canarias, vive un momento dulce. Tras la pandemia se ha producido una aceleración importante porque la demanda se ha dado cuenta de que gestionar sus viajes a través de una agencia aporta valores que otras plataformas digitales no ofrecen.

Hablamos de acompañamiento, asesoramiento, financiación, ahorro de tiempo y atención posventa, además de otros servicios que forman parte de nuestra propuesta de valor. Todo ello ha reforzado la confianza del consumidor y ha acelerado el crecimiento de las agencias de viajes. Por eso decimos que el sector está muy bien posicionado y recuperando el impulso que tuvo en otros momentos.

ACAVyT está haciendo un llamamiento a los jóvenes para que se formen en los ciclos de Agencias de Viajes, Gestión de Eventos y Guía Turística debido a su elevada empleabilidad. ¿Existe actualmente una falta de profesionales cualificados y qué perfiles son los más demandados por las empresas turísticas canarias?

Ahora mismo demandamos perfiles muy vinculados a los sistemas y la tecnología, pero que también aporten capacidades relacionadas con la gestión humana.

Queremos que las nuevas generaciones se animen a desarrollarse profesionalmente en el sector. Canarias siempre ha sido cuna de grandes agentes de viajes, principalmente por el dominio de los sistemas de reservas aéreas y por la realidad de un territorio fragmentado. Además, tenemos la peculiaridad de combinar un mercado emisor y otro receptor, lo que abre un abanico enorme de oportunidades.

Es un sector que, con un mínimo de vocación, ofrece una estabilidad económica y una satisfacción profesional difíciles de encontrar en

ámbitos más monótonos. El trato con el cliente hace que cada día sea diferente y nos obliga a mantener un proceso continuo de actualización. El reto ahora es atraer a la gente joven al sector y estamos trabajando para conseguirlo.

La asociación ha respaldado una gestión ordenada del espacio natural de Anaga, defendiendo el diálogo entre conservación y actividad turística. ¿Cómo se puede encontrar el equilibrio entre proteger los espacios naturales más sensibles y seguir ofreciendo experiencias de calidad a quienes visitan Canarias?

Desde ACAVyT siempre apoyamos todas aquellas medidas que, de forma coherente y con datos, hagan posible una convivencia armoniosa entre residentes y turistas.

Ese equilibrio se consigue con planificación, una colaboración público-privada cada vez más intensa y un análisis real de la capacidad de carga de los recursos turísticos y naturales. También gestionando los flujos de visitantes y redirigiéndolos en función de la ocupación en tiempo real.

Además, es fundamental informar al turista sobre el valor histórico y natural del territorio que visita y sensibilizarlo para que su actividad sea cada vez más ordenada y sostenible.

La incorporación de empresas como Aurum Rooms y Atlántico Excursiones demuestra que la asociación

sigue creciendo. ¿Qué objetivos persigue ACAVyT con esta expansión y cómo fortalece la representación del sector ante los nuevos retos del turismo?

Aurum Rooms es un partner colaborador de la asociación y Atlántico Excursiones es una nueva agencia asociada. Son dos incorporaciones diferentes, pero ambas responden a un mismo objetivo: conectar al mayor número posible de empresas con las agencias de viajes canarias para que comprendan el valor de nuestro mercado y, al mismo tiempo, ofrecer a los agentes herramientas que les permitan diversificar su cartera de productos y servicios.

La incorporación de nuevas agencias nos permite ganar músculo y capacidad de representación para defender los intereses del sector ante la Administración y otros actores con un mayor respaldo.

Además, nuestro sistema de captación no es agresivo. Damos difusión a través de nuestras redes sociales y son, normalmente, las propias agencias o partners quienes se acercan a la asociación para incorporarse.

El viajero actual busca mucho más que reservar un vuelo o un hotel; demanda experiencias personalizadas, asesoramiento y seguridad. ¿Cómo están evolucionando las agencias de viajes para responder a este nuevo perfil de cliente y qué ventajas ofrecen

frente a las plataformas exclusivamente digitales?

Hemos visto una clara evolución. El cliente demanda cada vez más experiencias personalizadas, con propósito y relacionadas no solo con conocer un destino, sino también con participar en su realidad.

Desde las agencias realizamos un trabajo importante de colaboración con organismos oficiales y oficinas de turismo para conocer mejor los destinos que ofrecemos. También apostamos por proveedores responsables, teniendo en cuenta aspectos como la responsabilidad social y la sostenibilidad.

El conocimiento del destino y de las necesidades del cliente es fundamental. Acudimos a formación y mantenemos una actualización constante para unir ambas partes. En ese sentido, este es uno de los principales elementos de diferenciación frente a las plataformas digitales: ofrecer asesoramiento y acompañar al cliente para encontrar exactamente lo que busca.

Canarias continúa siendo uno de los principales destinos turísticos de Europa, pero la competencia internacional es cada vez mayor. ¿Qué medidas considera imprescindibles para que el archipiélago mantenga su competitividad y siga atrayendo un turismo de calidad durante todo el año?

Creo que hay muchas medidas necesarias, pero la inversión en infraestructuras es fundamental. Seguimos teniendo carencias im-

portantes, especialmente en movilidad en algunas islas, lo que genera malestar tanto en visitantes como en residentes.

También debemos mejorar la experiencia en determinados puntos de fricción, como ocurre con los controles de pasaporte de los británicos tras el Brexit. Además, es necesario avanzar en la regeneración hotelera, diversificar la demanda, captar nuevos mercados emisores y especializarnos en determinados nichos.

En los últimos años se ha hecho un buen trabajo en esa dirección, pero debemos centrarnos en mercados rentables, con un mayor gasto en destino. El objetivo no debe ser únicamente crecer en número de visitantes, sino en rentabilidad e ingresos.

“Demandamos perfiles vinculados a la tecnología con capacidad de gestión humana”

Para finalizar, con un sector en crecimiento, nuevos asociados, una mayor demanda de profesionales y retos relacionados con la sostenibilidad y la comercialización del destino, ¿cuáles son los principales objetivos que se ha marcado ACAVyT para lo que resta de 2026 y qué proyectos considera estratégicos para el futuro de las agencias de viajes en Canarias?

Seguiremos trabajando para profundizar nuestras relaciones con las Administraciones Públicas y conseguir que consideren a las agencias de viajes como un elemento fundamental del comercio en las islas, incluyéndolas en campañas de bonos de comercio o bonos turísticos.

También continuaremos reforzando la comunicación con las aerolíneas y el Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible en todo lo relacionado con la liquidación de la parte subvencionada del cargo por servicio.

Otro objetivo es trasladar a la sociedad canaria la labor social que realizan las agencias de viajes, especialmente en un territorio fragmentado donde la brecha digital sigue siendo una realidad y el viaje continúa siendo necesario. Además, seguiremos apoyando a nuestros asociados en licitaciones y programas de viajes subvencionados. Todo ello pasa por mantener un crecimiento orgánico de asociados y partners, así como impulsar proyectos relacionados con la tecnología.



NAVAN

Sé dueño de tu tiempo libre

El tiempo es el recurso más valioso. Disfrútalo como más te gusta a bordo del barco que te mereces. Experimenta la emoción de navegar con los tuyos en un barco diseñado para satisfacer todos tus deseos. Tu felicidad está asegurada gracias a un equipamiento de primer nivel, que te permitirá navegar, practicar deportes náuticos y pernoctar en el mar, de forma cómoda y segura.

www.navan-boats.com



Navan S30



 **Motonáutica**
Las Palmas

C/ Los Dragos, 1-3
Polígono Industrial de Arinaga Fase IV
35118 Agüimes (Las Palmas)

 **Powered by**
MERCURY

Tel. 928 18 06 94 • E-mail: comercial@motonauticalaspalmas.com • www.motonauticalaspalmas.com



Papatour muestra el potencial de su campo de ensayo

► El encuentro organizado por Fedola papas permitió a agricultores, técnicos y distribuidores conocer los resultados del ensayo y comparar la productividad, la resistencia y las cualidades culinarias de doce variedades

Fedola celebró en la Finca Los Álamos, en Tacoronte, una nueva edición de Papatour, la jornada bienal en la que muestra a agricultores, productores, técnicos y distribuidores los resultados de sus ensayos con diferentes variedades de papa.

El encuentro, que se celebra desde hace más de una década, tiene como objetivo aportar información práctica sobre la productividad, resistencia, comportamiento culinario y adaptación al mercado de cada variedad.

La presentación se desarrolló este año en una fecha poco habitual. Un invierno marcado por las lluvias dejó pocas oportunidades para realizar la siembra con garantías y desplazó hasta julio el calendario habitual de la muestra. Estas circunstancias permitieron también comprobar la respuesta de las variedades en un ciclo condicionado por una meteorología diferente a la de otras ediciones.

Resultados sobre el terreno

Los carteles situados al comienzo de cada línea de cultivo permitieron identificar las doce variedades incluidas en el ensayo y la Red Cara utilizada como referencia de control. Durante la explicación técnica, los asistentes conocieron las diferencias observadas en aspectos como el desarrollo, el



Momento del acto de inauguración.

rendimiento, la resistencia y la apariencia comercial de las papas.

La degustación posterior completó la valoración mediante el análisis de su sabor, textura y comportamiento en la cocina. Estas

cualidades son también determinantes para conocer sus posibilidades de incorporación al mercado y su adaptación a las necesidades de los hogares y de la restauración profesional.

Victoria López, presidenta de Grupo Fedola, vinculó Papatour con las raíces de la compañía y con su apuesta por la diversificación y la innovación. «La papa forma parte de nuestra historia y mantener esta cita bienal durante más de una década habla por sí solo de nuestro compromiso con el campo», afirmó. López añadió que el encuentro permite compartir conocimiento y generar nuevas oportunidades para los profesionales del sector.

Alfredo León, director general de Fedola, puso el acento en la necesidad de conectar los resultados agrícolas con la demanda comercial. Según explicó, una variedad debe ofrecer un buen comportamiento durante el cultivo, pero también responder adecuadamente en procesos como el lavado, el envasado, la conservación y la cuarta gama.

«Queremos que la innovación desarrollada en los ensayos tenga una salida comercial real y permita ofrecer a nuestros clientes productos y formatos adaptados a sus necesidades», señaló León. El director

general destacó que esta visión permite integrar el proceso desde la elección de las variedades hasta la preparación final del producto.

El consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria del Gobierno de Canarias, Narvay Quintero; el consejero de Industria y Sector Primario del Cabildo de Tenerife, Manuel Fernández; y la alcaldesa de Tacoronte, Sandra Izquierdo, coincidieron en valorar la transferencia de conoci-

miento que genera Papatour y su contribución a mejorar la competitividad del cultivo.

Los representantes públicos destacaron también la importancia de la colaboración entre administraciones, empresas y agricultores para defender el producto local, impulsar la innovación y favorecer la rentabilidad del sector primario.

Más capacidad comercial

La compañía, integrada en el Grupo Fedola, aprovechó la celebración de Papatour para presentar el aumento de su capacidad de comercialización con la puesta en marcha de una nueva planta de envasado.

Las instalaciones permitirán incrementar el volumen de preparación de papa y ampliar los formatos dirigidos principalmente a la restauración, el canal HORECA y la industria alimentaria.

Durante la jornada también se presentó el formato de semivacío de la línea de cuarta gama desarrollada bajo la marca Fedola Fresh, que ofrece productos seleccionados, pelados, cortados y listos para cocinar.

Esta ampliación responde a la demanda de soluciones que reduzcan los tiempos de preparación y las mermas en las cocinas profesionales. También refuerza la relación entre los ensayos de Papatour y la actividad comercial de Fedola, ya que el comportamiento de una variedad durante el lavado, el pelado, el corte o el envasado puede ser tan relevante como su productividad en el cultivo.



Consejero y Viceconsejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Soberanía Alimentaria del Gobierno de Canarias junto a directivos del grupo con la presidenta Victoria López.



Beatriz Calzada: “Reclamamos que se nos reconozca como un puerto de Grupo I”

ENTREVISTA

BEATRIZ CALZADA
PRESIDENTA DE LA AUTORIDAD
PORTUARIA DE LAS PALMAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

La Autoridad Portuaria de Las Palmas ha defendido recientemente que, por volumen de actividad y crecimiento, el puerto ya reúne méritos para formar parte del Grupo I del sistema portuario español. ¿Qué supondría este reconocimiento para el puerto y para Canarias?

En el Sistema Portuario Español, las autoridades portuarias se dividieron hace unos veinte años en distintos grupos. Esta clasificación va asociada directamente a la estructura de cada autoridad portuaria.

La Autoridad Portuaria de Las Palmas fue configurada en el Grupo 2, pero la realidad es que hoy, tanto por volumen de actividad como de movimiento de mercancías, hemos superado ya a algún puerto, como Bilbao, que forma parte del Grupo I.

Ser Grupo I supone disponer de una mayor estructura, mayor capacidad de gestión y una organización más especializada para atender los diferentes tráficos que tenemos. El símil es muy fácil: es gestionar un equipo de Primera División con recursos de Segunda División. Esa es la situación en la que nos encontramos y por eso reclamamos que se nos reconozca el Grupo I.

Las conexiones marítimas con África cobran cada vez más importancia para Canarias. ¿Qué papel desempeña el Puerto de Las Palmas en este crecimiento y qué oportunidades ofrece para el futuro?

Los puertos de Las Palmas, y La Luz en particular, están configurados como un hub logístico, un hub de almacenamiento. Somos puertos de tránsito y de transbordo y, por tanto, ese eje tricontinental entre Europa, África y América. Recibimos tráficos desde y hacia estos destinos, con una diversidad que hace que aquí lleguen buques de todo el mundo para reparación naval. Somos el número uno en reparación naval del sistema portuario español y los segundos, tras Algeciras, en suministro de combustible.

Ofrecemos esa puerta sobre todo a África, pero también a América. Somos la ruta más corta hacia Sudamérica y una de las más rápidas hacia Europa, con menos días de navegación, menor consumo de combus-

tible y menos emisiones, lo que nos hace muy atractivos.

Además, contamos con rutas a África consolidadas y de éxito, con transbordos desde los que la mercancía continúa hacia puertos africanos.

Por tanto, no solo somos una oportunidad de futuro, sino una realidad. También lo somos para los países iberoamericanos que quieren proyectarse hacia África y necesitan puertos seguros, con reglamentación europea, que ofrezcan garantías jurídicas y operativas para trabajar con el continente africano y con Europa.

La economía azul ya representa cerca del 3 % del PIB de Canarias y continúa generando empleo y actividad económica. ¿Cómo contribuye la Autoridad Portuaria de Las Palmas a este desarrollo?

Nosotros participamos en proyectos de investigación para futuros desarrollos vinculados a la sostenibilidad de nuestros mares y del entorno marítimo-portuario, que cada día cobran más fuerza porque representan una gran oportunidad para desarrollar soluciones que mejoren nuestra logística, siempre caminando hacia la descarbonización, que es uno de los grandes retos del sistema portuario.



Además, en Canarias la eólica marina offshore es flotante y el Puerto de La Luz se configura como el referente del Atlántico Medio para su desarrollo. La implantación de la eólica marina en Canarias, y especialmente en Gran Canaria, requerirá un puerto con infraestructura y capacidad para desarrollar toda la industria asociada: tecnología, ensamble y fabricación de elementos flotantes.

En los últimos meses se ha hablado mucho de sostenibilidad y de combustibles alternativos para el transporte marítimo. ¿Cómo se está preparando el Puerto de Las Palmas para esta transición?

Este es el gran reto de todo el sistema marítimo-portuario, no solo en Canarias, sino en España y a nivel internacional. Tiene varias vías.

Una es la digitalización. Estamos avanzando en procesos digitales más rápidos, que reducen el uso de papel y la huella de carbono. Además, permiten que los buques ajusten su llegada al puerto para ahorrar combustible y evitar esperas innecesarias fondeados, reduciendo emisiones.

Pero ahora mismo hay dos grandes líneas de actuación: la electrificación y los combustibles verdes.

Tenemos planificada la electrificación de los cinco puertos de la Autoridad Portuaria de Las Palmas, con una inversión superior a los 100 millones de euros. Ya están electrificados el muelle Grande y el muelle Pesquero, aunque todavía quedan las principales actuaciones, especialmente en Puerto del Rosario, Arrecife y el Puerto de La Luz.

El principal reto es que esa electricidad debe proceder de fuentes renovables. Estamos trabajando con Endesa y Red Eléctrica

para garantizar el suministro, porque de nada serviría terminar las infraestructuras si no disponemos de energía verde suficiente.

La otra gran línea son los combustibles alternativos. Durante un tiempo se apostó por el hidrógeno, aunque hoy parece que las opciones pasan más por el metanol o el amoníaco, pensando en el largo plazo. Mientras tanto, ya estamos suministrando biocombustibles a través de algunos operadores y también GNL.

Ahora trabajamos para disponer de bunkering de GNL, de forma que los buques que utilizan este combustible puedan repostar en el Puerto de La Luz y no tengan que acudir a otros puertos.

El Puerto de Las Palmas acaba de completar la instalación de nuevos contenedores de control fronterizo e información a pasajeros. ¿Qué mejoras aportará esta actuación a quienes utilizan el puerto?

Esto tiene que ver con los cruceros y con el control de la entrada de personas procedentes de fuera del territorio Schengen. Es una directiva europea que obliga a los puertos a tener un mayor control del sistema de entrada y de información a todas las personas que vienen de fuera, y nosotros ya estamos en ese proceso. Hace un mes llegó el primer contenedor y ahora ya ha llegado el segundo. Esto va a facilitar el control que realiza la Policía Nacional sobre todas esas personas que vienen de fuera y que tienen que estar perfectamente identificadas.

Cuando llega un crucero con cuatro o cinco mil personas, que tienen que pasar el control en función de su país de origen, todo va a ser mucho más rápido y mucho más seguro. De cara al crucerista, va a ganar en tiempo, en agilidad y en facilidad para realizar ese registro; y de cara a la Policía Nacional y a la seguridad, permitirá tener un control perfectamente realizado de cada una de las personas que llegan.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos y objetivos de la Autoridad Portuaria de Las Palmas para los próximos años?

Nosotros tenemos objetivos en muchas vertientes, pero como algo prioritario está todo lo que tiene que ver con la descarbonización. Hay unos plazos que tenemos que cumplir porque tenemos que ser responsables con el medio ambiente y la sostenibilidad, y esos son gran parte de los retos que van a dirigir las decisiones que ya estamos tomando y las que tendremos que tomar en el futuro.

A nivel de puertos, cada uno de nuestros cinco puertos tiene una naturaleza diferente y tenemos que ser capaces de mantener la actividad acorde a la realidad de cada uno. Tenemos el Plan Estratégico aprobado recientemente, que nos marca cómo debemos actuar, siendo conscientes de que, en un territorio ultraperiférico y fragmentado como Canarias, la prioridad tiene que ser mantener la conectividad y contribuir a la cohesión social y económica de nuestra tierra.

Además, es fundamental que la gente entienda por qué es importante mantener la actividad portuaria y la diversidad de tráficos, porque no solo sostienen la economía de los puertos y el empleo directo. Los puertos somos el corazón económico de Canarias; somos los que mantienen el flujo de las cadenas logísticas y de los suministros que necesitan quienes vivimos aquí y quienes nos visitan. Por eso es prioritario que la ciudadanía conozca esa realidad.



Gustavo Santana: “Los puertos de Canarias están llamados a desempeñar un papel estratégico tanto para España como en el ámbito internacional”

ENTREVISTA

GUSTAVO SANTANA
PRESIDENTE DE
PUERTOS DEL ESTADO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Puertos del Estado continúa impulsando importantes inversiones y coordinando la planificación de las Autoridades Portuarias para los próximos años. En el caso de Canarias, ¿qué proyectos considera prioritarios para reforzar la competitividad de sus puertos y consolidar al archipiélago como uno de los grandes nodos logísticos del Atlántico?

Efectivamente, el sistema portuario de titularidad estatal está embarcado en un segundo gran ciclo inversor tras el llevado a cabo en la primera década del presente siglo. Si en aquel momento, las inversiones se destinaron sobre todo a la ampliación de la capacidad de nuestros puertos, ahora el objetivo es preparar a los puertos españoles para los grandes retos actuales: sostenibilidad, digitalización, mayor competencia... En los Planes de Empresa 2026, -que se consensuan entre Puertos del Estado y las Autoridades Portuarias para garantizar un desarrollo portuario sostenible, eficiente y coordinado-, se presupuestaron cantidades importantes de inversión pública por un valor de 7.000 millones de euros en el próximo quinquenio, que contribuirán a reforzar su competitividad y su resiliencia. Canarias es la quinta comunidad autónoma en volumen de inversión en los puertos del Estado, con una previsión de más de 600 millones de euros para los próximos cinco años: 353 millones de euros para los puertos de la Autoridad Portuaria de Las Palmas y 255

millones de euros para los de la Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife. Estas cifras demuestran la gran apuesta por los puertos del Estado en esta región.

Entre los principales proyectos en marcha en Canarias está el dique muelle comercial en el puerto de Puerto del Rosario, que permitirá una mayor capacidad operativa y la liberación de espacio para otros usos. También está en marcha el refuerzo del dique del puerto de Los Cristianos en Tenerife, una obra clave para consolidar su dique de abrigo y mejorar su resiliencia frente a temporales.

En previsión de próxima aprobación por el Consejo de Ministros está la construcción del muelle adosado al dique Reina Sofía Sur en el puerto de Las Palmas, con un presupuesto de 45 millones de euros, que permitirá al puerto ganar 16.000 metros de explanada y 335 metros de línea de atraque con 20 metros de calado.

Asimismo, está prevista la electrificación de muelles en los puertos dependientes de la Autoridad Portuaria de Las Palmas y de Santa Cruz de Tenerife para que los barcos puedan conectarse a la red eléctrica apagando los motores auxiliares, lo que reduce el ruido y las emisiones a la atmósfera, en el marco del despliegue del OPS que están llevando a cabo los puertos españoles, para cumplir con la normativa europea.

En definitiva, muchos proyectos pero no solo para reforzar la competitividad de los puertos del archipiélago a nivel internacional sino para seguir siendo lo que son, una pieza clave para la movilidad y el abastecimiento de los ciudadanos de las islas.

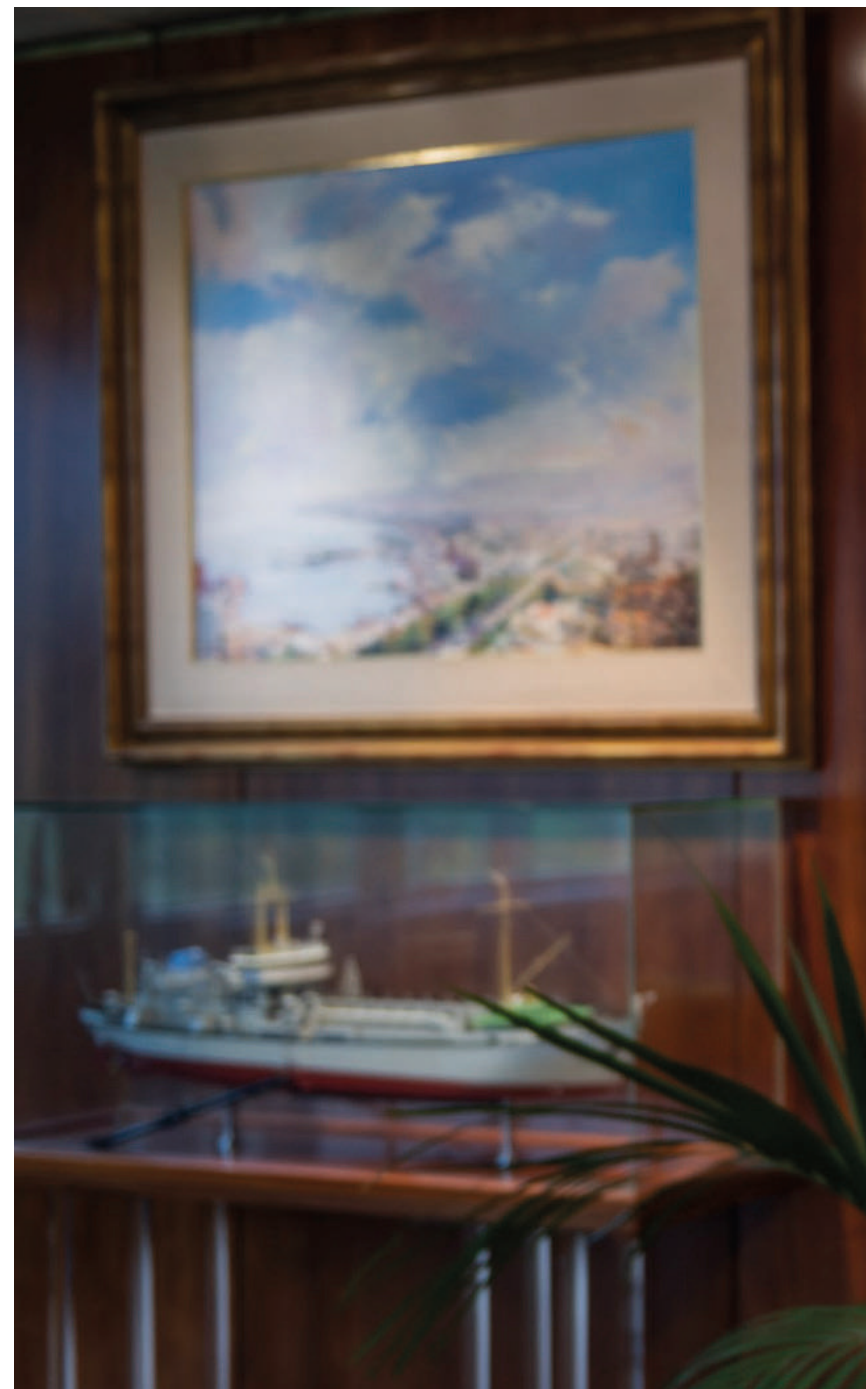
Los puertos españoles movieron más de 277 millones de toneladas de mercancías hasta junio, confirmando la fortaleza del sistema portuario nacional. ¿Qué papel desempeñan los puertos canarios dentro de esas cifras y qué margen de

crecimiento existe en el tráfico de mercancías y de transbordo internacional?

Como bien dices, en el primer semestre de este año, los puertos españoles movieron más de 277 millones de toneladas de mercancías, lo que supone un aumento del 0,8% respecto al mismo periodo del año anterior. Los puertos de Las Palmas registraron hasta mayo un ligero incremento en el movimiento de mercancías del 0,2% respecto al mismo periodo del año anterior, con en torno a 17,8 millones de toneladas. Por su parte, los puertos de Santa Cruz de Tenerife con en torno a 7 millones de toneladas movidas, registraron un descenso del 4,3%.

Los puertos canarios del Estado son enclaves estratégicos para la población de las islas pero también para el tráfico internacional, cada uno con sus peculiaridades, y con margen de desarrollo. Las Palmas destaca como gran centro de bunkering y transbordo para rutas Atlántico-África-América (plataforma tricontinental), con gran capacidad contenerizada y de combustible, y llamada a jugar un papel muy destacado en eólica marina y en combustibles alternativos. Por su parte, el puerto de Santa Cruz de Tenerife completa la oferta de los puertos del Estado en Canarias, teniendo un rol esencial en contenedores y tráfico de pasajeros, particularmente interinsular, y cruceros. El reto de los puertos de titularidad estatal en Canarias es mantener su competitividad internacional como hub logístico atlántico al tiempo que garantizan el suministro básico y la conectividad interna. No en vano, son nodos fundamentales para garantizar la cohesión territorial.

La presencia de Puertos del Estado en ferias internacionales como Breakbulk Europe, Intermodal o Seatrade Cruise Global demuestra una clara apuesta por captar nuevos tráfico y oportunidades. ¿Qué resultados están obteniendo



estas acciones de promoción y qué mercados estratégicos consideran prioritarios?

Puertos del Estado participa con stand propio anualmente en torno a 12 ferias internacionales de los principales sectores de actividad de nuestros puertos: logística y carga general, productos frescos, carga de proyecto y cruceros. En esos stands coordinamos la presencia de las Autoridades Portuarias y debo decir que con resultados muy positivos. Estas acciones de promoción no solo impulsan la imagen del sistema portuario a nivel internacional, sino que tienen un impacto directo sobre la cifra de negocio ya que en esas ferias se reúnen navieras, cargadores y empresas exportadoras, por lo que se alcanzan acuerdos, y se generan nuevos contactos y oportunidades de negocio.

Más allá de mercados estratégicos, que son Europa, América y Asia, principalmente, sí me gustaría destacar la incorporación progresiva de nuevos sectores que cada vez cobran más importancia para nuestros puertos, como son la sostenibilidad y nuevas energías. Este año participamos por primera vez

en Wind Europe, la principal feria del sector de las energías eólicas, con excelentes resultados, puesto que es un sector por el que estamos apostando, con muchos puertos consolidándose como base para el ensamblaje y transporte de aerogeneradores y material relacionado. Esta es nuestra principal línea de acción en cuanto a las ferias para los próximos años, participar en eventos relacionados con la sostenibilidad para posicionar a los puertos españoles como actores de referencia.

La sostenibilidad se ha convertido en uno de los grandes ejes del sistema portuario, con proyectos relacionados con la electrificación de los muelles, la logística verde y el desarrollo de la eólica marina. ¿Cómo se están preparando los puertos para liderar esta transformación?

La sostenibilidad ya no es un objetivo complementario, sino un eje estratégico del sistema portuario. Los puertos juegan un papel fundamental en la descarbonización de la cadena de transporte y se están preparando para liderar esta



transformación mediante inversiones en infraestructuras y tecnología que permitan reducir su huella ambiental sin perder competitividad, en un esfuerzo conjunto con el sector privado.

Entre las principales actuaciones destaca la electrificación de los muelles (Onshore Power Supply, OPS), que como comentábamos antes permitirá a los buques conectarse a la red eléctrica durante su estancia en puerto y reducir significativamente las emisiones y el ruido. Para alcanzar los objetivos europeos en esta materia, Puertos del Estado ha coordinado la integración de las necesidades de potencia en la planificación de la red eléctrica nacional, actualmente en marcha, en estrecha colaboración con las Direcciones Generales de Política Energética y Minas, Red Eléctrica y las empresas distribuidoras, trabajando para conseguir que el despliegue de OPS sea viable técnica y económicamente. Además, se ha avanzado mucho en materia regulatoria, un factor clave para el éxito de estos proyectos. La Ley de Movilidad Sostenible aprobada este año remarca la importancia de

los puertos en la descarbonización, y da prioridad a la atención de las necesidades energéticas de las instalaciones portuarias con el fin de poder desarrollar proyectos como el OPS o el impulso a los combustibles alternativos.

También se ha conseguido movilizar inversión europea (fondos Next Generation, FEDER y CEF) para poder impulsar estos proyectos, que incluyen la construcción de subestaciones y redes de distribución, así como el desarrollo de las propias instalaciones para el OPS, que deben apoyarse también en inversión privada.

Y ha habido hitos importantes como la primera conexión eléctrica para cruceros, en el puerto de Cádiz. En 2024, el Puerto de Barcelona fue pionero en la instalación de una conexión OPS en una terminal de contenedores de un puerto del Mediterráneo. Además, dispone de conexiones también en la terminal de pasajeros y carga rodada de Sant Bertrán. Las islas Baleares y Canarias tienen habilitadas conexiones OPS para ferries. Y a estas instalaciones hay que sumar las que ya están en fase de ejecución o de

redacción en la mayoría de los puertos del sistema estatal.

Además del OPS, hay que destacar el impulso a la producción y suministro de combustibles alternativos, como el hidrógeno renovable, el metanol o los biocombustibles, para facilitar la descarbonización del transporte marítimo.

En el terreno de la eólica marina, recientemente se han adjudicado 212 millones de euros en ayudas en el marco de la convocatoria PORT EOL-MAR, gestionada por el Instituto para la Diversificación de la Energía (IDAE), para la adaptación de las infraestructuras en puertos de interés general con el fin de facilitar el despliegue de la eólica marina y otras energías renovables marinas en España. En concreto, los puertos beneficiados son todos los que lo solicitaron: A Coruña-Ferrol, Castellón, Las Palmas, Tarragona y Gijón.

En el caso de Canarias, los puertos tienen una oportunidad singular para convertirse en plataformas de apoyo al desarrollo de la eólica marina flotante, tanto en la fabricación y ensamblaje de componentes como en las operaciones de mante-

nimiento de los parques offshore, aprovechando las condiciones del archipiélago y su posición estratégica en el Atlántico.

El reciente récord de temperatura del agua del mar ha vuelto a poner sobre la mesa los efectos del cambio climático. ¿Qué medidas está impulsando Puertos del Estado para que las infraestructuras portuarias de Canarias sean más resilientes frente a fenómenos climáticos extremos y al aumento del nivel del mar?

En el sistema portuario de titularidad estatal, para hacer frente a las amenazas derivadas del cambio climático, estamos aplicando una metodología común de evaluación de riesgos climáticos en todos nuestros puertos, incluido Canarias por supuesto, —analizando peligros, exposición, vulnerabilidad y riesgo— y estamos desarrollando un Observatorio Portuario de Cambio Climático que registre los eventos extremos, sus impactos y los costes asociados. Nuestro Marco Estratégico fija un objetivo claro: que en 2030 todas las Autoridades Portuarias dispongan de planes de adaptación al cambio climático, plenamente integrados en sus instrumentos de planificación y en sus planes de empresa. Esta perspectiva de largo plazo es esencial si queremos que las inversiones en resiliencia sean coherentes en toda la red y evitar un mosaico de actuaciones aisladas.

Puertos del Estado ha iniciado la tramitación del nuevo Reglamento de Explotación y Policía Portuaria. ¿Qué cambios considera más relevantes para mejorar la eficiencia, la seguridad y la competitividad de los puertos?

El nuevo Reglamento de Explotación y Policía Portuaria permitirá dotar al sistema portuario de titularidad estatal de un marco normativo sistemático, actualizado y homogéneo que regule el funcionamiento de los servicios, el uso del dominio público, la seguridad, la protección y las operaciones, entre otras cuestiones relevantes para la explotación portuaria. Asimismo, incorporará un modelo de ordenanzas portuarias que servirá de referencia a las Autoridades Portuarias para el desarrollo de su normativa específica. El objetivo de Puertos del Estado es reforzar la seguridad jurídica del sistema portuario en el marco de su modelo de gestión, en un contexto geoestratégico y económico cada vez más exigente. Este nuevo Reglamento contribuirá a mejorar la resiliencia y la capacidad de respuesta de los puertos españoles, al tiempo que refuerza su competitividad, mediante un marco estable, previsible y adaptado a los nuevos retos del sector.

El texto regula de forma integral las principales dimensiones de la actividad portuaria, incluyendo

el uso del dominio público, las condiciones de acceso y permanencia en la zona de servicio, la ordenación y control del tráfico marítimo y terrestre, así como el régimen aplicable a las operaciones de los buques en puerto. Asimismo, desarrolla la organización y funcionamiento de los servicios generales, la señalización marítima y, de forma destacada, el servicio de policía portuaria, precisando sus funciones, alcance y coordinación con otras autoridades. El Reglamento incorpora además disposiciones en materia de seguridad, protección y prevención de la contaminación, junto con el marco operativo aplicable a actividades como el suministro de combustibles —incluido el gas natural licuado (GNL)—, el suministro eléctrico a buques y otras operaciones vinculadas a la explotación portuaria.

Además, el Reglamento prevé la creación de una Comisión de Seguimiento, como órgano de coordinación técnica entre Puertos del Estado y las Autoridades Portuarias y con participación de organizaciones sindicales, que ya está en marcha y trabajando para facilitar la implantación del nuevo marco normativo.

Para finalizar, teniendo en cuenta las inversiones previstas, ¿cuáles son los principales objetivos que se ha marcado Puertos del Estado para lo que resta de 2026 y qué papel espera que desempeñen los puertos de Canarias dentro de esa estrategia nacional e internacional?

Si observamos el reparto de las inversiones previstas para el próximo quinquenio, en torno a 7.000 millones de euros, y los más de 1.600 millones de euros previstos para este año 2026, vemos que la principal partida es la relativa a la mejora y adecuación de las infraestructuras e instalaciones a los nuevos requerimientos de la demanda. Le siguen la sostenibilidad, los accesos viarios y ferroviarios, la seguridad, los proyectos puerto-ciudad y la digitalización. Estas son nuestras líneas estratégicas, que vienen marcadas tanto por nuestras obligaciones europeas como por la necesidad de hacer frente a los retos geoestratégicos y de competencia. El objetivo es unos puertos más conectados, verdes y en definitiva más competitivos, en beneficio de la sociedad.

En este contexto, los puertos de Canarias están llamados a desempeñar un papel estratégico tanto para España como en el ámbito internacional debido a su ubicación entre Europa, África y América. Los puertos canarios no solo son infraestructuras de transporte, sino también centros logísticos, económicos, energéticos y geoestratégicos que refuerzan la posición de España en el Atlántico y contribuyen a la conectividad internacional de nuestro sistema portuario.



ENTREVISTA

GERMÁN SUÁREZ
PRESIDENTE DE ASTICAN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

ASTICAN afronta uno de los momentos más importantes de su historia reciente, con una inversión superior a los 30 millones de euros para ampliar y modernizar sus instalaciones en el Puerto de Las Palmas. ¿Qué va a cambiar realmente esta inversión en la capacidad del astillero y qué dimensión puede alcanzar la compañía cuando culminen las obras?

Las inversiones que vamos a realizar ya superan esa cantidad y, con toda seguridad, alcanzarán los 40 millones de euros al finalizar su ejecución. Se centran, principalmente, en la obra civil necesaria para la ampliación y creación de nuevos muelles, así como en diversas actuaciones destinadas a mejorar la eficiencia energética de todo el astillero. Entre ellas, destaca la ampliación de la capacidad de producción de energía eléctrica a partir de fuentes renovables, en este caso mediante instalaciones fotovoltaicas, con el objetivo no solo de reducir el consumo energético, sino también la huella de carbono de nuestra industria.

Las inversiones en la construcción de nuevos muelles nos permitirán ganar productividad en el día a día del astillero, mejorar la atención al cliente y aumentar el número de barcos que podemos varar en seco, ya que desde el final de la pandemia mantenemos un elevado nivel de ocupación. Para lograrlo, necesitamos incrementar la rotación de buques en seco y, en consecuencia, disponer de más metros cuadrados y más metros lineales de muelle. De este modo, podremos acomodar un mayor número de unidades a flote antes y después de la varada, optimizando el tiempo de permanencia de los barcos en seco y aumentando así la eficiencia y la productividad.

Además, una parte de los nuevos muelles de aguas profundas nos permitirá acoger a flote grandes reparaciones de buques e infraestructuras de gran dimensión, tanto para la industria de perforación de petróleo y gas en el mar como para la industria de las energías renovables marinas, especialmente la eólica flotante.

El grupo superó los 220 millones de euros de facturación en 2025 y cuenta con presencia en Gran Canaria, Santander, Panamá y otros mercados internacionales. ¿Cuál es hoy el siguiente salto que quiere dar ASTICAN? ¿Están estudiando nuevas adquisiciones,

inversiones o la entrada en mercados que todavía no han anunciado?

Estamos estudiando las tres opciones. Siempre analizamos nuevas adquisiciones y, en este caso, hemos mantenido contactos para una posible adquisición en el océano Atlántico, en una ubicación con un alto volumen de tráfico marítimo, al igual que Las Palmas o el Canal de Panamá. Además, no competiría con ninguna de nuestras instalaciones actuales, sino que nos permitiría acceder a otros mercados, ya sea por segmentos, por el tamaño de los buques o por su localización geográfica.

También estamos analizando nuevas inversiones. No en el caso de Las Palmas, donde ya he comentado la inversión de casi 40 millones de euros, suficiente para los próximos años, pero sí en Panamá, donde estudiamos la posibilidad de ampliar la capacidad productiva mediante la adquisición de muelles anexos a nuestra instalación actual en el Canal de Panamá.

Asimismo, seguimos atentos a las oportunidades que puedan surgir en nuevos segmentos de mercado. La industria marítima, tanto por el desarrollo de las energías renovables en el mar como por la descarbonización del propio sector, ofrece ámbitos en los que todavía no estamos presentes y que tienen un importante potencial de crecimiento. Nuestra intención es estar ahí desde el momento en que exista un negocio real.

Usted ha defendido que Marruecos no debe verse como una amenaza, sino como una oportunidad para las empresas canarias que sepan competir y cooperar. Mientras el país vecino acelera sus inversiones en puertos, industria e infraestructuras, ¿corre Canarias el riesgo de perder posiciones en el Atlántico por falta de velocidad, ambición o capacidad para ejecutar proyectos?

Me parece que estamos mezclando dos conceptos. Por mucho que crezca Marruecos, ya tenemos un ejemplo en la historia portuaria reciente del siglo XXI: el caso de los puertos de Algeciras y Tánger Med. El primero sigue siendo uno de los principales puertos del sistema portuario español, a pesar del crecimiento de unas instalaciones situadas prácticamente enfrente, como es el caso de Tánger Med. Por lo tanto, que Marruecos se desarrolle no significa que vaya en detrimento de la actividad portuaria de Canarias o de España.

Dicho esto, sí es muy importante reducir la burocracia administrativa a la hora de ejecutar y desarrollar proyectos. Esa es una reclamación que debemos seguir haciendo, porque es necesario mantener una ventaja competitiva basada en una mayor inversión y una mayor productividad de nues-

Germán Suárez: “Los canarios deben entender que el mar y la costa forma parte de nuestro sustento y riqueza”



tras infraestructuras y de nuestra actividad portuaria.

No creo que, porque algunos proyectos no se ejecuten o se ralenticen, vayamos a ser superados por este puerto vecino. Sin embargo, también es importante no dormirse en los laureles y seguir insistiendo a las administraciones públicas en la necesidad de mantener el ritmo inversor, sin llegar al extremo de tener miedo al avance de Marruecos en sus capacidades. No creo en ese miedo. Hay que seguir creciendo y realizando inversiones porque somos líderes en la actividad portuaria del Atlántico y seguiremos siéndolo.

En abril reclamaba que Canarias consiguiera una subasta específica de eólica marina y fuera pionera en la instalación del primer parque del país. Después de años de anuncios y expectativas, ¿cuánto tiempo puede seguir esperando la industria? ¿Existe un riesgo real de que empresas que se habían interesado por Canarias terminen llevando sus inversiones a otros territorios?

La industria va a seguir esperando porque, gracias a Dios, los empresarios siempre somos resilientes. Mientras estemos vivos y tengamos actividad, seguiremos insistiendo en sacar adelante los proyectos que tenemos visionados y en los que creemos.

También es verdad que ese "riesgo real" ya se ha producido. La primera multinacional, EQUI-NOR, que hace años puso el foco en Canarias para desarrollar la eólica marina flotante, ya se ha cansado de esperar. El presupuesto que tenía previsto destinar a presentar una oferta para una licitación en el sudeste de Gran Canaria lo ha invertido en otra zona de Europa o del mundo, porque ese dinero no puede permanecer inmovilizado y la empresa ha decidido destinarlo a otro lugar.

No obstante, en Canarias seguimos esperando de forma resiliente. Mientras tengamos vida, los empresarios y los sectores implicados continuaremos haciéndolo, porque esa es nuestra forma de ser y, al final, todos los empresarios, no solo los de nuestro sector, estamos hechos del mismo mimbres.

ASTICAN es una de las grandes empresas industriales de Canarias y compite internacionalmente desde unas Islas cuya economía continúa dependiendo en gran medida del turismo. ¿Qué está impidiendo que surjan más compañías canarias capaces de alcanzar la dimensión de ASTICAN?

Sinceramente, creo que ya existen grandes compañías canarias del sector turístico que llevan muchos años creciendo fuera de Canarias con gran éxito. Del mismo modo, también hay grandes empresas canarias que no pertenecen al sector



turístico y que, tanto en las Islas como fuera de ellas, han alcanzado una dimensión empresarial incluso superior a la de ASTICAN. Se trata de empresas de sectores como el hospitalario, la distribución alimentaria, las bebidas alcohólicas, el tabaco o la automoción, entre otros.

Y me dejo sectores atrás, pero estas empresas saben quiénes son y son reconocidas por los lectores. También habría que incluir a las grandes e históricas enseñanzas canarias de los sectores del transporte marítimo y del transporte aéreo, que están consolidadas en Canarias y continúan creciendo en el exterior.

La falta de profesionales especializados se ha convertido en una preocupación para buena parte de la industria. ¿Ha tenido ASTICAN que rechazar proyectos, limitar su crecimiento o buscar fuera de Canarias trabajadores que no encuentra en las Islas? ¿Qué consecuencias puede tener este problema si no se resuelve en los próximos años?

Nunca hemos tenido que rechazar proyectos. En primer lugar, porque contamos con una sólida base de empresas canarias colaboradoras, establecidas en el Puerto de Las Palmas y en Canarias, con las que siempre trabajamos, aunque, como es lógico, puedan surgir dificultades puntuales. Cuando estas empresas están al 100 % de su capacidad, tenemos identificadas otras en la Península y en Portugal para garantizar que los proyectos se ejecuten sin interrupciones. Si aun así no pueden asumir el volumen de trabajo que tenemos, recurrimos a empresas de otros países europeos o extranjeras

con cuyos países de origen España mantiene convenios de colaboración para determinados sectores, como el del metal, lo que nos permite contar con esos recursos.

Lo importante es seguir ayudando a que nuestras empresas colaboradoras en Canarias dispongan de la capacidad necesaria y puedan encontrar a los profesionales adecuados. Al mismo tiempo, debemos identificar y localizar nuevas empresas que puedan estar disponibles cuando nuestros colaboradores habituales, afortunadamente, tengan un alto nivel de ocupación, de modo que puedan incorporarse para proyectos puntuales y encuentren atractivo desplazarse a Canarias.

De cara a los próximos años, creo que los clientes identificarán aquellos astilleros que realmente son buenos y ofrecen fiabilidad a los armadores en el cumplimiento de los estándares de calidad y de los plazos de los proyectos. En cambio, otros astilleros acabarán siendo catalogados como no fiables debido a la falta de recursos adecuados. Asimismo, las empresas colaboradoras querrán trabajar únicamente para los astilleros que mantengan una carga de trabajo estable y cumplan financieramente con sus compromisos. Por supuesto, ASTICAN estará en ese grupo de astilleros fiables y de Primera División.

ASTICAN ha recibido este año la Medalla de Oro de Las Palmas de Gran Canaria después de más de cinco décadas vinculada a la ciudad y al Puerto. En un momento en el que existe un intenso debate sobre el crecimiento económico, el territorio y la convivencia entre la actividad empresarial y la ciudadanía, ¿cree que Canarias sigue valorando a quienes

crean empresas, invierten y generan empleo?

En el fondo, creo sinceramente que sí. Sin embargo, también es verdad que existe, en la actualidad, una primera reacción injusta derivada de lo que considero una cultura errónea que lleva a considerar que los empresarios somos "presuntos delincuentes" por cualquier actividad a la que nos dediquemos. Eso es tremendamente ingrato e inmerecido.

Todos debemos corregir ese relato equivocado que se ha extendido en la sociedad y cambiarlo, porque no es cierto. Todos los actores de la sociedad —desde la actividad empresarial y social hasta los colegios, las universidades, los sindicatos y los políticos— debemos contribuir a ese cambio, porque, a largo plazo, no será bueno para nadie.

Usted preside ASTICAN y también el Clúster Marítimo de Canarias, lo que le permite conocer de cerca las fortalezas y las debilidades de uno de los sectores con mayor potencial de las Islas. Si tuviera capacidad para tomar mañana tres decisiones para convertir Canarias en una verdadera potencia de la economía azul, ¿cuáles serían?

Daré tres, sin importar el orden. La primera sería impulsar la subasta de eólica marina flotante en el sudeste de Gran Canaria.

La segunda, atraer capital privado, tanto nacional como extranjero, en una cuantía importante para fomentar las actividades de investigación y desarrollo aplicadas a la economía azul: el estudio de las algas, el potencial aún por descubrir del mar y todo lo relacionado con los fondos marinos, que debe

pasar a otro nivel. PLOCAN como referencia internacional, junto con los distintos institutos marítimos creados hace muchos años como referentes internacionales, y grandes empresas y empresarios que inviertan en investigación submarina, permitirían situar a Canarias en este mapa.

Y la tercera, que todos los canarios tomen conciencia de que el mar y sus costas forman parte de nuestro sustento y de nuestra riqueza, y que debemos cuidarlos y mantenerlos limpios. Es una responsabilidad de todos: reciclar, apostar por la economía circular y no contaminar. Es una acción colectiva que debe quedar esculpida en el alma de los canarios.

ASTICAN ha consolidado su presencia internacional, prepara nuevas inversiones y mantiene abiertas oportunidades de crecimiento fuera de las Islas. ¿Dónde quiere llevar Germán Suárez a la compañía en los próximos diez años? ¿Existe un límite para el tamaño que puede alcanzar un grupo industrial nacido en Canarias?

Creer por crecer, y a cualquier precio, nunca ha sido nuestro lema. Seguiremos creciendo allí donde podamos, pero, para mí, lo más importante es que todas y cada una de las personas que trabajamos en la empresa, junto con las empresas colaboradoras, podamos vivir de esta actividad durante toda nuestra vida o mientras queramos hacerlo.

Ese es mi principal objetivo y el logro que mayor satisfacción me produce, mucho más que obtener una mejor cuenta de resultados o tener más empresas.

Vivir en Canarias no supone ninguna limitación, al menos desde mi punto de vista.



ENTREVISTA

SONIA HERZOG
CEO DE JSV

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Sonia, en esta ocasión la compañía ha vuelto a apostar, en línea con su estrategia habitual, por la incorporación de buques propios. ¿Qué implica esta decisión para JSV y cuál es el valor añadido que aporta a sus clientes?

Implica el control máximo de la cadena logística y, por lo tanto, nuestra capacidad para garantizar mayor eficiencia y calidad del puerta a puerta a nuestros clientes, con un impacto gigante en la reducción de emisiones de Co2 por el tipo de buques que hemos adquirido.

Somos una compañía con una trayectoria de toda la vida en Canarias. Mi padre inició esta actividad hace más de 50 años con el grupo Pinillos, posteriormente como socio fundador de Nenúfar, y más adelante con JSV y el conjunto de empresas que hoy conforman el grupo. Desde nuestros orígenes, hemos sido una empresa multimodal.

Es un concepto que hoy está muy vinculado a la sostenibilidad, pero que nosotros llevamos defendiendo desde siempre. Creemos firmemente que la eficiencia logística —combinando de forma inteligente distintos modos de transporte— es la forma más económica y sostenible de operar. Para nosotros, un tren, un camión o un barco son igual de importantes dentro de esa cadena.

Durante los últimos 40 años hemos trabajado con un objetivo claro: contar con estructuras propias en cada uno de esos eslabones. Hoy disponemos de almacenes, transporte ferroviario y flota de camiones. En los últimos años, además, hemos reforzado dos pilares clave que nos faltaban: la terminal portuaria —con una terminal propia en Alicante y participaciones en otras— y, finalmente, la incorporación de buques propios, que representan la culminación de ese modelo.

Entiendo que este ha sido un paso muy meditado, ¿no es así?

Efectivamente, no hemos dado este paso antes porque hablamos de activos de altísimo coste y gran complejidad. Además, nuestra operativa tiene particularidades: somos una línea rápida, una alternativa real al camión, lo que exige buques eficientes, ágiles y sostenibles. Durante años no estaba claro en qué tipo de tecnología invertir, especialmente en términos de reducción de emisiones de CO2. Sin embargo, siempre hemos tenido claro que queríamos ser una empresa comprometida con la sostenibilidad, no solo por exigencias regulatorias, sino por convicción.

En los últimos meses se han dado las condiciones adecuadas: hemos definido el tipo de buque que necesitamos y hemos tenido acceso a astilleros capaces de adaptarse a nuestras necesidades específicas. Esto no es trivial, porque nuestra operativa en Canarias utiliza mayoritariamente contenedores de 45' Pallet Wide High Cube, un estándar poco habitual a nivel internacional.



Sonia Herzog: “El 'Mila Green' marcará un antes y un después en la logística marítima española”

Fruto de ello, hemos adquirido dos buques de nueva construcción en Shanghái: “methanol ready”, que nos permite reducir enormemente las emisiones. Son buques rápidos y diseñados para operar tanto en bodega como en cubierta todos nuestros contenedores es-

peciales, algo fundamental para nosotros. Estos buques son el Mila Green, en honor a mi madre, y el Miranda Green, que hace referencia a Miranda de Ebro, nuestro origen. El Mila Green ya está en ruta hacia Canarias y comenzará a operar en breve, mientras que

el Miranda Green se incorporará a la compañía en los próximos meses. Además, hemos adquirido un tercer buque que actualmente ya operamos en nuestra línea exprés con Canarias, y que pasará a llamarse Green Canarias, como no podría ser de otra manera. Con ello,



no sólo reforzamos nuestra capacidad operativa, sino que cerramos el círculo de nuestra estrategia multimodal con activos propios en toda la cadena logística, proporcionando por encima de todo, una reducción de emisiones que nunca imaginamos que podríamos conseguir.

“Hemos adquirido dos buques de nueva construcción en Shanghái: “methanol ready”, que nos permite reducir enormemente las emisiones”

En tu respuesta has mencionado en varias ocasiones que la sostenibilidad forma parte del ADN de la compañía desde hace años, incluso antes de que fuera una tendencia. En este contexto, ¿cuáles dirías, de forma esquemática, que son las medidas más concretas que está impulsando JSV para reducir su huella de carbono y avanzar hacia una logística cada vez más sostenible?

Multimodalidad + Rutas marítimas rápidas alternativas al camión + Buques eficientes + Contenedores adaptados a las mercancías + Tecnología.

Hay que tener en cuenta que ya se están aplicando muchos recargos medioambientales con el objetivo de forzar a una reducción de emisiones reales y, cada año, se irán incrementado. Canarias tiene la gran fortuna de tener una menor presión en este aspecto, aunque a partir del 2030 este escenario cambiará. Por eso es fundamental anticiparse: si no haces hoy las inversiones necesarias ni planificas a largo plazo, cuando llegue ese momento no tendrás margen de maniobra. Los costes para quienes no se adapten a estas exigencias regulatorias serán tan elevados que, directamente, comprometerán la viabilidad de seguir operando en Canarias.

En nuestro caso, esta adaptación se apoya en una estrategia multimodal muy consolidada. En la península contamos con cuatro grandes hubs logísticos: Alicante, que es nuestro principal centro de conexiones; Miranda de Ebro, en el norte, donde disponemos de cerca de 200.000 metros cuadrados y una terminal ferroviaria de 90.000 metros cuadrados y Barcelona y Madrid, que también juegan un papel clave en nuestra operativa.

A partir de esta red, organizamos el transporte de forma eficiente según la distancia. Para trayectos cortos —hasta unos 200 o 300 kilómetros— utilizamos principalmente el camión, por rapidez y flexibilidad. Sin embargo, en media distancia nuestra apuesta es claramente el ferrocarril. Por ejemplo, ya operamos varios trenes semanales desde Madrid y Miranda de Ebro hacia Alicante, con el objetivo de seguir incrementando estas frecuencias.

Miranda de Ebro es un caso especialmente representativo. Tradicionalmente, las mercancías del norte de la península con destino

a Canarias se canalizan a través de puertos como Bilbao o Santander, lo que obliga a disponer de dos buques para garantizar una salida semanal, debido a la duración de los trayectos. Esto implica mayores costes y un incremento significativo de emisiones de CO₂.

Nuestra propuesta es diferente. Consolidamos la carga en Miranda de Ebro, donde podemos almacenar y hacer cross-docking, y desde allí la trasladamos en tren hasta Alicante. Una vez en Alicante, contamos con dos salidas marítimas semanales hacia Canarias. Esto nos permite operar con mayor eficiencia, ya que no necesitamos duplicar buques para mantener la frecuencia, y además ofrecemos más opciones de salida y llegada a nuestros clientes.

El resultado es una mejora clara en tiempos de tránsito, mayor flexibilidad en las entregas y, sobre todo, una reducción muy significativa de la huella de carbono. Al integrar tren y barco de forma optimizada, logramos una solución más sostenible sin renunciar a la competitividad.

Es cierto que no todas las mercancías requieren este nivel de rapidez o eficiencia ambiental, y hay espacio para distintos modelos logísticos. Pero esta solución multimodal, que conecta el norte de la península con Canarias a través de Alicante mediante ferrocarril, es única en el mercado y refleja muy bien nuestra apuesta por una logística más eficiente y sostenible.

En relación con este contexto, es cierto que en los últimos meses ADIF ha atravesado algunas dificultades operativas y, de cara a septiembre, están previstos cortes en la red ferroviaria, especialmente en Andalucía. ¿Qué impacto puede tener esta situación para JSV, en particular en los tráficos con destino a Canarias? ¿Y cómo prevén gestionar o mitigar estas posibles afectaciones en su operativa?

La situación que se plantea en los próximos meses es compleja desde el punto de vista logístico. Quienes trabajamos habitualmente con el ferrocarril y con ADIF sabemos que no es un entorno sencillo: requiere una gran capacidad de adaptación porque surgen incidencias de forma recurrente. En este caso concreto, el impacto puede ser especialmente complejo. Inicialmente, las obras previstas se iban a ejecutar a comienzos de 2026, después se trasladaron a mediados de año y posteriormente se hablaba de 2027. Sin embargo, la información más reciente apunta a que comenzarán ya en septiembre. Esto supone un cambio importante en la planificación del sector.

¿Qué implica esto? Principalmente, que el transporte ferroviario de mercancías entre Madrid y Andalucía se verá seriamente afectado, ya que los cortes previstos impedirán la circulación habitual de trenes. Aunque se plantean rutas alternativas, como desvíos por Badajoz, la capacidad será claramente insuficiente para absorber todo el volumen actual. Hablamos de cientos de contenedores semanales que deberán buscar otras vías de salida.

Ante esta situación, muchas cargas tendrán que trasladarse por carretera, lo que introduce otra dificultad añadida: la escasez estructural de conductores. Por ello, es previsible que parte del tráfico también se redirija hacia otros puertos, especialmente al Mediterráneo.

En cuanto a JSV, nuestra posición es diferente. No dependemos directamente de

Andalucía para nuestra operativa principal y contamos con una fuerte implantación en el arco mediterráneo, con Hubs en Alicante, Miranda de Ebro, Madrid y Barcelona. Esto nos permite mantener la continuidad del servicio y, en la medida de lo posible, ofrecer apoyo a otras compañías que puedan verse afectadas.

En cualquier caso, hablamos de una situación que podría prolongarse durante más de un año, por lo que exigirá coordinación y colaboración entre todos los actores del sector. No será un escenario fácil.

Además, aunque existen soluciones alternativas —como el uso de dúo tráileres en determinados tráficos—, su capacidad es limitada y no pueden absorber la totalidad de la demanda. Por tanto, estamos ante un reto logístico relevante que obligará a replantear flujos y a optimizar al máximo los recursos disponibles.

Sonia, en un contexto en el que las cadenas de suministro son cada vez más exigentes —no solo por situaciones como estas, sino también por la creciente complejidad de la globalización—, ¿qué aspectos dirías que valoran más los clientes a la hora de elegir un operador logístico? ¿Y cómo responde JSV a esas necesidades para posicionarse como la opción preferente?

Nosotros no nos definimos únicamente por los activos que tenemos —barcos, terminales o trenes—, sino por nuestra forma de entender el negocio. No nos consideramos una naviera al uso, sino una compañía logística que, desde sus orígenes hace más de 40 o 50 años, ha crecido siempre muy cerca del cliente.

Desde el principio, con mi padre al frente, hemos trabajado codo con codo con los clientes, especialmente en Canarias, entendiendo sus necesidades reales. De hecho, aunque en muchos casos el cliente directo estuviera en la península, nosotros siempre estado presentes en destino, en Canarias, porque ahí es donde realmente se materializa el servicio y donde están las particularidades que marcan la diferencia.

Nuestra evolución como compañía ha venido precisamente de escuchar y adaptarnos. Cuando empezamos, no existían soluciones como los contenedores de 45' PwHc, ni equipos específicos para determinados sectores como el siderúrgico. Hemos ido desarrollando estas soluciones junto a nuestros clientes, incorporando contenedores especiales, Open Top, Open Side, e incluso adaptando equipos a medida. Por ejemplo, hemos diseñado contenedores con menor altura para dar respuesta a necesidades muy concretas de determinados clientes en Canarias.

Por eso, más allá de los medios, que hoy en día son muy amplios, nuestro verdadero valor diferencial está en esa capacidad de adaptación constante. Evolucionamos con el cliente, mantenemos una relación cercana —que en muchos casos va más allá de lo profesional— y apostamos por una logística colaborativa. A esto se suma la tecnología, que es un pilar clave para mejorar la eficiencia, la trazabilidad y la calidad del servicio. Pero, en esencia, lo que nos define es esa combinación de cercanía, flexibilidad y compromiso.

Este modelo es el que nos ha traído hasta aquí y el que queremos seguir desarrollando en el futuro. Lo hemos consolidado en Canarias y lo estamos replicando en otros mercados de proximidad, como Turquía, donde llevamos varios años operando, y próximamente en otros entornos estratégicos como

el norte de África. En cualquier caso, nuestra esencia sigue siendo la misma: todo lo que hacemos tiene como referencia Canarias y responde a nuestra vocación de servicio hacia este mercado.

Antes de terminar, me gustaría mirar un poco al futuro. Sabemos que tenéis numerosos proyectos en marcha, pero ¿cuáles son ahora mismo las principales líneas de crecimiento de JSV? Si tuviera que imaginar cómo será la logística entre la Península y Canarias dentro de diez años, ¿qué papel quiere que desempeñe JSV?

El futuro de JSV pasa por consolidar y desarrollar aún más nuestro modelo de servicio, que internamente denominamos “Road Sea”, en inglés y “Camión Marítimo” en español. En esencia hablamos de algo muy claro: trasladar la lógica del transporte por carretera al ámbito marítimo, es decir, ofrecer auténticos “camiones marítimos”.

“Queremos que enviar mercancía a Canarias sea tan sencillo y eficiente como hacerlo a ciudades como Fuenlabrada, Logroño o Vitoria”

Nuestro objetivo es conectar de forma ágil y eficiente mercados clave como Canarias, Turquía y, a corto plazo, el norte de África, donde vemos un gran potencial de crecimiento. Todo ello sin perder de vista nuestro desarrollo continuo en Canarias, que sigue siendo un mercado estratégico para nosotros.

La clave de este modelo está en apostar por buques más pequeños, pero más rápidos, y con mayores frecuencias. No buscamos grandes barcos, sino servicios ágiles que nos permitan ofrecer soluciones puerta a puerta con tiempos de tránsito competitivos. En definitiva, queremos que enviar mercancía a Canarias sea tan sencillo y eficiente como hacerlo a ciudades como Fuenlabrada, Logroño o Vitoria.

Además, queremos seguir reforzando nuestra capacidad logística integral, especialmente en almacenamiento y distribución. Tenemos una posición muy sólida en el ámbito de la palettería, tanto en seco como en refrigerado, y ahí vemos también una gran oportunidad de crecimiento, particularmente en Canarias.

En resumen, nuestro foco está en seguir mejorando, ampliando y controlando toda la cadena de valor del servicio puerta a puerta, haciéndolo cada vez más rápido, eficiente y fiable en países que permitan una logística de proximidad.

Y, por supuesto, todo este crecimiento está necesariamente ligado a la sostenibilidad. Más allá de las exigencias regulatorias, creemos firmemente en una logística más verde. Es una convicción que forma parte de nuestra manera de entender el negocio y que seguirá guiando todas nuestras decisiones estratégicas.



ENTREVISTA

LUISA RAMOS
PRESIDENTA DE
LA ASOCIACIÓN DE
REPARACIONES NAVALES
DE LAS PALMAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La reparación naval sigue siendo un sector poco conocido fuera del entorno. ¿Ha sido capaz Canarias de entender la verdadera dimensión económica y estratégica de la industria que tiene en el Puerto de Las Palmas?

Creo que Canarias ha avanzado mucho en el reconocimiento del peso del sector marítimo-portuario, pero la reparación naval sigue siendo una actividad menos visible de lo que debería. Hablamos de una industria que genera empleo especializado, actividad económica directa e indirecta, mueve conocimiento técnico y sitúa al Puerto de Las Palmas en el mapa internacional de los grandes operadores marítimos. No es solo una actividad portuaria más: es un sector estratégico para Canarias, porque combina industria, logística, servicios, seguridad, tecnología y proyección exterior. Por eso es importante que la sociedad y las administraciones entiendan que detrás de cada buque reparado hay empresas locales, profesionales cualificados, proveedores, hoteles, transporte, formación y mucha economía real.

Las empresas de reparación naval compiten por atraer buques, plataformas y grandes proyectos en un mercado absolutamente internacional. ¿Qué está decidiendo hoy que un armador elija Las Palmas frente a otros puertos?

Hoy un armador decide en función de varios factores a la vez. La posición geográfica de Las Palmas es una ventaja evidente, especialmente para las flotas que operan en África occidental, el Atlántico, el Caribe o rutas hacia Europa, pero la ubicación por sí sola no basta. Lo que realmente pesa es la solvencia técnica, la capacidad de respuesta, la seguridad, la fiabilidad en los plazos, la disponibilidad de servicios especializados y la confianza en que los trabajos se van a ejecutar con calidad europea. Las Palmas tiene una reputación muy consolidada en proyectos complejos, pero competimos con otros puertos y astilleros que también quieren atraer esa carga de trabajo. Por eso debemos cuidar la logística, los costes



Luisa Ramos: “El Puerto de Las Palmas tiene un enorme potencial, pero ese potencial no es ilimitado”

derivados de la insularidad, la agilidad administrativa, el acceso a personal cualificado y la coordinación entre todos los agentes del puerto.

En los próximos años coincidirán importantes inversiones empresariales, nuevas necesidades de suelo, la transformación energética del sector marítimo y el desarrollo de nuevas actividades vinculadas a la economía azul. ¿Tiene el Puerto de Las Palmas espacio y capacidad suficientes para aprovechar todas esas oportunidades o habrá que decidir qué actividades queremos priorizar?

El Puerto de Las Palmas tiene un enorme potencial, pero ese potencial no es ilimitado. En los próximos años van a coincidir muchas oportunidades: reparación naval, offshore, energías renovables marinas, economía azul, tráficos tradicionales, nuevas actividades logísticas y necesidades industriales. Eso exige planificación y una visión clara. No se trata solo de tener suelo disponible, sino de decidir qué modelo de puerto queremos y qué actividades generan más valor añadido, empleo estable, conocimiento

y competitividad internacional. La reparación naval necesita espacio operativo, capacidad de crecimiento y servicios auxiliares. Si no se planifica con tiempo, corremos el riesgo de perder oportunidades que otros puertos sí estarán preparados para captar.

“Hay que invertir, formar, planificar, modernizar procesos, y anticiparse a las necesidades del mercado”

¿Cree que las administraciones y la sociedad canaria son conscientes de lo que económicamente significaría perder competitividad y carga de trabajo frente a otros puertos?

No estoy segura de que seamos plenamente conscientes. Perder competitividad no significaría únicamente que entren menos buques a reparar; significaría menos carga de trabajo para muchas empresas, menos empleo cualificado, menos actividad para servicios complementarios y una pérdida de posición internacional que después sería muy difícil recuperar. En este sector la confianza se construye durante años, pero puede deteriorarse con rapidez si no se responde con calidad, agilidad y seguridad. Por eso es fundamental que las decisiones públicas y privadas tengan en cuenta que la reparación naval no compete en un mercado local, sino en un mercado internacional muy exigente.

Las empresas del sector llevan tiempo alertando de dificultades para encontrar profesionales cualificados, mientras miles de jóvenes canarios buscan empleos estables y bien remunerados. ¿Qué está fallando para que una industria que necesita contratar trabajadores no consiga resultar atractiva para una parte importante de la juventud?

Creo que fallan varias cosas a la vez. Por un lado, existe un desconocimiento muy grande de lo que realmente es la reparación naval y de las oportunidades profesionales que ofrece. Muchos jóvenes no visualizan este sector como una opción de futuro, pese a que hablamos de trabajos técnicos, estables, especializados y con recorrido profesional. Por otro lado, la formación no siempre está suficientemente conectada con la realidad operativa de las empresas: necesitamos programas más específicos, más prácticos y mejor coordinados con centros formativos, orientadores, administraciones y empresas. También debemos hacer un esfuerzo de comunicación: enseñar el puerto, explicar los oficios, mostrar itinerarios profesionales y trasladar que la industria naval no pertenece al pasado, sino que forma parte del futuro de la economía azul, la digitalización y la transición energética.

Si compara el Puerto que encontró al comenzar su carrera con el actual, ¿qué hemos hecho especialmente bien y qué error seguimos cometiendo después de tantos años?

Hemos hecho especialmente bien algo que no es fácil: construir una reputación internacional basada en la capacidad técnica, la seriedad, la seguridad y la experiencia acumulada. El Puerto de Las Palmas ha sabido adaptarse a proyectos cada vez más complejos y atraer trabajos que hace años parecían reservados a otros centros con mayor tradición. También hemos consolidado un tejido empresarial local muy especializado, capaz de responder a necesidades muy diversas. El error que seguimos cometiendo es pensar a veces que esa posición se mantiene sola. Nada está garantizado. Hay que invertir, formar, planificar, modernizar procesos, y anticiparse a las necesidades del mercado.

La reparación naval de Las Palmas ha conseguido convertirse en una referencia internacional, pero ningún liderazgo está garantizado. ¿Cuál es hoy la decisión que Canarias no puede aplazar si quiere seguir siendo una potencia de la reparación naval dentro de diez años?

La decisión que no podemos aplazar es asumir de verdad que la reparación naval es estratégica y actuar en consecuencia. Eso significa planificar suelo e infraestructuras, reforzar la formación profesional especializada, agilizar trámites, proteger la competencia leal, apoyar a las empresas locales, impulsar la digitalización y coordinar mejor a administraciones, autoridad portuaria, centros formativos y sector privado. Las Palmas tiene una posición privilegiada y una reputación muy valiosa, pero el liderazgo futuro dependerá de nuestra capacidad para convertir esas ventajas en una estrategia compartida.



ENTREVISTA

ISAAC GONZÁLEZ
RESPONSABLE DEL
DEPARTAMENTO
DE DESARROLLO DE
NEGOCIO DE HIADES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Hiades es una consultora tecnológica especializada en innovación y transformación digital, con una importante presencia en el ámbito marítimo-portuario. ¿Cómo surge la empresa y qué necesidad detectasteis para especializaros en este sector?

Somos una empresa que, además de consultoría, también desarrolla productos tecnológicos propios. Empezamos siendo una empresa generalista, pero todo cambió a raíz de un desarrollo que nos encargó un operador marítimo-portuario, en este caso los prácticos.

A partir de ahí desarrollamos un producto que después empezamos a implantar en otras empresas del mismo sector. Ese sistema ha ido creciendo, incorporando nuevas funcionalidades y ampliándose a todo el ecosistema portuario.

Así pasamos de desarrollar soluciones para operadores portuarios a hacerlo para las autoridades portuarias, que hoy son nuestros principales clientes y el objetivo de nuestra estrategia empresarial.

Canarias se está consolidando como un enclave estratégico para la innovación portuaria. ¿Qué oportunidades ofrece este contexto para el desarrollo de soluciones tecnológicas aplicadas al sector marítimo?

El sector marítimo ha estado tradicionalmente muy poco evolucionado desde el punto de vista tecnológico. Partía de un modelo y una cultura muy tradicionales y, aunque era un sector económicamente importante, la adopción de nuevas tecnologías era complicada.

Eso empezó a cambiar cuando el Puerto del Estado actuó como tractor para las autoridades portuarias y todo el ecosistema digital, impulsando, sobre todo con financiación europea, programas como Puertos 4.0. Estas ayudas permitieron que pequeñas, medianas y grandes empresas comenzaran a desarrollar soluciones para el entorno portuario y situaron la digitalización en un nivel muy importante.

En Canarias, con dos autoridades portuarias como Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas, una de las principales del sistema portuario nacional, existe un entorno muy interesante para desarrollar tanto

proyectos piloto como soluciones tecnológicas. Tener puertos de esta relevancia tan cerca facilita el desarrollo y la implantación de este tipo de iniciativas.

Recientemente, Hiades ha participado en el proyecto europeo NELSON, orientado a avanzar en la digitalización del tráfico marítimo. ¿Qué supone este proyecto y qué beneficios puede aportar a los puertos del futuro?

El proyecto NELSON nace de una convocatoria CEF, una de las líneas de financiación europea más importantes. Para nosotros, como empresa relativamente pequeña, ha supuesto un hito porque nos ha situado dentro de un consorcio europeo con empresas de Finlandia, Suecia y otros países, desarrollando soluciones con un alto grado de innovación.

Eso posiciona a Hiades como una empresa innovadora dentro del sector. Además, participan autoridades portuarias como las de Huelva y Las Palmas, lo que también sitúa a estos puertos dentro de ese ecosistema europeo de innovación.

Para nosotros sigue siendo un proyecto muy importante, sobre todo por la visibilidad que aporta y porque demuestra que en Canarias también hay empresas capaces de desarrollar tecnología con un alto nivel de innovación.

En este sector no somos muchas empresas. Es un ámbito muy especializado y, para trabajar en él, hay que conocer muy bien el negocio; ese conocimiento es el que nos permite participar en proyectos europeos de este nivel.

“Pasamos de desarrollar soluciones para operadores portuarios a hacerlo para autoridades portuarias”

También estáis impulsando el primer Espacio de Datos Marítimo de España (EDME) para conectar el ecosistema portuario. ¿Cómo puede la gestión inteligente de los datos mejorar la eficiencia y la seguridad del transporte marítimo?

Hoy en día eso es lo más importante. Los puertos empiezan desarrollando grandes infraestructuras físicas, pero después hay que digitalizar todo el ecosistema portuario. En una operación intervienen muchos actores desde prácticos,

Isaac González: “Creemos que hay que trabajar con orden y conocimiento para aportar valor al cliente”



remolcadores, amarradores, hasta consignatarias y otros operadores, y todos tienen que compartir información.

Nuestro Espacio de Datos Marítimo Español (EDME), el primero de estas características en España, permite precisamente esa interoperabilidad de datos entre los distintos actores. Cuando toda esa información está digitalizada y puede compartirse, se optimizan las operaciones, se reducen costes y se mejora la eficiencia, que es uno de los grandes objetivos de los puertos.

El proyecto nació en el marco de un proyecto europeo y el EDME se desarrolló inicialmente entre los puertos de Baleares, Barcelona y Valencia. Nuestro objetivo es extender ese modelo al conjunto del sistema portuario español.

Nosotros siempre hemos trabajado desde el punto de vista del dato. Lo importante no es solo implantar una aplicación en una autoridad portuaria, sino aprovechar toda la información disponible para desarrollar sistemas que ayuden a tomar mejores decisiones y avanzar hacia puertos más verdes, sostenibles, optimizados y digitalizados.

Para finalizar, de cara a los próximos años ¿cuáles son los

principales retos y objetivos de Hiades y qué papel espera que desempeñe Canarias en la transformación digital del sector marítimo?

Nuestro principal objetivo es consolidarnos como una empresa de referencia en innovación y transformación digital del sector portuario. Apostamos desde el principio por desarrollar productos que no existían en el mercado, pensando en necesidades que las autoridades portuarias tendrían a corto y medio plazo. Era una estrategia arriesgada, pero creemos que ha dado buenos resultados.

Hoy trabajamos con autoridades portuarias como Valencia, Huelva, Baleares, Las Palmas y otras muchas, adaptando soluciones a las necesidades de cada puerto. Aunque puedan parecer similares, cada uno tiene su propio modelo de negocio y unos retos diferentes. Nuestro objetivo es ayudarles a aprovechar mejor sus datos para optimizar su funcionamiento y facilitar la toma de decisiones.

A nivel internacional queremos seguir creciendo, especialmente en Latinoamérica, donde ya trabajamos en países como México, Colombia o Guatemala y donde las

necesidades de digitalización son muy similares.

En Canarias queremos contribuir a que los puertos de Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas sigan avanzando tecnológicamente y puedan convertirse en referentes también desde el punto de vista de la innovación y la digitalización.

Además, estamos viviendo una revolución muy importante con la inteligencia artificial. Dentro de la empresa contamos desde hace meses con un comité de IA porque creemos que va a cambiar muchas cosas, no solo en los puertos, sino en cualquier sector. Ahora mismo hay una cierta locura por incorporar inteligencia artificial a cualquier desarrollo, pero creemos que primero hay que trabajar con orden y conocimiento para que realmente aporte valor al cliente.

También estamos apostando por que los proyectos no se queden solo en proyectos piloto. Desde Europa se está detectando que muchas iniciativas se prueban, pero nunca llegan a implantarse. Nuestro objetivo es desarrollar soluciones que puedan utilizarse durante muchos años y que aporten un valor real a los puertos.



Manuel Fernando Martínez: “Queremos convertir la Zona Franca en un motor industrial y logístico para Canarias”

ENTREVISTA

MANUEL FERNANDO MARTÍNEZ

DELEGADO ESPECIAL
DEL ESTADO CONSORCIO
DE LA ZONA FRANCA DE
S/C DE TENERIFE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El Consorcio de la Zona Franca de Santa Cruz de Tenerife dispone de 160.000 metros cuadrados y cuenta con una posición estratégica entre Europa, África y América. ¿Qué proyectos empresariales y sectores considera prioritarios para atraer actualmente y convertir la Zona Franca en un motor de diversificación económica para Canarias?

Creo que los sectores en los que Canarias tiene mayor conocimiento son el agua y la energía. Siempre hemos desarrollado experiencia en estos ámbitos, pero no hemos conseguido generar un tejido empresarial e industrial en torno a ellos. Hemos destacado más en consultorías y estudios de ingeniería que en industria.

Las zonas francas son instrumentos establecidos por el Estado para la implantación de cualquier tipo de industria. En Canarias, el turismo es el sector más importante y la industria representa aproximadamente el 8 % del PIB. Por ello, la Zona Franca es una herramienta clave para atraer inversión exterior y favorecer la internacionalización de nuestras empresas.

Es un recinto aduanero en el que se pueden desarrollar actividades industriales y donde existen ventajas fiscales y aduaneras que permiten ser más competitivos en un mercado global.

La Zona Franca ofrece ventajas como la exención de determinados aranceles e impuestos, la simplificación de trámites y el almacenamiento ilimitado. ¿Conocen suficientemente las empresas canarias

estas herramientas? ¿Qué se está haciendo para acercarlas a las pymes y a los nuevos emprendedores?

Actualmente estoy realizando una labor de divulgación entre entidades empresariales de la isla y de la provincia, como la Cámara de Comercio, la CEOE y otras organizaciones. Una de las presentaciones que estoy desarrollando se titula «La Zona Franca de Santa Cruz de Tenerife, la gran desconocida».

Creo que existe una idea general de lo que es una zona franca, relacionada con el recuerdo de los antiguos puertos francos, pero muchas empresas no conocen realmente todo su potencial.

Quiero agradecer a Tribuna de Canarias la oportunidad de realizar esta entrevista, porque considero que el tejido empresarial todavía no conoce suficientemente las posibilidades de la Zona Franca.

Además, no es una herramienta solo para las empresas exportadoras, sino también para las importadoras. En Canarias, donde llegan diariamente materias primas y todo tipo de productos, las mercancías pueden permanecer almacenadas durante un tiempo ilimitado. Esto permite a las empresas disponer de un centro logístico y pagar los impuestos cuando los productos abandonen el recinto, mejorando así su competitividad.

Canarias afronta el reto de reducir su dependencia de determinados sectores y reforzar actividades vinculadas a la logística, la industria, la tecnología y el comercio exterior. ¿Qué oportunidades ofrece la Zona Franca para impulsar una economía más diversificada y generar empleo cualificado?

Estamos trabajando en una iniciativa para crear infraestructuras y centros de innovación asociados a sectores estratégicos, como el agua y la energía.

Canarias cuenta con importantes centros de investigación y conocimiento, pero muchas veces este no se transforma en tejido industrial. Por ello, queremos crear una infraestructura que apoye las iniciativas del sector privado en las fases de prototipo y patente, con el compromiso de que posteriormente la actividad industrial se desarrolle en la Zona Franca.

El objetivo es reducir los tiempos de implantación y que las empresas se centren en su actividad, mientras el Consorcio afronta la parte relacionada con las infraestructuras y las naves industriales.

La ubicación de Tenerife convierte a la isla en una posible plataforma de conexión con África Occidental y otros mercados internacionales. ¿Qué estrategias se están desarrollando para aprovechar esta posición y qué papel puede jugar la Zona Franca en la expansión internacional de las empresas canarias?

Dentro de nuestra estrategia de promoción exterior, llevamos dos años trabajando conjuntamente con la Zona Franca de Gran Canaria y participando en eventos en América Latina, principalmente en Colombia, en el ámbito de la logística.

Estamos promocionando nuestra ubicación, que considero uno de nuestros principales elementos de competitividad, junto con las ventajas del régimen fiscal de Canarias y de la Zona Especial Canaria.

Canarias debe ser una puerta de entrada a África. Nuestra promoción exterior debe unir América Latina y África, con Canarias como punto de encuentro. Es un proceso a largo plazo que debe combinarse con las políticas de atracción de inversiones.

Además, la incertidumbre internacional relacionada con los aranceles puede convertirse en una oportunidad para territorios europeos como Canarias.

La Zona Franca es compatible con las ventajas de la Zona Especial Canaria y forma parte del Régimen Económico y Fiscal de Canarias. ¿Cómo pueden combinarse estas herramientas para atraer inversiones y conseguir que nuevas empresas desarrollen aquí una actividad estable y generen empleo?

Todas estas herramientas son compatibles. Sin embargo, todavía debemos resolver la cuestión de la ubicación de las zonas francas dentro del ámbito portuario. Estamos trabajando con el sector portuario para hacerlas más competitivas.

Considero que el futuro de la Zona Franca de Tenerife pasa por el entorno anexo al puerto de Grana-



dilla y por el desarrollo del polígono industrial de esa zona, convirtiéndolo en un recinto aduanero donde las industrias puedan beneficiarse de estas ventajas.

Esto permitiría mejorar la seguridad y la agilidad logística, aspectos en los que Canarias todavía tiene margen de mejora.

“Necesitamos espacios industriales preparados para que las empresas puedan implantarse en seis meses o un año”

¿Qué transformaciones considera imprescindibles para que la Zona Franca responda a las nuevas necesidades del comercio internacional y sea más competitiva dentro de la Unión Europea?

Los tiempos actuales de implantación empresarial, que pueden prolongarse tres o cuatro años, no son compatibles con las necesidades del mercado internacional.

Muchas empresas quieren invertir en su producto y en su cadena de valor, no en patrimonio o infraestructuras. Por ello, las administra-

ciones debemos desarrollar parques industriales que permitan reducir los tiempos de implantación a seis meses o un año.

La empresa debería encontrar un espacio físico preparado para desarrollar su actividad y centrarse únicamente en su negocio. Actualmente muchas empresas preguntan por naves disponibles, pero disponemos principalmente de suelo.

Por tanto, uno de los grandes retos es que la Zona Franca de Santa Cruz de Tenerife cuente con espacios industriales construidos y preparados para facilitar la llegada de nuevas inversiones.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales objetivos y proyectos del Consorcio de la Zona Franca de Santa Cruz de Tenerife para lo que resta de 2026? ¿Qué resultado le gustaría poder presentar al finalizar el año?

Me gustaría que pudiéramos identificar un terreno y avanzar en su desarrollo para convertirlo en un espacio industrial y logístico, especialmente en el entorno de Granadilla.

También considero prioritario impulsar un centro de innovación y transferencia de conocimiento que permita transformar los proyectos de investigación de nuestras universidades en tejido industrial.

Ese es el objetivo. De aquí a 2026, me gustaría que pudiéramos tener definida una hoja de ruta y que todas las entidades que forman parte del Consorcio coincidieran en que este es el camino a seguir.



ENTREVISTA

JOSÉ JUAN
SOCAS ÁLAMO
PRESIDENTE
DE FEDEPORT

José Juan Socas Álamo: “Queremos convertir la primera subasta de eólica marina en una oportunidad industrial real”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La descarbonización del transporte marítimo y la entrada en vigor de nuevas exigencias medioambientales europeas están suponiendo importantes inversiones y costes para las empresas. ¿Existe el riesgo de que esta transición termine restando competitividad a los puertos canarios frente a otros enclaves que no están sometidos a las mismas obligaciones?

El riesgo existe y es una realidad que no podemos obviar, pero en FEDEPORT no afrontamos esta transición desde la queja, sino desde la responsabilidad y la búsqueda de oportunidades.

Para nosotros, la sostenibilidad no es una carga, sino una oportunidad estratégica. Queremos que los puertos canarios estén a la vanguardia verde, liderando procesos de innovación, economía circular y eficiencia energética que nos hagan más atractivos en el escenario global. Nuestra participación en proyectos de cooperación europea demuestra que el sector portuario de las islas quiere estar en el centro del cambio.

Ahora bien, la sostenibilidad debe ser sinónimo de viabilidad. Bruselas tiene que entender la singularidad de Canarias como Región Ultraperiférica. Si las normativas medioambientales europeas se aplican de forma rígida y homogénea, sin atender a nuestra fragmentación territorial y lejanía geográfica, corremos el riesgo de sufrir una fuga de tráfico internacional hacia enclaves vecinos de terceros países que no juegan con las mismas reglas.

Desviar un buque hacia un puerto no europeo no reduce las emisiones globales, solo las traslada y, además, debilita la conectividad y la economía de nuestro archipiélago. El camino no es frenar la descarbonización—en la que creemos firmemente—, sino exigir flexibilidad y un marco normativo justo que proteja la competitividad de nuestras empresas mientras acometemos esta transformación.

Desde FEDEPORT defendemos que la descarbonización debe ir acompañada de políticas que tengan en cuenta la realidad de los territorios ultraperiféricos y garanticen unas condiciones de competencia equilibradas. La sostenibilidad y la competitividad deben avanzar de la mano para consolidar el

papel de Canarias como plataforma logística, industrial y energética de referencia entre Europa, África y América.

La eólica marina, los nuevos combustibles, la reparación naval o los servicios vinculados a la economía azul abren nuevas oportunidades de negocio. ¿Está Canarias preparada para convertir estos sectores emergentes en actividad económica, empleo y nuevas empresas o seguimos llegando tarde a algunas de estas oportunidades?

Canarias no solo está preparada, sino que cuenta con las condiciones idóneas para liderar esta transformación. No llegamos tarde; estamos en el momento exacto para consolidar nuestra posición. El sector portuario de las islas dispone de una infraestructura madura, una conectividad estratégica y, lo más importante, un tejido empresarial con una experiencia técnica de primer nivel en el Atlántico Medio.

En el caso de la eólica marina, desde FEDEPORT llevamos años impulsando iniciativas de colaboración público-privada, espacios de diálogo y proyectos estratégicos que han fortalecido las capacidades de nuestro tejido empresarial y facilitado su incorporación a la cadena de valor de las energías renovables marinas. Nuestro objetivo no ha sido únicamente promover la instalación de parques eólicos, sino conseguir que esta transición se traduzca en oportunidades reales para las empresas canarias. El verdadero éxito no se medirá solo por los megavatios instalados, sino también por las empresas que participen, el empleo cualificado que se genere y la riqueza que permanezca en las islas.

Contamos con puertos estratégicos, una industria de reparación naval consolidada y empresas de ingeniería, logística, fabricación, mantenimiento y servicios marítimos con capacidades transferibles a este nuevo mercado. Además, hemos identificado y georreferenciado muchas de esas capacidades para demostrar que existe una cadena de valor preparada.

Ahora bien, para convertir ese potencial en actividad económica hacen falta decisiones acertadas. Desde FEDEPORT hemos impulsado un proceso de participación con empresas, puertos, astilleros, centros tecnológicos y administraciones que ha permitido

trasladar una posición técnica consensuada al Gobierno de España. Una de las principales conclusiones es que la primera subasta de eólica marina debe convertirse en una auténtica oportunidad industrial para Canarias, incorporando criterios que favorezcan el empleo local, la integración de proveedores canarios, el uso de nuestras infraestructuras portuarias y el desarrollo de capacidades permanentes en las islas.

FEDEPORT está reforzando sus relaciones con África Occidental a través de proyectos como Blue Supply Chain, ¿Qué falta para que esa posición geográfica se traduzca definitivamente en más negocio y actividad para las empresas canarias?

África Occidental no debe verse únicamente como un mercado al que exportar servicios, sino como un socio estratégico con el que construir una cadena de valor compartida. Canarias, por su ubicación, sus puertos y el conocimiento acumulado por nuestras empresas, está llamada a desempeñar un papel de puente entre Europa y África.

Precisamente esa visión se ha visto reforzada recientemente con la aprobación de la modificación del proyecto Blue Supply Chain. El proyecto ya contaba con socios estratégicos en Cabo Verde, como la Cámara de Comercio de Barlavento y el Instituto Marítimo Portuario, así como con la Zona Franca de Nuadibú en Mauritania y el Centre for Enterprise Learning (CEL) de Ghana. Ahora hemos ampliado esa red incorporando nuevos actores clave, como ENAPOR, la empresa nacional de puertos de Cabo Verde; la Association Mauritanienne de l'Hydrogène Vert; el Observatoire National de l'Environnement et du Littoral (ONEL); y el Ministerio de Pesca, Infraestructuras Marítimas y Portuarias de Mauritania. Reforzamos así nuestra cooperación con las instituciones que están liderando el desarrollo portuario, marítimo y energético de África Occidental.

Esto nos permite trabajar directamente con quienes están definiendo el futuro de estos sectores, conocer sus necesidades y generar oportunidades reales para las empresas canarias.

Ahora bien, para que esa posición geográfica se traduzca en más actividad económica

necesitamos seguir fortaleciendo la internacionalización de nuestras empresas, generar relaciones de confianza estables y acompañarlas en su implantación en estos mercados. La proximidad geográfica es una ventaja competitiva, pero por sí sola no genera negocio. Hace falta cooperación, conocimiento mutuo y proyectos que creen alianzas duraderas.

Ese es precisamente el modelo que defendemos desde FEDEPORT: pasar de una relación basada únicamente en el comercio a una colaboración estructural, en la que Canarias se consolide como el nodo de conexión entre Europa y África para el desarrollo de la economía azul y las energías renovables marinas.

¿Cuáles son hoy los principales obstáculos que están frenando la inversión privada y el desarrollo empresarial dentro de los puertos canarios?

El verdadero desafío no es la capacidad de nuestras empresas, sino la agilidad del entorno regulatorio y administrativo que debe acompañarlas. Sectores emergentes como la eólica marina y las nuevas energías asociadas a la economía azul requieren marcos jurídicos claros, procesos de licitación predecibles y una burocracia ágil que permita materializar las inversiones con rapidez. El capital y la voluntad empresarial canaria están plenamente comprometidos, pero necesitan que las reglas de juego acompañen el ritmo del mercado internacional.

Otro aspecto fundamental es la planificación del suelo portuario. En un territorio insular como Canarias, el espacio disponible es un recurso limitado y estratégico. Debemos garantizar que su utilización responda a una visión de futuro y sea compatible con el crecimiento de actividades de alto valor añadido, la logística, la reparación naval, la economía azul y las energías renovables marinas. Las decisiones que adoptemos hoy condicionarán la competitividad de nuestros puertos durante las próximas décadas.

Desde FEDEPORT creemos que la colaboración entre administraciones y sector privado es la mejor herramienta para superar estos retos. Cuando existe una planificación anticipada, un marco estable y una gestión ágil, las empresas responden con inversión, innovación y empleo.



ENTREVISTA

JUAN LÓPEZ-DORIGA
DIRECTOR DE SERVICIOS
DE INTERMEDIACIÓN
DE BERGÉ

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Canarias aspira a consolidarse como uno de los grandes nodos logísticos del Atlántico, pero la competencia entre puertos es cada vez más intensa. Desde la experiencia de BERGÉ, ¿qué fortalezas siguen diferenciando a los puertos canarios y qué decisiones son urgentes para no perder competitividad frente a otros enclaves del entorno atlántico?

Los puertos canarios cuentan con una ubicación geoestratégica envidiable, pues está en el cruce de las principales rutas marítimas entre Europa, América y África. A ello se suma su experiencia en determinadas operativas como reparación naval, consignación, suministro de combustible, hub logístico, etc. Todo ello desde una comunidad portuaria muy especializada.

No obstante, la ubicación por sí sola ya no garantiza la competitividad y claro que hay otros puertos en la costa atlántica que están realizando inversiones para captar nuevos tráficos. Por todo ello, es prioritario acelerar en eficiencia y digitalización y atraer inversiones vinculadas a actividades logísticas e industriales de alto valor añadido.

Los puertos ya no solo compiten por su posición geográfica, sino por su capacidad para ofrecer eficiencia, rapidez, servicios integrados y sostenibilidad en las operaciones.

La logística marítima vive un momento de profunda transformación, marcado por la digitalización, la sostenibilidad y la necesidad de cadenas de suministro más resilientes. ¿Cuál cree que será el cambio que más va a transformar la actividad portuaria durante los próximos cinco años?

Si hubiera que señalar un factor verdaderamente diferencial, sería la capacidad de los puertos para convertirse en plataformas de datos, donde la información fluya en tiempo real entre navieras, terminales, operadores logísticos y administraciones. Esa conectividad permitirá optimizar escalas, reducir tiempos de espera, mejorar la trazabilidad de las mercancías y repuestos y tomar decisiones más eficientes. Paralelamente, la sostenibilidad



Juan López-Doriga: “Queremos convertir nuestros puertos en plataformas de datos conectadas en tiempo real”

nibilidad dejará de ser un elemento diferenciador para convertirse en un requisito imprescindible.

Canarias depende del transporte marítimo para su abastecimiento y para buena parte de su actividad económica. ¿Qué lecciones dejaron las crisis logísticas de los últimos años y está hoy el Archipiélago mejor preparado para responder ante interrupciones del comercio internacional?

Las crisis de los últimos años han demostrado que, además de la eficiencia, es igualmente importante la resiliencia, la capacidad de adaptación y la anticipación. Creo

que en Canarias existe hoy una mayor conciencia sobre la necesidad de diversificar y mejorar la planificación logística y también se ha acelerado la digitalización para una mayor rapidez ante posibles incidencias.

Obviamente, la dependencia del transporte marítimo seguirá siendo un elemento estructural de Canarias, el reto pasa por una mejora continua en gestión con la ayuda de todas las partes implicadas, una comunidad logística que en conjunto esté cada vez más preparada para responder con agilidad a un entorno global marcado por la incertidumbre.

Bergé trabaja con sectores tan diversos como la automoción, la carga de proyectos, la energía o la logística industrial. ¿Qué oportunidades de negocio ve crecer con más fuerza en Canarias y qué papel puede desempeñar el Archipiélago en el desarrollo de la economía azul y de las nuevas infraestructuras energéticas?

Nuestro posicionamiento tanto en la península como en las islas Canarias nos permite tener un papel muy destacado en el abastecimiento regular del archipiélago, con servicios semanales para mercancía contenerizada desde Barcelona, Valencia, Alicante y Cádiz. El uso de almacenes propios para la gestión y consolidación de todo tipo de carga (alimentos, materiales de construcción, ropa y calzado, medicamentos...) nos permite, de la mano de nuestros clientes y las navieras, organizar y priorizar los envíos, asegurando un transporte eficiente y garantizar el suministro en tiempo y forma.

El desarrollo de la industria offshore, tanto en su vertiente eólica como la petrolera, muy asentada en las islas, ofrecen oportunidades de crecimiento, pues contamos con una excelente infraestructura y una gran experiencia por parte de la comunidad portuaria y por empresas de servicios auxiliares.

El problema, como sucede también en la península, es muchas veces la falta de mano de obra y personal cualificado. Desde los organismos oficiales correspondientes se debe impulsar la creación de programas de formación que permitan preparar a los profesionales para los retos del futuro en una industria tan dinámica como es la logística, la gestión de puertos o astilleros y el mundo marítimo en general.

La compañía ha reforzado recientemente su estructura operativa con un nuevo modelo de dirección territorial. ¿Qué buscaban con esta reorganización y cómo va a repercutir en la capacidad de respuesta y en el servicio que ofrecen a sus clientes?

Esta nueva estructura refuerza el modelo de Operaciones que se ha ido desarrollando en BERGÉ en los últimos años, tras la implantación de un centro global de operaciones en Madrid que armoniza procesos, asegura coherencia y estandariza la excelencia operativa, al tiempo que se dota de mayor autonomía a cada puerto. Todo ello nos permite tener una visión transversal de toda la operativa logística. Un proyecto en el que la tecnología es clave para ir más allá en la calidad del servicio, garantizando un mismo estándar de servicio al cliente independientemente del puerto. De este modo, no solo se optimiza la planificación, sino que permite manejar datos e información operativa esencial para poder diseñar mejores ofertas de servicio.

Esta mayor autonomía en los puertos ha significado para nuestras oficinas en Canarias una mayor agilidad y atención más directa con los buques y plataformas que atendemos, tanto en puerto como en astillero. También les ha dotado de una mayor independencia a la hora de comercializar nuestros servicios, y dar respuesta a las solicitudes que surgen en cualquiera de los puertos canarios.

Si tuviera que señalar una decisión que marcará el futuro de los puertos canarios en la próxima década, ¿cuál sería? ¿Qué debería hacer Canarias desde hoy para seguir siendo un referente logístico y marítimo en el Atlántico?

Más que una decisión, me tendría en tres. Es necesario seguir invirtiendo en digitalización, descarbonización y modernización de las infraestructuras, impulsar la formación de profesionales especializados y favorecer la colaboración entre administraciones, universidades, empresas y comunidad portuaria. Todo ello permitirá al Archipiélago consolidarse como plataforma logística para las relaciones entre Europa, África y América, aprovechando el crecimiento de los intercambios con África Occidental y el desarrollo de nuevos corredores comerciales.



Tus experiencias turísticas, listas para vender online.

Turismo de Islas Canarias pone en marcha el **Programa de Aceleración** diseñado para promover la **comercialización online** de las empresas de actividades turísticas canarias. **Impulsa tus ventas en los canales online.**

Inscríbete ahora y consigue gratis una de las 240 licencias de motor de reservas que ofrecemos.



Inscríbete aquí



ENTREVISTA

EUGENIO FALCÓN
DIRECTOR COMERCIAL
DE MOTONÁUTICA
LAS PALMAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Motonáutica Las Palmas lleva años vinculada al sector náutico en Canarias, un ámbito estrechamente relacionado con la identidad del archipiélago y con la economía azul. ¿Cómo valora la evolución de los puertos deportivos canarios y qué retos considera prioritarios para seguir impulsando la náutica de recreo?

El principal problema, y uno de los más graves, son precisamente los puertos. En Gran Canaria, los puertos deportivos están saturados y colapsados desde hace casi 20 años. No hay amarres suficientes para atender toda la demanda de clientes que quieren comprar embarcaciones. Esto provoca que se reduzca considerablemente el número de ventas por la falta de amarres disponibles en los puertos deportivos.

La última edición de FIMAR volvió a reunir a empresas, instituciones y aficionados al mundo náutico. ¿Qué balance hace de la participación en este encuentro y qué oportunidades de negocio, innovación y colaboración surgieron durante la feria?

Para nosotros, FIMAR es un encuentro muy importante. Fuimos pioneros y una de las primeras empresas que acudió a la feria en el año 2011. Hemos participado en todas sus ediciones y, en cada una de ellas, hemos ido creciendo. La edición de 2026 ha sido especialmente positiva en cuanto a ventas y contactos, posiblemente la mejor de los últimos años.

Nosotros tenemos una particularidad: hacemos un pre-FIMAR, un FIMAR y un post-FIMAR. Esto significa que nuestros clientes ya conocen las ofertas que se realizan durante la feria y vienen buscándolas. Además, mantenemos esos precios durante aproximadamente un mes antes y un mes después del evento, lo que ha generado un volumen de ventas realmente importante.

¿Qué puede encontrar el público cuando visita FIMAR y se acerca a Motonáutica Las Palmas?

Como anécdota, puedo decir que este año llevamos a FIMAR la embarcación más barata y la más cara de toda la feria, incluso teniendo en cuenta a la competencia. Teníamos una embarcación desde 400 euros hasta otra de casi 300.000 euros. El abanico de opciones era muy amplio y nos permitía adaptar-

Eugenio Falcón: “Tenemos los puertos deportivos saturados y colapsados desde hace casi 20 años”



nos a prácticamente cualquier tipo de presupuesto.

Canarias cuenta con una posición estratégica entre Europa, África y América. ¿Se están aprovechando suficientemente los puertos deportivos y las infraestructuras náuticas para atraer más embarcaciones, turismo náutico y grandes travesías internacionales, o todavía existe un margen importante de mejora?

Siempre existe un amplio margen de mejora. Actualmente, en Gran Canaria, quien dispone de amarres o plazas para las grandes travesías, como la ARC, es principalmente el Real Club Náutico de Las Palmas. En otras islas, como Lanzarote, la situación ha cambiado bastante, pero en Gran Canaria seguimos necesitando más infraestructuras.

Faltan amarres para las embarcaciones que llegan en tránsito para cruzar el Atlántico. También es necesario que el Gobierno de Canarias, la Autoridad Portuaria y todos los organismos oficiales implicados se comprometan más y amplíen el número de plazas de amarre o rediseñen unos puertos que, en muchos casos, son muy antiguos.

En los últimos años también ha evolucionado la demanda de embarcaciones de recreo y motores marinos. ¿Qué tipo de cliente predomina actualmente en Canarias y cuáles son las principales tendencias que están marcando el mercado náutico?

La auténtica revolución náutica a nivel mundial durante los últimos seis o siete años ha sido la implantación prácticamente generalizada del motor fueraborda.

Antiguamente se vendían embarcaciones con motores interiores, tanto diésel como de gasolina, con transmisiones muy complejas. Ahora todo se ha simplificado con motores de última tecnología, con emisiones prácticamente nulas. Además, estamos avanzando hacia la electrificación de muchos productos. La realidad actual de la náutica mundial está basada, fundamentalmente, en el motor fueraborda.

¿Qué servicios ofrece Motonáutica Las Palmas a un cliente que llega a la empresa interesado en adquirir una embarcación?

Nosotros ofrecemos un servicio integral. Vendemos la embarcación, el motor y ofrecemos el servicio posventa. También gestionamos el seguro, los trámites relacionados con la titulación náutica y, en la medida de lo posible, ayudamos con la gestión del amarre.

Cuando un cliente entra en nuestra tienda sin tener conocimientos sobre el sector, sin titulación o sin saber cómo funciona todo el proceso, le asesoramos de principio a fin y le ofrecemos todas las opciones necesarias para disponer de una embarcación de recreo.

Desde obtener el título náutico hasta contratar el seguro, matricular la embarcación, instalar el motor que el cliente elija y ofrecer el servicio posventa durante el tiempo que sea necesario. También contamos con servicios técnicos, por lo que intentamos facilitar al máximo todo el proceso.

Además, ofrecemos financiación. Funcionamos, en cierto modo, como un concesionario de automoción: el cliente viene a comprar una embarcación y nosotros también podemos gestionar la obtención del título náutico, el seguro y la matriculación. Ofrecemos un servicio completo.

La náutica tiene un enorme potencial como complemento al turismo tradicional de las islas. ¿Qué iniciativas deberían impulsarse desde el sector público y privado para acercar el mar a más residentes y visitantes y consolidar a Canarias como un referente internacional del turismo náutico?

Es un tema fundamental. Nosotros ya lo vimos hace aproximadamente diez años y comenzamos a colaborar estrechamente con empresas de chárter y de alquiler de embarcaciones, con o sin patrón, tanto en materia de servicios como de precios especiales.

Tenemos muchos clientes profesionales que, bien a través de internet o mediante hoteles, gestionan sus embarcaciones para alquilarlas al turismo extranjero, al turismo local y también a los residentes que desean alquilar barcos en los puertos deportivos.

El problema vuelve a ser el mismo: no hay suficientes amarres

para atender toda la demanda, tanto de particulares como de empresas de alquiler. Posteriormente, esas embarcaciones necesitan estar en uso. A diferencia de un coche, que se puede alquilar y aparcar en diferentes lugares, una embarcación necesita estar en el agua y, para ello, necesita un puerto deportivo. Si no hay amarres, resulta muy difícil desarrollar toda esa actividad.

Para terminar, ¿cuáles son los principales objetivos que se ha marcado Motonáutica Las Palmas para lo que resta de 2026, especialmente en lo relacionado con el crecimiento de la empresa y su contribución al desarrollo del sector náutico en Canarias?

Ya hemos ampliado la plantilla y estamos buscando otra nave para dedicarla específicamente al servicio posventa. Este ha sido siempre un aspecto que nos ha motivado a lo largo de nuestra historia y cada vez tenemos una mayor demanda de servicios de reparación, mantenimiento, sustitución de piezas y cambio de motores.

“No hay amarres suficientes para atender toda la demanda de clientes que quieren comprar embarcaciones”

Actualmente, nuestras instalaciones están destinadas a diferentes actividades, pero estamos buscando otra nave de características similares para dedicarla exclusivamente al servicio posventa. Esa es nuestra idea para este año y queremos hacerlo antes de que termine 2026. Es un objetivo a corto plazo.

Además, me gustaría recalcar que las autoridades, el Gobierno de Canarias, las autoridades portuarias, Puertos Canarios y todas las instituciones públicas implicadas deben comprometerse más con el sector.

No deberían cerrarse las rampas de acceso al mar. Existe una parte muy importante de la náutica, que es la náutica de iniciación, formada por clientes que compran embarcaciones pequeñas con remolque para poder botarlas a través de una rampa. Sin embargo, muchas de esas rampas están cerradas.

Es difícil de entender que en una isla como esta existan tantos problemas para botar embarcaciones al agua cuando las rampas ya están construidas. Simplemente deberían habilitarse y abrirse las rampas que ya existen.



ENTREVISTA

JAVIER DELGADO
DIRECTOR REGIONAL DE
CANARIAS DE CANARSHIP

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cómo valora el momento que atraviesa el sistema portuario canario y cuáles son sus principales desafíos?

Los puertos canarios atraviesan un buen momento y siguen siendo una referencia en el Atlántico por su ubicación estratégica, su experiencia y la calidad de los servicios que ofrecen.

El principal desafío es mantener la competitividad en un entorno donde cada vez existen más puertos que compiten por atraer tráfico y proyectos internacionales. Para lograrlo debemos seguir mejorando las infraestructuras, impulsar la digitalización y reducir la burocracia para que las operaciones sean más ágiles.

Además, es fundamental que el sector público y privado sigan trabajando juntos para reforzar la posición de Canarias como plataforma logística internacional.

¿Qué oportunidades ofrece la ubicación estratégica de Canarias y qué inversiones son necesarias?

Canarias está situada en un punto privilegiado entre Europa, África y América. Esto nos permite ser una base natural para el transporte marítimo, la logística internacional, el suministro a buques y los proyectos vinculados al sector energético.

Para aprovechar al máximo estas oportunidades es necesario seguir invirtiendo en suelo logístico, infraestructuras portuarias, conectividad y tecnología. También debemos facilitar la llegada de nuevas empresas y proyectos internacionales que generen actividad y empleo. Nuestro objetivo debe ser consolidar Canarias como el gran hub logístico del Atlántico Medio.

¿Cómo han evolucionado los servicios que demandan las navieras?

Las navieras ya no buscan únicamente un consignatario que gestione la escala del buque. Hoy buscan un socio que les ofrezca una solución integral.

Nos piden gestionar logística, aduanas, almacenamiento, transporte, cambios de tripulación y asistencia técnica, todo ello de forma coordinada y eficiente.

Además, cada vez valoran más la rapidez de respuesta, la transparencia de la información y la capacidad de resolver cualquier necesidad a través de un único interlocutor.

¿Qué papel desempeñan la digitalización y la innovación tecnológica?

La tecnología es imprescindible para ser competitivos. Gracias a la digitalización podemos ofrecer una mayor rapidez, controlar mejor las operaciones y facilitar información en tiempo real a nuestros clientes.

La innovación permite optimizar procesos, reducir errores y mejorar la experiencia del cliente.

Sin embargo, la tecnología debe ser una herramienta al servicio de las personas. El objetivo final sigue siendo ofrecer un servicio más eficiente, fiable y cercano.

¿Qué potencial tiene el sector offshore y energético para Canarias?



Javier Delgado: “Nuestro objetivo debe ser consolidar Canarias como el gran hub logístico del Atlántico Medio”



Tiene un enorme potencial. Canarias se ha consolidado como una base logística de referencia para operaciones offshore en el Atlántico y especialmente para proyectos relacionados con África Occidental. Además, el desarrollo de nuevas actividades vinculadas a la transición energética y la eólica marina abre oportunidades muy interesantes para atraer

inversión, generar empleo cualificado y diversificar la economía del archipiélago. Es un sector que se ha quedado “estancado” pero que debería retomarse teniendo en cuenta la relevancia que va a tener en los próximos años. En este sentido el mar del Norte con su desarrollo en la eólica marina es un ejemplo muy claro el cual debería replicarse en nuestra zona.

¿Sigue siendo importante el factor humano en un sector tan tecnológico?

Sin ninguna duda.

La tecnología ayuda a mejorar los procesos, pero la confianza, la experiencia y la capacidad de reacción siguen dependiendo de las personas. En nuestro sector muchas operaciones son complejas y requieren una atención constante. Los clientes valoran contar con equipos que conozcan perfectamente el entorno portuario y que estén disponibles para resolver cualquier situación las 24 horas del día. Por eso creemos que el factor humano seguirá siendo una de las principales ventajas competitivas de Canarias.

Sin embargo una de las tareas pendientes de las Administraciones locales es la formación de personal cualificado y específico para este sector.

¿Cuáles son los principales objetivos de Canarship para lo que resta de 2026?

Nuestro propósito es consolidar a Canarship como el referente logístico y marítimo de Canarias, impulsando un crecimiento sólido, sostenible y diversificado que genere valor para nuestros clientes, colaboradores y para el conjunto de la economía canaria. Para ello, seguimos reforzando áreas estratégicas como la logística internacional, el almacenamiento, el transporte y los servicios offshore, pilares fundamentales de nuestra visión de futuro.

Como empresa del Grupo Romeu, contamos con el respaldo de una organización comprometida con el desarrollo de Canarias a través de compañías como Tiba Internacional, Gesport Atlantic y Canarship S.L.U., además de una firme apuesta por nuevos proyectos e inversiones que amplíen nuestras capacidades y oportunidades de crecimiento.

Nuestra ambición es fortalecer nuestra presencia internacional, atraer nuevos clientes y desarrollar soluciones logísticas innovadoras que aporten un mayor valor añadido. Trabajamos con una visión a largo plazo: contribuir de manera decisiva al posicionamiento de Canarias como una de las principales plataformas logísticas y marítimas del Atlántico, conectando mercados, generando oportunidades y reforzando el papel estratégico del archipiélago en el comercio global.



ENTREVISTA

JOSÉ GILBERTO MORENO
DIRECTOR GENERAL DE
PUERTOS CANARIOS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Puertos Canarios gestiona una red de instalaciones esenciales para la conectividad, la economía y la vida cotidiana de las islas. En un territorio fragmentado como Canarias, ¿cuál es hoy el principal reto para conseguir que los puertos autonómicos sean más eficientes, competitivos y útiles para las comunidades que los rodean?

Para empezar, hay que entender el modelo de los puertos autonómicos. Son puertos no industrializados que, en muchos casos, no tienen líneas regulares de pasajeros o mercancías, lo que permite desarrollar un modelo más flexible y adaptado al territorio.

Se diferencian en tres tipos: puertos de interés general, que garantizan la conectividad; marinas deportivas, orientadas al ocio náutico; y refugios destinados al sector pesquero.

En especial, los puertos de interés general son clave porque, en muchos casos, son la única conexión entre islas no capitalinas, sin alternativas como el avión.

Además, estos puertos funcionan como espacios abiertos a la ciudadanía, auténticas plazas marítimas, más amables y con mayor presencia de servicios y ocio.

Por todo ello, estamos evolucionando hacia un modelo de ecopuertos inteligentes, que integran sostenibilidad, calidad de servicios y una gestión más eficiente.

Ha definido la transformación de Arguineguín como el paso de un “muelle de la vergüenza” a un “muelle de la esperanza”. ¿Qué actuaciones concretas deben marcar ese cambio y qué impacto espera que tenga la nueva realidad portuaria en la economía, la pesca y la población local?

Los puertos en Canarias están muy ligados a la identidad del archipiélago. Son la puerta al mar, pero también espacios sostenibles y de calidad. Cuando hablamos de ecopuertos, hablamos de infraestructuras que cuidan el medioambiente y ofrecen un entorno equilibrado.

Al mismo tiempo, algunos puertos han sido puntos de llegada de la inmigración, especialmente en el sur y el oeste. Durante la crisis migratoria, lugares como Arguineguín reflejaron una situación muy dura, conocida como el “muelle de la vergüenza”.

Pero esa realidad también muestra la vocación de acogida de Canarias. Los puertos son espacios donde se pone en valor la dignidad de las personas y se visibilizan retos globales.

Por eso, hemos avanzado hacia un enfoque más humano y responsable: transformar el “muelle de la vergüenza” en el “muelle de la esperanza”.

Puertos Canarios ha cedido 14 instalaciones a las cofradías de pescadores para impulsar la actividad pesquera. ¿Qué objetivos persigue esta medida y cómo puede contribuir a garantizar el futuro de la pesca profesional?

José Gilberto Moreno: “Apostamos por ecopuertos sostenibles, equilibrados y alejados de la masificación”



Es un hito importante: somos los primeros puertos de interés general de gestión pública en España en obtener banderas azules.

Más allá del reconocimiento, es el resultado de años apostando por el modelo de ecopuertos, con una gestión rigurosa del medioambiente y servicios de calidad, controlando aspectos como residuos, agua, aire y ruido.

La bandera azul confirma que estamos haciendo las cosas bien, incluso en puertos con actividad intensa.

Además, posiciona a Canarias como referente en sostenibilidad y refuerza la importancia de cuidar nuestro territorio. Por eso estamos especialmente orgullosos de este logro.

El puerto de Playa Blanca vuelve a situarse en el debate sobre la llegada de cruceros de pequeño y mediano tamaño. ¿Qué potencial tiene este segmento para diversificar la oferta turística de Lanzarote y qué estrategia está desarrollando Puertos Canarios para atraer nuevas escalas?

No apostamos por los grandes cruceros ni por el turismo masivo, porque no encaja con un modelo sostenible ni genera una verdadera integración con el territorio.

Ese tipo de tráfico se concentra en puertos estatales de las capitales. Nuestro enfoque es distinto: priorizamos barcos pequeños o medianos, con un turismo más responsable y de mayor calidad.

Queremos que quienes lleguen a nuestros puertos, ubicados en entornos más tranquilos, conozcan y aporten al entorno local, generando un impacto positivo.

En definitiva, apostamos por ecopuertos sostenibles, equilibrados y alejados de la masificación.

La actividad portuaria también puede generar conflictos con otros usos del territorio, como demuestra el caso de la cementera de CEISA en Arguineguín. ¿Cómo se puede garantizar que los intereses industriales, la actividad portuaria, la protección ambiental y las demandas de los vecinos convivan dentro de una planificación equilibrada?

Efectivamente, lo que hemos hecho es no renovar una concesión que durante 50 años otorgaba el uso exclusivo de un puerto a una empresa privada. Lo hacemos por coherencia con nuestro modelo: los puertos de gestión autonómica no deben ser infraestructuras industrializadas ni de uso exclusivo.

La industria mantiene su actividad en suelo privado, por lo que no se ve afectado ningún puesto de trabajo. La decisión simplemente pone fin a una exclusividad que, además, se sustentaba en condiciones muy desfasadas.

Nuestro objetivo es que ese puerto pase a ser un espacio público, abierto a toda la ciudadanía y alineado con el modelo que ya comparten el ayuntamiento, el cabildo y el Gobierno de Canarias: un uso más equilibrado, vinculado también a oportunidades como el desarrollo turístico sostenible.

En definitiva, el puerto deja de ser de uso exclusivo y pasa a integrarse en la red pública, al servicio de todos y todas.



Somos los primeros puertos de gestión pública en España en obtener banderas azules

Para finalizar, con proyectos de transformación portuaria, impulso a la pesca, mejora ambiental y nuevas oportunidades para el turismo marítimo, ¿cuáles son los principales objetivos que se ha marcado Puertos Canarios para lo que resta de 2026 y qué actuación considera que puede marcar un antes y un después en la red de puertos de Canarias?

Canarias cuenta actualmente con 52 puertos de gestión directa autonómica, un modelo muy distinto al de los puertos del Estado o de las autoridades portuarias.

Nuestro enfoque es claro: integrar cada puerto en su municipio como un espacio abierto y vivo, casi como un parque marítimo. Lugares donde la ciudadanía pueda pasear, disfrutar del entorno, ver la actividad pesquera o deportiva, y participar en iniciativas ambientales.

Queremos puertos amables, accesibles y conectados con la vida local, que reflejen la identidad de Canarias: una tierra atlántica, vinculada al mar y con un entorno privilegiado.

Por eso apostamos por el modelo de ecopuertos, espacios sostenibles, cercanos y pensados para el disfrute de toda la ciudadanía.



Israel Rodrigo: “Reconocemos a Canarias como la gasolinera del Atlántico”

ENTREVISTA

ISRAEL RODRIGO
DIRECTOR DE
BARGE & BOAT SERVICES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Barge And Boat Services desarrolla su actividad en el ámbito de los servicios marítimos y portuarios. ¿Cómo surge la empresa y qué necesidades detectasteis para especializaros en este sector?

Nosotros surgimos porque aquí había muy pocas lanchas que dieran servicios auxiliares marítimos y, con el tiempo, nos

fuimos especializando sobre todo en la entrega de lubricantes, que es nuestro principal negocio.

Había un déficit porque no había ninguna empresa realmente especializada. Nosotros hacemos todo: desde la traída de mercancía, despachos de aduanas, almacenaje, picking de entrada, picking de salida, recepción y la última milla, que es la entrega a buques, tanto atracados como fondeados.

Entonces, nos especializamos sobre todo en el tema de lubricantes.

Canarias ocupa una posición estratégica en las rutas marítimas internacionales. ¿Qué oportunidades ofrece este contexto para empresas como Barge And Boat Services?

Ahora mismo está habiendo un cambio bastante radical en el uso de las energías, hacia energías renovables. Al final, todos nos vamos a tener que actualizar y cambiar un

poco la visión que tenemos hacia el GLP y hacia otro tipo de energías que no sean contaminantes. El petróleo, tarde o temprano, se va a acabar, bien porque es un recurso limitado o porque las restricciones que se están implantando nos obligarán a utilizar otro tipo de energías renovables.

Al final nos vamos a tener que actualizar. Y Canarias es un punto estratégico porque es lo que comúnmente conocemos como la gasolinera del Atlántico. Todo el mundo quiere pasar por aquí a repostar.

El tráfico marítimo y la actividad portuaria continúan creciendo en las islas. ¿Cómo ha evolucionado la demanda de vuestros servicios en los últimos años y qué cambios estáis observando en el sector?

Al final, el negocio global es el que va haciendo que esto se mueva. Ahora mismo hay muchas interferencias en el estrecho de Ormuz y en el mar Rojo, y eso ha hecho que se incremente el paso de barcos por nuestras islas.

Pero también estamos teniendo un problema muy importante de mano de obra. En mis 27 años en el sector no recuerdo una situación igual. No hay mano de obra, especializada o no, y dentro de cinco años el problema puede ser todavía mayor.

Creo que una de las causas es la elevada carga impositiva que soportan las empresas. Si yo a un trabajador le pago 1.500 euros, a la empresa le cuesta cerca de 3.000. Con márgenes de beneficio del 7 u 8 % es muy difícil crear empleo.

Al final, el trabajador recibe un sueldo que, con el coste de la vida, muchas veces no le permite llegar con facilidad a fin de mes. Y si además existen ayudas que reducen el incentivo para incorporarse al mercado laboral, nos encontramos con que cada vez cuesta más encontrar personal. Ese es, para mí, el principal problema que tiene ahora mismo el sector.

La sostenibilidad y la digitalización están transformando la actividad portuaria. ¿Cómo se está adaptando Barge And Boat Services a estos nuevos retos?

Mal, muy mal. Nos vamos adaptando a base de decretos publicados en el BOE. Si no hay ayudas y no hay competitividad, es muy difícil adaptarse. Los márgenes empresariales son muy reducidos y, por ejemplo, sustituir nuestra flota por vehículos eléctricos supone inversiones de cientos de miles de euros para las que las ayudas no llegan o son insuficientes.

Siempre pongo el mismo ejemplo: si quieres jugar la Champions, tienes que fichar jugadores de Champions. Si queremos tener un puerto puntero, sostenible y digitalizado, hay que invertir dinero. Parte de esos recursos deberían revertir en las empresas del puerto, pero también en formación. En Canarias tenemos un sector marítimo muy importante y, sin embargo, muchas personas tienen que irse a la Península para formarse. Vivimos una situación muy precaria en medios y formación.

También creo que hay que fomentar el empleo. Si una empresa mantiene su plantilla y decide contratar más trabajadores, debería contar durante un tiempo con incentivos que reduzcan la carga impositiva de esas nuevas contrataciones. Eso permitiría crear empleo y sacar personas del paro. Con la presión fiscal actual es muy difícil asumir más contrataciones.

“Tenemos un problema muy importante de mano de obra, donde cada vez cuesta más encontrar personal”

Otro problema es la fuga de profesionales. Las empresas invertimos mucho dinero en formar a un trabajador y, cuando ya está preparado, muchas veces se marcha al extranjero porque allí cobra más o tiene mejores condiciones. En otros países existen modelos distintos, tanto en la fiscalidad como en los incentivos al empleo o al ahorro para la jubilación, que creo que deberíamos estudiar.

Creo que tenemos un problema de base a nivel legislativo y político que dificulta que las empresas puedan crecer, invertir y generar empleo.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales objetivos de la empresa para los próximos años y cómo ve el futuro del sector marítimo en Canarias?

Ahora mismo lo que tenemos que hacer es adaptarnos a lo que va a ocurrir. La inteligencia artificial está pegando muy fuerte y va a quitar muchos puestos de trabajo, especialmente a nivel administrativo. Creo que de aquí a cinco años, y a lo mejor soy bastante conservador, lo vamos a empezar a notar claramente. Nos vamos a tener que adaptar a las nuevas tecnologías y a un cambio global que va a afectar a todos. Van a ser cinco años muy duros, especialmente a nivel empresarial, porque van a ser años de grandes cambios.



ENTREVISTA

CARLOS DEL PAZO BATISTA
DIRECTOR DE DISTRIMAR

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Distrimar lleva años ofreciendo soluciones y suministros para el sector marítimo en Canarias. ¿Cómo surge la empresa y cómo ha evolucionado hasta convertirse en un referente dentro de la actividad náutica y portuaria del archipiélago?

La empresa nació en 1986 como un negocio enfocado principalmente en la venta de repuestos y accesorios para embarcaciones. En sus inicios, su actividad se centraba en ofrecer este tipo de servicios a buques mercantes y grandes embarcaciones.

Con el paso del tiempo, y debido a cambios en el contexto económico de Canarias —especialmente en relación con los acuerdos comerciales de pesca con Marruecos—, este mercado comenzó a desacelerarse. Ante esta situación, la empresa supo adaptarse y evolucionar, incorporándose progresivamente al sector de la pesca.

A partir de ahí, se empezaron a introducir productos dirigidos a distintas modalidades, comenzando por la pesca de curricán y la pesca tradicional en Canarias, como el soft casting y el corcheo, entre otras.

Esta evolución ha sido constante hasta convertirse en lo que es hoy: una empresa diversificada que abarca todo tipo de pesca, además de otros ámbitos relacionados como la náutica, el kayak, el sub-

Carlos del Pazo Batista: “El sector marítimo en Canarias está en constante evolución”

marinismo o el camping. No obstante, sus raíces siguen estando en los repuestos náuticos, que fueron el origen de todo.

Canarias cuenta con una importante actividad marítima, tanto profesional como recreativa. Desde vuestra experiencia, ¿cómo ha evolucionado la demanda de productos y servicios náuticos en los últimos años?

Es un tema bastante interesante, porque el sector ha evolucionado de forma desigual: mientras la demanda de algunos productos ha disminuido, la de otros ha crecido notablemente. También hemos detectado que el relevo generacional en ciertas modalidades de pesca está siendo más complicado de lo esperado.

Hay prácticas tradicionales que tienden a desaparecer o, al menos, a perder peso con el tiempo. Un ejemplo claro es la pesca desde embarcación, cuyo uso ha ido descendiendo progresivamente. En cambio, la pesca desde orilla, especialmente en modalidades más deportivas y técnicas, está experimentando un crecimiento significativo.

Creemos que en esta tendencia influyen varios factores. Por un lado, el auge de las redes sociales, donde modalidades como el spinning o el rock fishing generan contenido muy visual y atractivo, lo que contribuye a su popularización. Por otro lado, el incremento de los costes y las mayores dificultades

administrativas para el uso de embarcaciones también pueden estar desincentivando la pesca desde barco.

En definitiva, estamos observando un cambio claro en los hábitos del pescador: menos actividad desde embarcación y un crecimiento sostenido de la pesca deportiva desde tierra.

La sostenibilidad y la eficiencia están transformando el sector marítimo. ¿Qué cambios estáis observando en las necesidades de vuestros clientes y cómo se adapta Distrimar a esta evolución?

Nosotros apostamos por la sostenibilidad incluso cuando no es un factor decisivo para el cliente. De hecho, hemos intentado impulsar productos más ecológicos, como alternativas al plomo, pero en muchos casos hemos encontrado cierta resistencia, ya que el pescador tiende a confiar en lo tradicional.

Aun así, seguimos avanzando en esa línea porque lo consideramos lo correcto. A nivel interno, hemos implementado medidas como el uso de energías renovables y la optimización de recursos para ser más eficientes.

En definitiva, es un compromiso que asumimos por responsabilidad y ética empresarial, más allá de la demanda del mercado.

Distrimar participó el pasado mayo en FIMAR ¿Qué importancia tienen este tipo



de encuentros para acercar la innovación al sector y conocer las necesidades de clientes y profesionales?

Sí, solemos participar en este tipo de eventos, especialmente en FIMAR, porque los consideramos muy importantes para la empresa. Nos permiten estar en contacto directo con clientes y organizaciones, conocer de primera mano sus necesidades y tomar el pulso al sector.

Además, son una excelente oportunidad para presentar novedades y dar visibilidad a nuestra actividad. También valoramos mucho la cercanía que se genera con el público, tanto con quienes ya nos conocen como con quienes descubren la empresa por primera vez.

En definitiva, este tipo de eventos tienen un impacto muy positivo para nosotros y forman parte de nuestra estrategia de crecimiento y consolidación en el sector.

Recientemente habéis puesto en marcha en Fuerteventura la campaña “Precios Azules”, una iniciativa para acercar productos náuticos a clientes particulares y profesionales durante el verano. ¿Cómo surge esta campaña y qué acogida está teniendo?

Esta iniciativa surge como una forma de premiar la fidelidad de nuestros clientes, incentivar el consumo en las islas y, al mismo tiempo, captar nuevos públicos.

Nosotros ya contamos con acciones puntuales muy conocidas, como el “Chollazo”, que suelen tener una gran acogida, pero al ser promociones de un solo día, muchos clientes no siempre pueden aprovecharlas. Por eso, en esta ocasión hemos decidido dar un paso más y lanzar una campaña promocional más amplia, durante todo un mes y en distintas islas, para facilitar el acceso y reforzar nuestra presencia.

Hemos comenzado en Fuerteventura porque fue la primera isla a la que nos expandimos tras Gran Canaria, y tiene un valor especial para nosotros. La acogida está siendo muy positiva, por lo que no descartamos repetir la experiencia o ampliarla en el futuro.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos y objetivos de Distrimar para los próximos años y cómo imagina la evolución del sector marítimo en Canarias?

El sector marítimo en Canarias está en constante evolución, aunque no siempre es fácil anticipar hacia dónde se dirige. En los últimos años han surgido nuevos retos, especialmente en materia de regulaciones, que, aunque suelen tener una finalidad positiva, también introducen limitaciones y generan cambios importantes en el panorama del sector.

“Somos una empresa diversificada que abarca todo tipo de pesca”

Aun así, confiamos plenamente en la cultura marítima y pesquera de Canarias. Al fin y al cabo, somos islas con una fuerte tradición vinculada al mar, por lo que estas actividades seguirán formando parte de nuestra identidad. Es cierto que la tecnología y los hábitos sociales evolucionan, lo que hace más difícil prever el futuro con exactitud, pero creemos que es un sector en el que merece la pena seguir apostando y que continuará creciendo de forma sostenida.

En cuanto a nuestros retos, hemos observado una evolución natural de la demanda hacia productos de camping, por su afinidad con el sector. Por ello, hemos incorporado esta línea a nuestra oferta. A corto y medio plazo, nuestro objetivo es consolidarnos en este ámbito y seguir creciendo en el segmento outdoor, ampliando también nuestra presencia en actividades recreativas vinculadas al mar, como el paddle surf o el kayak.





Eduardo Álvarez: “Queremos que el Puerto de Las Palmas siga liderando el Atlántico”

ENTREVISTA

EDUARDO ÁLVAREZ

PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE CONSIGNATARIOS Y ESTIBADORES DE BUQUES DE LAS PALMAS (ASOCELPA)



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
ASOCELPA ha celebrado ya su centenario y acaba de alcanzar las 42 empresas asociadas con la incorporación de GAC SPAIN. ¿Qué refleja este crecimiento sobre el momento que vive actualmente el sector consignatario y estibador en los puertos de Las Palmas?

Es una excelente noticia ver cómo nuestra comunidad portuaria sigue creciendo. Representar a más del 90% de las consignatarias censadas refleja un liderazgo sectorial indiscutible, respaldado por un trabajo minucioso en la atención de las 15.000 escalas anuales de media que registra nuestro puerto. Tras conmemorar nuestro centenario en 2025, este hito demuestra que el sector está plenamente vivo, unido y cohesionado. Cumplir cien años de historia ha significado un estímulo definitivo para seguir cooperando, modernizándonos e impulsando la profesionalización y la excelencia en cada servicio que ofrecemos.

La asociación nació en 1925 para defender los intereses de los agentes consignatarios y estibadores. Cien años después, ¿cuáles son hoy los principales retos que afrontan estas empresas en un entorno marítimo cada vez más globalizado y competitivo?

El escenario actual nos exige la máxima atención, una comunicación constante y un intercambio de información fluido entre todos los actores implicados. Los desafíos son de enorme envergadura, destacando especialmente la defensa de la excepcionalidad de los Puertos Canarios en el marco del sistema europeo de comercio de derechos de emisión (ETS), una normativa que condiciona severamente nuestro crecimiento. La aplicación de esta regulación comunitaria ha supuesto un impacto adverso que propicia el desvío de tráfico hacia

puertos competidores de nuestro entorno geográfico, los cuales se ven favorecidos al no estar sujetos a estas restricciones. De no atenderse de forma urgente a las singularidades del archipiélago, esta situación terminará minando de forma irreversible nuestra competitividad.

A ello se suman otros retos estratégicos irrenunciables: la descarbonización, la definición de un *mix de bunkering* alternativo para consolidar nuestra hegemonía en el Atlántico Medio, la optimización ante la colmatación de las líneas de atraque y la necesidad de acometer la expansión del puerto para dar cabida a nuevos modelos de negocio.

ASOCELPA ha trabajado históricamente en la mejora de procesos documentales y burocráticos. ¿Qué avances considera prioritarios para seguir agilizando las operaciones portuarias y hacer más atractivos los puertos canarios para las navieras internacionales?

Este es un asunto elemental para la eficiencia de nuestra actividad diaria. Históricamente, desde la introducción de la navegación a vapor a finales del siglo XIX y la progresiva complicación de los trámites administrativos, la figura del consignatario ha sido y sigue siendo el eje central de la operativa. Hoy en día, la prioridad absoluta radica en culminar con éxito la digitalización integral de todos los procesos vinculados a la escala de un buque y sus servicios anexos.

Necesitamos mayor agilidad y determinación institucional en esta transformación digital para alcanzar una administración verdaderamente ágil y una eficiencia real en la gestión de las escalas. En este sentido, cabe destacar que la Autoridad Portuaria lanzará próximamente la plataforma “*Port Control*”, destinada al centro de control de tráfico marítimo portuario. Esta herramienta responde directamente a una de las demandas históricas de esta patronal, orientada a que los

servicios portuarios se desarrollen bajo los más estrictos criterios de eficacia, economía, productividad y seguridad.

Canarias ocupa una posición estratégica en el Atlántico y compite con otros grandes hubs logísticos internacionales. Desde la visión de ASOCELPA, ¿qué fortalezas diferenciales tienen los puertos de Las Palmas y qué aspectos deberían reforzarse para consolidar ese liderazgo?

Nuestra ubicación geoestratégica en el Atlántico es privilegiada y diferencial, una condición que nos ha definido desde el inicio de las obras en la bahía de Las Isletas en febrero de 1883. Más allá de la indudable calidad técnica de nuestras instalaciones, la verdadera fortaleza de este puerto radica en su resiliencia y su inmensa capacidad de adaptación. Somos un recinto multiservicios extraordinariamente completo dentro de la industria logística, con una oferta diversificada que abarca desde terminales de contenedores de primer nivel hasta astilleros, *offshore*, cruceros y un potente mercado de *bunkering*.

Para consolidar esta posición, es imprescindible reforzar la planificación coordinada e informada de las infraestructuras de la mano de ASOCELPA, estableciendo una política comercial y estratégica sólida a medio y largo plazo. La colaboración público-privada debe ser profunda y efectiva. Asimismo, resulta fundamental defender ante Puertos del Estado la singularidad ultraperiférica de Canarias, asegurando tasas y tarifas adecuadas para los tráficos sensibles y estratégicos que nos permitan retener nuestro alto nivel competitivo.

Usted ha señalado en varias ocasiones la importancia del consignatario como “punta de lanza” del negocio portuario y como interlocutor directo con los armadores. ¿Qué demandas y tendencias están trasladando actualmente las navieras internacionales respecto a los servicios que ofrecen los puertos canarios?

Mantener un diálogo diario y fluido con numerosos compañeros y armadores es un gran privilegio, cimentado sobre una relación de absoluta confianza construida a lo largo de diez décadas. Lo que las navieras nos exigen hoy —y que desde la asociación defendemos con firmeza— es que se salvaguarden de forma estricta las condiciones óptimas que hagan atractivo seguir apostando por el puerto de Las Palmas.

Esto pasa, inexcusablemente, por

garantizar las tarifas más competitivas posibles y un marco de libre competencia. Adicionalmente, el mercado nos demanda la máxima transparencia y una rigurosa pulcritud técnica tanto en las distintas normativas como en la ordenación y gestión general de los servicios y espacios portuarios.

El sector marítimo atraviesa un proceso de transformación marcado por la digitalización, la sostenibilidad y la modernización de los servicios portuarios. ¿Cómo se está preparando ASOCELPA para ayudar a sus asociados a adaptarse a estos cambios y aprovechar las nuevas oportunidades?

Somos plenamente conscientes del calado de esta transformación y mantenemos una interlocución constante en el sector para no dejar pasar ninguna oportunidad de desarrollo. ASOCELPA opera como un soporte técnico-profesional de primer orden, enfocado en dotar de información estratégica y actualizada a nuestros asociados, así como en analizar, promover e impulsar iniciativas que redunden en la mejora global de los servicios del Puerto.

En materia medioambiental, nuestro firme compromiso con iniciativas como “*Friends of the Ocean*” sigue siendo un pilar estratégico. Creemos firmemente en el impulso de una economía azul y oceánica sostenible, capaz de conciliar el desarrollo económico con la protección medioambiental, garantizando que el océano continúe siendo un ecosistema viable, competitivo y generador de oportunidades para las futuras generaciones.

Para finalizar, con la vista puesta en el futuro y en el próximo centenario de la asociación, ¿cuáles son los principales objetivos que se ha marcado ASOCELPA y qué proyectos considera estratégicos para reforzar la posición de los puertos de Las Palmas en el ámbito internacional?

Los ambiciosos objetivos que tenemos por delante exigen una fuerte cohesión sectorial. Nuestra prioridad de gestión se centra en hacer valer ante las administraciones públicas la legítima representatividad que ostenta ASOCELPA, potenciar la participación activa de nuestros asociados a través de comisiones de trabajo e intensificar la cooperación y el liderazgo conjunto con otras patronales del sector.

Estamos inmersos en un año 2026 vibrante, marcadamente cooperativo y repleto de oportunidades. Como proyecto de calado estratégico, confiamos en que, en un horizonte cercano, el puerto de Las Palmas sea integrado en el Grupo 1 del sistema portuario español, un salto de categoría que nos dotaría de mayores recursos económicos y de gestión para optimizar la explotación de nuestro puerto.





ENTREVISTA

FRANCISCO NARANJO
DIRECTOR DE GESPORT



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Gesport nació en 2013 en un momento de gran dificultad económica y llegó a gestionar terminales en los puertos de Las Palmas y Lanzarote. ¿Qué fue lo más difícil de convertir una apuesta personal en una empresa capaz de mover una parte tan importante de la mercancía del Puerto de Las Palmas?

Creo que lo más difícil fue consolidarnos. La idea era sencilla y teníamos el conocimiento para desarrollarla, pero llevarla a la práctica fue mucho más complejo, especialmente por la dificultad de conseguir la financiación necesaria.

Con esfuerzo, logramos sacar adelante el proyecto y captar el tráfico que buscábamos. Hoy, Gesport se ha consolidado como un referente en servicios dentro del puerto de Las Palmas.

Usted ha vivido el proceso de pasar de directivo a empresario y asumir importantes riesgos financieros para invertir en maquinaria y terminales. ¿Qué aprendizaje de aquella etapa considera más importante para los empresarios que hoy quieren emprender en Canarias?

Visto desde perspectiva, puede parecer sencillo porque el resultado ha sido muy bueno, pero el camino no lo fue. Hubo momentos de incertidumbre, tensión y dificultad, sobre todo para conseguir la financiación necesaria y poner en marcha el proyecto. No fue un camino fácil.

Es cierto que cuando todo sale bien es fácil pensar que habría que haberlo hecho antes, pero eso solo se dice con el éxito ya conseguido. En mi caso, el paso de trabajador a empresario fue rápido y en gran parte forzado por las circunstancias, pero el resultado ha sido muy positivo.

Emprender me ha hecho crecer muchísimo y me ha permitido entender ambas partes: la del trabajador y la del empresario. Esa visión me ha dado una gran ventaja a la hora de gestionar proyectos y tomar decisiones.

Francisco Naranjo: “Hoy Gesport gestiona el 60% de la mercancía general del puerto de Las Palmas”

Gesport llegó a mover cerca del 60% de la mercancía del Puerto de Las Palmas y posteriormente fue adquirida por el Grupo Romeu. ¿Qué supone esta operación para el futuro de la actividad portuaria y logística de Canarias y qué nuevas oportunidades puede abrir?

Me gustaría matizar que nosotros gestionamos el 60% de la mercancía general del puerto de Las Palmas, es decir, la no contenerizada. En el puerto existen dos grandes tipos de tráfico: el de contenedores y el de mercancía general. En el primero, operadores como OPCSA concentran gran parte del volumen, por lo que nuestro enfoque ha sido especializarnos en la mercancía no contenerizada, donde hemos logrado una posición muy relevante desde 2014, alcanzando ese 60% de cuota en un nicho de varios millones de euros.

En cuanto a la entrada del grupo Romeu, llega en un momento en el que Gesport ya había alcanzado una etapa de madurez. Tras comenzar en 2013 como un proyecto impulsado por un equipo reducido, necesitábamos dar un salto en crecimiento, inversión y capacidad. La incorporación del grupo Romeu nos aporta precisamente eso: recursos, conocimiento y nuevas oportunidades que nos permitirán seguir creciendo y afrontar proyectos que antes no eran viables.

La compra de las terminales de Gesport por parte de Romeu cambia el escenario empresarial del sector. Desde su actual responsabilidad, ¿cuáles son los principales retos para seguir mejorando la competitividad de los puertos de Las Palmas y Lanzarote?

Creo que los retos siguen siendo los mismos: reforzar el conocimiento dentro de la comunidad portuaria, tanto en Las Palmas como en Lanzarote, y seguir invirtiendo en maquinaria y recursos para responder a la demanda del mercado.

Llevamos años de crecimiento continuo, en parte por nuestra posición estratégica, que nos sitúa en el centro de muchos tráficos internacionales. Esto nos obliga a estar preparados, porque cada cambio global puede suponer una nueva oportunidad para el puerto.

Además, contamos con un entorno muy competitivo: organismos ágiles, un sector auxiliar fuerte y una mano de obra altamente cualificada. Todo ello nos ha permitido diferenciarnos claramente de otros puertos del entorno.

Sus declaraciones sobre los salarios que pueden alcanzar algunos estibadores han generado debate. ¿Cree que existe una imagen distorsionada sobre la estiba y cómo definiría actualmente la relación entre los trabajadores y las empresas portuarias?

El papel de los estibadores es absolutamente crucial dentro del sistema portuario español. El modelo de estiba implantado hace décadas, basado en la formación, la flexibilidad y un sistema de rotaciones muy exigente, ha sido clave para su éxito.

En Canarias, además, se ha dado un paso más en momentos difíciles. En etapas de crisis, como entre 2007 y 2009 o durante la pandemia, la plantilla apostó por mantener el empleo, incluso reduciendo salarios, demostrando un compromiso ejemplar con el puerto de Las Palmas.

Esa capacidad de adaptación y sacrificio, unida a su alta cualificación, explica en gran medida por qué el sistema funciona y por qué el puerto ha podido seguir creciendo y consolidándose.

Al final se podría decir que sin los estibadores, empresas tanto como Gesport, Opcsa o Boluda no podrían funcionar prácticamente.

El modelo de estiba es clave porque garantiza que todas las terminales trabajemos en igualdad de condiciones, con los mismos profesionales altamente cualificados. Un estibador realiza el mismo trabajo en Opcsa, Boluda o Gesport, con la misma eficiencia y nivel de exigencia.

Además, este sistema permite adaptarse a la irregularidad del tráfico portuario. Hay días con mucha actividad y otros con menos, por lo que sería inviable mantener plantillas fijas por empresa. La rotación entre terminales es la base del modelo: permite optimizar el trabajo, asegurar la actividad y dar continuidad al empleo respetando los descansos.

¿Qué papel considera que debe desempeñar este colectivo en la modernización de los puertos canarios y en la adaptación a los nuevos retos tecnológicos y logísticos, en un contexto donde la tecnología tiene cada vez más peso?

En cuanto a la evolución, las terminales en Canarias ya están dando un salto tecnológico importante. Tanto Boluda como Opcsa, y en nuestro caso Gesport, estamos incorporando nuevos sistemas que permiten geoposicionar la maquinaria y trazar todos los movimientos de contenedores y camiones. Esto se traduce en mayor eficiencia, seguridad y productividad.

Todo ello sigue estando en manos de los estibadores, que son quienes operan la maquinaria y se forman de manera continua a través del Centro Portuario de Empleo. Las propias terminales impulsamos esa formación, y ellos siempre han demostrado su capacidad para adaptarse al avance tecnológico y mejorar el rendimiento del conjunto.

“Emprender me ha hecho crecer muchísimo y entender tanto la visión del trabajador como la del empresario”

De cara a lo que queda de 2026, ¿cuáles son sus principales objetivos profesionales y qué le gustaría que se consiguiera para que los puertos de Canarias sigan siendo más competitivos, eficientes y estratégicos para la economía de las islas?

De cara a lo que queda de 2026 y al inicio de 2027, esperamos mantener la línea de crecimiento sostenido que Gesport lleva consolidando desde el final de la pandemia. Venimos de casi seis años de evolución positiva y prevemos cerrar 2026 con un incremento razonable, en torno al 8%-10%, mejorando los resultados de 2025.

Este crecimiento está respaldado por los recursos y la capacidad inversora que nos aporta el Grupo Romeu, lo que nos permite seguir reforzando nuestra posición y prepararnos para nuevos retos.

En este sentido, uno de los principales focos es la eólica marina, un proyecto estratégico que comenzará a desarrollarse a partir de 2027 en Canarias. Creemos que supondrá un nuevo hito para el Puerto de Las Palmas, como lo fueron en su día otros grandes impulsos del sector. Por ello, en Gesport ya estamos invirtiendo en recursos y especialización para estar preparados y dar un salto de calidad en nuestros servicios.



ENTREVISTA

CARMELO ZABALA
DIRECTOR GENERAL
DE NAUTICAL

Carmelo Zabala: “Estamos viviendo la mayor transformación tecnológica de la historia reciente del sector marítimo”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La industria marítima vive una rápida transformación tecnológica, con buques cada vez más conectados y una mayor dependencia de los datos y los sistemas digitales. Desde la experiencia de Nautical, ¿qué cambio está transformando más la forma de operar en el sector marítimo?

Sin duda, estamos viviendo uno de los mayores cambios tecnológicos de la historia reciente del sector marítimo. Tradicionalmente, la electrónica de a bordo se centraba en la navegación y la seguridad. Hoy hablamos de barcos completamente conectados, donde la información se comparte en tiempo real entre el buque, la oficina del armador, los fabricantes de equipos y los propios servicios técnicos.

La conectividad ha dejado de ser un servicio complementario para convertirse en una infraestructura crítica. Gracias a ella es posible realizar diagnósticos remotos, monitorizar el rendimiento de los equipos, optimizar el consumo de combustible, gestionar el mantenimiento preventivo o mejorar la seguridad de las tripulaciones.

En Nautical llevamos décadas acompañando esta evolución tecnológica. Nuestra historia comenzó precisamente en el Puerto de Las Palmas de Gran Canaria en 1969, cuando Luis Arbulu fundó la compañía con la visión de ofrecer un servicio técnico especializado a una flota pesquera que empezaba a operar cada vez más lejos de nuestras costas. Más de medio siglo después seguimos manteniendo ese mismo espíritu de cercanía al cliente, aunque hoy trabajamos con algunas de las tecnologías más avanzadas del mercado.

Las Palmas continúa siendo una de nuestras sedes estratégicas y un punto clave para atender tanto a la flota pesquera como al tráfico mercante internacional que hace escala en uno de los puertos con mayor actividad del Atlántico medio.

La llegada de nuevas soluciones de conectividad por satélite, como Starlink, ha cambiado las posibilidades de comunicación en alta mar. ¿Qué impacto real está teniendo esta revolución tecnológica en la actividad de armadores y operadores marítimos?



Está suponiendo un cambio de paradigma. Durante años, disponer de internet a bordo significaba conexiones limitadas y costosas. Hoy esa realidad ha cambiado radicalmente.

Las nuevas constelaciones de satélites de órbita baja han democratizado el acceso a conexiones de alta velocidad prácticamente en cualquier lugar del mundo. Esto mejora la eficiencia operativa de los buques y también el bienestar de las tripulaciones, un aspecto cada vez más importante para atraer y fidelizar profesionales.

Para los armadores supone gestionar sus flotas casi en tiempo real, intercambiar grandes volúmenes de información, acceder a soporte técnico remoto o actualizar sistemas sin esperar a la llegada a puerto.

Desde Nautical ayudamos a nuestros clientes a integrar estas soluciones con el resto de los sistemas del buque, diseñando arquitecturas robustas, garantizando la ciberseguridad y asegurando que todos los equipos trabajen de forma integrada.

Esta apuesta por el futuro también se refleja en Canarias. Estamos renovando nuestra sede del Puerto de Las Palmas, modernizando los espacios e incorporando nuevas salas de reuniones y formación. Queremos seguir ofreciendo desde Las Palmas un servicio cada vez más cercano, especializado y preparado para responder a las necesidades de nuestros clientes.

¿Qué aplicaciones están teniendo ya un impacto real y cuáles cree que marcarán el futuro inmediato del sector?

Muchas de esas aplicaciones ya forman parte del día a día. La monitorización remota de equipos, el mantenimiento predictivo, la asistencia técnica a distancia o la transmisión continua de datos operativos ya están generando importantes ahorros de costes y reduciendo tiempos de parada.

En el sector pesquero, donde Nautical mantiene una posición de referencia desde hace décadas, estamos viendo además un enorme avance en herramientas que permiten una gestión más eficiente y sostenible de la actividad. La integración de sistemas de navegación, comunicaciones, sensores, ecosondas, sonares, monitorización electrónica y análisis de datos permite tomar mejores decisiones operativas y responder a unas exigencias regulatorias cada vez mayores.

En los próximos años veremos un crecimiento muy importante de la inteligencia artificial aplicada al mantenimiento, a la optimización de rutas, al análisis del comportamiento de los equipos y al apoyo en la toma de decisiones.

No creo que la inteligencia artificial sustituya al conocimiento de los profesionales del mar, pero sí se convertirá en una herramienta extraordinaria para que puedan trabajar con más información y mayor capacidad de anticipación.

¿Cuáles son actualmente las principales líneas de crecimiento de la compañía y qué papel juegan la innovación y la expansión hacia nuevos mercados?

Nuestra principal línea de crecimiento sigue siendo acompañar la transformación tecnológica del sector marítimo.

Nautical presta servicios de ingeniería, suministro, instalación,

integración y mantenimiento de sistemas de navegación, comunicaciones satelitales, radiocomunicaciones, electrónica marina y soluciones digitales para todo tipo de buques. Lo hacemos desde nuestras diferentes sedes en España y mediante una amplia red de colaboradores internacionales que nos permite dar soporte allí donde operan nuestros clientes.

Aunque mantenemos una relación histórica con la flota pesquera, especialmente con los grandes atuneros que navegan por todos los océanos, hoy trabajamos también con buques mercantes, remolcadores, embarcaciones offshore, organismos públicos, autoridades marítimas, fuerzas de seguridad, astilleros y armadas.

La innovación forma parte de nuestro ADN. No se trata únicamente de incorporar nuevos productos, sino de ofrecer soluciones completas adaptadas a las necesidades reales de cada cliente.

En este camino resulta especialmente importante formar parte de Grupo Arbulu, un grupo empresarial familiar liderado por Iñaki Arbulu, hijo del fundador. El grupo reúne empresas altamente especializadas en tecnología marítima, pesquera, oceanográfica y de defensa, lo que nos permite compartir conocimiento, desarrollar proyectos cada vez más ambiciosos y ofrecer a nuestros clientes soluciones integrales con un elevado nivel de especialización, manteniendo siempre los valores familiares y la cercanía que nos han acompañado desde nuestros orígenes.

La tecnología avanza cada vez más rápido, pero el sector marítimo también necesita profesionales capaces de instalarla, mantenerla y aprovechar todo su potencial. ¿Existe suficiente talento especializado para acompañar esta transfor-

mación y cuáles serán los perfiles más demandados en los próximos años?

Este es, probablemente, uno de los mayores retos que tenemos por delante. La tecnología evoluciona a gran velocidad, pero formar a un buen técnico especializado en electrónica marina requiere años de experiencia. No basta con conocer la tecnología; hay que comprender cómo funciona un buque, cómo trabaja una tripulación y cómo resolver incidencias en cualquier puerto del mundo, muchas veces con muy poco margen de tiempo.

Necesitamos profesionales con conocimientos en electrónica, telecomunicaciones, informática, redes, ciberseguridad y sistemas digitales, pero también con capacidad para adaptarse a diferentes culturas y trabajar en entornos internacionales.

“Queremos que la conectividad convierta cada buque en una plataforma inteligente”

En Nautical entendemos el conocimiento como una inversión estratégica. Por eso apostamos por la formación continua y colaboramos con centros educativos y fabricantes para impulsar la especialización de nuevos profesionales.

El Puerto de Las Palmas ha sido durante décadas un referente para la actividad marítima internacional y una gran escuela para el sector. Estamos convencidos de que seguirá siendo clave para desarrollar el talento que demandará la industria.

El futuro pasa por la digitalización, la conectividad, la ciberseguridad y la sostenibilidad. Los puertos son ya auténticos centros tecnológicos que conectan personas, mercancías y conocimiento.

Para Nautical es un orgullo seguir formando parte de esa evolución desde el lugar donde comenzó nuestra historia hace más de cincuenta y cinco años. Las Palmas sigue siendo una sede estratégica y uno de los pilares sobre los que construiremos el futuro de la compañía.





Maleni López y Jesús Roque Rodríguez: “Estamos convirtiendo Canarias en un hub logístico internacional del Atlántico”

ENTREVISTA

**MALENI LÓPEZ
Y JESÚS ROQUE
RODRÍGUEZ**
DELEGADOS DE
ERHARDT LOGISTICS
EN GRAN CANARIA Y
TENERIFE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Maleni López y Jesús Roque Rodríguez, delegados de Erhardt Logistics en Gran Canaria y Tenerife, respectivamente, ¿cómo está evolucionando la actividad logística en Canarias y qué oportunidades se abren para las empresas del archipiélago?

Canarias está consolidando su posición como nodo logístico del Atlántico gracias a su ubicación estratégica y a la conectividad con Europa, África y América. En este contexto, la especialización y los servicios logísticos de alto valor añadido están generando nuevas oportunidades para las empresas canarias.

¿Qué está cambiando en la economía canaria desde el punto de vista logístico?

Canarias atraviesa un momento especialmente positivo. La economía del archipiélago mantiene un crecimiento superior a la media nacional, con un PIB que aumentó un 3,0% en el primer trimestre de 2026.

Esta evolución tiene un reflejo directo en la actividad logística. Un mayor dinamismo económico genera más movimiento de mercancías, más operaciones de importación y exportación y una demanda creciente de soluciones logísticas. Las empresas necesitan cadenas de suministro ágiles y seguras para responder a este mercado en crecimiento.

Pero, además, Canarias está reforzando su papel como plataforma logística del Atlántico. Su posición estratégica, en la intersección de las rutas marítimas que conectan Europa, la Península Ibérica, África Occidental y América, está impulsando el crecimiento del tráfico marítimo y consolidando a los puertos canarios como centros de distribución regional e internacional.

En Erhardt Logistics vivimos



esta transformación muy de cerca. Observamos cómo cada vez más empresas confían en Canarias no solo como mercado de destino, sino también como un punto estratégico para desarrollar sus operaciones logísticas internacionales. Nuestro objetivo es acompañarlas con soluciones integradas de transporte, facilitando la conexión del archipiélago con la Península, Europa y África Occidental.

En línea con la posición privilegiada de Canarias, ¿qué sectores y servicios logísticos están experimentando un mayor desarrollo?

Su ubicación estratégica, en el cruce de las rutas marítimas entre Europa, África y América, está favoreciendo el crecimiento de actividades vinculadas al sector marítimo, la industria offshore, el suministro a buques y las reparaciones navales.

En Erhardt Logistics somos un buen ejemplo de esta evolución. Hemos logrado un sólido posicionamiento en el apoyo al sector de la reparación naval, donde ofrecemos una propuesta de logística integrada. Por un lado, a través de nuestra consignataria Erhardt Shipping Services, prestamos los servicios de consignación a los buques que realizan sus reparaciones en los astilleros canarios. Y, por otro, desde Erhardt Ertransit gestionamos toda la logística asociada al suministro de repuestos, coordinando el transporte, los trámites aduaneros y la entrega en plazo.

Esta especialización nos ha permitido convertir Canarias en un auténtico hub internacional de avituallamiento de repuestos navales. Trabajamos para armadores y gestores de flotas de todo el mundo, or-

ganizando el envío urgente de componentes por vía marítima o aérea y garantizando que los buques dispongan de los materiales necesarios durante sus escalas o periodos de reparación.

Los puertos canarios afrontan importantes retos para mantener su competitividad internacional. ¿Cómo pueden convertir esos desafíos en nuevas oportunidades de negocio?

Los puertos canarios son un activo estratégico para la economía del archipiélago, pero en los próximos años tendrán que adaptarse a un entorno mucho más exigente. La entrada en vigor de normativas europea, el incremento de los costes operativos y la creciente competencia de puertos como Tánger o Dakar obligan a mejorar la competitividad de Canarias mediante infraestructuras eficientes, servicios de alto valor añadido y una cadena de aprovisionamiento perfectamente engrasada.

En este escenario, no basta con tener una buena ubicación; es imprescindible aportar soluciones logísticas especializadas que conviertan a Canarias en una escala atractiva para las navieras internacionales.

Ese es precisamente el papel que desempeñamos. Gracias a nuestro posicionamiento internacional, contribuimos a atraer actividad y generar valor para los puertos canarios. Erhardt Shipping Services, por ejemplo, mantiene una sólida presencia en África Occidental en la consignación de buques gaseros, petroleros y unidades offshore de perforación. Esta especialización hace que muchos de estos buques elijan Canarias como escala para realizar operaciones logísticas, téc-

nicas y de aprovisionamiento.

Además, estamos experimentando un importante crecimiento en los servicios de bunkering. Canarias representa, en muchos casos, la última escala europea antes del cruce del Atlántico o la primera tras completarlo, lo que convierte a sus puertos en un enclave preferente para el suministro de combustible.

En un territorio insular como Canarias, ¿qué papel desempeña la logística aérea en la competitividad de las empresas?

La conectividad es un factor estratégico para cualquier región ultraperiférica, y en Canarias adquiere una importancia aún mayor. En un entorno económico cada vez más globalizado, las empresas necesitan capacidad de respuesta para acceder a sus mercados con rapidez y fiabilidad. De esta forma, la logística aérea se ha convertido en un elemento esencial para hacer posible esa internacionalización.

Aunque el transporte marítimo continúa siendo la principal vía para el movimiento de mercancías, el transporte aéreo aporta un valor diferencial allí donde los plazos son críticos o las mercancías tienen un alto valor añadido. Hablamos de repuestos industriales, componentes tecnológicos, productos farmacéuticos, mercancía perecedera o envíos urgentes que no pueden esperar.

En Erhardt Ertransit contamos con un departamento especializado en transporte aéreo que conecta diariamente Canarias con la Península, Europa y el resto del mundo. Esta capacidad nos permite ofrecer a nuestros clientes soluciones con tiempos de tránsito reducidos y fiabilidad en los plazos de entrega,

aspectos que hoy son determinantes para la competitividad de muchas empresas.

La logística aérea genera oportunidades de negocio, permite a las empresas canarias operar en mercados internacionales con las mismas garantías que cualquier compañía ubicada en el continente, facilitando su crecimiento y su capacidad para competir en sectores donde la disponibilidad es un factor decisivo.

“Hemos transformado el suministro de repuestos navales en una oportunidad logística de alcance mundial”

Más allá del comercio internacional, ¿qué papel desempeña una empresa como la suya en el abastecimiento diario de Canarias y en el funcionamiento de sus principales sectores económicos?

La logística es una actividad muchas veces invisible, pero absolutamente esencial para el funcionamiento de Canarias. Detrás de un hotel que recibe a sus clientes, de un supermercado con sus estanterías llenas, de una obra que avanza según lo previsto o de una plantación que exporta su producción, existe una cadena logística que debe funcionar con precisión.

En Erhardt Ertransit llevamos más de treinta años en Canarias trabajando para garantizar ese flujo constante de mercancías. Damos servicio a sectores estratégicos como el turismo, la alimentación, la construcción, la industria, el cine o el comercio, ofreciendo una solución logística integrada que abarca todas las fases de la cadena de suministro. Combinamos transporte marítimo y aéreo, tanto en carga completa como en grupaje, gestión aduanera propia, almacenamiento, distribución capilar entre todas las islas y seguimiento de las operaciones con un único interlocutor.

Nuestra fortaleza reside precisamente en esa integración. Contamos con presencia en todas las Islas, así como en Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, lo que nos permite mantener conexiones diarias con la Península. Además, operamos regularmente con prácticamente todos los mercados europeos y disponemos de una oficina propia en Shanghai, desde donde coordinamos las importaciones procedentes de Asia y facilitamos a nuestros clientes el acceso a una de las principales áreas de producción del mundo.



Mari Nieves Febles: “La arquitectura debe contribuir a gestionar ese crecimiento con prudencia”

ENTREVISTA

MARI NIEVES FEBLES

DECANA DEL COLEGIO OFICIAL DE ARQUITECTOS DE TENERIFE, LA GOMERA Y EL HIERRO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El COA ha tenido un papel activo en el debate sobre la vivienda en Canarias, abordando la falta de suelo finalista, la lentitud de las licencias y la necesidad de impulsar soluciones más ágiles. Desde su posición como decana, ¿Qué medidas considera que deberían de aplicarse con mayor urgencia?

En primer lugar, podrían recuperarse las funciones de empresas públicas hoy convertidas en medios propios del Gobierno de Canarias. Gestur podría encargarse de la gestión de suelo urbanizado finalista y Visocan de los proyectos de ejecución y de la contratación de empresas mediante concursos públicos, con el fin de promover viviendas en régimen de venta o alquiler.

En cuanto a las licencias de obra, el Decreto ley autoriza a los colegios profesionales a emitir informes técnicos de supervisión, evitando que toda la tramitación recaiga en las oficinas técnicas municipales. Esto puede hacerse mediante convenios con los ayuntamientos o a solicitud directa de

los promotores, que presentarían el informe ante la Administración. Desde el COA ya se están aplicando ambas modalidades.

El convenio firmado con Candelaria para agilizar la resolución de licencias pendientes abre una nueva vía de colaboración entre los colegios profesionales y las administraciones. ¿Podría este modelo convertirse en una solución exportable a otros municipios de Tenerife, La Gomera y El Hierro para reducir los tiempos de tramitación?

Por supuesto, ese es el objetivo. Llevamos casi un año preparando la oficina de visados y organizando los procedimientos que deben seguirse.

Ahora comenzamos a trabajar de forma coordinada con los técnicos municipales y conforme a los criterios establecidos por el Ayuntamiento, con el fin de evitar incongruencias en los expedientes y facilitar que las licencias puedan tramitarse con rapidez una vez emitido el informe técnico urbanístico.

Se prevé que el plazo para la obtención de la licencia sea inferior a seis meses, incluso en los casos más complejos.

El Colegio ha defendido la conservación del Silo portuario de Santa Cruz y mantiene una intensa actividad en materia de patrimonio edificado. ¿Cómo se puede encontrar el equilibrio entre proteger edificios y paisajes con valor histórico y permitir que las ciudades canarias

evolucionen y respondan a sus nuevas necesidades?

Precisamente para evitar que los edificios se deterioren, es necesario dotarlos de un uso y ofrecerles la posibilidad de una nueva vida, conservando los valores históricos que justifican su protección y evitando su demolición.

En el caso del silo portuario, tenemos la oportunidad de preservar un legado histórico único en España dentro de la tipología de los silos portuarios. Estamos muy satisfechos de haber contribuido a la protección de este edificio.

Hoy hemos tenido conocimiento, a través del director de Patrimonio Histórico del Gobierno de Canarias, del inicio de los trámites para la incoación del expediente destinado a su declaración como Bien de Interés Cultural.

Por otro lado, La Gomera cuenta con un patrimonio arquitectónico y paisajístico de enorme valor, especialmente en sus municipios rurales. ¿Cómo puede la arquitectura contribuir a mejorar la vivienda, los servicios y la calidad de vida de la población gomera sin alterar la identidad de sus pueblos?

El paisaje de La Gomera posee una gran fuerza, marcada por la majestuosidad de su entorno natural. Sus pueblos y su arquitectura rural contribuyen a reforzar esa identidad paisajística. La arquitectura tradicional no se impone sobre el territorio. Sus volúmenes de pequeña escala, contruidos con materiales

propios del lugar, como la piedra, la teja y la cal, se integran con la vegetación singular y forman una unidad con el espacio que los rodea.

En las nuevas construcciones resulta esencial mantener una volumetría de pequeña escala y prestar especial atención a la forma en que los edificios se asientan sobre el terreno, adaptándose a los desniveles existentes. También es importante conservar el abancalamiento mediante muros de piedra e incorporar vegetación propia del lugar.

No es difícil intervenir de manera adecuada. Se trata, simplemente, de observar el entorno y actuar con sensibilidad, respeto y modestia.

En El Hierro, la condición de isla más pequeña. ¿Qué oportunidades ofrece la arquitectura para impulsar un crecimiento adaptado a las necesidades de los herreños, respetando al mismo tiempo su paisaje, su patrimonio y su modelo de isla sostenible?

La condición de isla pequeña, unida históricamente a las dificultades de comunicación y transporte, ha mantenido a El Hierro relativamente aislada. Sin embargo, esta circunstancia también la ha protegido del turismo masivo y de la construcción de edificaciones a gran escala.

Actualmente, la isla se encuentra en una situación frágil, en la que será difícil mantener el equilibrio debido a una presión turística cada vez más evidente. El Hierro aún no está preparada para afrontar transformaciones de gran magnitud, y una parte de su población es consciente de ello: no quiere perder su identidad y se resiste a que los cambios se produzcan de forma brusca.

La arquitectura debe contribuir a gestionar ese crecimiento con prudencia, mediante intervenciones de pequeña escala, adaptadas a las necesidades reales de la población y respetuosas con el paisaje, el patrimonio y los recursos limitados de la isla.

Además, la arquitectura canaria afronta una emergencia climática que exige edificios más eficientes, adaptados al calor y capaces de reducir su consumo energético. ¿Qué cambios deberían producirse en la forma de diseñar?

Los efectos de la emergencia climática son cada vez más evidentes y continuarán agravándose, por lo que resulta imprescindible actuar con urgencia. Entre las medidas más sencillas para combatir las islas de calor destaca la plantación de árboles, que proporcionan sombra, reducen la temperatura ambiental y mejoran la calidad del aire. Canarias es una de las comunidades más expuestas al cambio climático, por lo que estas actuaciones deberían aplicarse con mayor decisión tanto en las ciudades como en los núcleos rurales.

En los edificios, es fundamental mejorar la envolvente mediante sistemas de aislamiento térmico en fachadas y cubiertas, reduciendo así la entrada de calor. La arquitectura tradicional canaria ya incorporaba soluciones adaptadas al clima, como los gruesos muros de piedra, cuya elevada inercia térmica mantenía estables las temperaturas interiores. Aunque el Código Técnico de la Edificación obliga a adoptar medidas de eficiencia energética, estas deben complementarse con un diseño bioclimático que considere la orientación, la ventilación natural, la protección solar, los materiales y las condiciones específicas de cada lugar.

El COA impulsa iniciativas como «Rutas de Arquitectura: Abierto por Obras» y jornadas sobre patrimonio, acercando la arquitectura a profesionales, estudiantes y ciudadanía. ¿Puede una mayor divulgación del patrimonio arquitectónico convertirse también en una herramienta para reforzar la identidad cultural y el atractivo turístico de Canarias?

Por supuesto. Tanto las rutas como las jornadas de patrimonio tienen como objetivo promover la formación, el conocimiento y la reflexión sobre aspectos específicos de la arquitectura.

Las rutas permiten conocer, de la mano de los propios arquitectos, las intenciones del proyecto, la relación del edificio con su entorno y el empleo de determinados materiales y sistemas constructivos.

Por su parte, las jornadas de patrimonio abordan los fundamentos teóricos de la disciplina, los problemas técnicos, la gestión administrativa y los distintos modelos de intervención en la arquitectura histórica.

Para finalizar, ante los retos de la vivienda, la adaptación climática, la conservación del patrimonio, la agilización administrativa y la transformación del territorio, ¿cuáles son los principales objetivos que se ha marcado el Colegio Oficial de Arquitectos de Tenerife, La Gomera y El Hierro para lo que resta de 2026?

Entre los objetivos para 2026 se encuentran la celebración de la sexta Jornada de Patrimonio, dedicada a la arquitectura moderna, y la evaluación del servicio de agilización de licencias.

También participamos en el proyecto RESMAC, sobre transición energética, y como integrantes del consejo Canario de Arquitectos analizaremos los costes de la vivienda pública en las islas.

Por último, hemos creado un grupo de reflexión sobre el futuro urbano de Santa Cruz de Tenerife y, con la Dirección General de Industria, convocaremos un concurso sobre industrialización de la vivienda pública.



ENTREVISTA

VANESA ANA EUGENIO
PRESIDENTA DEL COLEGIO OFICIAL
DE FISIOTERAPEUTAS
DE CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Las listas de espera siguen siendo uno de los grandes problemas de la sanidad y la fisioterapia es precisamente una de las áreas en las que una atención tardía puede convertir una lesión recuperable en un problema crónico. ¿Estamos pagando en Canarias las consecuencias de haber considerado durante demasiado tiempo la fisioterapia como el último eslabón del tratamiento y no como una herramienta de prevención?

El modelo sanitario necesita una actualización estructural urgente. Históricamente, la fisioterapia ha ocupado el final de la cadena asistencial, vinculada casi exclusivamente al cuidado postquirúrgico y al tratamiento de procesos crónicos.

Los últimos datos del Servicio Canario de la Salud reflejan esta distribución: el 75,6 % de los recursos de fisioterapia se concentra en el ámbito hospitalario y solo el 24,4 % está asignado a Atención Primaria. El paciente llegaba muy tarde a estos servicios y, lamentablemente, sigue haciéndolo.

Nuestra propuesta es evolucionar hacia un equilibrio organizativo. Cuando una patología se aborda de forma temprana, se evita que se cronifique. Una intervención a tiempo no solo mejora la calidad de vida del ciudadano, sino que también racionaliza el gasto farmacéutico, optimiza el uso de pruebas diagnósticas y reduce los periodos de baja laboral, con el consiguiente beneficio para el sistema.

La falta de fisioterapeutas en determinados servicios ha provocado denuncias por sobrecarga asistencial y reiteradas reclamaciones por parte del COFC y de los sindicatos. ¿Se están tomando decisiones para cubrir necesidades inmediatas sin resolver el verdadero problema de fondo, que es la falta de profesionales suficientes en el sistema público?

La propuesta de un fisioterapeuta por cada 1.200 habitantes, presentada por la Conferencia de Decanos ante el Senado en 2009, cobra una vigencia especialmente preocupante en Canarias.

Aplicar este estándar requeriría 1.894 fisioterapeutas: 568 en Atención Primaria y 1.326 en Atención Especializada. Sin embargo, el último registro del Servicio Canario de la Salud contabiliza únicamente 396 profesionales en activo, concentrados principalmente en el ámbito hospitalario.

Esta brecha perpetúa las listas de espera, la masificación de las salas y el abandono de la prevención comunitaria, convirtiendo la rehabilitación en un cuello de botella en lugar de un servicio ágil, universal y accesible.

Esta necesidad de contratación no es nueva. El COFC ya la trasladó al Parlamento de Canarias en 2019, mediante la 9L/PNL-0682, sobre la mejora de los recursos de fisioterapia del SCS, que fue aprobada por

Vanesa Ana Eugenio: “Invertir en fisioterapia ahorraría millones de euros al sistema sanitario público de Canarias”



unanimidad. El compromiso se revalidó en julio de 2025 con la 11L/PNLP-0288, sobre la implantación de la consulta de fisioterapia +AP en todas las zonas básicas de salud y el aumento progresivo de la plantilla pública. Sin embargo, ninguna de las dos promesas se ha hecho efectiva.

Una reciente sentencia en Canarias ha vuelto a poner el foco sobre el intrusismo profesional y sobre las personas que realizan tratamientos terapéuticos sin contar con la titulación sanitaria necesaria. ¿Por qué sigue siendo tan difícil para los ciudadanos distinguir entre un fisioterapeuta y otros profesionales que ofrecen tratamientos similares sin las mismas garantías?

Existe una proliferación preocupante de publicidad engañosa en el sector de la salud que confunde a la ciudadanía. No podemos culpar al usuario por no saber distinguir entre un servicio sanitario real y un fraude. La responsabilidad recae en el Gobierno de Canarias.

Nuestra institución y la Asociación de Colegios Profesionales de Canarias llevan años reclamando una regulación estricta. Hemos presentado propuestas ante diferentes organismos sin obtener resultados. Nuestra iniciativa plantea tomar como referencia el modelo

del Decreto 550/1991, de 15 de octubre, que regula la publicidad sanitaria en el País Vasco y exige una autorización administrativa previa para cualquier anuncio relacionado con la salud.

La falta de regulación permite que quienes ejercen de forma intrusa continúen anunciándose con impunidad. La solución no pasa por pedir al ciudadano que sea un experto, sino por una intervención firme del Gobierno que proteja la salud pública y colabore activamente con los colegios profesionales en la lucha contra el intrusismo y la publicidad sanitaria engañosa.

¿Le preocupa que las redes sociales estén convirtiendo la salud en un terreno en el que cualquiera puede ejercer de especialista?

Estamos ante una revolución digital que requiere pedagogía y responsabilidad compartida. Las plataformas digitales y sus algoritmos tienden a priorizar los contenidos llamativos por encima del rigor y la evidencia científica.

Un perfil digital con muchos seguidores no equivale a una capacitación sanitaria oficial. La formación universitaria y la actualización científica continua son los avals válidos.

Desde el COFC promovemos una labor de divulgación basada en la ciencia para ofrecer a la población fuentes de información fiables. Las redes pueden ser útiles para promover hábitos saludables generales, pero el diagnóstico, la valoración y el diseño de cualquier tratamiento deben realizarse siempre en la consulta de un profesional sanitario.

La población canaria envejece y aumentan las enfermedades crónicas, la dependencia y las necesidades de rehabilitación. ¿Está preparado el sistema sanitario para atender la demanda de fisioterapia que tendremos dentro de diez años?

El cambio demográfico en las islas es una realidad que nos sitúa ante un escenario de mayor cronicidad y un aumento de los procesos de dependencia.

Los datos muestran que actualmente estamos muy por debajo de las necesidades reales, por lo que el reto será aún mayor si pensamos en la situación de la cronicidad en

Canarias dentro de diez años.

Estamos a tiempo de planificar de forma rigurosa. Es necesario integrar la fisioterapia en los planes de prevención y promoción de la salud, cuidados, cronicidad, fragilidad, prescripción de ejercicio físico y unidades hospitalarias especializadas.

También es necesario entender que, en el ámbito hospitalario, se debe contar con fisioterapeutas en turnos de mañana y tarde durante los siete días de la semana para acortar los tiempos de recuperación y reducir las estancias hospitalarias.

La planificación anticipada es clave para evitar tensiones futuras en el sistema y cumplir con las garantías asistenciales.



Queremos que la fisioterapia llegue antes para evitar que las lesiones se cronifiquen

Para finalizar, ¿qué medidas considera absolutamente prioritarias?

Planteo dos medidas fundamentales.

La primera es la contratación de fisioterapeutas para mejorar la calidad asistencial, corregir las desigualdades geográficas y garantizar la cobertura en todas las zonas básicas de salud. Esto permitiría atender las patologías más prevalentes y de baja complejidad, agilizar la atención especializada y optimizar el servicio hospitalario cubriendo los siete días de la semana en turnos de mañana y tarde.

Y, la segunda es implantar de forma efectiva la derivación directa desde cualquier especialista a las unidades de fisioterapia. No existe ninguna normativa que impida este circuito; el principal obstáculo es la burocracia, la inercia organizativa y las limitaciones del sistema informático.

Esta medida agilizaría las listas de espera y liberaría miles de citas médicas al año, permitiendo a los facultativos centrarse en los casos más complejos. Su viabilidad ya está demostrada dentro del propio Servicio Canario de la Salud, donde funciona en áreas como Atención Primaria, Hospitalización a Domicilio, Geriátrica y Oncología.

La derivación directa no es una reivindicación corporativa, sino una medida de sostenibilidad y eficiencia sanitaria que permitiría aprovechar mejor los recursos, reducir costes innecesarios y ofrecer una atención más centrada en las personas.



Antonio Miguel Rodríguez: “No podemos construir el futuro de Canarias sin escuchar a la ingeniería”



ENTREVISTA

**ANTONIO MIGUEL
RODRÍGUEZ**

DECANO DEL COLEGIO
OFICIAL DE PERITOS E
INGENIEROS TÉCNICOS
INDUSTRIALES DE
TENERIFE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Canarias lleva años planeando la necesidad de diversificar su economía y ganar peso industrial, pero la industria continúa teniendo una presencia limitada en el PIB de las Islas. ¿Qué decisiones concretas siguen faltando para que el discurso sobre la diversificación económica se traduzca realmente en nuevas inversiones y proyectos industriales?

La lentitud en el posible aumento del sector industrial en el PIB de las islas creo que puede deberse a varios factores. Sigue habiendo por ejemplo poca agilidad en algunas tramitaciones sujetas a autorizaciones previas o licencias, nuestros costes de explotación son muchas veces altos por la repercusión de los transportes, mucho de nuestro suelo industrial tiene carencias, etc.

Para combatir estos y otros factores, y como ejemplo claro, tenemos una línea trazada con la Estrategia de Desarrollo Industrial de Canarias, la EDIC 2022-27, en la que se deben basar muchas decisiones que permitirían incrementar el peso del sector industrial en el PIB de las islas.

Los problemas que han atravesado los sistemas eléctricos insulares han vuelto a poner sobre la mesa la vulnerabilidad energética de Canarias. Desde el punto de vista de la ingeniería, ¿están las Islas

preparadas para garantizar un suministro eléctrico seguro mientras avanzan en la transición energética?

Nuestros sistemas eléctricos son, salvo algunas conexiones interinsulares, sistemas aislados, lo que los hace vulnerables frente a determinadas contingencias.

Creo que precisamente desde el punto de vista de la ingeniería se pueden plantear proyectos que mitiguen esos riesgos, buscando nuevas opciones de interconexión cuando sea viable, fortaleciendo los sistemas de acumulación que den estabilidad a las producciones, etc. Todo ello para seguir preparándonos cada vez mejor para dar esas garantías a nuestros sistemas eléctricos.

¿Hasta qué punto la burocracia y la lentitud en la concesión de licencias están agravando el problema de la vivienda y qué soluciones deberían ponerse en marcha?

Ya lo apuntaba antes como

causa del lento aumento del sector industrial en el PIB de las islas. También en lo que a la construcción de viviendas se refiere, resulta difícil de asumir la lentitud en las tramitaciones de muchas licencias municipales, lo que efectivamente se convierte en otro factor agravante del problema de la vivienda en Canarias. Las soluciones pasan claramente por la agilización administrativa de los trámites, y ahí los Colegios profesionales podemos ser de gran ayuda.

¿Se puede decir que existe una planificación clara sobre las infraestructuras que realmente necesita el archipiélago, o seguimos tomando decisiones a medida que van surgiendo los problemas?

Sería injusto decir que todas las decisiones se van tomando a medida que aparecen problemas a solucionar. Sin embargo, creo que al mismo tiempo sigue faltando una completa planificación de infraestructuras que aborde los retos a largo plazo. Documentos como la EDIC 2022-27 que mencionaba antes, en lo que a nuestro campo industrial se refiere, resultan imprescindibles para tomar decisiones basadas en la experiencia de todas las partes implicadas, lo que se traduce en un buen ejemplo de una buena planificación.

La industria canaria afronta costes energéticos, dificultades logísticas y limitaciones territoriales que no existen en otros lugares de España. ¿Cree que las administraciones tienen suficientemente en cuenta estas singularidades cuando diseñan políticas industriales y energéticas para las Islas?

Nos hemos dotado a lo largo de los años de herramientas diseñadas para tener en cuenta nuestras singularidades. Nuestro Régimen Económico y Fiscal (REF), por ejemplo, en teoría protegido por normas españolas y europeas, y que incluye incentivos fiscales específicos (como la ZEC o la Reserva para Inversiones en Canarias) y subvenciones al transporte de mercancías para paliar los costes logísticos, se ve sin embargo periódicamente de alguna forma amenazado por administraciones que seguramente no acaban de entender nuestras singularidades. Es responsabilidad de nuestras propias administraciones mantener la vigilancia para que se nos sigan teniendo en cuenta nuestras especificidades.

¿En qué gran decisión industrial, energética o territorial que Canarias debe tomar en los próximos años considera imprescindible escuchar más a los ingenieros antes de cometer errores difíciles de corregir?

Personalmente creo que cualquier decisión estratégica apoya-

da en un criterio técnico fundado, evitará esos errores difíciles de corregir que se comentan. Los ingenieros estamos presentes en todas las ramas de la técnica, estamos formados para solucionar problemas y para realizar proyectos que se traduzcan directamente en la mejora del funcionamiento de nuestra sociedad con criterios de eficiencia, sostenibilidad y seguridad. No se puede, o al menos no se debería, tomar ninguna decisión de planificación sin el correspondiente aval técnico que los ingenieros podemos aportar.



Tenemos el conocimiento para construir una Canarias más eficiente, segura y competitiva

Para terminar, ¿qué proyectos tiene el Colegio ahora mismo sobre la mesa?

Como ejemplos, mantenemos nuestra constante defensa de la profesión, seguimos potenciando al Colegio como el mejor aliado de nuestros ingenieros en la formación postgrado a lo largo de la vida, asesoramos a diario a nuestros compañeros para el mejor ejercicio de la profesión, y en particular estamos apostando firmemente por potenciar las vocaciones por la ingeniería entre nuestros jóvenes, y muy en particular, entre nuestras niñas. Este año, coincidiendo con el 50 aniversario de la creación de nuestro Colegio, hemos traído por ejemplo la exposición itinerante “Mujeres Ingenieras de Éxito”, organizada por nuestra Unión de Asociaciones a nivel nacional, quedándonos además con una muestra más operativa y manejable para seguirla llevando por colegios e institutos para ya digo potenciar vocaciones por la ingeniería y en particular por la incorporación de la mujer a nuestra querida profesión.



ENTREVISTA

**FRANCISCO JAVIER
SÁNCHEZ EIZAGUIRRE**
DECANO DEL COLEGIO DE
PSICOLOGÍA DE LAS PALMAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

La incorporación de 39 profesionales de la psicología a los centros educativos canarios a partir del curso 2026/2027 supone un avance en la atención a la salud mental del alumnado. ¿Qué valoración hace de este plan y qué prioridades considera clave para que la intervención psicológica sea preventiva y no solo reactiva?

Valoramos muy positivamente la incorporación de profesionales de la psicología a los centros educativos, especialmente tras el anuncio de la Consejería de Educación de que las 39 plazas iniciales se ampliarán hasta 80.

Su función debe centrarse prioritariamente en la prevención y la promoción de la salud mental de toda la comunidad educativa (alumnado, profesorado y familias). Para que la intervención no sea solo reactiva, es fundamental apostar por la detección temprana, la evaluación y la intervención basadas en modelos y pruebas con evidencia científica, como el modelo transdiagnóstico.

Actualmente estamos trabajando con la Consejería de Educación para definir una intervención eficaz, orientada a la prevención primaria, secundaria y terciaria, en coordinación con los equipos de orientación educativa y con los ámbitos sanitario y social.

En Canarias preocupa cada vez más la exposición temprana de los menores a las pantallas, la nicotina y el juego online. ¿Qué impacto tienen estas conductas en la salud mental de los adolescentes y qué medidas son prioritarias para prevenir sus consecuencias?

Estamos observando un cambio importante en la forma en que los adolescentes se relacionan con su entorno. La exposición temprana a las pantallas, la nicotina —especialmente mediante cigarrillos electrónicos— y el juego online con recompensas inmediatas puede afectar a su desarrollo emocional y cognitivo.

El principal riesgo no es solo el uso de estas tecnologías o productos, sino que se conviertan en una vía para aliviar el malestar. Esto puede favorecer problemas de regulación emocional, impulsividad, alteraciones del sueño, dificultades de atención, bajo rendimiento académico y un mayor riesgo de ansiedad y depresión.

La prevención debe comenzar antes de que aparezcan los problemas. Es fundamental dotar a las familias de herramientas, impulsar programas de educación digital y emocional en los centros educativos y reforzar la regulación del acceso de los menores a la nicotina y al juego online.

También es imprescindible ofrecer alternativas saludables, como el deporte, las actividades culturales y los espacios de convivencia. En este sentido, la comunidad educativa desempeña un papel clave, y la incorporación de psicólogos educativos permitirá reforzar la prevención, la detección temprana y la promoción de la salud mental en los centros.



Francisco Javier Sánchez Eizaguirre: “Cambiamos el rumbo de la salud mental en Canarias desde la prevención”

El Colegio Oficial de Psicología de Las Palmas colabora con entidades como Cajasiete. ¿Qué importancia tienen estas alianzas para impulsar la prevención, el bienestar emocional y la atención psicológica en Canarias?

Efectivamente, mantenemos un acuerdo de colaboración con Cajasiete que no solo beneficia a nuestros colegiados mediante servicios financieros, sino que, a través de su Fundación, también permite desarrollar acciones formativas, divulgativas y de sensibilización sobre salud y bienestar psicológico dirigidas a la población.

Consideramos que la colaboración entre el sector profesional, el tejido empresarial y las administraciones públicas es fundamental para impulsar proyectos que contribuyan al desarrollo social, educativo y al bienestar de la sociedad canaria.

La salud mental es una de las principales preocupaciones sociales, pero el acceso a la atención psicológica sigue siendo limitado. ¿Qué medidas considera necesarias en Canarias para reducir las listas de espera y garantizar una atención más accesible, especialmente para jóvenes y familias?

Desde el Colegio Oficial de la Psicología de Las Palmas valoramos positivamente que se mantenga la tendencia de crecimiento de la oferta de plazas PIR registrada en los últimos años. No obstante, consideramos que las 293 plazas anunciadas para la convocatoria de Formación Sanitaria Especializada de 2027

siguen siendo insuficientes para corregir el déficit de especialistas en Psicología Clínica existente en el Sistema Nacional de Salud.

La oferta debe responder a las necesidades asistenciales de la ciudadanía y a la capacidad del sistema sanitario público para garantizar una atención especializada accesible y de calidad.

En Canarias, esta planificación es especialmente relevante por la insularidad y la necesidad de garantizar una distribución equitativa de los recursos entre las islas. Aunque en los últimos años se han incorporado nuevos dispositivos de salud mental y se ha reforzado la presencia de profesionales de la psicología en Atención Primaria, es necesario consolidar y ampliar estos avances.

El COPLP considera, además, que el aumento de plazas PIR debe integrarse en una estrategia más amplia de refuerzo de la atención psicológica en el sistema sanitario público. En este marco, resulta fundamental impulsar la creación de la categoría estatutaria de Psicólogo/a General Sanitario/a en el Servicio Canario de la Salud, respetando las competencias de cada perfil profesional.

Por ello, el COPLP defiende mantener un crecimiento progresivo y planificado de las plazas PIR, acompañado del fortalecimiento de los recursos asistenciales y formativos necesarios para responder adecuadamente a las necesidades de la población.

La realidad social de Canarias presenta desafíos como la insularidad y las diferencias entre zonas urbanas y rura-

les. ¿Cómo puede contribuir el Colegio a garantizar que la atención psicológica llegue también a las islas y municipios con menos recursos?

Nuestra contribución pasa por apoyar a la Administración en la planificación y distribución adecuada de los recursos, así como en la formación y preparación de los profesionales necesarios para cubrir esas plazas. De este modo, cumplimos la función que, como Corporación de Derecho Público, tenemos de contribuir a garantizar una atención psicológica accesible y de calidad para toda la sociedad.

“Necesitamos más recursos para garantizar una atención psicológica cercana y de calidad”

La prevención de las adicciones y el uso saludable de la tecnología requieren la implicación de colegios, familias, administraciones y profesionales. ¿Cree que Canarias está actuando con suficiente rapidez ante el juego online, la dependencia de las pantallas y el consumo de nicotina entre menores?

Debo destacar el esfuerzo que está realizando el Gobierno de Canarias en este ámbito. La creación de la Dirección General de Salud Mental y Adicciones supone un avance importante. No obstante, consideramos necesario reforzar los recursos propios de la Administración para afrontar este reto, de modo que la red de entidades colaboradoras complementa, pero no sustituya, la intervención pública.

Asimismo, quiero destacar la excelente relación del Colegio Oficial de la Psicología de Las Palmas con esta Dirección General, con la que seguimos trabajando para fortalecer las líneas de colaboración en beneficio de la ciudadanía.

De cara a lo que queda de 2026 y al próximo curso académico, ¿cuáles son los principales objetivos del Colegio Oficial de la Psicología de Las Palmas y qué avances espera impulsar para mejorar la salud mental de la población canaria?

Como Corporación de Derecho Público, uno de nuestros principales objetivos es colaborar con las administraciones públicas para dar respuesta a las necesidades de la sociedad canaria. Por ello, centramos nuestros esfuerzos en el desarrollo y la formación continua de los profesionales de la psicología, para que puedan ofrecer una atención de calidad en todos los ámbitos de intervención.

Nuestro propósito es seguir reforzando la presencia de la psicología en la sanidad, especialmente en Atención Primaria y la atención especializada, así como en los ámbitos social y comunitario, educativo y laboral. Además, continuaremos impulsando iniciativas y colaboraciones que contribuyan a mejorar la salud psicológica y el bienestar de la población canaria, fortaleciendo el papel de la profesión y su respuesta a las necesidades de la ciudadanía.



Fermín Ojeda: “Queremos ser un Colegio útil para los colegiados y un referente para la sociedad canaria”

ENTREVISTA

FERMÍN OJEDA

PRESIDENTE DEL COLEGIO OFICIAL DE GRADUADOS SOCIALES DE GRAN CANARIA Y FUERTEVENTURA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

El mercado laboral registra buenos datos de empleo, pero persisten importantes desafíos. Desde la experiencia de los graduados sociales, ¿qué realidad se esconde detrás de estas cifras?

Aunque las cifras de empleo y afiliación son positivas, empresas y trabajadores siguen afrontando importantes retos. Las empresas tienen dificultades para encontrar determinados perfiles, soportan elevados niveles de absentismo y se enfrentan a una normativa cada vez más compleja, mientras que los trabajadores demandan mayor estabilidad y una

mejor conciliación. Los graduados sociales conocemos de primera mano esta realidad y desempeñamos un papel esencial en el asesoramiento a empresas y trabajadores. Por ello, desde el Colegio seguimos apostando por la formación continua y por reforzar nuestro compromiso social a través del Servicio de Orientación Jurídico-Laboral Gratuita.



La reducción de la jornada laboral plantea retos para las pymes y los autónomos. ¿Se está teniendo en cuenta su realidad?

Toda reforma orientada a mejorar las condiciones de trabajo debe analizarse con rigor. En un tejido empresarial como el canario, formado mayoritariamente por pymes y autónomos, es imprescindible valorar su impacto económico y facilitar su implantación.

No se trata de rechazar las reformas, sino de hacerlas compatibles con el mantenimiento del empleo y la competitividad de las empresas. Las mejores normas son las que nacen del diálogo, el consenso y el conocimiento de la realidad empresarial.

El absentismo laboral también preocupa. ¿Cómo puede abordarse sin perjudicar los derechos de los trabajadores?

El absentismo es uno de los principales desafíos del mercado laboral y debe abordarse con responsabilidad. La inmensa mayoría de las bajas médicas responden a situaciones reales que deben protegerse plenamente.

No obstante, existen disfunciones que prolongan innecesariamente muchos procesos de incapacidad temporal debido a retrasos en pruebas, consultas o tratamientos. Mejorar la coordinación entre el sistema sanitario, las mutuas y las empresas contribuiría a reducir estas situaciones sin menoscabar los derechos de los trabajadores.

¿Se está legislando demasiado rápido en España? ¿Qué consecuencias tiene esta inestabilidad normativa?

Vivimos una etapa de intensa producción normativa que obliga a empresas y profesionales a un esfuerzo constante de adaptación. Esta situación genera inseguridad jurídica, incrementa los costes de gestión y dificulta la planificación empresarial.

Los graduados sociales desempeñamos un papel esencial al interpretar y aplicar estas normas en el día a día. Por ello, desde el Colegio hemos reforzado nuestro compromiso con la formación continua, consolidándonos como un referente en formación jurídico-laboral en Canarias, con el objetivo de ofrecer un asesoramiento de máxima calidad y garantizar la excelencia profesional.

La inteligencia artificial está transformando el ámbito laboral. ¿Qué oportu-

idades y desafíos plantea para los graduados sociales?

La inteligencia artificial permitirá automatizar procesos, agilizar tareas y mejorar la gestión de la información, permitiendo que los graduados sociales dediquemos más tiempo al asesoramiento jurídico y a la resolución de conflictos.

Al mismo tiempo, plantea importantes retos, como garantizar la transparencia de los sistemas, evitar posibles discriminaciones y proteger los datos personales. La tecnología debe ser una herramienta al servicio del profesional, nunca un sustituto del criterio jurídico ni del factor humano. Por ello, desde el Colegio estamos incorporando esta materia a nuestra programación formativa.

Si pudiera impulsar una sola reforma para mejorar el mercado laboral español, ¿cuál sería y por qué?

Apostaría por una mayor estabilidad normativa. Las empresas necesitan seguridad jurídica para invertir y crear empleo. Los trabajadores, conocer con claridad sus derechos y los profesionales, un marco legal estable que garantice un asesoramiento seguro y de calidad. Junto a ello, considero esencial seguir apostando por la formación continua. Con ese objetivo, el Colegio Oficial de Graduados Sociales de Gran Canaria y Fuerteventura se ha consolidado como un referente en formación jurídico-laboral en Canarias y ha reforzado su colaboración con instituciones y su compromiso social a través del Servicio de Orientación Jurídico-Laboral Gratuita.

Nuestro propósito es seguir construyendo un Colegio moderno, cercano y útil, al servicio de los colegiados y de la sociedad.

PFESTIVAL
TENERIFE Puerto de la Cruz

Islas Canarias
tenerife
despierta emociones

2026
4 Y 5
SEPTIEMBRE

FAT DOG - GETDOWN SERVICES - CARLOS ARES
BARRY B - IBIBIO SOUND MACHINE
RUFUS T. FIREFLY - CHOCLOCK
NATALIA DOCO - BODEGA - VVV [TRIPPIN'YOU] - FAEDA - ONA MAFALDA
ARXX - EZEZEZ - GOOD FRANCO - XERACH - BELICE - PEQUEÑA ALASKA

Phe" Club **ALEXIS TAYLOR - [HOT CHIP] DJ SET**
PHIL HARTNOLL - [ORBITAL] DJ SET
ROMAN FLÜGEL - YUNG PRADO
ELCHICO & JESSY LA LEY - BOBBY BOB - EMMA PLAY & MR PARADISE
ISLA SONIDO - JUST BECA & CANDELA - LA BREGA - MOSTANY

PHE TEAM



DEICHMANN

CajaCanarias
FUNDACIÓN

PEPSI



GUAIRO

TORRESCANARIAS
VINOS Y DESTILADOS



MACARONESIAN
HOTELS & RESORTS



SKODA



HEMISPHERIA

Trash Club

MEDIOS
OFICIALES

JNSP



ENTRADAS EN
PHEFESTIVALES

TICKETYES



ENTREVISTA

Mª CANDELARIA SÁNCHEZ
DECANA DEL COLEGIO OFICIAL
DE QUÍMICOS DE CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Este año el Colegio Oficial de Químicos de Canarias celebra su 70.º aniversario con un programa de actividades en todas las islas. ¿Qué balance hace de estas siete décadas de trayectoria y cuáles son hoy los principales retos de la profesión?

El balance de estos 70 años es positivo. Me ha tocado esta etapa más joven, pero la profesión química es de las más antiguas. De hecho, junto con nuestro 70 aniversario me gusta nombrar también el centenario de la Universidad de La Laguna y parte de sus estudios reglados de Química.

Han sido muchos años de trabajo y representación de la profesión. Este aniversario empieza con la creación de la delegación de Canarias dentro del Colegio de Madrid en 1956 y, unos años más tarde, en 1965, con la publicación como colegio independiente.

A nosotros nos gusta celebrarlo desde el principio, porque fue cuando el primer grupo de compañeros empezó a hacer comunidad. Siempre hablamos de que los colegios no son solo una herramienta de representación y defensa de la profesión, sino también una comunidad de profesionales que comparten una visión de trabajo y aportan conocimiento científico a la sociedad.

Durante estas décadas ha habido diferentes periodos. Hubo una etapa en la que la industria química estaba más afianzada en Canarias, con referentes como CEPESA en Santa Cruz de Tenerife, aunque con los años se fue reduciendo y centrándose en sectores como la alimentación.

Ahora, en las últimas décadas, la química vuelve a coger auge por las nuevas tecnologías, la transición energética y todos los ámbitos en los que pueden trabajar los profesionales de la química, desde químicos hasta especialistas en materiales o ingenieros químicos. El colegio y sus profesionales se han ido adaptando y transformando con los cambios de la sociedad.

Mª Candelaria Sánchez: “Tenemos muy presente trasladar a la sociedad el conocimiento y el trabajo que realizan nuestros profesionales”

Canarias afronta retos como la escasez de agua, la gestión de residuos o la descarbonización de su industria. ¿En cuáles de estos ámbitos considera que la química puede aportar soluciones con mayor impacto para el archipiélago?

La química como ciencia puede aportar en el desarrollo y en la investigación, dando soluciones que mejoren todos estos sectores, desde nuevos materiales hasta la optimización de procesos. Por ejemplo, la parte de aguas en Canarias es tremendamente pionera. Ha sido una de las actividades más desarrolladas y Canarias ha sido referente mundial en el tratamiento de agua, con los profesionales químicos, acompañados de otras ramas, teniendo un papel fundamental.

Ahora se trata de mejorar esos procesos y aprovechar las nuevas tecnologías y herramientas que tenemos. Dar ese salto tecnológico para avanzar en agua, residuos y descarbonización. Además, el propio colegio trabaja con las administraciones para mejorar estos procesos, junto con los profesionales que desarrollan su labor en empresas públicas y privadas. Los tres temas que mencionados son claves para Canarias. En transición energética nuestros profesionales están muy presentes, por ejemplo, en ámbitos como la electroquímica o las baterías. Y tanto en residuos como en agua queda muchísimo trabajo por delante.

Recientemente el Colegio ha firmado un convenio con la Universidad Europea de Canarias. ¿Qué importancia tiene reforzar la colaboración entre la universidad y el ámbito profesional?

El colegio mantiene convenios y relaciones muy estrechas con la comunidad universitaria, tanto con las universidades públicas canarias como con otras instituciones.

Colaboramos con ellas en todo lo relacionado con el desarrollo de los futuros profesionales, la investigación y la divulgación. Tenemos muy presente trasladar a la sociedad el conocimiento que se genera en las universidades y el trabajo que realizan nuestros profesionales.

Mantenemos una relación muy consolidada con las universidades públicas, donde están nuestros principales egresados, como el Grado de Química y Ciencias Ambientales de la Universidad de La Laguna o el Grado de Ingeniería Química de la Universidad de Las Palmas. Pero también estamos estableciendo redes de colaboración con otras universidades para la formación continua de nuestros colegiados.

Al final, como decía antes, la química es una profesión transversal y creemos que estas sinergias con todas las universidades van más allá del título del que procedan nuestros profesionales.

El Colegio también ha celebrado la III Miniolimpiada Canaria de Química,

reuniendo a estudiantes de varias islas para fomentar las vocaciones científicas. ¿Cree que existe un relevo generacional suficiente o todavía queda camino por recorrer para despertar el interés de los jóvenes por la química?

Queda recorrido para despertar interés, pero sí que tengo claro que hay una cantera. Lo vemos en los alumnos de nuevo ingreso y en los que acaban de egresar. Hace poco estuve en la orla del grado de Ingeniería Química de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y había una veintena de alumnos. En la de la Universidad de La Laguna serán unos 40 de Química aproximadamente. Las vocaciones van surgiendo, pero el recorrido de las miniolimpiadas es muy bonito porque está dirigido a estudiantes de tercero de la ESO, chavales que están empezando a descubrir estas disciplinas.

También hacemos actividades en colegios y colaboramos con las olimpiadas de Bachillerato y con la Real Sociedad Española de Química. El próximo año, además, celebraremos aquí las olimpiadas nacionales. Todo esto se agrupa en nuestro 70 aniversario y el centenario de la universidad, con muchas actividades para acercar la química a la sociedad.

Uno de los objetivos del Colegio es acercar la profesión a la sociedad. ¿Cree que hoy existe un mayor reconocimiento del trabajo de los químicos o sigue siendo una profesión poco visible pese a su impacto en la vida cotidiana?

Creo que está más reconocida que en otros momentos. Por ejemplo, empieza a estar más desligada lo que antes llamábamos la quimicofobia. La química empieza a dejar de asociarse con algo negativo y creo que todos los profesionales de la química y los profesores que trabajan en el sector han contribuido a cambiar esa percepción.

Todavía queda camino para que se entienda esa transversalidad de la que hablábamos. Muchas veces se sigue asociando la química a partes muy concretas: a la industria química más visible, a la refinería, a la farmacéutica o al trabajo de laboratorio, al profesor de bata blanca.

El reto es que la sociedad entienda todo lo que puede hacer un profesional de la química y cómo influye en su día a día: desde la ropa que lleva puesta hasta los componentes de su teléfono, en los que también participamos.

Para finalizar, de cara a los próximos años, ¿cuáles son los principales objetivos del Colegio Oficial de Químicos de Canarias y qué futuro espera de la profesión en el archipiélago?

Uno de los principales retos es la visibilización de la profesión, que cale entre la sociedad cuál es nuestro trabajo y en qué podemos aportar.

También es importante hacer una comunidad fuerte. Somos muchos profesionales en activo en Canarias relacionados con la profesión química y creo que el colegio debe ayudar a las nuevas generaciones a entender la importancia de la colegiación y de compartir conocimiento entre nosotros.

El futuro ya está aquí. Vamos a participar en todos estos retos, dar nuestro máximo trabajo y hacer que Canarias siga siendo pionera en sectores en los que ya lo es, pero alcanzando además un papel relevante en la investigación científica y en la aplicación real de la tecnología, especialmente en agua, residuos y descarbonización.



ENTREVISTA

**J. ADALBERTO LUIS
BETHENCOURT**

DECANO DEL COLEGIO
OFICIAL DE GRADUADOS
SOCIALES DE SANTA CRUZ
DE TENERIFE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Hace unos meses asumió el cargo de decano del Colegio Oficial de Graduados Sociales de Santa Cruz de Tenerife. ¿Con qué objetivos afronta esta nueva etapa y cuáles son hoy las principales prioridades de la institución?

Asumimos esta nueva etapa con un equipo renovado, pero con el objetivo de dar continuidad al trabajo que el Colegio y el Consejo General de Graduados Sociales vienen desarrollando en los últimos años, reforzando el apoyo a los colegiados ante los nuevos retos de la profesión.

Entre nuestras principales prioridades se encuentran facilitar la adaptación a las nuevas herramientas de trabajo, afrontar los desafíos que plantea la competencia desleal y trabajar en el relevo generacional de la profesión. Para ello, queremos estrechar aún más la colaboración con la Universidad, acercando el Colegio a los futuros graduados en Relaciones Laborales y Recursos Humanos para darles a conocer la importancia de la colegiación, no solo como una obligación legal, sino también por los servicios, el respaldo profesional y las oportunidades que ofrece durante el ejercicio de la profesión.

El mercado laboral atraviesa un momento de cambios normativos. Desde el Colegio, ¿cuáles considera que son actualmente los principales retos a los que se enfrentan los graduados sociales y las empresas canarias?

Uno de los principales retos es el elevado incremento de las incapacidades temporales, una situación que preocupa tanto por su impacto económico como por lo que refleja sobre la salud de la población trabajadora. Es un problema que afecta directamente a las empresas, especialmente a las más pequeñas, que en ocasiones tienen serias dificultades para mantener su actividad cuando una parte importante de su plantilla se encuentra de baja.

A ello se suma la creciente dificultad para encontrar profesionales que se incorporen al mercado laboral, un problema que también afecta a los despachos de graduados sociales y al necesario relevo generacional de la profesión.

Creemos que esta realidad debe abordarse desde una pers-

J. Adalberto Luis Bethencourt:

“El futuro de la profesión pasa por atraer talento y combatir el intrusismo”



pectiva global, no solo laboral, sino también social y sanitaria. De hecho, el Consejo General de Graduados Sociales ha presentado recientemente un estudio técnico que analiza esta situación y pone de manifiesto la necesidad de buscar soluciones estructurales para un problema que ya tiene un importante impacto sobre la economía, las empresas y el conjunto del mercado laboral.

El Colegio Oficial de Graduados Sociales de Santa Cruz de Tenerife celebró recientemente sus XXIX Jornadas de Derecho del Trabajo, un encuentro ya consolidado para analizar la actualidad laboral y jurídica. ¿Qué asuntos considera importantes y qué relevancia tienen este tipo de ini-

ciativas para los profesionales del sector?

La formación continua es imprescindible para cualquier profesional y, especialmente, para los graduados sociales, ya que el ámbito laboral está sometido a constantes cambios normativos y jurisprudenciales que afectan directamente al día a día de empresas y trabajadores.

Precisamente por eso, en estas XXIX Jornadas de Derecho del Trabajo hemos puesto el foco en algunos de los asuntos que más preocupan actualmente a la profesión. Analizamos, por ejemplo, la reforma de la incapacidad permanente, que elimina la extinción automática del contrato y abre la posibilidad de adaptar el puesto de trabajo o reubicar al trabajador.

También abordamos las oportunidades laborales inclusivas para personas con discapacidad, el trámite de audiencia previa en los despidos disciplinarios tras la reciente jurisprudencia europea y el impacto de la inteligencia artificial en los despachos, entendida como una herramienta que debe ayudar a mejorar el trabajo profesional, no a sustituirlo.

Además, celebramos una mesa redonda con representantes de la Inspección de Trabajo, organizaciones empresariales, sindicatos, mutuas y graduados sociales para ofrecer una visión plural sobre los principales retos del ámbito laboral. Como novedad, incorporamos la figura de una relatora de la Universidad de La Laguna, que elaboró una memoria científica de las jornadas, ya publicada y disponible para profesionales y para cualquier persona interesada en el Derecho del Trabajo.

El Colegio también está impulsando iniciativas como la precolegiación para estudiantes de Relaciones Laborales y Recursos Humanos. ¿Qué papel juega esta iniciativa para acercar la profesión a los futuros graduados sociales?

La precolegiación es una iniciativa estratégica para garantizar el relevo generacional de la profesión y acercar el Colegio a los futuros graduados sociales. Permite que los estudiantes de tercero y cuarto del Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos accedan, de forma gratuita, a distintos servicios del Colegio y conozcan de primera mano la realidad del ejercicio profesional.

Además, estamos trabajando para que los propios estudiantes participen en la vida colegial, incorporando representantes a la Junta de Gobierno con voz, aunque de momento sin voto, para escuchar sus inquietudes y trasladarlas a nuestros proyectos. Queremos que exista una relación bidireccional: acercar el Colegio a la Universidad y, al mismo tiempo, integrar a los universitarios en la profesión desde el inicio de su carrera. Es una apuesta clave para fortalecer el futuro del colectivo y seguir ofreciendo a la sociedad profesionales cada vez mejor preparados.

La colaboración entre colegios profesionales, administraciones y operadores jurídicos es cada vez más estrecha. ¿Qué beneficios aporta este trabajo conjunto para mejorar el servicio que reciben empresas y trabajadores en Canarias?

La colaboración entre colegios profesionales, administraciones y operadores jurídicos es cada vez más necesaria porque muchos de los retos que afrontamos son comunes. Un ejemplo es el trabajo desarrollado en el Foro de Colegios Profesionales de Canarias, donde comprobamos que cuestio-

nes como la lucha contra el intrusismo profesional o la necesidad de impulsar el relevo generacional afectan a numerosos colectivos y requieren una respuesta conjunta.

La implicación de la Administración también resulta fundamental, ya que es quien puede impulsar políticas y líneas de actuación que refuercen el papel de los colegios profesionales y mejoren el servicio que reciben ciudadanos y empresas.

Al mismo tiempo, creemos necesario seguir avanzando para aliviar la sobrecarga administrativa que, especialmente desde la pandemia, han asumido muchos despachos profesionales. Confiamos en que esa situación se normalice y que la Administración pueda recuperar plenamente su función de apoyo y atención directa, favoreciendo una gestión más ágil, eficiente y cercana para empresas, trabajadores y profesionales.

“Debemos acercar el Colegio a la Universidad para garantizar el relevo generacional”

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos y objetivos que se marca el Colegio Oficial de Graduados Sociales de Santa Cruz de Tenerife para los próximos años?

Nuestros principales retos pasan por seguir reforzando la colegiación y recordar que cualquier profesional que ejerza la actividad debe estar colegiado, independientemente del ámbito en el que desarrolle su trabajo. Paralelamente, continuaremos combatiendo el intrusismo profesional, una cuestión que nos preocupa especialmente porque perjudica tanto a la profesión como a las empresas y a los ciudadanos. Desde el Colegio actuamos a través de nuestra Comisión de Ética e Intrusismo Profesional y, cuando es necesario, trasladamos estos casos al ámbito judicial.

Otro de nuestros objetivos es poner en valor la colegiación, demostrando que no solo responde a una obligación legal, sino que también aporta ventajas reales a los profesionales. En esa línea estamos impulsando el Club GS Tenerife, una plataforma que reúne convenios, servicios y beneficios exclusivos para colegiados y pre-colegiados, con el propósito de que formar parte del Colegio suponga un valor añadido en el desarrollo de su actividad profesional.



ENTREVISTA

LUIS GARCÍA

PRESIDENTE DEL COLEGIO DE ADMINISTRADORES DE FINCAS DE SANTA CRUZ DE TENERIFE Y DEL CONSEJO CANARIO DE COLEGIOS DE ADMINISTRADORES DE FINCAS

Luis García: “Contar con un administrador colegiado es sinónimo de seguridad y tranquilidad”

los profesionales, y qué servicios o espacios nuevos permitirá ofrecer?

La nueva sede va a suponer un avance importante, no solo para los colegiados, sino también en la forma en que entendemos el colegio. Queremos que sea un espacio más cercano y útil, donde, por ejemplo, aquellos colegiados que se desplazan desde fuera de Santa Cruz puedan disponer de zonas de coworking para trabajar cuando acudan a realizar gestiones. Además, ofrecerá herramientas que faciliten el día a día, como la posibilidad de contar con un despacho en la capital y fomentar la interacción y el intercambio profesional entre compañeros dentro del propio espacio.

Se trata, en definitiva, de una sede de todos y para todos, más accesible, más moderna y pensada para que los colegiados se sientan cómodos y respaldados en su actividad.

Por otro lado, consideramos fundamental abrir también las puertas a la ciudadanía. La sede contará con una sala destinada a la celebración de actos sociales y culturales, como exposiciones o eventos musicales. Con ello, buscamos acercar el colegio a la sociedad, generar un punto de encuentro y reforzar nuestro papel como institución abierta, dinámica y conectada con su entorno.

El próximo VI Encuentro en Canarias de Administradores de Fincas, que se celebrará en La Gomera con alrededor de un centenar de congresistas de todo el país, estará centrado en la inteligencia artificial y la inteligencia emocional. ¿Cómo están transformando estas dos realidades la gestión de las comunidades y qué competencias necesitará el administrador de fincas del futuro?

El encuentro en La Gomera tiene un gran potencial, ya que abordará la relación entre la inteligencia artificial y la inteligencia emocional. Queremos poner en valor que, aunque la inteligencia artificial es clave en el presente y el futuro, no podemos descuidar la parte emocional, que siempre

ha sido fundamental en todos los cambios de las últimas décadas.

Contaremos con ponentes de primer nivel que compartirán herramientas prácticas para aplicar estos avances en el día a día profesional. Además, organizamos actividades abiertas al público en Plaza América, para acercarnos a la ciudadanía y crear un espacio de encuentro más cercano y participativo.

En el ámbito de los despachos, la inteligencia artificial ya es una realidad, y nuestra profesión ha sido especialmente avanzada en la incorporación de estas herramientas. Por ello, nuestro objetivo es seguir reforzando su uso adecuado para ofrecer un mejor servicio y estar cada vez más cerca de la población.

El Colegio ha comenzado a prepararse para responder ante posibles situaciones de emergencia, incluida una eventual crisis volcánica, con la creación de un gabinete de crisis y planes de actuación. ¿Qué papel pueden desempeñar los administradores de fincas en una catástrofe?

Creo que lo más importante es ofrecer una información directa y fiable. En este sentido, los administradores de fincas desempeñamos un papel clave, ya que a través de los despachos trasladamos a los propietarios indicaciones claras sobre qué está ocurriendo, qué medidas deben adoptar y cómo actuar en cada situación.

Llevamos años trabajando en protocolos de actuación ante emergencias, que hemos ido perfeccionando con el tiempo.

Ya hace más de 15 años se puso sobre la mesa la importancia de contar con estas herramientas ante posibles situaciones como una actividad volcánica u otras circunstancias similares.

El administrador no solo apoya a los propietarios, sino que también colabora con servicios de emergencia, como bomberos, y con la administración pública, facilitando la coordinación en momentos críticos. Además, venimos realizando una labor constante de concienciación sobre aspectos fundamentales, como la importancia de contar con seguros en las viviendas o saber cómo actuar ante una evacuación urgente.

En definitiva, el administrador de fincas es un canal directo de comunicación con el ciudadano y una figura clave en la gestión y respuesta ante este tipo de situaciones.

La vivienda es una de las principales preocupaciones de la sociedad canaria, los arrendatarios de viviendas públicas que constituyan una comunidad podrán contratar directamente a un administrador de fincas colegiado. ¿Qué impacto puede tener esta medida en la conservación de los edificios, la convivencia y la profesionalización de la gestión de estas comunidades?

Es muy importante que los propietarios sepan que contar con un administrador de fincas colegiado supone una garantía que no existe fuera de este ámbito. No solo porque dispone de un seguro

de responsabilidad civil, sino también porque está respaldado por un colegio profesional, lo que ofrece al ciudadano un canal formal para presentar reclamaciones con respaldo legal.

Además, un administrador colegiado asegura que la comunidad esté bien gestionada y cumpla con la normativa vigente, proporcionando a los propietarios la información y las herramientas necesarias.

Hoy en día, la gestión de comunidades es mucho más compleja que antes, con obligaciones como la protección de datos, certificados digitales o la coordinación de actividades empresariales.

Por todo ello, contar con un administrador colegiado es sinónimo de seguridad, tranquilidad y una gestión profesional que evita posibles sanciones.

“La gestión de comunidades es mucho más compleja que antes”

Para finalizar, el Colegio impulsa también el título propio de la Universidad de La Laguna en Administración de Fincas y Gestión Inmobiliaria, una formación online de tres cursos que busca preparar a nuevos profesionales para un sector con una demanda creciente. ¿Qué proyectos considera prioritarios para consolidar la profesión, mejorar la gestión de la vivienda y preparar a Canarias ante los retos que vienen?

Sí, así es. Me gustaría invitar a todos aquellos jóvenes que están buscando su futuro profesional a considerar esta opción. La administración de fincas es una profesión con un gran recorrido, que no solo permite crecer a nivel profesional, sino también a nivel personal.

Además, desde el primer momento, el colegio profesional acompaña y apoya a quienes se incorporan, facilitando su desarrollo. Es una profesión con una alta demanda, ya que las comunidades tienen cada vez más obligaciones y requieren profesionales cualificados para gestionarlas correctamente.

Por ello, animo a los jóvenes a formarse, obtener el título y dar el paso. Desde el primer momento pueden colegiarse e integrarse en un colectivo profesional sólido, con presente y, sobre todo, con mucho futuro.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Luis, su candidatura a la presidencia del Colegio fue ratificada el pasado mes de mayo y afronta una nueva etapa al frente tanto del Colegio de Administradores de Fincas de la provincia como del Consejo Canario. ¿Cuáles son las prioridades que se ha marcado para este nuevo mandato?

Nuestra prioridad, como Junta de Gobierno, es avanzar hacia un modelo más cercano a la ciudadanía. Para ello, apostamos por la nueva sede como punto de encuentro y, sobre todo, por reforzar el trabajo conjunto con los administradores de fincas, potenciando la colaboración público-privada.

Nuestro objetivo es que el colegio se convierta en un referente para las comunidades de propietarios, especialmente en la gestión de subvenciones y en la tramitación de procedimientos administrativos. Queremos que estos procesos puedan canalizarse a través del colegio, o al menos contar con su supervisión, para ofrecer mayores garantías, transparencia y agilidad en la gestión.

Además de estos objetivos principales, también trabajamos en otras líneas estratégicas, como el impulso de la formación continua y el apoyo a los colegiados en ámbitos clave como la tecnología y la modernización de sus despachos.

Las obras de la futura sede colegial de la calle La Rosa avanzan actualmente. ¿Qué supondrá esta nueva sede para





ENTREVISTA

ELÍAS MARRERO

DELEGADO DEL COLEGIO OFICIAL
DE INGENIEROS AGRÓNOMOS DE
CENTRO Y CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

A día de hoy, ¿qué está fallando para que producir alimentos en Canarias siga siendo una actividad tan difícil?

Desde un punto de vista técnico, el problema no es la capacidad de producir alimentos, sino las limitaciones estructurales que dificultan que la actividad sea rentable. El acceso al suelo agrario sigue siendo uno de los principales cuellos de botella por la escasez de superficie disponible, su fragmentación, su precio y las dificultades de acceso a la tierra. A ello se suman el elevado coste y la limitada disponibilidad de agua de riego, especialmente en un contexto de cambio climático.

La condición de región ultraperiférica incrementa además los costes de producción, al depender del exterior para el suministro de insumos, mientras que el reducido tamaño de muchas explotaciones dificulta ganar eficiencia y amortizar inversiones. Tampoco basta con producir; es necesario vender con rentabilidad. La competencia de productos importados, el escaso poder de negociación del productor y la burocracia siguen restando competitividad.

A esto se añaden el déficit de relevo generacional y la desigual incorporación de innovación y tecnología en las explotaciones.

¿Cree que el modelo agrícola canario se está transformando con la rapidez que exigen los nuevos desafíos o seguimos actuando cuando los problemas ya son urgencias?

En muchos aspectos seguimos reaccionando cuando los problemas ya son una urgencia. El mejor ejemplo ha sido la gestión del agua. Durante los periodos de sequía todos coincidimos en que es una prioridad, pero cuando la situación mejora tendemos a relajarnos. De hecho, hemos solicitado, en la actualización del Reglamento del Dominio Público Hidráulico de Canarias, hasta hace poco en periodo de consulta pública, que se priorice el uso agrícola del agua de mayor calidad, el impulso de las aguas regeneradas mediante nuevas infraestructuras de distribución, especialmente en medianías, la reducción de las pérdidas en las redes hidráulicas y el refuerzo de la seguridad jurídica. La planificación debe ser permanente y no depender de las circunstancias del momento. Si queremos un sector fuerte, debemos anticiparnos a los problemas y no limitarnos a resolverlos cuando ya están encima de la mesa.

El relevo generacional se señala como uno de los principales retos del sector. ¿Es realista pedir a los jóvenes que apuesten por la agricultura?

La mejor política para atraer jóvenes al sector primario es que la agricultura sea una actividad rentable. Ningún joven apostará por el campo si no percibe que puede desarrollar un proyecto empresarial viable y obtener unos ingresos dignos. Cuando un sector es económicamente sólido, muchas de las barreras para la incorporación de nuevos

Elías Marrero: “La agricultura canaria necesita producir más valor con los mismos recursos”



profesionales se reducen de forma natural.

Sin embargo, la rentabilidad no es el único desafío. También existe un problema de percepción social. Con frecuencia, el discurso sobre la agricultura y la ganadería se centra en las dificultades, como los bajos márgenes, el incremento de los costes o la dependencia de ayudas. Aunque son cuestiones reales, transmitir únicamente esa imagen dificulta que los jóvenes identifiquen el sector como una oportunidad de futuro.

La realidad es que la agricultura y la ganadería han evolucionado. Hoy son actividades altamente tecnificadas, donde la innovación, la digitalización, la agricultura de precisión, la automatización y la investigación aplicada desempeñan un papel cada vez más relevante. Siguen siendo profesiones exigentes, pero las nuevas tecnologías han mejorado notablemente las condiciones de trabajo y la eficiencia de las explotaciones.

Además, se considera que, ¿se está protegiendo suficientemente el suelo agrario o corremos el riesgo de perder capacidad productiva?

El suelo agrario existe para producir alimentos y no debemos olvidarlo. Cada vez que una decisión reduce la superficie agrícola disponible, también estamos reduciendo nuestra capacidad para producir alimentos y, por tanto, nuestra soberanía alimentaria. Canarias es una región ultraperiférica con una

gran dependencia del exterior para abastecerse. Mientras todo funcione correctamente, esa dependencia puede parecer asumible, pero cualquier alteración en las cadenas de suministro puede convertirse en un problema serio. Por eso proteger el suelo agrario no es solo una cuestión territorial, sino también de seguridad alimentaria y de futuro.

“La burocracia está frenando la modernización del sector primario”

En este contexto, el Colegio ha presentado alegaciones al documento de consulta previa a la ciudadanía sobre el Anteproyecto de Ley de Montes de Canarias y al borrador de la Ley del Suelo; ya que el primero con su redacción inicial podría permitir que hasta el 55 % del suelo cultivable del Archipiélago perdiera su consideración agraria y, el segundo, podría dejar desprotegido el suelo agrario. Por ello, hemos pedido su reconocimiento

como categoría específica dentro de dicha ley, así como que se facilite la implantación de infraestructuras de riego y de instalaciones imprescindibles para el funcionamiento de las explotaciones y el crecimiento del agricultor, y que se adapte la legislación a la realidad productiva del sector.

Los agricultores denuncian un exceso de burocracia. ¿Se están diseñando las políticas escuchando suficientemente al sector?

La burocracia es uno de los grandes lastres del sector. Hace poco participé en una jornada en la que se hablaba de cómo mejorar la eficiencia de las explotaciones mediante agricultura de precisión, una fertilización más ajustada, un mejor control de plagas y enfermedades o nuevas herramientas de asesoramiento técnico. Sin embargo, la realidad es que muchos técnicos pasan gran parte de su jornada delante de un ordenador cumplimentando documentación administrativa.

El valor que aporta un ingeniero agrónomo está en el campo, ayudando al agricultor a producir mejor, reducir costes y aumentar la rentabilidad. Muchas de las tareas burocráticas podrían asumirlas perfiles administrativos siguiendo unas directrices técnicas. En Canarias, este problema es todavía mayor porque predominan explotaciones de pequeño tamaño, donde normalmente solo hay un técnico que acaba dedicando demasiado tiempo al papeleo y muy poco al asesoramiento sobre el terreno.

En otras zonas de España he podido comprobar que existe una mejor organización: hay técnicos centrados exclusivamente en el asesoramiento agronómico y otros especializados en certificaciones y trámites administrativos. Ese modelo permite que el conocimiento llegue realmente a las explotaciones.

Y no solo esto, hay que sumar la excesiva duración de los procedimientos administrativos. Obtener una licencia para construir una vivienda vinculada a una explotación o una infraestructura agraria puede demorarse más de un año, paralizando inversiones y encareciendo los proyectos. La burocracia no solo consume tiempo; también frena el desarrollo y la modernización del sector.

Si pudiera impulsar una única medida para transformar el futuro del sector primario en Canarias, ¿cuál sería?

Sinceramente, no creo que exista una única medida capaz de transformar por sí sola el sector primario canario, pero si tuviera que decir solo una impulsaría un plan para aumentar la productividad del sector primario. La agricultura canaria necesita producir más valor con los mismos recursos. Eso pasa por incorporar tecnología, mejorar la eficiencia del agua y de la energía, facilitar el acceso a la innovación y eliminar barreras administrativas que hoy restan competitividad. Cuando una explotación es más productiva, mejora su capacidad de invertir, innovar, atraer jóvenes y resistir mejor las crisis. La transformación del sector no depende de una única ayuda, sino de crear las condiciones para que las explotaciones sean cada vez más eficientes y competitivas.



ENTREVISTA

GLORIA ORAMAS
DECANA DEL
COLEGIO OFICIAL DE
PROCURADORES DE
SANTA CRUZ DE TENERIFE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La Justicia española afronta una profunda transformación con la implantación de los Tribunales de Instancia y la Ley de Eficiencia. Desde la perspectiva de la Procura, ¿qué balance hace de estos primeros meses de aplicación?

Aún es pronto para hacer un balance definitivo, ya que se trata de una reforma muy reciente y de gran alcance. El paso del modelo tradicional de juzgados a los Tribunales de Instancia supone una profunda reorganización de la oficina judicial y una nueva forma de trabajar para todos los operadores jurídicos.

En Canarias, la implantación concluyó en marzo de 2026 y actualmente nos encontramos en una fase de adaptación. El proceso se desarrolló en tres fases: comenzó en los partidos judiciales más pequeños, continuó en los de tamaño medio, como La Laguna, y finalizó en grandes partidos judiciales como Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria, donde la experiencia acumulada permitió reducir las incidencias. El objetivo de este nuevo modelo es conseguir una Justicia más homogénea, coordinada y ágil. La reforma es positiva, aunque un cambio de esta magnitud requiere tiempo y una financiación suficiente. El Gobierno de Canarias ha realizado un importante esfuerzo, pero aún son necesarios más recursos.

También ha sido fundamental la colaboración entre la Administración y los operadores jurídicos. La comisión de seguimiento creada para analizar incidencias y proponer mejoras está contribuyendo a que la implantación avance de forma más eficaz.

La figura del procurador ha evolucionado y hoy va mucho más allá de la representación procesal. Sin embargo, sigue siendo una profesión poco conocida por la ciudadanía. ¿Continúa existiendo ese desconocimiento?

Sí, sin duda. El ciudadano suele conocer la figura del procurador únicamente cuando inicia un procedimiento judicial. Es entonces cuando descubre que existe un profesional encargado de representarle ante los tribunales, controlar los plazos procesales y garantizar el correcto desarrollo del procedimiento.

Nuestra función consiste en servir de enlace entre el ciudadano, el abogado y la Administración de Justicia. Desempeñamos una labor de servicio público bajo la dirección del letrado de la Administración de Justicia y, al mismo tiempo, prestamos un servicio profesional al cliente en coordinación con su abogado. Por ello estamos realizando un importante esfuerzo divulgativo desde el Colegio, especialmente a través de nuestras redes sociales y distintas acciones informativas, con el objetivo de acercar la Procura a la sociedad y dar a conocer el valor que aporta al funcionamiento de la Justicia.

La digitalización y la incorporación de nuevas tecnologías, incluida la inteligencia artificial, prometen agilizar los procedimientos judiciales. Sin embargo, todavía existen importantes dificultades técnicas. ¿Se está avanzando al ritmo necesario?

La digitalización constituye un avance imprescindible. Hoy podemos presentar escritos, recibir notificaciones, realizar gestiones con registros y desarrollar gran parte de nuestro trabajo desde el despacho, reduciendo tiempos y desplazamientos. No obstante, todavía existen problemas importantes de interoperabilidad entre plataformas, incompatibilidades entre aplicaciones e incidencias técnicas que afectan al normal funcionamiento del servicio.

Siempre digo que actualmente existen diferentes niveles de desarrollo tecnológico dentro de la Justicia española. Algunas comunidades autónomas disponen de sistemas muy avanzados, mientras que otras todavía necesitan mejorar determinados aspectos. Canarias ha dado un paso muy importante durante el último año, aunque todavía queda camino por recorrer.

La tecnología debe convertirse en una herramienta estable, segura y eficaz. Para ello resulta imprescindible contar con plataformas sólidas y con servicios de asistencia técnica capaces de resolver con rapidez cualquier incidencia que pueda surgir.

Uno de los principales objetivos de la Ley de Eficiencia es potenciar los medios adecuados de solución de controversias para reducir la litigiosidad. ¿Cree que esta cultura del acuerdo terminará consolidándose?

Llevará un proceso gradual. En España todavía no existe una cultura plenamente consolidada de resolución extrajudicial de conflictos, pero estos mecanismos representan una oportunidad para ofrecer soluciones más rápidas, menos costosas y más satisfactorias para las partes, en procedimientos sencillos.

La ley exige acreditar un intento previo de acuerdo antes de acudir al procedimiento judicial en determinados asuntos. El objetivo es que solo lleguen a los tribunales aquellos conflictos en los que realmente no ha sido posible alcanzar una solución consensuada. No obstante, todavía existen dudas sobre la forma de acreditar correctamente ese intento de acuerdo y sobre los criterios que aplicarán los juzgados para admitir esa documentación. Será necesario que la práctica judicial y el desarrollo normativo aporten mayor seguridad jurídica.

Canarias continúa reclamando mejoras en sus infraestructuras judiciales y una mayor agilidad en la respuesta de los tribunales. ¿Cuáles considera que son actualmente las principales carencias del sistema judicial en las Islas?

Canarias lleva varios años siendo la comunidad autónoma con mayor índice de litigiosidad de España. A ello se añade la fragmentación territorial propia del archipiélago, que genera dificultades organizativas adicionales. Las principales carencias siguen siendo la sobrecarga de trabajo, la falta de personal y los retrasos en la tramitación de los procedimientos.



Necesitamos más tecnología, más personal y una Justicia que responda igual en todas las islas

Además, no todas las islas disponen de los mismos recursos ni cuentan con idénticos servicios especializados, lo que repercute directamente en los tiempos de respuesta que recibe el ciudadano. Nuestro objetivo debe ser garantizar que el lugar de residencia no condicione la calidad del servicio público de Justicia. Para ello es necesario reforzar las plantillas, cubrir con mayor rapidez las vacantes, mejorar las infraestructuras judiciales y continuar invirtiendo en tecnología.

La Procura vive un momento de transformación, con nuevas funciones y mayores responsabilidades. ¿Cuáles

son las principales oportunidades para la profesión y las líneas de actuación del Ilustre Colegio Oficial de Procuradores de Santa Cruz de Tenerife?

La Procura está llamada a desempeñar un papel cada vez más relevante dentro de la Administración de Justicia. Desde el Ilustre Colegio Oficial de Procuradores de Santa Cruz de Tenerife, en coordinación con el Consejo Canario de Colegios de Procuradores, trabajamos sobre tres ejes fundamentales.

El primero es la innovación tecnológica, impulsando la incorporación de herramientas de inteligencia artificial, la automatización de procesos y una mayor interoperabilidad entre los distintos sistemas judiciales. El segundo es el fortalecimiento de la profesión, consolidando al procurador como un colaborador esencial de la Administración de Justicia, especialmente en la fase de ejecución de las resoluciones judiciales. Por último, queremos acercar la Procura a la sociedad mediante convenios con universidades e instituciones, acciones formativas y divulgativas, y reforzando nuestro compromiso con el turno de oficio.

Además, recientemente se ha aprobado la Ley de la Pasarela al RETA. ¿Qué valoración hace de esta reforma?

La aprobación de la Ley de la Pasarela al RETA supone un avance muy importante para nuestro colectivo, ya que permitirá a más de 80.000 abogados y procuradores mutualistas trasladar voluntariamente sus derechos económicos al sistema público de la Seguridad Social. Sin embargo, la norma mantiene la exclusión de los mutualistas ya jubilados y deja pendientes aspectos esenciales que deberán concretarse en el futuro reglamento, como la fórmula de conversión de las cotizaciones o el procedimiento para el traspaso de los fondos. La Mutualidad de Procuradores ha transmitido un mensaje de tranquilidad, destacando que mantiene una ratio de solvencia del 194%, lo que garantiza el cumplimiento de todos sus compromisos.

En definitiva, se trata de una reforma histórica que supone un paso adelante para la profesión, aunque todavía quedan cuestiones importantes por desarrollar para ofrecer mayor seguridad jurídica al colectivo.



Alba Seco: “Queremos estar donde esté nuestra clienta, sin perder nuestra esencia”



ENTREVISTA

ALBA SECO

DIRECTORA GLOBAL DE
RETAIL DE SINGULARU

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Singularu nació como una marca digital y hoy las tiendas físicas se han convertido en una parte fundamental del negocio. En un momento en el que durante años se pronosticó la desaparición del comercio tradicional, ¿por qué una empresa nacida en Internet ha decidido apostar de forma tan contundente por abrir tiendas?

En joyería, la experiencia física sigue siendo fundamental. Nuestras clientas quieren ver las piezas de cerca, tocarlas, probárselas y recibir un asesoramiento personalizado. Por eso entendemos que el canal online y las tiendas físicas no compiten entre sí, sino que se complementan. Mientras el entorno digital nos permite llegar a más personas y ofrecer comodidad, las tiendas nos ayudan a crear una conexión más cercana, emocional y auténtica con nuestras clientas, reforzando la confianza en la marca y enriqueciendo su experiencia de compra.

Singularu cuenta ya con casi 100 puntos de venta y continúa creciendo. ¿Cómo se decide dónde abrir la siguiente tienda? ¿Qué tiene que demostrar una ciudad o un mercado para entrar en el mapa de expansión de la compañía y qué potencial ven concretamente en Canarias?

Analizamos las ventas online de la zona, el perfil de la clienta, el tráfico comercial, la competencia y, sobre todo, la ubicación. No abrimos por abrir: buscamos lugares donde Singularu tenga sentido. Siempre hemos dicho que queremos estar allá donde esté nuestra clienta.

En Canarias vemos mucho potencial por la combinación de clienta local, turismo y actividad comercial. Además, ya existe una conexión previa con la marca.

Además, la compañía ha anunciado nuevas aperturas en las Islas. ¿Qué dimensión puede llegar a alcanzar Singularu en Canarias?

Creemos que podemos construir una red importante en las Islas, pero queremos hacerlo paso a paso. Las primeras aperturas nos ayudarán a conocer mejor a la clienta canaria y a crecer de forma sostenible.

El sector de la joyería accesible se ha vuelto enormemente competitivo, con nuevas marcas digitales, grandes cadenas internacionales y consumidores que reciben cientos de estímulos cada día. ¿Qué tiene que hacer una marca como Singularu para crecer sin convertirse en una más y sin perder la identidad que la hizo diferente?

La clave está en mantenernos fieles a lo que somos. Nuestra diferencia está en el diseño, la cercanía y la relación que hemos construido con nuestra comunidad. Crecer no significa parecerse a los demás, sino reforzar aquello que nos hace diferentes.

Al mismo tiempo, es fundamental escuchar a nuestras clientas y evolucionar junto a ellas, adaptándonos a sus necesidades sin seguir todas las tendencias.

¿Ha cambiado la forma de comprar de las mujeres en los últimos años? ¿Somos hoy consumidoras más exigentes, menos fieles a las marcas y más difíciles de sorprender?

Sí, hoy las consumidoras están más informadas y son más exigentes. Tienen más opciones y esperan una buena experiencia de compra en todos los canales.

Además, la forma de comprar joyería también ha evolucionado. Cada vez es más habitual adquirirla para una misma, sin necesidad de esperar a una ocasión especial. La fidelidad a las marcas sigue existiendo, pero hay que ganársela cada día ofreciendo una propuesta de valor y una experiencia a la altura de sus expectativas.

“Hemos demostrado que las tiendas físicas y el canal online se complementan”

Abrir decenas de tiendas en pocos años obliga a crecer muy rápido en equipos, estructura y organización. ¿Cuál ha sido el momento más difícil de gestionar en esa expansión y qué errores han cometido por el camino que hoy no volverían a repetir?

Lo más difícil ha sido conseguir que la estructura de la empresa creciera al mismo ritmo que la expansión de las tiendas. Lo que funciona con diez puntos de venta no siempre es válido cuando superas el centenar.

Si hemos aprendido algo en este proceso es que no se puede intentar hacer todo a la vez. Hoy planificamos mejor, nos anticipamos a las necesidades del crecimiento y damos mucha importancia a la escucha de los equipos de tienda, porque son quienes están en contacto directo con nuestras clientas.

Singularu nació hace poco más de una década como una startup y hoy es una marca consolidada con presencia en toda España y ambiciones de seguir creciendo. ¿Cuál es el siguiente gran salto de la compañía?

Nuestro objetivo es seguir creciendo de forma sólida, reforzando nuestra estrategia omnicanal y preparando la compañía para competir a una mayor escala.

Nuestra ambición es consolidar Singularu como una marca española de joyería accesible con relevancia internacional, sin perder la cercanía, la esencia y los valores que nos han acompañado desde el principio.

Desirée Adán: “Hemos cambiado el modelo tradicional del catering para adaptarnos a cada cliente”



ENTREVISTA

DESIRÉE ADÁN

DIRECTORA DE MI FAVORITA CATERING

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Mi Favorita Catering celebra su décimo aniversario. ¿Cuáles han sido los momentos clave de su crecimiento y qué valores se han mantenido intactos desde el primer día?

Creo que nuestro crecimiento estuvo muy marcado por la pandemia. A partir de ese momento, Mi Favorita Catering adquirió mucha más fuerza y conseguimos darnos a conocer mucho más.

Fue una etapa muy dura y de supervivencia. Tuvimos que seguir trabajando para hacer frente a los alquileres y mantener a los empleados, ya que no podíamos acogernos a un ERTE por nuestra actividad relacionada con la panadería, la pastelería y la confitería.

En aquel momento no se trataba tanto de crecer, sino de sobrevivir y cubrir los gastos, prácticamente trabajando a coste.

Tras la pandemia, Mi Favorita Catering experimentó un notable crecimiento. ¿Cómo han logrado consolidarse durante estos diez años como uno de los caterings más conocidos de Canarias?

Creo que la clave fue cambiar el modelo tradicional del catering. En lugar de trabajar con una carta cerrada, nosotros nos adaptamos realmente a las necesidades de cada cliente.

En un evento, el cliente puede necesitar algo específico y nosotros escuchamos esas necesidades para ofrecer soluciones personalizadas. Esa capacidad de adaptación, junto con el trabajo del equipo en la decoración, la creatividad y la personalización de cada evento, ha sido uno de nuestros grandes factores diferenciadores.

El cariño, la escucha y ese plus de calidad han sido determinantes en nuestra evolución.

En estos diez años también ha cambiado el perfil del cliente. ¿Cómo ha evolucionado el consumidor del catering y qué importancia tiene hoy la gastronomía en las celebraciones?

El cliente se ha vuelto más selectivo y exigente. Antes, por ejemplo, se podía organizar cualquier reunión con unos sándwiches, un termo de café y una bandeja de pastas. Ahora no. En cualquier evento o reunión, por pequeño que sea, se cuida mucho más el detalle.

Hay que quedar bien con los invitados y con los clientes. Incluso en actos en los que algunas personas no comen por cuestiones de protocolo, se busca que la mesa llame la atención y que los camareros estén perfectamente vestidos. En ese sentido, el cambio durante estos diez años ha sido enorme.

Uno de los sellos de identidad de Mi Favorita es la personalización de cada evento. ¿Cómo consiguen sorprender a quienes buscan experiencias únicas e inolvidables?

Uno de los proyectos más importantes ha sido la apertura de nuestra cocina central, inaugurada en octubre. Aunque todavía no hemos realizado la presentación oficial, se trata de una instalación con tecnología muy avanzada, considerada por algunos proveedores como una de las mejores de Canarias en este ámbito.

Contamos con equipamiento especializado y nuestras instalaciones también se utilizan para presentaciones de productos y formaciones.

Además, el trabajo con Baleària no se limitó al catering de sus inauguraciones. Actualmente ofrecemos el servicio diario de almuerzo y cena a la tripulación de dos barcos.

La colaboración con Baleària nos abrió nuevas oportunidades y nos permitió seguir creciendo, hasta el punto de tener que ampliar también nuestro equipo.

Canarias cuenta con una gastronomía propia. ¿Qué importancia tiene para ustedes trabajar con productores y productos de las islas?

Para nosotros, el producto es fundamental. La puesta en escena, el orden y la limpieza también son aspectos muy importantes, pero queremos que el cliente pruebe nuestro trabajo y nos diga tanto nuestras virtudes como nuestros fallos para poder mejorar. El producto local tiene un papel esencial porque permite mostrar la calidad de lo que tenemos en Canarias. Intentamos trabajar directamente con productores, también con pequeños proveedores y productos menos conocidos, para que el concepto de kilómetro cero sea real.

Como empresa de catering, tenemos unas necesidades de producción diferentes a las de un restaurante y necesitamos proveedores capaces de adaptarse a nuestros ritmos.

Nos gusta apostar por productos locales que aún no son conocidos. Creemos que ahí está una de las claves para diferenciarnos y ofrecer algo diferente.

Mi Favorita Catering ha trabajado en todo tipo de eventos. ¿Qué papel desempeña el catering en la proyección de Canarias como destino para grandes eventos y turismo?

Podemos participar en cualquier tipo de evento, tanto institucional como privado. Hemos trabajado en proyectos muy diferentes y prácticamente no le decimos que no a nada.

Existe el gran evento y también el pequeño; vivimos de todos ellos. En el ámbito empresarial nos hemos especializado especialmente en congresos, participando en encuentros nacionales y eventos de referencia en las islas, además de trabajar en espacios como el Lago Martiánez.

También hemos incorporado soluciones tecnológicas, como un sistema de etiquetas digitales con información nutricional en diferentes idiomas, para adaptarnos a las necesidades de los asistentes.

Hemos trabajado igualmente en eventos musicales, premios y encuentros empresariales. Los grandes eventos son los que más nos gustan, no solo por su dimensión, sino por la complejidad logística que implican. Esa dificultad es precisamente lo que nos apasiona.

También ofrecen servicios adaptados a alergias e intolerancias. ¿Cómo ha cambiado la alimentación y cómo se adapta la empresa a las nuevas necesidades?

La vida y los hábitos alimentarios han cambiado mucho y, como empresa, tenemos que adaptarnos a las necesidades reales del cliente. En el caso de las personas celíacas, por ejemplo, debemos ser muy claros sobre lo que podemos garantizar. Actualmente no contamos con una cocina de producción completamente independiente para elaborar productos sin gluten, por lo que no siempre es posible garantizar al cien por cien la ausencia de trazas. Preferimos informar al cliente con transparencia y priorizar siempre la seguridad alimentaria. Si tenemos dudas sobre la seguridad de un servicio, preferimos no ofrecerlo antes que poner en riesgo al cliente.

También ha aumentado la demanda de opciones veganas, vegetarianas y adaptadas a intolerancias y alergias. Por eso intentamos anticiparnos a estas necesidades ofreciendo diferentes alternativas y, cuando es necesario, productos individuales, etiquetados y envasados para evitar riesgos.

Tras estos diez años y los retos superados, ¿qué nuevos objetivos se ha marcado Mi Favorita Catering para 2026?

Estamos trabajando en un proyecto relacionado con nuestra cocina que queremos poner en marcha antes de que termine el año.

Hemos detectado una carencia importante en la formación adaptada a la realidad de la hostelería y el catering. No solo en cocina, sino también en organización y gestión de eventos. Existe una necesidad real de profesionales cualificados y no cualificados en todos los ámbitos del sector, por lo que creemos que hace falta una formación más conectada con la realidad laboral.

No queremos ser una escuela, porque no lo somos, pero sí convertirnos en una empresa de integración real. Ya hemos tenido una primera experiencia muy positiva con un estudiante de la Universidad Europea, que realizó cinco semanas de prácticas con nosotros. No se limitó a realizar tareas menores, sino que formó parte de la plantilla y conoció de primera mano la realidad de la empresa.

Creemos que podemos desarrollar un proyecto que aporte valor a la sociedad canaria y, especialmente, a los jóvenes. Hay mucho talento y es importante motivarlo y contribuir a que permanezca en las islas.





HOTEL BOTÁNICO
& The Oriental Spa Garden
★★★★★ GL

 A MEMBER OF
THE LEADING HOTELS
OF THE WORLD

TU OASIS DE BIENESTAR EN TENERIFE
Puerto de la Cruz



Mejor Hotel Spa de Europa
y el Mediterráneo



Canarias abre sus puertas al mundo y apuesta por la internacionalización como motor de crecimiento

► El I Foro de Internacionalización de Canarias reúne a representantes institucionales y empresariales para analizar las oportunidades, herramientas y estrategias que permiten a las empresas del Archipiélago crecer en nuevos mercados y atraer inversión, talento y conocimiento

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Canarias avanza hacia un modelo económico más abierto, diversificado y conectado con el exterior. Esta fue una de las principales conclusiones del I Foro de Internacionalización de Canarias, celebrado el pasado 7 de julio en el Museo de Naturaleza y Arqueología (MUNA), en Santa Cruz de Tenerife, y organizado por Tribuna de Canarias.

El encuentro reunió a representantes de la Administración y del tejido empresarial para analizar, desde una perspectiva práctica, las herramientas, estrategias y experiencias que están permitiendo a las empresas canarias crecer más allá del Archipiélago.

La jornada puso de manifiesto que la internacionalización ya no es una oportunidad reservada exclusivamente a las grandes compañías. Las pequeñas y medianas empresas, los autónomos y las startups cuentan cada vez con más posibilidades para acceder a nuevos mercados, atraer inversión, innovar y establecer alianzas estratégicas fuera de las islas.

En este contexto, el foro planteó la internacionalización como un proceso continuo que comienza antes de la salida al exterior y que requiere acompañamiento también después de la implantación. Esta visión se resume en el itinerario integral «in & out», que permite apoyar tanto a las empresas canarias interesadas en acceder a mercados internacionales como a las compañías extranjeras que desean establecerse e invertir en el Archipiélago.

Gustavo González de Vega: exportación, inversión y talento para fortalecer el ecosistema económico

Durante su intervención, Gustavo González de Vega, viceconsejero de Economía e Internacionalización del Gobierno de Canarias y vicepresidente de Proexca, defendió que la internacionalización debe entenderse como un elemento transversal y estratégico para el crecimiento de la economía de las islas.

El viceconsejero señaló que una economía no puede crecer únicamente hacia dentro. Las empresas necesitan ampliar sus mercados, incrementar sus volúmenes de exportación y dar salida a sus bienes y servicios. Al mismo tiempo, un ecosistema económico saludable debe ser capaz de atraer nuevas inversiones, empresas, ideas y conocimiento.

González de Vega articuló esta estrategia en torno a tres grandes ejes: «out», centrado en el impulso a las exportaciones empresariales; «in», orientado a la atracción de capital y compañías que contribuyan a enriquecer el ecosistema económico canario; y «grow», vinculado al crecimiento y la capacitación del talento.

Los datos presentados durante el foro reflejan la dimensión de esta estrategia. Las acciones de promoción internacional generaron un negocio estimado de 31,88 millones de euros, a través de 108 acciones de promo-

ción, 1.772 participaciones empresariales y 3.350 encuentros B2B.

En el ámbito de la atracción de inversión, se destacó la captación de 266 millones de euros, vinculada a 61 proyectos exteriores que han elegido Canarias y que han contribuido a la generación de 692 empleos directos.

La estrategia contempla también una importante apuesta por el crecimiento empresarial y la formación. En este apartado, se presentaron 60 becas estratégicas para el periodo 2026-2027, así como la formación de 165 empresas y el fortalecimiento de la internacionalización femenina.

El viceconsejero explicó que el Gobierno de Canarias, a través de la Consejería de Economía, en colaboración con Proexca y Presidencia, ha situado la internacionalización como un proyecto estratégico y transversal para los diferentes sectores de la economía canaria. Asimismo, recordó que esta materia se ha incorporado como uno de los pilares del Consejo Canario de la Productividad.

El acompañamiento posterior, una pieza clave para consolidar la inversión

González de Vega puso especial énfasis en la necesidad de que la política de inversión extranjera no se limite a captar nuevas empresas, sino que también garantice el acompañamiento de aquellas que ya han elegido Canarias para desarrollar su actividad.

En este sentido, destacó la importancia del aftercare, entendido como el seguimiento y apoyo posterior a la llegada de una empresa al Archipiélago.

“Una vez que nos ha elegido, esa empresa quiere estar en Canarias. ¿La vamos a abandonar para seguir buscando fuera?”, planteó durante su intervención.

A su juicio, la implantación de una em-

presa extranjera no concluye cuando esta llega a las islas. Los trámites administrativos, las autorizaciones, el acompañamiento institucional y cuestiones relacionadas con la integración de sus trabajadores pueden convertirse en obstáculos si no existe una adecuada coordinación entre las diferentes administraciones.

Por ello, defendió la colaboración entre todos los niveles institucionales y la necesidad de cuidar las relaciones con las empresas que ya han apostado por Canarias. Una estrategia especialmente relevante si se tiene en cuenta que una parte significativa de la inversión extranjera directa mundial procede de la reinversión de empresas que ya están implantadas en un determinado territorio.

Programas para facilitar la captación y la implantación empresarial

Durante su intervención, González de Vega también presentó diferentes herramientas destinadas a favorecer la captación de inversión y la implantación de empresas.

Entre ellas se encuentra el programa Business Ambassador, que permite a empresas y otros agentes con contactos empresariales colaborar en la identificación de oportunidades de inversión y generar leads cualificados, es decir, contactos de compañías con un interés real en implantarse en Canarias.

El programa contempla incentivos vinculados a la identificación de oportunidades verificadas, las visitas de empresas interesadas al Archipiélago y su posterior implantación.

El viceconsejero también destacó la existencia de herramientas destinadas a facilitar la llegada de empresas extranjeras y a acompañarlas desde el momento en que comienzan su proceso de implantación en las islas.

Los datos expuestos durante la jornada reflejaron, además, el impacto de la internacionalización en otros ámbitos de la economía. En el sector audiovisual, se destacó un impacto superior a 432 millones de euros, con alrededor de 20.000 puestos de trabajo vinculados a producciones rodadas en Canarias durante 2025 y más de 180 rodajes.

Asimismo, se informó de que 314 proyectos se habían beneficiado de distintas iniciativas de apoyo.





En cuanto a la inversión extranjera directa, la inversión acumulada entre 2021 y 2025 alcanzó los 1.131 millones de euros, mientras que la cifra correspondiente a 2026 se encontraba en elaboración.

La experiencia empresarial como reflejo de la internacionalización canaria

Además, el encuentro contó con una mesa redonda técnica moderada por Montserrat Hernández, directora de Tribuna de Canarias, en la que participaron Leopoldo Ernesto Houtmann Fraga, CEO y fundador de Kanara, Sonia García Fariña, directora de Senet Consultores, y Jonatan García Lima, administrador y director técnico de Suertes del Marqués.

El debate permitió trasladar la estrategia institucional al ámbito empresarial y conocer experiencias concretas procedentes de sectores tan diversos como la biotecnología, la consultoría y la industria vitivinícola.

Kanara: una actividad con vocación internacional

Leopoldo Ernesto Houtmann Fraga explicó que, en el caso de Kanara, la internacionalización surgió de manera natural debido a la propia naturaleza de su actividad.

La empresa trabaja en ámbitos como los principios activos para la industria farmacéutica, la nutrición, la cosmética y los biocombustibles, sectores con mercados de carácter global. Sin embargo, señaló que uno de los principales obstáculos iniciales no se encontraba necesariamente fuera de Canarias, sino dentro del propio territorio. La empresa tuvo que recurrir inicialmente a capital procedente del exterior para financiar su crecimiento, en un momento en el que determinadas actividades biotecnológicas todavía no estaban plenamente asentadas en el ecosistema empresarial canario.

Cinco años después de su creación, Kanara se encuentra inmersa en una segunda ampliación de capital, esta vez con una participación mayoritariamente canaria. Un cambio que, según explicó Houtmann Fraga, refleja la evolución del ecosistema empresarial de las islas y el creciente interés por sectores tecnológicos y de alto valor añadido.

Durante el debate, reclamó también el desarrollo de itinerarios específicos para empresas deep tech y biotecnológicas, al considerar que Canarias cuenta con compañías con un importante potencial en estos ámbitos.

Sonia García Fariña: la internacionalización exige preparación y acompañamiento

Por su parte, Sonia García Fariña puso el foco en la importancia del acompañamiento durante todo el proceso de internacionalización.

La directora de Senet Consultores explicó que salir al exterior no consiste únicamente en participar en misiones comerciales o acudir a encuentros empresariales. También exige revisar el propio modelo de negocio, adaptarlo a nuevos mercados y aprender a presentar adecuadamente la actividad de la empresa para captar el interés de potenciales socios y clientes.

García Fariña defendió asimismo la creación de programas de mentoría con grandes empresas internacionales. En este sentido, relató su reciente selección, entre solo diez empresas a nivel global, para participar en un programa de mentoría impulsado por una gran compañía farmacéutica.

A su juicio, este tipo de iniciativas permite a las pequeñas empresas comprender mejor el funcionamiento de las grandes corporaciones, sus estructuras internas y sus procesos de decisión, facilitando la creación de relaciones comerciales internacionales.

La directora de Senet Consultores también destacó la oportunidad que representan la tecnología y la inteligencia artificial para mejorar la competitividad empresarial y acelerar los procesos de internacionalización.

Suertes del Marqués: la identidad como ventaja competitiva

El sector primario estuvo representado por Jonatan García Lima, de Suertes del Marqués, quien explicó cómo el vino canario ha logrado posicionarse en mercados internacionales a pesar de competir desde un territorio con producciones mucho más pequeñas que otras regiones vitivinícolas.

La clave, según señaló, está en la identidad. Las variedades locales, los suelos volcánicos y las características propias del Archipiélago permiten ofrecer un producto diferenciado en un mercado internacional que

cada vez valora más aquello que se aleja de la producción globalizada.

García Lima explicó que Suertes del Marqués comenzó a explorar los mercados exteriores después de detectar que el mercado canario estaba saturado. A partir de 2008, la bodega inició su proceso de salida al exterior y comprobó que existía una demanda internacional para vinos singulares y con una identidad propia.

El empresario subrayó que la calidad del producto es imprescindible para exportar, pero también lo es la capacidad de reconocer el valor diferencial de aquello que se produce en Canarias.

En este sentido, defendió la necesidad de que las empresas canarias superen el complejo de considerar que los productos procedentes del exterior son necesariamente mejores.

Más comunicación y herramientas adaptadas a cada sector

La mesa redonda también permitió identificar algunos de los principales retos que todavía debe afrontar Canarias en materia de internacionalización.

Jonatan García Lima valoró positivamente la cantidad de programas y herramientas de apoyo existentes, aunque reconoció que muchos de ellos todavía no son suficientemente conocidos por las empresas.

Por ello, reclamó una comunicación más específica y directa con los distintos sectores económicos, de manera que las compañías puedan identificar con mayor facilidad qué programas se adaptan a sus necesidades.

Leopoldo Houtmann Fraga coincidió en la necesidad de continuar desarrollando programas específicos para sectores emergentes como la biotecnología y las empresas deep tech.

Por su parte, Sonia García Fariña insistió en la oportunidad que ofrecen las nuevas tecnologías para mejorar la productividad y acelerar la transformación de las empresas canarias.

Canarias ante una nueva carrera internacional

En la parte final del debate, Montserrat Hernández preguntó a los participantes qué elementos hacen actualmente a Canarias más competitiva internacionalmente que hace una década y qué debe mejorar el Archipiélago para continuar avanzando.

Para Jonatan García Lima, uno de los principales cambios se encuentra en la mejora de la formación y del conocimiento empresarial. Sin embargo, consideró que todavía es necesario superar una barrera cultural: la falta de confianza en el propio producto.

Sonia García Fariña coincidió con esta visión y añadió la necesidad de aprovechar el actual momento de transformación tecnológica. A su juicio, la globalización y las nuevas herramientas digitales permiten conectar con empresas y profesionales de cualquier parte del mundo, una oportunidad que Canarias debe aprovechar.

Leopoldo Houtmann Fraga destacó la importancia de continuar apostando por sectores distintos al turismo. «Hay vida más allá del turismo», defendió, al tiempo que señaló que el Archipiélago está avanzando en la creación de nuevas industrias y en la diversificación de su economía.

Una internacionalización que empieza dentro y continúa fuera

El I Foro de Internacionalización de Canarias dejó como principal conclusión que la salida al exterior no puede entenderse como una acción puntual. La internacionalización exige estrategia, preparación, conocimiento, acompañamiento y continuidad.

Las experiencias compartidas durante la jornada demostraron que no existe un único camino para crecer internacionalmente. Para algunas empresas, la expansión exterior nace de la propia naturaleza global de su actividad. Para otras, se construye a partir de la diferenciación de un producto local o de la transformación del modelo de negocio.

En todos los casos, sin embargo, aparece una misma necesidad: contar con un ecosistema capaz de acompañar a las empresas antes, durante y después de su proceso de internacionalización.

Canarias aspira así a consolidar una estrategia que no solo impulse a sus empresas a salir al exterior, sino que también convierta al Archipiélago en un territorio atractivo para la llegada de nuevas inversiones, talento, conocimiento y proyectos empresariales.

La internacionalización, como quedó de manifiesto durante el foro, no es únicamente una puerta de salida. También es una puerta de entrada y una herramienta para construir un ecosistema económico más competitivo, diversificado y conectado con el mundo.



La Orotava invierte más de 500.000 euros en obras de accesibilidad e inclusión



El Ayuntamiento de La Orotava, a través de la concejalía de Servicios Municipales y Accesibilidad que dirige Yurena Luis realiza continuas obras para mejorar la accesibilidad en el municipio. En este mandato ya se han invertido más de 500.000 euros. Las principales acciones se han llevado a cabo en plazas, aceras, colegios, centros de salud y calles con barreras arquitectónicas tanto en el casco urbano como en los distintos barrios de la Villa.

El alcalde y la concejala presentaron el conjunto de obras realizadas en estos últimos años con el fin de visibilizar estas pequeñas actuaciones, pero de gran importancia para todos. También se contó con la presidenta de la Asociación Queremos Movernos, Ana Mengíbar.

Francisco Linares comenzó pidiendo disculpas al colectivo, porque históricamente no se ha estado a la altura. Desde hace años se comenzó a trabajar en esta línea, pero el actual grupo de gobierno se ha marcado como objetivo el conseguir la accesibilidad universal en el municipio de forma progresiva: que La Orotava sea más accesible y cómoda para todos los ciudadanos en general. “Poco a poco, cada año, se desarrollarán todas las obras posibles atendiendo a la demanda vecinal, de colectivos e informes técnicos”, apuntó. No obstante, La Orotava al ser un municipio muy extenso y con una orografía con bastante pendiente, presenta mayores problemas en la accesibilidad, “por lo que es un trabajo que llevará muchos años, y deberán continuar corporaciones futuras”.

El primer representante institucional su-

braya que el valor que se le ha dado a este tema se corrobora con la creación de una concejalía dedicada exclusivamente a ello, y nunca deberá desaparecer. “Es importante trabajar en equipo para lograr un municipio más accesible e inclusivo, con sensibilidad, compromiso e inversión.”

Yurena Luis detalló que se han realizado obras de accesibilidad priorizando aquellos lugares públicos más frecuentados por la ciudadanía tales como colegios, centros médicos, plazas y otros espacios públicos. De igual forma se ha trabajado en varias calles, interviniendo en las zonas más transitadas por la ciudadanía y por el turismo que nos visita, para adaptarlas y poder tener un pueblo transitable para todos.

Se ha atendido la demanda en varios puntos de diferentes barrios de La Orotava, consiguiendo mejorar la calidad de vida de muchos ciudadanos al eliminar barreras arquitectónicas que les afectan. Entre otras actuaciones se han realizado ampliaciones de vías y aceras, eliminación de barreras arquitectónicas, adecuación del pavimento, repavimentación del asfalto, creación de rampas, rebaje de aceras, mejora pasos de peatones, señalética e instalación de semáforos acústicos, entre otras cosas. Y se ha intervenido en múltiples puntos del municipio como en las calles Puenteareas; Francisco Afonso Carrillo, Infanta Elena; Magistrado Barreda; Manuel Farras; Leonor Monteverde; Sixto Perera; San Juan Bosco; San Isidro; La Palma; Juan Ortiz de Zárate; Manuel Rodríguez Mesa, El Rosario; la Cuesta de Higa; Alvaro Hernández Díaz; El Cerrudo; El Mantillo; Dolores Martín García; San Juan;

Domingo Febles; Martin Luther King; San Isidro; Arenas de San Pedro, San Francisco; avenidas Sor Soledad Cobián y República de Venezuela; Paseo Araucarias; Camino Cal-

derón; entorno de parque Los Trazos; plazas de La Florida y Cañeño, estación de guaguas, urbanización Las Cuevas; Casa de la Cultura con plaza exterior, entre otras.

La concejala recalca que “estas actuaciones no nacen de un despacho ni de decisiones unilaterales; son el resultado de trabajo junto a los técnicos municipales, de escuchar a los usuarios, de recoger las demandas de las asociaciones, de analizar las necesidades reales del municipio y de priorizar aquellas intervenciones que benefician al mayor número posible de personas”.

“Es significativa la inversión de más de medio millón de euros en más de un centenar de acciones, pero lo más importante no son las cifras sino el impacto real que estas actuaciones tienen en la vida de las personas”, apostilló. Debido a la extensión y orografía del municipio, aún queda mucho camino que recorrer, pero desde el ayuntamiento se continuará trabajando con el plan de actuaciones en toda la localidad; atendiendo las propuestas vecinales y de las asociaciones de discapacidad del municipio con el objetivo de lograr un municipio accesible e inclusivo.

Los representantes municipales incidieron en que la accesibilidad no depende únicamente de las administraciones, “es responsabilidad de todos”. Es muy importante respetar una plaza reservada para personas con movilidad reducida, no aparcar sobre una acera, no obstaculizar un paso adaptado... Entender que un pequeño gesto puede facilitar enormemente la vida de otra persona es también construir un municipio accesible.

Ayuntamiento de La Orotava

Urbanismo

Solicitud de Cita Previa para atención al público a través de **www.laorotava.es**

Solicita tu cita previa a través de tu ordenador, tablet o smartphone

 Ayuntamiento VILLA DE LA OROTAVA



mas información en laorotava.es



Los Realejos invierte este verano más de medio millón de euros en obras RAM en sus ocho colegios públicos

El alcalde de Los Realejos, Adolfo González, y el concejal de Educación, José David Cabrera, visitaban en esta semana el CEIP Mencey Bentor para comprobar los avances de unas obras de accesibilidad a la zona deportiva y multiusos del centro, uno de los ocho colegios públicos de la localidad en los que el Ayuntamiento invierte este verano más de medio millón de euros en obras de reformado, acondicionamiento y mejora (RAM).

► **La inversión municipal se suma a dos intervenciones de la Consejería de Educación en la cubierta del CEO La Pared y la resolución de filtraciones en el IES Cruz Santa**

“Aprovechamos el período no lectivo de estos meses para acometer los trabajos contratados con una inversión récord en obras RAM que queda distribuida en todos y cada

uno de los centros educativos públicos de Infantil y Primaria de Los Realejos, como son el propio CEIP Mencey Bentor, el CEIP Agustín Espinosa, CEIP Pérez Zamora, CEIP La Montañeta, CEIP Toscal Longuera, CEIP San Sebastián, CEIP Palo Blanco y CEO La Pared”, explicó Adolfo González.

“Como siempre, se trata de obras consensuadas con la representación escolar de cada centro en función de sus demandas y acordando las prioridades de uno y otro”, remarcó José David Cabrera, quien incidió en que “básicamente las obras de este verano de 2026 tienen como denominador común mejoras en funcionalidad y en accesibilidad”.

Puntualizó Adolfo González que “estos proyectos de reformado en período estival

complementan el conjunto de obras menores y otras tareas de mantenimiento y mejoras puntuales que a diario efectúa el personal conserje municipal de cada centro educativo”.

El edil realejero informó además que “citada inversión municipal en obras RAM se ha visto complementada este verano con dos intervenciones programadas desde la Consejería de Educación del Gobierno de Canarias, atendiendo las peticiones de centros educativos y el propio Ayuntamiento de Los Realejos, consistentes en mejoras en la cubierta del CEO La Pared (centro que también imparte Secundaria), así como en la resolución de las filtraciones que han venido afectando al IES Cruz Santa (uno de los tres institutos de la localidad)”.

Alcalde y concejal de Educación visitando el CEIP Mencey Bentor.

La labor educativa del Grupo Loro Parque y Loro Parque Fundación llega a más de 42.000 escolares durante el curso 2025/2026

► El nivel de satisfacción del profesorado alcanza el 98%, avalando la calidad de la propuesta educativa integral desarrollada por ambas entidades

► La Exposición Itinerante de Cetáceos de la Macaronesia llegó a 65 centros escolares y acercó la biodiversidad marina de Canarias a 19.386 estudiantes

El Grupo Loro Parque y Loro Parque Fundación cierra el curso escolar 2025/2026 con un balance de más de 42.000 estudiantes participantes en sus diferentes programas educativo. Los resultados consolidan la educación ambiental como uno de los pilares de la actividad del Grupo y reflejan el interés creciente

de la comunidad educativa por la biodiversidad, el bienestar animal y la conservación de la naturaleza.

“Estos resultados demuestran que existe un interés creciente por acercar la conservación y el respeto por los animales a las nuevas generaciones. Alcanzar un nivel de satisfacción del 98% por parte del profesorado nos anima a seguir desarrollando propuestas educativas rigurosas, participativas y capaces de despertar en el alumnado el compromiso con la protección de la naturaleza”, afirma la directora de Administración de Loro Parque, Cybell Kiessling.

Las actividades educativas presenciales en Loro Parque y Poema del Mar reunieron a 9.411 escolares en 254 visitas, diseñadas para favorecer el conocimiento de los animales, los ecosistemas y los principales desafíos relacionados con la protección del medioambiente.

La programación se extendió también a los propios centros educativos y a espacios naturales. En total, se desarrollaron 78 actividades complementarias, entre ellas acciones de sensibilización y limpiezas de playa, que contaron con la participación de 5.386 estudiantes. Estas experiencias per-



miten al alumnado conocer de forma directa el impacto de los residuos y comprender la importancia de proteger el entorno marino.

La educación digital continuó ampliando el alcance territorial del programa. Durante el curso se realizaron 24 videoconferencias, en las que participaron 4.070 escolares de 93 centros educativos. Las conexiones llegaron a centros de toda la geografía canaria y también a alumnado de Castilla-La Mancha y Aragón.

Una de las iniciativas de mayor impacto fue la Exposición Itinerante de Cetáceos de la Macaronesia, que visitó 65 centros escolares y alcanzó a 19.386 estudiantes. La muestra permitió divulgar la riqueza de los cetáceos presentes en las aguas del archipiélago, las amenazas que afectan a estas especies y la necesidad de conservar sus hábitats. Además, estuvo presente en citas culturales y divulgativas como FIMAR y MUECA.

El Grupo Loro Parque participó igualmente en siete ferias relacionadas con la sostenibilidad, la ciencia y el clima, además de colaborar en encuentros solidarios y actividades centradas en la conservación marina.

La formación y el acompañamiento al profesorado volvieron a ocupar un lugar de gran importancia. A lo largo del curso se celebraron 82 Jornadas Informativas del Profesorado, en las que participaron 3.409 docentes de 617 centros educativos. Estos encuentros facilitan el conocimiento de los recursos pedagógicos disponibles y favorecen la incorporación de contenidos relacionados con la biodiversidad, la sostenibilidad y el respeto por los animales a la actividad escolar.

El nivel de satisfacción del profesorado alcanzó el 98%, un resultado que pone de manifiesto el valor didáctico de las propuestas y la calidad del trabajo desarrollado por el equipo educativo.

“El balance del curso 2025/2026 confirma la consolidación de nuestro modelo educativo basado en la divulgación científica, la experiencia directa y la participación activa. Con estas iniciativas, continuamos trabajando para despertar en las nuevas generaciones la curiosidad, el respeto por los animales y el compromiso con la protección de la naturaleza”, concluye Kiessling.



El Grupo Loro Parque ha alcanzado un nuevo hito en su compromiso con la sostenibilidad al evitar, durante 2025, aproximadamente 58 toneladas de plástico de un solo uso en su línea de restauración. Para dimensionar el alcance de este resultado, la cantidad eliminada equivale al peso aproximado de 39 coches utilitarios.

Este avance ha sido posible gracias a la transición hacia materiales 100 % compostables y se enmarca en Bye Bye Plastic, la estrategia desarrollada por el Grupo Loro Parque para eliminar progresivamente los

sustituir materiales plásticos, que pueden tardar hasta cinco siglos en degradarse, por alternativas que, mediante una gestión adecuada, pueden transformarse en compost y regresar a la tierra en forma de abono.

Una transformación que alcanza a toda la organización

La estrategia Bye Bye Plastic no se limita a una actuación puntual, sino que forma parte de una política transversal que implica a todos los departamentos y procesos de la compañía.

En la línea de restauración, el Grupo Loro Parque ha incorporado vajillas y utensilios compostables, ha eliminado las op-

El Grupo Loro Parque evita en un año una cantidad de plástico equivalente al peso de 39 coches

plásticos de un solo uso de sus instalaciones.

La iniciativa ha permitido

► La sustitución de materiales en su línea de restauración permitió eliminar 58 toneladas de plástico de un solo uso durante 2025 y se suma a la reducción del 98 % lograda en sus parques desde la apuesta en marcha de su estrategia Bye Bye Plastic

ciones monodosis y utiliza envases transparentes fabricados a partir de polímeros de origen vegetal, procedentes de materias primas como el maíz o la remolacha.

Asimismo, se han instalado fuentes de agua en las zonas destinadas al personal, reduciendo la necesidad de utilizar botellas desechables. La compañía también trabaja con sus proveedores externos mediante una política orientada al retorno, la reducción y la reutilización de los elemen-

tos que contienen plástico.

Estas actuaciones responden a un modelo basado en la prevención, que prioriza evitar la generación de residuos, buscar alternativas con un menor impacto ambiental y promover una utilización más responsable de los recursos.

Una reducción del 98 % en los parques

El hito alcanzado en restauración durante 2025 se suma a los resultados globales de la estrategia Bye Bye Plastic, gracias a la cual el Grupo Loro Parque ha logrado reducir en un 98 % la utilización de plásticos de un solo uso en sus parques.

Este porcentaje refleja el alcance de una estrategia que ha transformado numerosos procesos internos y que se complementa con la separación selectiva de residuos, la colaboración con gestores autorizados y la búsqueda constante de nuevas soluciones vinculadas a la economía circular.

Conducir hacia el futuro: el modelo de éxito de Autoescuela La Paterna

PAULA JIMÉNEZ. CEO DE AUTOESCUELA LA PATERNA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
En un sector que ha experimentado una profunda transformación en los últimos años, Autoescuela La Paterna ha sabido evolucionar sin renunciar a su esencia. Al frente de este proyecto se encuentra Paula Jiménez, CEO de Autoescuela La Paterna, quien defiende una visión de la formación vial que va mucho más allá de la preparación para superar un examen.

Para Jiménez, la incorporación al proyecto empresarial nació de una firme convicción: una autoescuela debe ser un espacio donde se formen personas responsables y preparadas para afrontar los desafíos de la movilidad actual. "Siempre he entendido la formación vial como una herramienta para mejorar la seguridad vial, la movilidad y, en muchos casos, las oportunidades laborales de las personas", explica. Ese compromiso con la formación integral es, precisamente, uno de los princi-

pales rasgos diferenciadores de Autoescuela La Paterna.

Una formación adaptada a los nuevos tiempos

La evolución de las necesidades de los alumnos también ha marcado el rumbo de la empresa. Consciente de que las nuevas generaciones demandan flexibilidad, atención personalizada y recursos tecnológicos, la autoescuela ha adaptado su metodología combinando herramientas digitales con un acompañamiento cercano. Grupos reducidos, seguimiento individualizado y un equipo altamente implicado permiten ofrecer una experiencia formativa adaptada al ritmo de cada estudiante. No obstante, Paula Jiménez insiste en que "la tecnología es importante, pero nunca puede sustituir el trato humano".

Adaptarse para seguir creciendo

Como toda iniciativa empresarial, el camino no ha estado exento de dificultades. La adaptación a un entorno en constante cambio,



marcado por nuevas normativas, la transformación digital y una competencia cada vez mayor, ha supuesto uno de los mayores desafíos para la dirección de la empresa. Sin embargo, estas circunstancias también han fortalecido su capacidad de adaptación y reafirmado una de sus principales convicciones: el éxito solo es posible gracias al trabajo de un equipo comprometido que comparte los mismos valores.

Más que enseñar a conducir

Uno de los aspectos más gratificantes de su labor diaria es acompañar a los alumnos en uno de los momentos más importantes de sus

vidas. Para muchos jóvenes, especialmente quienes obtienen el permiso de conducir al alcanzar la mayoría de edad, este logro representa independencia, nuevas oportunidades laborales y la consecución de un objetivo largamente esperado. Paula Jiménez recuerda con especial emoción a aquellos alumnos que llegan con inseguridad o convencidos de que no serán capaces de aprobar y que, gracias a un proceso basado en la confianza y el aprendizaje, terminan alcanzando su meta.

Una visión de futuro basada en la seguridad vial

Mirando hacia el futuro, la CEO de Autoescuela La Paterna tiene claro cuál es la dirección que desea seguir. Aspira a que la empresa sea reconocida no solo por sus excelentes resultados académicos, sino también por convertirse en un referente en formación vial, comprometido con la seguridad vial y la responsabilidad social. Entre sus próximos retos destacan el impulso de nuevos proyectos relacionados con la movilidad, el fortalecimiento de la colaboración con empresas e instituciones y el desarrollo de iniciativas que contribuyan a fomentar una cultura vial más responsable.

Para Paula Jiménez, la misión de una autoescuela trasciende la obtención de un permiso de conducir. Su visión sitúa a la formación como un motor de cambio capaz de mejorar la sociedad. Una filosofía que resume con una convicción que guía el presente y el futuro de Autoescuela La Paterna: "La formación tiene la capacidad de salvar vidas y transformar realidades."

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
De una necesidad cotidiana a una solución tecnológica

Lo que comenzó como una solución para resolver un problema familiar ha terminado convirtiéndose en una herramienta tecnológica con un importante potencial de crecimiento. Así nació Registro Parte Viajeros, un proyecto liderado por Diego Betancor, CEO de la empresa, cuyo objetivo es simplificar y automatizar el proceso de registro de viajeros en alojamientos turísticos, garantizando el cumplimiento de la normativa vigente.

La idea surgió a raíz de una necesidad muy concreta. Su hermano Tomás, gestor de viviendas vacacionales en el sur de Gran Canaria, se enfrentaba al inconveniente de tener que desplazarse desde Tejeda únicamente para verificar la identidad de los huéspedes y comunicar sus datos a las autoridades dentro del plazo legal establecido. Con experiencia en el desarrollo de aplicaciones para empresas canarias, Diego creó inicialmente una herramienta interna para resolver esta situación. El éxito de aquella solución les permitió descubrir una oportunidad de negocio y dar el paso hacia la creación de una plataforma profesional.

Desde sus inicios, la propuesta de valor ha estado basada en tres pilares fundamentales: automatización, cumplimiento estricto de la normativa y facilidad de uso. A ello se suma un servicio de atención al cliente cercano y una mejora continua de la aplicación para adaptarse a las necesidades del sector.

Innovación constante al servicio del sector turístico

La evolución del proyecto ha sido muy positiva. La plataforma ha experimentado una importante acogida entre propietarios y

Registro Parte Viajeros: innovación canaria al servicio de la gestión turística

DIEGO BETANCOR. CEO REGISTRO PARTE VIAJEROS



gestores de alojamientos turísticos, lo que ha impulsado un proceso continuo de desarrollo e incorporación de nuevas funcionalidades.

Entre los momentos más destacados de esta trayectoria, Diego Betancor recuerda con especial intensidad los primeros días de comercialización del producto. Antes incluso de que la aplicación estuviera completamente terminada, comenzaron a presentarla en un webinar, lo que obligó al equipo a trabajar contrarreloj para finalizar su desarrollo y responder a la demanda generada.

Otro de los grandes hitos ha sido el desarrollo de un sistema propio de reconocimiento de la zona MRZ de documentos de

identidad y pasaportes. Mientras muchas plataformas dependen de proveedores externos para esta tecnología, Registro Parte Viajeros ha conseguido desarrollar una solución íntegramente propia, reforzando así su independencia tecnológica y su capacidad de innovación.

La meta: convertirse en la plataforma de referencia

La visión de futuro de Diego Betancor es clara: convertir Registro Parte Viajeros en la plataforma de referencia para propietarios, gestores y anfitriones de alojamientos turísticos. Su propósito es que la utilización de esta herramienta sea tan natural como hoy lo es emplear un programa de facturación o un sistema de gestión empresarial.

Más allá de facilitar el cumplimiento de la normativa y el envío de información a las autoridades competentes, la empresa busca eliminar la carga administrativa que supone el registro de viajeros mediante la automa-

tización de procesos. El objetivo es permitir que los profesionales del sector dediquen su tiempo a ofrecer una mejor experiencia a sus huéspedes.

Emprender con constancia y visión

Como ocurre en la mayoría de los proyectos empresariales, el camino no ha estado exento de dificultades. Diego Betancor reconoce que emprender implica asumir incertidumbre, afrontar retos constantes y mantener una capacidad permanente de aprendizaje.

Sin embargo, destaca que la cultura emprendedora vivida en su entorno familiar ha sido clave para afrontar cada etapa del proyecto. La constancia, la perseverancia y la mejora continua forman parte de la filosofía con la que trabajan cada día, convencidos de que los resultados llegan gracias al esfuerzo sostenido y a la capacidad de evolucionar.

Mirando al futuro

Aunque la compañía ya trabaja en nuevos desarrollos tecnológicos, por el momento prefieren mantener la prudencia y continuar perfeccionando estos proyectos antes de hacerlos públicos.

Con una apuesta decidida por la innovación, el desarrollo tecnológico propio y la mejora constante de la experiencia del usuario, Diego Betancor continúa consolidando un proyecto que nació para resolver un problema cotidiano y que hoy aspira a convertirse en un referente nacional en la gestión digital del registro de viajeros.

Tribuna de Canarias

Periódico regional líder de información Económica y Política en las Islas Canarias

Islas Canarias
publicidad@tribunadecanarias.es
redaccion@tribunadecanarias.es
www.tribunadecanarias.es

AGOSTO MMXXVI



ME GUSTA MI BANDERA

CUANDO SE IZA ES UNA VOZ DE UNIDAD.
CUANDO SE ALZA, LO HACE UN PUEBLO

ASÍ LA QUIERO YO



**Gobierno
de Canarias**
islas iguales



UNA SOLA VOZ