



Tribuna de Canarias

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

NOVIEMBRE MMXXIV | 1,20€ | Islas Canarias TRIBUNADECANARIAS.ES



Alfonso Cabello: “Canarias necesita imperativamente un pacto de Estado en materia migratoria” P2

ENTREVISTA.
VICECONSEJERO DE PRESIDENCIA Y
PORTAVOZ DEL GOBIERNO DE CANARIAS



NUEVA ECONOMÍA



Luis Abeledo.
Abogado
La desesperanza del empresario P14



José Miguel Bravo de Laguna.
Alcalde de la Villa de Santa Brígida
PP-PSOE, por fin de acuerdo: que se queden en Canarias P15



Jorge Alonso.
Director de Consultoría ITVelorcios Group
La Ciberseguridad en la era de la IA P16



Presen Simón.
Directora de Transversalia Consulting
Más allá del Talento Individual: Cómo crear equipos que triunfan P19



Alexandre González.
Consultor financiero y coordinador de zona para OBV Allfinanz.
¿Cómo alcanzar el éxito empresarial en Canarias? P21

ENTREVISTA.

PRESIDENTE DE LA
AUTORIDAD PORTUARIA DE
SANTA CRUZ DE TENERIFE



Pedro Suárez: “Hemos trabajado arduamente para fortalecer la relación entre el puerto y la ciudad, convirtiéndolos en socios estratégicos” P4

ESPECIAL INNOVACIÓN



Canarias refuerza su apuesta por el emprendimiento y el autoempleo P6



El Cabildo de Tenerife impulsa la política de becas más ambiciosa de España para apoyar a más de 30.000 familias P10

Domingo Alonso Group inaugura la pionera La Luz Autoport Terminal en el Puerto de Las Palmas P12

ENTREVISTA

ALFONSO CABELLO
VICECONSEJERO DE
PRESIDENCIA Y PORTAVOZ
DEL GOBIERNO DE
CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Como hemos mencionado, durante este año de gestión se ha experimentado un periodo de gran intensidad, caracterizado por una serie de desafíos significativos. En términos generales, ¿cuáles considera usted que han sido los principales obstáculos que ha tenido que afrontar el Gobierno de Canarias en esta primera etapa?

En efecto, desde la conformación del gobierno del año pasado, se estableció una hoja de ruta clara con objetivos como el fomento de la innovación y la diversificación económica, así como la promoción de la formación profesional. Sin embargo, la gestión diaria ha exigido una adaptación constante para hacer frente a situaciones emergentes. Un ejemplo claro es la actual emergencia habitacional, que ha obligado al Gobierno de Canarias a priorizar políticas de vivienda.

Además de la emergencia habitacional, nos enfrentamos a una crisis hídrica declarada, especialmente en Fuerteventura y Lanzarote. A esto se suma la emergencia humanitaria derivada del incremento en la llegada de menores migrantes no acompañados en los últimos meses.

Ante esta compleja situación, el Gobierno debe ser capaz de responder a las necesidades urgentes sin perder de vista los objetivos estratégicos establecidos. El reto ha consistido en conciliar la gestión de estas crisis con la implementación de las políticas a largo plazo.

De acuerdo con los datos disponibles, la situación de emergencia humanitaria, marcada por un incremento sustancial en los flujos migratorios, no muestra signos de atenuación a corto plazo. Ante esta situación, el Gobierno de Canarias ha solicitado apoyo al Gobierno central, dada la magnitud del desafío. ¿Confía usted en que se alcanzará pronto un acuerdo que permita gestionar de manera eficaz esta crisis? ¿Tiene esperanzas en qué se alcance un acuerdo próximamente?

Más que esperanzas, considero que Canarias necesita imperativamente un pacto de Estado en materia migratoria. Esta necesidad se fundamenta en la ausencia de alternativas viables. Sin un acuerdo de esta naturaleza, no vislumbro una solución sostenible a esta crisis.

Canarias no puede convertirse en un punto de bloqueo o retención de menores migrantes no acompañados. Actualmente, nuestra comunidad autónoma acoge a 5.400 menores en esta situación, lo que supone una carga inasumible para nuestras arcas públicas. Recientemente, el Gobierno de Canarias ha solicitado al Estado una mayor financiación, ya que el presupuesto asignado resulta insuficiente. Necesitamos un pacto de Estado que permita una redistribución equitativa de estos menores. Gracias a la labor del presidente Fernando Clavijo, hemos logrado un

Alfonso Cabello: “Canarias necesita imperativamente un pacto de Estado en materia migratoria”



consenso político en torno a esta problemática, con la excepción de Vox, lo que demuestra que existe una voluntad de buscar soluciones conjuntas.

Cuando la cuestión llega al ámbito estatal, en el Congreso de los Diputados, observamos un nivel de polarización política mucho mayor, lo que dificulta considerablemente el avance en la búsqueda de soluciones. A pesar de que en las negociaciones discretas hemos logrado un amplio consenso en muchos puntos, la dinámica política suele priorizar el efectismo, lo que obstaculiza la adopción de acuerdos. En Canarias, somos conscientes de la urgencia de una solución estructural a este problema humanitario y no podemos permitirnos estos juegos políticos.

La llegada de pateras a Canarias es un fenómeno que se ha prolongado durante las últimas tres décadas. Al observar la situación en África, es evidente que esta realidad no cambiará significativamente en el corto plazo. Por tanto, es imperativo que aprendamos a gestionar esta situación de manera sostenible, reduciendo al máximo el número de víctimas. La ruta migratoria del Atlántico es una de las más mortíferas del mundo, lo que exige una respuesta coordinada a nivel estatal y europeo.

Se ha llegado a hablar de un abandono de Canarias por parte del Estado. La reciente tragedia en El Hierro, donde numerosas personas perdieron la vida, ha evidenciado la urgencia de una solución. Confía en que se adopte una visión nacional de este problema y se encuentren soluciones a corto plazo.

Efectivamente, esa es la única solución viable. Hace apenas tres semanas tuve la oportunidad de acompañar al vicepresidente de la Comisión Europea, Margaritis Schinas, en su visita a Canarias. Durante su estancia en Tenerife y El Hierro, pudo comprobar de primera mano la gravedad de la situación. La Comisión Europea ha demostrado una gran sensibilidad ante esta crisis, mayor incluso que la percibida desde el Gobierno central.

En este sentido, la Unión Europea ha demostrado una mayor comprensión de nuestra situación, ofreciendo recursos económicos, humanos y técnicos para hacer frente a la crisis migratoria. Sin embargo, es fundamental recordar que los migrantes que llegan a Canarias no lo hacen por elección, sino que huyen de conflictos armados, hambre y pobreza. Mientras persista esta desigualdad entre África y Europa, la presión migratoria seguirá existiendo. Necesitamos una solución estructural a este problema, ya que la migración irregular continuará siendo una realidad.

Cambiando de tema, quisiera centrarnos en uno de los ejes centrales de esta legislatura: el reto demográfico en su conjunto. La reciente Conferencia de Presidentes ha servido como catalizador para un intenso trabajo de implementación de sus conclusiones. Agradecemos la participación de diversos actores, entre ellos expertos científicos, que han enriquecido notablemente el debate y la búsqueda de soluciones.

Cuando se formó este gobierno, la estructura que diseñamos fue objeto de numerosas críticas. Sin embargo, nuestras decisiones

estaban basadas en una visión estratégica. Por primera vez en Canarias, se creó una viceconsejería específica para Formación Profesional, se unió la Consejería de Empleo con la de Turismo, y se estableció una viceconsejería dedicada al reto demográfico. Estas decisiones responden a la necesidad de abordar de manera integral los desafíos que enfrenta nuestra comunidad, como la generación de empleo y la lucha contra la despoblación.

Las decisiones adoptadas hace aproximadamente un año y medio parecen haber anticipado los desafíos que surgirían posteriormente. El movimiento social que ha cobrado fuerza recientemente ha puesto de manifiesto la importancia de abordar cuestiones fundamentales para nuestra comunidad, estrechamente vinculadas al reto demográfico: dónde y cómo vivimos los canarios.

Estas son las preguntas fundamentales a las que debemos dar respuesta. Nuestra comunidad autónoma presenta una realidad demográfica compleja y contrastada. Por un lado, islas como Fuerteventura y Lanzarote han experimentado un crecimiento poblacional exponencial en las últimas dos décadas, lo que ha puesto de manifiesto la falta de planificación en la provisión de infraestructuras y servicios. Por otro lado, las llamadas 'Islas Verdes', están enfrentando un envejecimiento poblacional acelerado, con un aumento significativo de la edad media en La Palma, La Gomera y El Hierro.

Las necesidades de las diferentes islas canarias son heterogéneas. En el caso de Gran Canaria, por ejemplo, hemos observado en las últimas décadas un proceso de despoblación en ciertas zonas, especialmente en el norte y las medianías, y una concentración poblacional en la franja costera, coincidiendo con el desarrollo del sector turístico y las infraestructuras viarias asociadas. Esta situación demanda soluciones complejas y valientes.

La primera Conferencia de Presidentes de Canarias, celebrada en abril, marcó un hito en la gobernanza del archipiélago. Este encuentro institucional, que reunió a los máximos representantes del Gobierno regional y los cabildos, puso el foco en el reto demográfico y estableció tres ejes de trabajo. Uno de ellos se centró en la ordenación del territorio, buscando simplificar los procedimientos y definir con claridad los usos del suelo, como los destinados a turismo, agricultura o vivienda.

La planificación territorial en Canarias es un proceso lento y complejo que requiere una actualización constante. Los planes vigentes, con una antigüedad de varias décadas, ya no son capaces de responder a los desafíos actuales y futuros de nuestra comunidad. Por ello, es necesario replantear el modelo de planificación, buscando un equilibrio entre seguridad jurídica y flexibilidad para adaptarse a las nuevas realidades. Paralelamente, debemos abordar la creciente desafección hacia el modelo turístico tradicional, buscando formas de redistribuir la riqueza generada por este sector de manera más equitativa y sostenible, en línea con las tendencias globales.

Una de las interrogantes clave es por qué la ciudadanía no percibe en mayor medida los beneficios del sector turístico, que contribuye significativamente a la economía regional. Como comentaba, es necesario replantear los mecanismos de distribución de la riqueza generada por esta actividad. Asimismo, el crecimiento poblacional de Canarias, impulsado principalmente por la inmigración regulada,

plantea interrogantes sobre la sostenibilidad de este modelo y la necesidad de adoptar medidas de control, como la regulación de la compra de vivienda, respaldadas por un análisis jurídico exhaustivo.

Esta cuestión debe enmarcarse en el contexto de la Unión Europea. La libre circulación de trabajadores es un derecho fundamental, pero debemos analizar su impacto en territorios con características específicas como Canarias. Es necesario explorar las posibilidades de establecer mecanismos de control, similares a los aplicados en otros territorios europeos, para garantizar una gestión sostenible de la inmigración y proteger nuestro mercado laboral.

Asistimos a un proceso de participación sin precedentes, donde todos los sectores de la sociedad están siendo llamados a colaborar. Alcaldes, universidades y otros actores están aportando sus conocimientos y perspectivas para construir un futuro mejor para Canarias. Esta amplia participación garantiza que las decisiones adoptadas sean consensuadas y respondan a los intereses de toda la ciudadanía.

En esta línea, es fundamental analizar las mejores prácticas a nivel internacional, lo que antes se conocía como *benchmarking*. ¿Qué están haciendo otros destinos turísticos? ¿Cómo podemos adaptar esas experiencias a nuestra realidad? Canarias cuenta con un gran potencial en innovación y ciencia, y este gobierno está comprometido con un proceso de toma de decisiones consensuado y participativo. Las universidades públicas juegan un papel clave en este proceso, aportando conocimiento y expertise en áreas como el turismo, el cambio climático y la economía circular. El objetivo es mejorar nuestro modelo turístico sin renunciar a sus fortalezas, sino más bien optimizándolo para obtener mejores resultados.

En este contexto, resulta fundamental fortalecer la vinculación entre la universidad y el sector productivo, fomentando la transferencia de conocimiento. En este sentido, la creación de una Consejería de Universidad, Innovación y Cultura representa un paso significativo. El Gobierno canario está comprometido con la promoción de la innovación y la cultura como motores de desarrollo, impulsando proyectos estratégicos como el Stratoport de Fuerteventura. Creemos que la innovación debe estar arraigada en nuestra identidad cultural, aportando un valor diferencial a nuestro territorio.

En Canarias estamos desarrollando proyectos estratégicos que generarán un impacto positivo en diversos ámbitos, como la formación profesional y la universidad. Estos proyectos no solo responden a las necesidades actuales, sino que también proyectan una visión de futuro para las islas. La política debe combinar la gestión de las urgencias con una planificación a largo plazo, que nos permita anticiparnos a los desafíos y aprovechar las oportunidades.

La formación dual responde a una demanda creciente del mercado laboral por una mayor conexión entre el mundo educativo y el profesional. A nivel global, se ha detectado una cierta desconexión entre ambos ámbitos, pero Canarias ha tomado medidas para revertir esta situación a través de la formación dual. La creación de nuevas profesiones y la adaptación de los planes de estudio a las demandas empresariales son de-

safios que requieren de una estrecha colaboración entre el sector educativo, el empresarial y las administraciones públicas, ¿no es así?

Así es. La formación dual, un modelo consolidado en países como Alemania, representa una solución efectiva para alinear la formación profesional con las demandas del mercado laboral. En España, aunque con un desarrollo desigual, se ha avanzado en esta materia. Sin embargo, la adaptación de los planes de estudio a las nuevas tecnologías y a los cambios en el mercado laboral plantea desafíos importantes. La actualización de los centros educativos y la dotación de los recursos necesarios para impartir nuevas especialidades requieren de una inversión significativa y de una planificación estratégica a largo plazo.

Implementar estos cambios requiere una toma de decisiones valiente por parte de las administraciones públicas, ya que implica reasignar recursos, modificar los planes de estudio y, en ocasiones, cerrar programas con baja demanda. Es necesario realizar un análisis exhaustivo del mercado laboral para identificar las profesiones con mayor proyección y adaptar la oferta educativa en consecuencia. La colaboración público-privada es fundamental para garantizar la pertinencia de la formación y asegurar que responda a las necesidades reales del tejido productivo.

“El objetivo es mejorar nuestro modelo turístico sin renunciar a sus fortalezas”

Ante todos estos retos comentados, se percibe un consenso creciente y una colaboración estrecha entre todas las administraciones públicas, desde los ayuntamientos hasta los ayildos. Parece que se han dejado de lado las diferencias ideológicas en favor de un trabajo conjunto y coordinado para encontrar soluciones a los desafíos comunes.



Indudablemente, la ideología política influye en las decisiones iniciales. Sin embargo, una vez conformado un gobierno, es fundamental priorizar el interés general y trabajar de manera leal y colaborativa con todas las instituciones. En temas estratégicos como la formación profesional dual, es esencial buscar consensos sólidos que trasciendan los ciclos políticos. Solo así podremos garantizar la continuidad de las políticas y lograr resultados a largo plazo.

La colaboración institucional trasciende las diferencias ideológicas. Es común observar a líderes políticos de distintos partidos, como Vicente alcalde del Ayuntamiento Punta Gorda, quien pertenece al PSE, o Mari Brito, presidenta de la FECAM, trabajando de manera conjunta en beneficio de sus comunidades. Aunque las discrepancias son inevitables, la gestión pública exige un enfoque pragmático que priorice el interés general. En ocasiones, es necesario tomar decisiones difíciles y asumir responsabilidades, pero siempre con el objetivo de alcanzar el mejor resultado posible para la ciudadanía.

No quisiera finalizar esta entrevista sin abordar otro tema de gran relevancia: la crisis de la vivienda. Como usted ha mencionado, esta problemática se ha convertido en una preocupación generalizada, especialmente entre los jóvenes. Desde el Gobierno de Canarias se están implementando diversas medidas para hacer frente a esta situación, aunque es importante reconocer que se trata de un problema complejo que requiere soluciones a largo plazo. La escalada de los precios de la vivienda es un fenómeno global, pero en Canarias se ha agudizado, poniendo en riesgo el acceso a una vivienda digna para muchos ciudadanos.

La crisis de la vivienda es un problema estructural que afecta a numerosas ciudades españolas y europeas. El fracaso de las administraciones públicas a la hora de implementar políticas de vivienda adecuadas ha sido un factor determinante. El boom inmobiliario de principios de siglo, caracterizado por una elevada construcción de vivienda privada y condiciones financieras favorables, generó una falsa sensación de seguridad. Sin embargo, la posterior crisis financiera y la caída del mercado inmobiliario dejaron al descubierto las carencias de las políticas públicas. La lentitud de la administración a la hora de responder a esta nueva realidad, sumada al surgimiento de fenómenos como la vivienda vacacional, han agravado la situación.

Por su parte, la irrupción de plataformas digitales de alquiler vacacional ha revolucionado el sector turístico, permitiendo a los viajeros acceder a una mayor variedad de alojamientos y experiencias. Sin embargo, este nuevo modelo ha generado tensiones en destinos turísticos maduros como Canarias, donde la demanda de viviendas para uso turístico ha aumentado considerablemente, lo que ha provocado una escalada de los precios y una escasez de viviendas para alquiler a largo plazo. Ante este hecho, es necesario adoptar medidas urgentes para regular el mercado y garantizar el acceso a una vivienda digna para todos los ciudadanos.

Este gobierno, en sus primeros catorce meses de mandato, ha presentado una ley de medidas urgentes en materia de vivienda y se encuentra en las últimas fases de desarrollo de una legislación específica para el alquiler vacacional. Aunque estas iniciativas no resolverán la problemática de la vivienda a largo plazo, sí representan un primer paso importante. Con la ley de medidas urgentes, se busca incentivar al sector privado a construir nuevas viviendas, exigiendo la presentación de programas de construcción y la agilización de los trámites administrativos.

¿Cómo podemos simplificar los trámites administrativos? Proponemos agilizar los trámites administrativos para la construcción de viviendas, implementando un sistema de pre-validación por parte de los colegios profesionales que permita iniciar las obras mientras se finalizan los permisos municipales. Además, sugerimos realizar un inventario de solares dotacionales subutilizados y explorar la posibilidad de destinarlos a la construcción de viviendas de protección oficial. Asimismo, planteamos la adquisición de edificios inacabados para destinarlos al alquiler social a precios asequibles.

En este sentido, queremos adquirir estos inmuebles a un precio justo para destinarlos al alquiler social, ofreciendo así una alternativa a las personas con dificultades para acceder a una vivienda. Hablamos de alquileres sociales a precios asequibles, en torno a los 250-300 euros, para facilitar la emancipación de los jóvenes.

Nuestro objetivo es abordar la crisis de la vivienda de manera integral, combinando medidas a corto y largo plazo, y fomentando la colaboración público-privada.

Para concluir, me gustaría conocer un objetivo para estos dos últimos meses del año, así como un objetivo a medio y largo plazo.

Es una pregunta compleja. Sin embargo, considero que este año tenemos dos prioridades claras. La primera es encontrar una solución estructural y automatizada al problema migratorio que afecta a Canarias desde hace décadas. Necesitamos un protocolo de actuación que se active de forma inmediata ante un aumento significativo de llegadas, evitando así sobrecargar los sistemas existentes.

Otro objetivo fundamental para este año es consolidar un plan de acción integral para el sector turístico, fruto de las mesas de trabajo. Este plan debe incluir medidas a corto, medio y largo plazo, que faciliten la comprensión y participación ciudadana, y que establezcan una hoja de ruta clara para las administraciones públicas.

A largo plazo, aspiramos a lograr un desarrollo equilibrado y sostenible en todas las islas, asegurando que todas avancen en la misma dirección, aunque a ritmos diferentes, en función de sus particularidades.

ENTREVISTA

PEDRO SUÁREZ
PRESIDENTE DE LA
AUTORIDAD PORTUARIA DE
SANTA CRUZ DE TENERIFE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Esta es su segunda etapa al frente de la Autoridad Portuaria y ha transcurrido un año desde su regreso a este puesto. Para comenzar, me gustaría que nos hiciera un balance de este primer año de gestión. Imagino que ha sido un periodo muy intenso.

Es una ventaja haber tenido una experiencia previa en la gestión pública pues al regresar a esta Institución, ya contaba con un conocimiento adquirido que me permitió acortar la curva de aprendizaje.

En mi primera etapa me quedé con la sensación de haber dejado proyectos inconclusos. Esta segunda oportunidad me ha permitido retomar esos objetivos y enfocarnos en el Plan de Empresa, nuestra hoja de ruta para los próximos años en la que se detallan las inversiones necesarias y que debe ser aprobada por Puertos del Estado. Es importante destacar que las autoridades portuarias tienen un sistema de financiación propio, distinto al Presupuesto General del Estado.

Nuestro objetivo principal, en este mandato, es poner en marcha el puerto de Granadilla. Este puerto, que aún está en construcción, será motor de desarrollo económico para la isla. Ya hemos avanzado significativamente en su finalización y hemos adjudicado una gran parte de las concesiones, lo que permitirá iniciar operaciones a corto plazo.

Uno de los proyectos más importantes que se trasladarán a Granadilla es el de los depósitos estratégicos de combustible, lo que generará una gran actividad en el puerto y requerirá la puesta en marcha de servicios portuarios esenciales como amarradores y remolcadores.

Otro de nuestros focos es mejorar la operativa del puerto de Los Cristianos. Este pequeño puerto, ubicado en un entorno urbano, presenta problemas de acceso y congestión. Estamos trabajando en una solución a corto plazo que, aunque no sea definitiva, aliviará significativamente la situación. Este proyecto implica la colaboración con el Cabildo, el Gobierno de Canarias y el Ayuntamiento de Arona, y estamos explorando diferentes alternativas, como el soterramiento de la vía de acceso.

Además, estamos comprometidos con la mejora de todos los puertos de la provincia. La Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife gestiona, además de Santa Cruz y Granadilla, los puertos de Los Cristianos, La Palma, La Gomera y El Hierro. En todos ellos estamos llevando a cabo obras de mejora y modernización.

Pedro, al asumir la presidencia de la Autoridad Portuaria, ¿cuáles fueron los asuntos más urgentes que identificó y que requirieron una atención inmediata?



Pedro Suárez: “Hemos trabajado arduamente para fortalecer la relación entre el puerto y la ciudad, convirtiéndolos en socios estratégicos”

Uno de los principales desafíos que encontré al asumir nuevamente la Presidencia fue la falta de conexión entre el puerto y la ciudad. A pesar de la importancia del puerto de Santa Cruz de Tenerife, existía una desconexión evidente entre la actividad portuaria y la vida de los ciudadanos.

Para revertir esta situación, una de las primeras acciones que emprendimos fue restablecer la comisión de seguimiento puerto-ciudad iniciativa que, junto con una estrecha colaboración con el alcalde, permitió fortalecer los lazos entre ambas entidades.

Un ejemplo claro de esta sinergia es el proyecto de los Charcos de Valleseco. Este proyecto, que requirió la coordinación de diversas instituciones y la superación de numerosos obstáculos administrativos, se convirtió en un caso de éxito y un referente en la gestión colaborativa. Los vecinos de Valleseco están muy satisfechos con los resultados y hemos demostrado que es posible conciliar el desarrollo portuario con las necesidades de la comunidad.

Otra muestra de esta línea de actuación es en la apertura del puerto a la ciudad. Hemos organizado diversos eventos y actividades en espacios portuarios, lo que ha generado un mayor dinamismo económico y

ha mejorado la percepción de los ciudadanos hacia el puerto.

Asimismo, hemos impulsado la reparación naval como un motor de desarrollo económico. La reciente reparación en nuestras instalaciones de un FPSO, una embarcación flotante utilizada para la producción y el procesamiento de hidrocarburos y para el almacenamiento de petróleo en alta mar, generó una importante actividad económica y empleo, demostrando el potencial del puerto como un hub de servicios marítimos.

Seguimos inmersos en esta colaboración tendente a fortalecer la relación entre el puerto y la ciudad, convirtiéndolos en socios estratégicos para el desarrollo económico y social de Tenerife.

Me gustaría que nos hablara un poco de los datos numéricos. ¿Podría compartir con nosotros las cifras que demuestran el éxito de las iniciativas implementadas en la Autoridad Portuaria?

Estamos experimentando un alza significativa en diversos ámbitos de nuestra actividad.

Uno de los factores que ha impulsado este crecimiento es el aumento considerable en el abastecimiento de combustible, o *bunkering*. Este incremento se debe principalmente al



Hemos impulsado la reparación naval como un motor de desarrollo económico

cierre del Canal de Suez, lo que ha obligado a los buques a tomar rutas alternativas por el sur de África, beneficiando a los puertos de Tenerife y Las Palmas. Sin embargo, es im-

portante destacar que se trata de una situación coyuntural y que los volúmenes podrían disminuir una vez que se resuelva dicha crisis.

Además del *bunkering*, hemos registrado un crecimiento en el movimiento de mercancías, graneles y pasajeros, especialmente cruceristas. La apuesta por el turismo de cruceros ha sido clave para nuestro éxito, y la asociación que hemos formado con las islas del Atlántico ha sido fundamental para consolidar este segmento del mercado. Celebramos recientemente el trigésimo aniversario de esta asociación, que ha demostrado ser una iniciativa exitosa y sostenible.

El turismo de cruceros genera un impacto económico positivo en todas las islas del archipiélago, y es una actividad complementaria a otras iniciativas de desarrollo sostenible. A diferencia de otros tipos de turismo, el de cruceros aporta ingresos significativos y genera empleo sin poner en riesgo el medio ambiente.

Quiero profundizar en el eje transversal Puerto-Ciudad, un proyecto estratégico para este mandato. Como usted ha mencionado, hemos logrado avances significativos, como el caso de Valleseco y los eventos del verano. Sin embargo, me interesa conocer cuáles son los próximos pasos para consolidar esta relación y lograr una integración aún mayor, especialmente en Santa Cruz. Por ejemplo, tenemos la Navidad a la vuelta de la esquina y sabemos que hay planeados eventos y colaboraciones en materia de estacionamiento. ¿Podría detallar las futuras acciones que tienen previstas para fortalecer esta unión?

Estamos a punto de iniciar un proyecto transformador para la ciudad de Santa Cruz: la segunda fase de la Plaza de España y el Muelle de Enlace. Esta obra marcará un antes y un después en nuestra ciudad, tal como lo hicieron proyectos similares en Málaga o Bilbao.

El futuro Muelle de Enlace unirá la ciudad con el mar a través de un edificio accesible por una cubierta. Imaginen caminar por la Plaza de España, bajar por la Plaza de la Candelaria y acceder al mar a través de esta cubierta. A un lado, una moderna marina deportiva; al otro, la estación de ferris y una amplia zona de ocio y restauración.

Esta iniciativa revitalizará la zona y generará nuevos espacios públicos. Además de la marina y la zona de ocio, se construirán aparcamientos y jardines. Y lo más importante, liberaremos espacios actualmente ocupados por actividades portuarias, que se trasladarán al nuevo muelle de Granadilla.

Además, no solo beneficiará a los ciudadanos, sino que también posicionará a Santa Cruz como un destino turístico más atractivo. La nueva infraestructura portuaria y las zonas de ocio atraerán a visitantes y generarán actividad económica.

Esta obra es una inversión para el futuro de nuestra ciudad. Estamos construyendo un espacio moderno, dinámico y conectado con el mar, que será un orgullo para todos los santacruceros.

Un proyecto sumamente ambicioso que busca devolver este espacio a los ciudadanos. Nos gustaría conocer un cronograma estimado del tiempo de ejecución de esta obra.

La ejecución de proyectos de obra pública suele ser un proceso largo y complejo, como ya experimentamos con los Charcos de Valleseco. Sin embargo, confiamos en que el



proyecto del Muelle de Enlace avanzará a un ritmo más acelerado gracias al aprendizaje obtenido con proyectos anteriores.

Actualmente, contamos con el concurso de ideas ganador y las autorizaciones necesarias para iniciar las obras. Estamos en conversaciones con inversores interesados en gestionar la estación de cruceros, lo cual es muy prometedor.

“La apuesta por el turismo de cruceros ha sido clave para nuestro éxito”

En noviembre, se reunirá un grupo de trabajo integrado por representantes de todas las administraciones involucradas para definir los términos del convenio de colaboración. Este convenio establecerá los compromisos de financiación de cada entidad para la construcción del edificio.

Una vez tengamos el convenio, podremos iniciar la elaboración del proyecto constructivo, que podría tardar alrededor de un año. Con esta garantía, podremos licitar la obra.

Estimamos que el proyecto completo podría estar finalizado en un plazo de seis a ocho años. Mientras tanto, seguiremos utilizando la dársena de los Llanos para eventos y como estacionamiento, para favorecer la actividad comercial en el centro de la ciudad.

La colaboración entre todas las administraciones es fundamental para el éxito de este proyecto. Estamos trabajando de manera coordinada con el Ayuntamiento, el Cabildo y el Gobierno para garantizar su ejecución.

En su anterior mandato, usted siempre recalcó la importancia de no comparar el puerto de Santa Cruz de Tenerife con otros, ya fueran canarios o internacionales. Defendía la idea de que nuestro puerto, sin necesidad de comparaciones, ocupa un lugar de liderazgo en ciertos aspectos.

Es lógico comparar elementos que comparten características similares. Sin embargo, cuando no existe un punto de comparación, como ocurre en una economía global tan interconectada como la nuestra, centrarnos en rivalidades intragrupo, como la que podría surgir entre Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria, resulta contraproducente.

En lugar de competir por datos estadísticos, deberíamos aprovechar nuestras fortalezas complementarias para posicionarnos de manera conjunta en el mercado global. Las Palmas destaca en ciertos segmentos, mientras que nosotros sobresalimos en otros. Esta complementariedad es clave para hacer frente a nuestros competidores más directos, como los puertos africanos.

El éxito de la industria de cruceros en Canarias es un claro ejemplo de los beneficios de la colaboración. Al unir nuestros esfuerzos y promocionar un destino común, hemos logrado atraer a un gran número de turistas de todo el mundo. Debemos seguir trabajando en esta línea, posicionando a las Islas Macaronésicas como un destino seguro y atractivo en un entorno global cada vez más complejo.

Usted mismo ha destacado la importancia de la industria de cruceros, no solo para Canarias, sino también específicamente para Santa Cruz de Tenerife. La llegada constante de cruceros a nuestro puerto se ha convertido en un elemento característico de nuestra ciudad, generando riqueza y dinamismo económico. Este sector turístico, además de ser visualmente atractivo, representa una actividad que se integra de manera armoniosa en nuestro entorno urbano. ¿Podemos esperar que esta estrategia de promoción de los cruceros se mantenga en el futuro?

Sin duda, los cruceros se han convertido en un elemento fundamental de nuestro paisaje urbano. La presencia de estos grandes buques en el puerto, lejos de ser una molestia, genera un impacto económico positivo y enriquece nuestra oferta turística.

La industria de cruceros se encuentra en un momento de madurez y crecimiento. Nuestra asociación, Cruise Atlantic Islands, busca consolidar esta tendencia y ampliar la temporada turística. Estamos explorando

nuevas oportunidades, como la atracción de cruceros durante el verano, y desarrollando nuevos productos turísticos en colaboración con las distintas islas del archipiélago.

Un ejemplo claro de este dinamismo es el caso de La Palma, donde se están llevando a cabo importantes inversiones para mejorar las infraestructuras portuarias y la experiencia del turista. Nuestra asociación está comprometida con el desarrollo de todas las islas y trabaja en estrecha colaboración con las autoridades locales para potenciar el turismo de cruceros en toda la región.

En los últimos años, los conceptos de sostenibilidad y desarrollo sostenible se han integrado de manera transversal en todos los ámbitos de nuestra sociedad. La actividad portuaria no es una excepción. Convencidos de la importancia de preservar el medio ambiente, los puertos han implementado numerosas iniciativas para alcanzar los objetivos de sostenibilidad a nivel global, ¿no es así?

En línea con el marco estratégico de Puertos del Estado, hemos incorporado la reducción de la huella de carbono como un objetivo prioritario. Nuestro departamento de medio ambiente, conformado por un equipo altamente cualificado, monitorea constantemente nuestros indicadores de sostenibilidad.

Hemos implementado diversas medidas para reducir nuestra huella de carbono, como la electrificación de nuestra flota vehicular, el fomento de energías renovables en nuestras instalaciones y la promoción de la conexión eléctrica de los buques a través de las denominadas 'OPS'. Estas últimas permiten a los buques desconectar sus motores mientras están atracados, reduciendo significativamente las emisiones contaminantes y el ruido.

Si bien hemos sido pioneros en la implementación de estas soluciones, hemos enfrentado algunos desafíos debido a la evolución tecnológica. La necesidad de adaptar nuestras instalaciones a las nuevas demandas del sector, como la conexión en media tensión, nos ha llevado a realizar inversiones adicionales. Sin embargo, estamos convencidos de que estos esfuerzos son fundamentales para garantizar un futuro más sostenible para nuestro puerto y para el medio ambiente.

Para finalizar, me gustaría que nos compartiera dos o tres objetivos estratégicos que se ha propuesto alcanzar durante su mandato como presidente.

Hemos fortalecido nuestro equipo Comercial para recuperar la competitividad del puerto y atraer a más navieras. Hemos creado una Subdirección especializada en relaciones institucionales y desarrollo de productos comerciales, con el objetivo de posicionarnos como un puerto de referencia a nivel internacional.

Asimismo, estamos impulsando otras actuaciones no menos importantes como la instalación de una unidad de regasificación en el puerto de Granadilla que permitirá reducir nuestra huella de carbono y atraer nuevos tráficos. También estamos inmersos en la reordenación del litoral y la ampliación de nuestras instalaciones para optimizar la operativa portuaria.

Considero que estos proyectos, junto con un equipo comprometido y dinámico, nos permitirán consolidar al puerto como un motor de desarrollo económico y sostenible para la región.

Canarias refuerza su apuesta por el emprendimiento y el autoempleo

CEOE Tenerife, Universidad Europea de Canarias, Ayuntamiento de La Orotava y Gobierno de Canarias impulsarán el emprendimiento y el autoempleo a través de una colaboración estratégica y pionera en la región, y de las primeras en España, que aúna la experiencia del empresariado, el enfoque académico e innovador de la universidad y el apoyo de las Administraciones Públicas. El objetivo es fomentar el espíritu y la vocación emprendedora y apoyar la formación en autoempleo.

Esta iniciativa ha sido presentada, en la sede de la Universidad Europea de Canarias en La Orotava y ha contado con la presencia de la rectora, Cristiana Oliveira; del presidente de CEOE Tenerife, Pedro Alfonso; del viceconsejero de Economía e Internacionalización del Gobierno de Canarias, Gustavo González de Vega; y del alcalde de La Orotava, Francisco Linares.

Una de las grandes novedades del proyecto es que la patronal empresarial contará con una oficina del Servicio Integral de Empleo (SIE) en la sede de la Universidad Europea de Canarias en La Orotava, lo que permitirá sumar sinergias entre ambas instituciones y, de esta forma, fortalecer el tejido empresarial canario. Además, la Universidad Europea facilitará la formación en microtítulos con el objetivo de que los futuros emprendedores puedan adquirir nuevas habilidades y competencias de forma práctica y efectiva.

Cristiana Oliveira ha recordado que este innovador proyecto está vinculado con la Cátedra de Emprendimiento y ODS que mantiene la institución académica con CEOE Tenerife, acuerdo que ha sido ratificado por ambas partes, y "que nos ha permitido abrir espacios para el emprendimiento desde la formación universitaria, fomentando, de forma transversal y común en todas las disciplinas, el espíritu emprendedor en el alumnado".

En este sentido, cabe indicar que cerca de un 20 por ciento de los estudiantes de la Universidad Europea de Canarias enfocan su



► CEOE Tenerife, Universidad Europea de Canarias, Ayuntamiento de La Orotava y Gobierno de Canarias crean una alianza estratégica con el objetivo de fomentar el espíritu y la vocación emprendedora y apoyar la formación en autoempleo

futuro profesional hacia el emprendimiento, y que de los alumnos que han decidido emprender, más de un 65 por ciento cuenta con un proyecto solvente.

Por su parte, Pedro Alfonso ha asegurado que, con esta iniciativa, desde la confederación se reafirma el compromiso con el desarrollo del tejido empresarial canario y, sobre todo, con el impulso del emprendimiento y el autoempleo como pilares fundamentales para fortalecer la economía de las islas. Alfonso ha destacado que "el norte de la isla de Tenerife siempre ha sido la gran olvidada en materia económica y esto debe cambiar", y ha añadido que "la apertura de esta oficina es un paso clave para ofrecer apoyo directo y especializado, facilitando no solo la creación de empresas, sino también su consolidación en un entorno cada vez más competitivo".

"Sin duplicar modelos, con su propio estilo y su capacidad tradicional de explotar su potencial, como cuando se inició el turismo en la isla", ha afirmado Alfonso, para

quien la meta es clara: "fomentar la innovación y la competitividad en Canarias, y que cada usuario cuente con el apoyo y el asesoramiento necesarios para desarrollar proyectos solventes y sostenibles a largo plazo".

El viceconsejero de Economía e Internacionalización del Gobierno de Canarias, Gustavo González de Vega, ha afirmado que el impulso del emprendimiento y del autoempleo es uno de los objetivos del Gobierno de Canarias, así como reforzar la colaboración público-privada. "Las políticas que ha ido aplicando el Gobierno durante este primer año han estado encaminadas al fomento de la inversión y la creación de empleo y, para ello, hay que ir de la mano del tejido empresarial. Medidas como la cuota cero para aquellos autónomos que iniciaron, por primera vez, su actividad en 2023; los programas Canarias Aporta y Aporta No Capitalinas y las recientes convocatorias de los Incentivos Canarias demuestran nuestro compromiso y apuesta por el sector empre-

sarial, verdaderos generadores de empleo de Canarias".

González de Vega señaló, además, que la innovación y la transformación digital son "esenciales" en todo este proceso, "para que nuestras empresas sean más competitivas y crezcan" y, añadió, "Sodecan jugará un papel fundamental para acercar la financiación a pymes y autónomos". "Si logramos unir el talento, a través de la formación, con la innovación y la modernización de nuestras empresas, lograremos un tejido productivo robusto y más competitivo, capaz de generar empleo y actividad económica".

Finalmente, Francisco Linares valora la unión de las Administraciones con la Universidad Europea de Canarias y CEOE Tenerife para sacar adelante iniciativas de esta envergadura: "algo que es necesario hoy en día para facilitar el emprendimiento, la formación, la adquisición de habilidades y el acceso al mundo laboral de nuestros jóvenes", ha matizado el alcalde de La Orotava.

"Es esencial fomentar políticas y estrategias que alimenten y respalden ese espíritu emprendedor y el autoempleo. Con esta iniciativa pionera, los emprendedores pueden contar con recursos que les darán mayor seguridad y protección, con una formación innovadora y de calidad, con nuevas tecnologías, y todo ello atendiendo a la demanda del tejido empresarial", ha añadido Linares.

Formación de alta calidad

Los usuarios del SIE se beneficiarán de una formación de alta calidad en autoempleo y emprendimiento y accederán a recursos avanzados y herramientas tecnológicas esenciales para el desarrollo de sus proyectos empresariales. Además, tendrán la oportunidad de integrarse en una red de contactos profesionales que incluye mentores, inversores y empresarios experimentados, lo que les facilitará su entrada al mercado laboral y empresarial.

El Servicio de Emprendimiento de CEOE Tenerife ha atendido en el último año a más de ochocientos emprendedores, más de seiscientos usuarios recibieron asesoramiento técnico, y más de 350 pudieron tramitar las ayudas. Se completaron cerca de quinientos planes de empresa para financiar proyectos, y se gestionaron ochenta nuevas altas de autónomos en el Punto de Atención al Emprendedor.



Productos agrícolas & enológicos

☎ 606 37 02 66
📍 Ctra. General, 162
38350 Tacoronte
✉ info@agryenca.com



El papel de la empresa en el desarrollo de Canarias

En un mundo cada vez más global, tecnológico e hiperconectado, y en un entorno complejo como el que vivimos actualmente, cambiante, incierto y, en ocasiones, incluso caótico, nuestras empresas deben enfrentar nuevos retos y dar respuesta a nuevas demandas que le requiere la sociedad en la que se integran.

Echando la vista atrás, muchas empresas han jugado un papel protagonista en el avance que ha experimentado Canarias en los últimos cincuenta años, y gracias a su aportación, la actividad que, a día de hoy, realizan las empresas canarias en actividades como el turismo o el sector portuario y el transporte, por citar solo unos pocos ejemplos, son referencias mundiales.

El rol social que desempeña la empresa se refleja en su capacidad para generar empleo y riqueza, y en su contribución al desarrollo social y económico, convirtiéndose así, en motor precursor del crecimiento y el bienestar conjunto de nuestra sociedad, y todo ello cristaliza en la creación de una estructura que interactúa con su entorno más cercano alineando sus operaciones y actividades con los objetivos globales que fomentan la equidad, promueven la sostenibilidad, la responsabilidad social empresarial y la innovación.

Cada vez son más las empresas que se comprometen a reducir su huella de carbono, o que invierten en programas de igualdad de oportunidades y colaboran con su entorno.

Esas empresas son ejemplo de dedicación y empeño, y una muestra clara del compromiso que han asumido para propiciar el desarrollo conjunto de la sociedad con una visión amplia e integradora. Todo ello son características que definen el espíritu emprendedor.

Este convencimiento ha llevado a la Confederación Canaria de Empresarios a organizar un Encuentro Empresarial donde pretendemos resaltar el papel que desempeña la empresa en el desarrollo de Canarias.

El Encuentro tendrá lugar el próximo día 12 de noviembre, en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, y se enmarca en el conjunto de actuaciones que viene desarrollando esta Confederación en materia de asesoramiento para el autoempleo y el emprendimiento en colaboración con el Servicio Canario de Empleo y el Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Durante el Encuentro analizaremos cómo medir y visibilizar la contribución de las empresas al desarrollo económico y social, y conoceremos el ejemplo de varias empresas que suponen casos de éxito en esta materia. Precisamente, a la promoción de ese espíritu em-



prendedor la Confederación Canaria de Empresarios viene dedicando tiempo y recursos a través de un servicio de asesoramiento para el Autoempleo y el Emprendimiento desde el año 2002, totalmente gratuito, que se dirige a nuevos emprendedores que pretenden iniciar un proyecto empresarial. Servicios como este aportan valor añadido y se convierten en un elemento crucial dentro de las políticas activas de empleo que redundan en beneficios para el conjunto de la sociedad promoviendo la generación de riqueza, la creación de nuevos empleos, y el acceso a una mayor gama de productos y servicios.

A lo largo de estos años, la CCE ha atendido a más de catorce mil emprendedores de las Islas, en actuaciones de asesoramiento para el Autoempleo y el Emprendimiento, ayudando al emprendedor a definir su idea de negocio, elegir entre las diferentes figuras jurídicas, realizar los trámites necesarios para la constitución y puesta en marcha del negocio. El

servicio que ofrece la CCE ofrece la asistencia que requieren los futuros empresarios y ayuda en la planificación y evaluación de la viabilidad del negocio mediante la realización de un plan de empresa y viabilidad.

La realización de un plan de viabilidad permite al emprendedor tener una visión

más amplia de su proyecto y razonar acerca de las oportunidades que puede presentar su negocio, pero también de las dificultades y amenazas que pueden condicionar su puesta en marcha o su expansión. Se trata de una información estratégica altamente valiosa que puede garantizar el éxito del proyecto, o al menos evitar su fracaso.

Desde el Servicio de Asesoramiento para el Autoempleo y el Emprendimiento de la CCE también se realiza el trámite de alta como autónomos o Sociedades de Responsabilidad limitada, y se asesora al emprendedor en la tramitación de ayudas y subvenciones, como el caso del "Pago único" o la Subvención de Promoción del Empleo Autónomo que concede el Servicio Canario de Empleo, donde se requiere como requisito indispensable para la concesión, la validación del Plan de Viabilidad por parte de una entidad colaboradora, como es el caso de la Confederación Canaria de Empresarios.

inteligencia tecnológica
al servicio de la innovación

inetel

La Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife impulsa la expansión regional e internacional de las empresas locales

► La entidad ofrece, en el marco del programa 'Canarias Expande', varias jornadas para ayudar a los negocios a operar fuera de sus mercados habituales

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife impulsa, a través del programa *Canarias Expande*, la expansión regional e internacional de las empresas locales de las islas de La Gomera, El Hierro, La Palma y Tenerife. Para ello, la entidad desarrolla un calendario de jornadas informativas presenciales con el objetivo de ofrecer un enfoque integral que incluye, además, tutorías personalizadas para 15 empresas y formación complementaria.

La primera sesión tuvo lugar el viernes 25 en La Gomera, donde se puso de manifiesto el afán de las empresas y profesionales de la isla por ampliar sus horizontes empresariales al resto de Canarias y al mundo. El encuentro, celebrado en San Sebastián, contó con la participación activa del tejido comercial gomero y la presencia de personas expertas en comercio exterior.

Este programa no solo ofrece apoyo individualizado, sino que también facilita el acceso a recursos y herramientas clave pro-



Inauguración en el Cabildo de La Gomera.

porcionadas por instituciones como ICEX, que estará presente de forma virtual durante las jornadas para ofrecer orientación. Además, las empresas podrán beneficiarse de la creación de redes estratégicas y alianzas, ampliando su capacidad de actuación en mercados internacionales y regionales. La Cámara busca, con este enfoque integral, garantizar que cada empresa disponga de los conocimientos y el respaldo necesario para dar el salto al exterior con confianza.

Las siguientes jornadas tendrán lugar en El Hierro, el lunes 28 de octubre, en La Palma y Tenerife, con sus respectivas fechas aún por definir. *Canarias Expande* brinda, de esta forma, la oportunidad de abordar la expansión a nuevos mercados con las empresas de la provincia, focalizando el análisis en la adaptación de sus productos a las normativas locales o la creación de una estrategia de en-

trada competitiva.

Además, la Cámara pretende adaptarse a las necesidades específicas de cada empresa, permitiéndoles decidir entre la expansión regional e internacional. La formación online complementa las dos fases previas del pro-

grama, ya que ofrece cursos en gestión de riesgos financieros en procesos de expansión y dotarlas de conocimientos adicionales para gestionar su expansión con éxito.

Expansión y apoyo integral

La combinación de las jornadas informativas con las tutorías personalizadas y la formación posiciona a *Canarias Expande* como un catalizador para el fomento de la regionalización e internacionalización a través de las ventajas competitivas que ofrece el Archipiélago. Su posición geográfica estratégica y su régimen fiscal favorable son factores clave para impulsar la expansión de las organizaciones, sobre todo, las de carácter local.

El apoyo integral de la Cámara les permitirá, a su vez, diversificar sus riesgos, competir en nuevos mercados y aprovechar oportunidades de crecimiento que, de otro modo, serían difíciles de alcanzar. Con el lema 'Hacer el

mundo más canario', la entidad coloca a las empresas en una posición privilegiada para dar a conocer su actividad más allá del territorio insular, e incluso, del regional y nacional.

Islas con una esencia internacional

Las jornadas ponen de relieve que, pese a la fragmentación territorial y la lejanía del continente, La Gomera, El Hierro, La Palma y Tenerife cuentan con un tejido empresarial ambicioso y con amplias metas para abrirse un hueco en nuevos mercados y nichos.

De ahí que la Cámara haya reforzado su apuesta por los programas de comercio exterior, basados en las misiones comerciales a distintos países y ferias internacionales, así como en proyectos que potencian el desarrollo empresarial de carácter local hacia el exterior.

Canarias Expande es una iniciativa ejecutada por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife que cuenta con la colaboración y financiación del Gobierno de Canarias (Dirección General de Promoción Económica) y la cofinanciación de los fondos europeos.

Las personas interesadas en conocer más detalles acerca del programa y las fechas de las próximas jornadas informativas en La Palma y Tenerife pueden visitar la web www.camaratenerife.com o contactar al teléfono 922 100 407.



En BDkapital **transforma**
 tus ahorros en **oportunidades**
 y construye tu futuro

CROWDFUNDING Y CROWDLENDING A UN CLIC

📍 C/ Los Martínez de Escobar, 22
 35007 Las Palmas de Gran Canaria

✉ contacto@bdkapital.es
 ☎ +34 928 582 775

bdkapital.es



La Cámara de España acoge la constitución de AFRICO, que tendrá su sede en Gran Canaria

La Cámara de Comercio de España ha acogido el acto de constitución de la Asociación Iberoafriicana de Cámaras de Comercio (AFRICO), creada con el objetivo de reforzar las relaciones comerciales y vínculos ya existentes entre España, Portugal y África Occidental.

AFRICO cuenta con la participación de la Cámara de Comercio de España, la Cámara de Comercio Portuguesa y la Federación de Cámaras de África Occidental (FEWACCI) que agrupa las cámaras de 20 países africanos.

“Las Cámaras de Comercio estamos llamadas a liderar las relaciones con África, que están adquiriendo un gran valor estratégico y que todavía tienen un gran recorrido por delante”, ha asegurado José Luis Bonet, presidente de Cámara de España. “El mapa geopolítico mundial está cambiando de

manera acelerada y polarizándose, cada vez más, en torno a Estados Unidos y China. La Unión Europea tiene que reforzar su posición en el mundo y puede, y debe, hacerlo a través de África y Latinoamérica, con España y Portugal como puente natural”, ha explicado el presidente de Cámara de España.

Por su parte, Luis Padrón, presidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria, lugar donde se ubicará la sede de la asociación, destacó que AFRICO es un proyecto que aspira a movilizar el tejido empresarial español y portugués hacia África, “inspirado en el éxito de la Asociación Iberoamericana de Cámaras (AICO), este nuevo proyecto tiene como objetivo capitalizar las oportunidades de financiación europeas, como el programa Global Gateway, y fortalecer las relaciones entre el sector privado y los gobiernos africanos”. En esta línea, señaló: “El coste de oportunidad

de no estar en África es demasiado elevado, y nuestra asociación trabajará para garantizar que nuestras empresas no solo estén presentes, sino que lideren el crecimiento y desarrollo en el continente”

Aminou Akadiri, secretario general de la Federación de Cámaras de África Occidental (FEWACCI), ha señalado la ambición de cooperación y progreso que representa la constitución de AFRICO, “proporcionando una plataforma de comercio entre África Occidental y Europa, y de colaboración con Latinoamérica” que permita “aprovechar las oportunidades de negocio” y libera todo el “potencial de nuestros mercados”. Aminou Akadiri también ha recordado la necesidad de fomentar la conexión directa para el transporte entre el continente africano y Europa.

En la clausura del acto, Julián Conthe, director general de Política Comercial, ha reiterado el compromiso de la Secretaría de Estado de Comercio “con esta iniciativa, que impulsará la internacionalización y el crecimiento

económico sostenible a través del apoyo a las empresas y el fortalecimiento de lazos comerciales entre nuestros continentes”. Conthe ha señalado que “África es una región prioritaria para España y recientemente hemos lanzado la Alianza África Avanza, que busca crear nuevas oportunidades para la inversión de empresas españolas en el continente africano al mismo tiempo que impulse su desarrollo sostenible y la creación de empleo en esta región. La colaboración junto con las Cámaras de Comercio y AFRICO será esencial para lograr estos objetivos, generando sinergias y compartiendo experiencias”.

AFRICO ha fijado ejes centrales de actuación con los que pretende desempeñar un papel activo en la consolidación de las relaciones económicas y comerciales entre España, Portugal y África, y servir como plataforma para la identificación de oportunidades de negocio, la realización de eventos comerciales y la promoción de inversiones, entre otros.



II Edición (2024-2025)

**PREMIOS
TALENTO
SOSTENIBLE**

¿Tienes un proyecto que mejore el desarrollo sostenible en Canarias?

Si tienes una iniciativa sostenible e innovadora, inscríbete en los Premios Talento Sostenible y opta a un premio único de 5.500€ para que desarrolles tu idea. Juntos, podemos construir ese futuro que todos soñamos.

**Premio
5.500€**

¡Inscríbete antes del 11 de enero de 2025!

**Fundación
LÍNEAS ROMERO**

Cámara
Gran Canaria

¡IMPACTA POSITIVAMENTE!



El Cabildo de Tenerife impulsa la política de becas más ambiciosa de España para apoyar a más de 30.000 familias

► Bajo el liderazgo de Rosa Dávila, presidenta del Cabildo, y con el respaldo del consejero de Empleo y Educación, Efraín Medina, la corporación insular ha destinado 13 millones de euros, lo que representa la mayor inversión en becas de su historia y la más alta de todas las administraciones locales del país.



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El Cabildo de Tenerife ha establecido la política de becas más ambiciosa y generosa de toda España, alcanzando un hito histórico no solo en Canarias, sino en todo el territorio nacional. Para el curso 2024-2025, la corporación insular, liderada por su presidenta Rosa Dávila, ha destinado 13 millones de euros, lo que representa la mayor inversión en becas de su historia y la más alta de todas las administraciones locales del país.

El objetivo de este esfuerzo es claro: ayudar a miles de familias a superar las barreras económicas en la educación, mejorar la igualdad de oportunidades y fomentar el acceso a la formación superior. A lo largo del actual mandato, se espera que más de 7.000 becas sean concedidas en el curso actual, con una perspectiva de beneficiar a más de 30.000 familias durante este mandato. El Cabildo de Tenerife es una de las instituciones que más ayudas destina en materia de becas. En este curso 2024-2025, se destinarán un total de 13 millones de euros en la concesión de más de 7.000 becas que serán concedidas una vez finalice el plazo

de solicitud de las ayudas en estos meses de octubre. Es inversión para ayudas a los jóvenes y las familias sitúa al Cabildo de Tenerife a la cabeza de las políticas de becas de todo el Archipiélago. Precisamente, esta ha sido una de las prioridades de la Corporación Insular con su presidenta, Rosa Dávila a la cabeza: la de facilitar apoyo a las familias para afrontar las dificultades de su día a día, entre las que destacan aquellas con hijos o personas dependientes a cargo, que hacen malabares para conciliar sus vidas con el trabajo.

“El Cabildo lidera de esta forma la concesión de becas en el Archipiélago a lo que se le une la puesta en marcha de una política clara, valiente y decidida en materia de empleo con una isla de Tenerife que ha convertido en el motor del empleo de Canarias. Todo ello forma parte de un todo que es, ni más ni menos que el de mejorar la vida de los ciudadanos tinerfeños”, explica Dávila.

Por su parte, el consejero de Empleo y Educación, Efraín Medina, resaltó el esfuerzo que se está realizando desde la Corporación y la apuesta de la presidenta del Cabildo, Rosa Dávila para fomentar la formación y la

conciliación de tantas familias tinerfeñas y para ello se han puesto en marcha, en muchos casos en tiempo record, muchas iniciativas fundamentales para conseguir ese objetivo: la ayuda a las familias”.

El nuevo plan de becas del Cabildo no se limita a un solo tipo de ayudas, sino que abarca un amplio abanico de programas que abarca desde la educación infantil hasta la formación profesional y universitaria, enfocándose principalmente en aquellas familias que enfrentan dificultades para conciliar la vida laboral con la educación de sus hijos.

Aunque parezca sorprendente, hoy por hoy, el Cabildo de Tenerife se ha convertido en la administración local con la mayor inversión per cápita en becas de toda España. A modo de comparación, la Comunidad de Madrid, que cuenta con un presupuesto mucho mayor y más habitantes, destina 43,5 millones de euros para becas en centros privados, lo que supone solo 6,41 euros por habitante, mientras que en Tenerife la inversión per cápita es de 13,51 euros, casi el doble.

Las becas del Cabildo de Tenerife no solo representan un apoyo económico para los estudiantes y profesionales, sino que son una inversión a largo plazo en el desarrollo de la isla. Gracias a estas ayudas, los tinerfeños pueden acceder a una educación de calidad, mejorar su empleabilidad y contribuir al crecimiento económico y social de Tenerife. Con su apuesta por la movilidad internacional, la investigación y la formación profesional, el Cabildo



sigue demostrando su firme compromiso con el futuro de la isla. En un mundo en constante cambio, este tipo de programas de becas son fundamentales para garantizar que nadie se quede atrás y que todos puedan aprovechar las oportunidades que ofrece el siglo XXI.

FOMENTAR EL TALENTO JOVEN Y ALIVIAR EL BOLSILLO DE LAS FAMILIAS

Becas para estudios universitarios y de postgrado: Dirigidas a estudiantes que desean continuar su formación en la Universidad de La Laguna (ULL) u otros centros universitarios de la isla y el extranjero. Estas ayudas incluyen subvenciones para matrícula, desplazamiento y alojamiento.

Becas de movilidad internacional: Diseñadas para fomentar la internacionalización, estas becas ofrecen apoyo financiero adicional a los estudiantes que participan en programas como Erasmus, facilitando su estancia en otros países y cubriendo gastos de viaje y manutención.

Becas de formación profesional: Orientadas a potenciar la empleabilidad de los jóvenes y adultos mediante el acceso a programas de formación técnica en áreas estratégicas como turismo, hostelería y nuevas tecnologías.

Becas de investigación: Con un fuerte compromiso con la innovación, el Cabildo financia proyectos de investigación en áreas como sostenibilidad, biodiversidad y energías renovables, contribuyendo así al desarrollo científico y tecnológico de la isla.

Cheque Guardería: Una de las iniciativas más importantes para apoyar a las familias con hijos en edad infantil, este programa otorga hasta 800 euros por familia para cubrir gastos de matrícula, custodia y alimentación en centros de educación infantil.

DE LA MANO DEL CABILDO PARA EL PRIMER EMPLEO

Tenerife ha logrado en el último año un descenso significativo del paro juvenil, pasando del 35% al 24%, lo que supone una reducción de 11 puntos porcentuales en tan solo doce meses. Con el objetivo de reforzar esta tendencia y asegurar un futuro laboral estable para los jóvenes de la isla, el área de Empleo y Juventud del Cabildo de Tenerife destinará más de 3,5 millones al “Programa PRÁCTICA”.

Con esta iniciativa, el Cabildo busca proporcionar el primer empleo a jóvenes cualificados que aún no han tenido la oportunidad de acceder a un puesto relacionado con su titulación. La iniciativa va dirigida a personas con formación universitaria, de Formación Profesional o con Certificados de Profesionalidad, y se desarrollará a través de la contratación directa de estos perfiles por parte de empresas y entidades vinculadas al Cabildo.

Tanto Rosa Dávila como Efraín Medina han destacado la importancia de los proyectos impulsados por la corporación municipal ya que “el desempleo juvenil, unido a la precariedad laboral, representa uno de los mayores impedimentos para la emancipación de los jóvenes y el acceso a una vivienda digna. Sin una primera oportunidad y estabilidad laboral, es imposible que puedan iniciar un proyecto de vida independiente”, subrayó. Según los datos más recientes, más del 65% de los jóvenes en Canarias aún residen con sus padres debido a la falta de oportunidades estables y al elevado precio de la vivienda.

En concreto, “el objetivo de ‘PRÁCTICA’ es romper el círculo vicioso de la falta de experiencia profesional que dificulta el acceso de los jóvenes a su primer empleo. Queremos que estos jóvenes puedan aplicar sus conocimientos teóricos en un entorno práctico y sumar experiencia laboral de calidad”, añadió la presidenta del Cabildo.

Hay superheroínas
que luchan por
un mundo mejor,
moviendo cosas con la mente.
Tú, **cerrando el grifo del agua**
mientras te enjabonas,
también.



www.canarias2030.org

CANARIAS
2030

Pequeños gestos,
grandes acciones
para un mundo mejor.



Gobierno
de Canarias

Domingo Alonso Group inaugura la pionera La Luz Autoport Terminal en el Puerto de Las Palmas



► El acto inaugural tuvo lugar el lunes 14 de octubre y contó con la presencia de Fernando Clavijo, Presidente del Gobierno de Canarias, y Ángel Víctor Torres, Ministro de Política Territorial y Memoria Democrática de España

► Los invitados pudieron conocer de cerca las instalaciones, que tienen capacidad para más de 6.000 vehículos y cuentan con tecnología de última generación para la preparación y mantenimiento de los mismos

Domingo Alonso Group inaugura la pionera La Luz Autoport Terminal en el Puerto de La Luz y de Las Palmas. El lunes 14 de octubre, La Luz Autoport Terminal abrió sus puertas por primera vez al público para que medios de comunicación, autoridades y empresarios de distintos sectores pudieran conocer esta impresionante obra única en Canarias. Con una inversión superior a los 26 millones de euros, esta iniciativa privada, liderada por Domingo Alonso Group y Anro, se convierte en la de mayor magnitud en los últimos 30 años dentro del puerto.

Con la presencia de Fernando Clavijo, Presidente del Gobierno de Canarias; Ángel Víctor Torres, Ministro de Política Territorial y Memoria Democrática de España; Manuel Domínguez, Vicepresidente del Gobierno de Canarias; y Beatriz Calzada, Presidenta de la Autoridad Portuaria de Las Palmas, el acto inaugural se convirtió en un evento de gran relevancia institu-



cional, ya que supone un avance clave en la modernización del puerto y un impulso significativo para la economía y la logística de Canarias.

El evento se desarrolló con un recorrido por las instalaciones, durante el cual los invitados pudieron conocer de primera mano las características de esta nueva infraestructura. Multitud de simpáticos Volkswagen ID. Buzz y Multivan fueron los encargados de trasladar a los asistentes, destacando desde el primer momento el compromiso con la sostenibilidad de la terminal. El recorrido permitió a los

presentes descubrir cada rincón de este moderno espacio, desde las áreas de almacenamiento de vehículos hasta los innovadores talleres, apreciando de cerca las soluciones tecnológicas y medioambientales implementadas en la La Luz Autoport Terminal.

Durante el acto, Oliver Alonso, CEO de Domingo Alonso Group, destacó: "Este proyecto no solo es un paso adelante para Domingo Alonso, sino para todo el ecosistema económico que rodea a esta infraestructura clave". El CEO también expresó su orgullo al ver culminado este proyecto, que



arrancó en 2018 impulsado por su padre, D. Sergio Alonso, y que ha superado diferentes retos a lo largo de los años gracias al esfuerzo, el compromiso y el trabajo en equipo de todas las partes implicadas. A su vez, el Ministro de Política Territorial y Memoria Democrática del Gobierno de España, Ángel Víctor Torres, resaltó la importancia de la colaboración público-privada para impulsar el desarrollo de Canarias, mientras que Manuel Domínguez, Vicepresidente del Gobierno de Canarias, destacó el impacto positivo de esta iniciativa en la creación de empleo y el crecimiento económico del archipiélago. Asimismo, Beatriz Calzada, Presidenta de la Autoridad Portuaria de Las Palmas, subrayó el potencial de esta infraestructura para mejorar la competitividad del puerto y su sostenibilidad.

Instalaciones pioneras en Canarias

La Luz Autoport Terminal es un proyecto innovador y pionero en las Islas Canarias, que marca un hito en la infraestructura logística del Puerto de La Luz y de Las Palmas. El vanguardista edificio cuenta con una superficie de más de 90.000 metros cuadrados, con capacidad para almacenar 6.000 vehículos en seis niveles. Además, se trata de un edificio único en Canarias, ya que no existe ninguna otra infraestructura en el archipiélago que reúna las mismas características y prestaciones en un solo lugar.

Diseñada para maximizar la eficiencia y mejorar los servicios ofrecidos, La Luz Autoport Terminal contribuye significativamente a la sostenibilidad de las Islas, con una reducción estimada de 136 toneladas de emisiones de CO2 al año.

Entre sus instalaciones, destaca un puente de lavado tradicional para la limpieza de vehículos, así como uno de los trenes de lavado más rápidos de Gran Canaria, capaz de limpiar hasta 60 vehículos por hora. Este sistema, que asegura un servicio ágil y eficiente, es también pionero en sostenibilidad, ya que recicla el 80% del agua utilizada, lo que lo convierte en el único tren de lavado de la isla con estas características medioambientales. El complejo también alberga oficinas con capacidad para más de 40 empleados.

El edificio también cuenta con un taller de Inspección Pre-Entrega (PDI), con capacidad para hasta 22 vehículos. Esta área es esencial para garantizar que cada vehículo cumpla con los más altos estándares de calidad antes de su entrega y

está equipada con seis elevadores para realizar todas las tareas de preparación. La centralización de esta operativa en La Luz Autoport Terminal no solo reduce los tiempos de entrega, sino que también optimiza las rutas y disminuye las emisiones. Asimismo, el edificio cuenta con un taller de Chapa y Pintura, equipado con una avanzada Estación 360°, un sistema híbrido que minimiza los desplazamientos internos, permitiendo la preparación y pintura de los vehículos en un solo lugar.

El compromiso con la movilidad sostenible también se manifiesta en los 30 puntos de carga para vehículos eléctricos, de 22 kW en corriente alterna, junto con un cargador en corriente continua. Toda la energía consumida por el edificio proviene de fuentes 100% renovables, lo que asegura que las emisiones de CO2 derivadas del consumo eléctrico sean nulas.

En la planta superior de La Luz Autoport Terminal se encuentra un parque solar fotovoltaico de 100 kW, capaz de generar aproximadamente 135.000 kWh para autoconsumo, contribuyendo a reducir las emisiones en 104 toneladas de CO2.

Firme compromiso de Domingo Alonso Group con la sociedad canaria

De esta forma, La Luz Autoport Terminal no solo representa un importante avance en la infraestructura del puerto y da paso a una nueva era en el sector automovilístico de Canarias, sino que también es un símbolo del compromiso inquebrantable de Domingo Alonso Group con su tierra.

Con cerca de 90 años de historia, la compañía sigue cuidando de sus raíces canarias, apostando por el desarrollo empresarial, económico y social de las Islas. Iniciativas como La Luz Autoport Terminal, que generará más de 40 nuevos puestos de trabajo, representan una importante contribución al dinamismo económico del archipiélago y refuerzan el papel de Canarias como un punto estratégico en el sector logístico.

Así, Domingo Alonso Group da un paso firme hacia el futuro, trayendo consigo enormes beneficios para Las Palmas de Gran Canaria, impulsando la competitividad del puerto y contribuyendo al crecimiento de la ciudad. La Luz Autoport Terminal representa un hito en la historia de una compañía que, siempre fiel a su origen y a su gente, sigue apostando por el progreso de Canarias.

Emergencia habitacional

En el año 2008, aquellos que nacimos en 1990, fuimos por primera vez a la universidad. Algunos de nosotros íbamos y veníamos en coche cada día o haciendo uso del transporte público, sin embargo, recuerdo perfectamente que muchos de mis compañeros prefirieron compartir piso. 150€ por persona, en plena ciudad universitaria, era algo realmente factible, casi salía más rentable este formato que pagar la gasolina de todo un mes. Pocos años más tarde, al terminar la universidad, era una realidad alquilar tu primera vivienda por menos de 400€ en muchas ciudades y pueblos, si subías solo un poco aspirabas incluso a un chalé con jardín.

Poco más de diez años han pasado de ese momento, me atrevería a decir que allá por 2015 los precios no eran aún muy diferentes y hoy la realidad es radicalmente opuesta. Si navegan un poco a través de las páginas web de alquiler de inmuebles pueden ver cómo un piso de dos habitaciones, en cualquier pueblo, puede colocarse en torno a los 900 euros, y mejor no esperar una reforma con los mejores materiales.

Según los últimos informes, el alquiler medio de España roza los 1.000 euros, lo que supone casi la mitad del sueldo de una persona den entre 25 y 34 años. Pero no nos engañemos, todos sabemos que no todos los jóvenes cobran ese salario pues el salario mínimo sigue siendo el pan de cada día ara muchos de ellos. En estos casos, hablamos de que la totalidad de su nómina iría destinada al alquiler de un piso. Inasumible. Estas cifras crecen aún más si nos colocamos en las grandes ciudades. Frente a esto, conviene recordar la recomendación de que no más del 30% del salario de una persona vaya destinado al pago de la vivienda. Sencillamente, las cuentas no salen.

Las consecuencias de esta situación son sencillas de intuir: los jóvenes no pueden emanciparse y, lo que con suerte pueden, lo hacen en su mayoría para compartir piso. Concretamente, hablamos de que la edad media de emancipación de España se sitúa en 30,4 años, y hablamos de la media, no de todos los casos. Sobra decir que, en esta situación, es materialmente plantearse tener descendencia, con lo que la crisis de la natalidad es difícil que pueda mejorar a corto plazo.

En este país, en prácticamente todas las Comunidades

Autónomas, tenemos una emergencia habitacional sin precedentes. La irrupción de la vivienda vacacional, la recurrente compra de viviendas como inversión, el alza de los precios de manera generalizada y la falta de vivienda pública han convertido la situación en insostenible. Una urgencia que tiene que ver con un derecho constitucional y que parece que no nos preocupa y nos ocupa como debería. Es un problema transversal, no solo de un ministerio o consejería concreta, un asunto de Estado incluso.

Los jóvenes, y no tan jóvenes, tienen todo el derecho a emanciparse, sin arruinarse por el camino, tienen derecho a vivir su vida con dignidad, porque luego les exigimos que tengan los hijos que pagarán nuestras pensiones, pero ¿cómo lo van a hacer si no pueden pagar ni un estudio?

La emergencia habitacional requiere de medidas urgentes y transformadoras, requieren de vivienda pública, de acuerdo entre promotores y parte pública, necesita de regulación de vivienda vacacional y necesita de soluciones estructurales que reformen por completo esta problemática que nos debe ocupar a todos los estamentos de la sociedad.

No es un capricho, es un derecho.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Canarias

El daño que causan los vendedores de humo a la marca personal

En el ámbito de la marca personal, no todos los profesionales tienen la misma formación, ética y competencia. Existen personas que, sin una base sólida o una metodología eficaz, prometen resultados extraordinarios, aunque en realidad son "vendedores de humo". Este tipo de práctica no solo puede llevar a la frustración del cliente, sino que también afecta la percepción de la marca personal como un camino profesional serio.

En este artículo, te dejo algunos ejemplos de cómo estos "vendedores de humo" pueden impactar negativamente en el desarrollo de la marca personal:

- Desprestigio: La falta de compromiso o la baja calidad de los servicios pueden dañar la reputación del sector. Cuando alguien promete un aumento de seguidores sin analizar si son reales o relevantes para el cliente, se crea una percepción negativa de la marca personal, afectando a quienes, de manera ética y profesional, desarrollan esta actividad.

- Desconfianza: Si los "vendedores de humo" exageran sus logros o manipulan la información para vender sus servicios, los clientes que se sienten engañados pierden confianza en el valor de la marca personal. Esto ocurre, por ejemplo, cuando alguien promete resultados rápidos en posicionamiento sin tener en cuenta el perfil, la audiencia o los objetivos específicos del cliente.

- Desinformación: La falta de información precisa puede llevar a que los clientes no

comprendan bien qué implica construir una marca personal sólida. Cuando se presentan conceptos simplificados, como que la marca personal es simplemente una "presencia en redes", se omite el proceso profundo de autoconocimiento, estrategia y diferenciación que conlleva.

- Desmotivación: La carencia de un seguimiento adecuado y de feedback constructivo puede hacer que los clientes pierdan el interés en su proyecto. Por ejemplo, un cliente que inicia su marca personal y no recibe orientación sobre cómo evaluar su progreso puede sentir que su esfuerzo es en vano y desmotivarse.

- Desprofesionalización: La ausencia de formación específica y experiencia comprobable puede generar una percepción de amateurismo en el campo. Personas sin el conocimiento adecuado pueden ofrecer servicios de asesoría sin ser realmente expertos, lo que afecta la visión de la marca personal como una profesión seria y estructurada.

- Desvalorización: Algunos "vendedores de humo" establecen precios muy bajos o promesas sin garantías, generando la percepción de que la marca personal es un servicio de poco valor. Esto no solo daña la valoración del sector, sino que además perjudica a los profesionales que invierten en su formación y ofrecen un valor diferenciado.

- Desorientación: La falta de un plan estratégico o de objetivos claros puede desorientar al cliente, generando incertidumbre sobre qué espera lograr con su marca personal. Sin una



OPINIÓN

JORGE NAVARRETE PRADO
BRAND PERSONAL

in Brand Personal

visión definida, el cliente puede sentirse perdido, dudando de qué herramientas utilizar o de cómo avanzar en su proyecto.

Estas son algunas de las consecuencias que traen los vendedores de humo para la marca personal como actividad profesional. Por eso, es importante saber identificarlos, evitarlos y denunciarlos. También es importante elegir bien a los profesionales que nos van a ayudar a construir nuestra marca personal, buscando referencias, testimonios o evidencias que avalen su trabajo. Así podremos aprovechar al máximo los beneficios

que nos ofrece la marca personal para nuestro crecimiento profesional y personal.

¿Cómo identificar a un vendedor de humo de marca personal?

- Desconfía de las ofertas que parecen demasiado buenas para ser verdad. Si te ofrecen algo muy barato, muy fácil o muy rápido, probablemente sea falso o tenga truco.

- Investiga la reputación y la experiencia del vendedor. Busca referencias, testimonios o evidencias que avalen su trabajo. Comprueba si tiene una formación específica, una certificación reconocida o una trayectoria contrastada en el área que te interesa.

- Analiza el contenido y la forma del mensaje del vendedor. Fíjate si utiliza conceptos claros y precisos o si recurre a términos vagos y ambiguos. Observa si te explica cómo funciona su método o producto o si solo te habla de los beneficios que te va a aportar. Presta atención si te da datos, cifras o ejemplos reales o si solo te muestra testimonios falsos o manipulados.

- Cuestiona las afirmaciones y las garantías del vendedor. Pregúntale por las condiciones, los riesgos y las limitaciones de su oferta. Pídele que te demuestre con hechos lo que te dice con palabras. No te dejes convencer por argumentos de autoridad, de escasez o de urgencia.

- Compara otras opciones y opiniones antes de decidirte. No te quedes con la primera oferta que te llegue ni con la más llamativa. Busca otras alternativas y contrasta sus ventajas e inconvenientes. Consulta a otras personas que hayan probado el servicio o producto que te interesa y valora sus experiencias y resultados.

Estas son algunas pautas para detectar a un vendedor de humo. Espero que te sean útiles y que no caigas en sus trampas. Recuerda que nadie tiene la solución mágica para todo y que lo mejor es confiar en los profesionales honestos y competentes.

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

Secretaria de gerencias: Raquel Gómez

Marketing y Tecnología: José Luis Martínez

Maquetación: Amidi Agencia

Contacto: publicidad@tribunadecanarias.es

redaccion@tribunadecanarias.es

nº 54 | Depósito Legal TF 231-2020

Imprime: TFPRINT, S. L.

La desesperanza del empresario

Los autónomos y los empresarios como seres inferiores en la pirámide trófica.

Los autónomos y los empresarios somos el alimento de los carroñeros que son los seres superiores. Los consumidores terciarios, la punta de la pirámide.

Este mes hemos podido leer que hay más personas recibiendo dinero del estado que aportando dinero al estado. También hemos podido leer que “los nuevos ricos” son aquellos ingresan brutos por IRPF poco más de 35 mil euros al año. Si ingresas 100 mil eres un millonario, parece ser. Para hacernos una idea, el SMI de Alemania son 24.648 euros al año por lo que los nuevos ricos españoles son el salario básico en Alemania. Somos un país empobrecido y no somos conscientes.

Hoy me levanto con varias noticias: la primera, todo lo relacionado con una trama corrupta desde el gobierno de España que el diario que la publica habla de “milmillonaria”. En segundo lugar, otra noticia en un lugar muy escondido que consiste en una información de la imposición de “Europa” de recortes por importe de 47 mil millones de euros anuales, con un coste de 312 mil millones entre 2025 y 2031. ¿Quién lo pagará?

También hay otras noticias que igual no tienen nada que ver pero que se asocian en mi cabeza: una, la eliminación de la tributación conjunta del IRPF, adiós a estos beneficios fiscales; dos, un “error” del ministerio de hacienda que va a obligar a tributar a aquellos con rentas más bajas que estaban exentos; otra, se retoma la “imposición” de “Europa” de cobrar por utilizar las carreteras; otra, la subida de las cuotas de autónomos; otra, la idea de la “cuota” de solidaridad para las rentas de más de 65 mil euros. Y todo ello mientras somos conscientes que cada subida del SMI implica una subida en las cotizaciones del trabajador que abona la empresa. Ya les anuncio que un Comité Europeo de Derechos Sociales ha declarado que el actual SMI no es suficiente para garantizar un nivel de

vida decente a los trabajadores y sus familias. Ciertamente es que hoy en día con el SMI de 2018 es imposible sobrevivir en una ciudad pero rendían más que el SMI de hoy.

Todo lo expuesto en años de récord de recaudación gracias a la inflación (el mal llamado impuesto de los pobres) que parte de los expertos tienen como una de las causas a las subidas de los impuestos indirectos, consecuencia de la subida de precios.

¿Y todo esto para qué? ¿Alguna inversión productiva de relevancia? ¿Alguna transformación digital real? Siempre me han explicado que cuando haces una cosa deben pensar antes: para qué. ¿Hemos mejorado sustancialmente algo?

¿Alguno conoce el día de la liberación fiscal? Para aquellos que no estén familiarizados con el término, es el día que simboliza el número de días de salario de trabajadores dedican a pagar al fisco. Bueno, este simbólico día ha pasado del 27 de junio en 2019 al 30 de julio en 2024. Siete meses de cada año para pagar impuestos. Si esto no es haber subido impuestos, que baje Dios y que lo vea; como diría un amigo mío.

Mientras sufrimos un expolio fiscal, los autónomos y empresarios, además sufrimos la denostación de nuestro esfuerzo, trabajo y prestigio en tanto que generamos riqueza, construimos país y arriesgamos nuestros patrimonios en nuestras actividades.

Hace no mucho, en esta columna, me referí a la necesidad de cuidar nuestro mayor activo, que es el turismo. Esta semana otra nueva manifestación contra el turismo ¿Quiénes estaban allí? Los de siempre del no a todo. En la crisis del 2008 se bloqueó la construcción, se acabó con la actividad a gran escala. Hoy no hay vivienda asequible y están intentando activarla de nuevo. También me referí a una columna sobre el desastre en la aprobación de los PGOU de algunos municipios que fueron impugnados y suspendidos. Otros que ni siquiera se llegaron a aprobar cuando la ley del suelo del 2000 -escribo de memoria- obligaba a la adaptación.



Esos manifestantes contra el turismo lo hacían, entre otras cosas, por la falta de vivienda. Pero seguro que muchos de ellos, se manifestaron contra “la invasión del hormigón y el cemento” de 2007. Cuidado con lo que se desea porque a veces se puede cumplir y las consecuencias no son las que nos gustarían si no las que los estudios y las leyes de la experiencia prevén que sucedan. Ahora estoy leyendo mucho que la agricultura solo beneficia a los ricos mientras que el plátano está sufriendo una situación muy complicada sobre todo a nivel de agua.

Sísifo fue, según la mitología griega, el primer rey de Éfira, conocida como Corinto; como consecuencia de sus acciones fue castigado a arrastrar una gran piedra redondeada desde la base de una montaña hasta su cima. Una vez en la cima, debía ver como la piedra caía rodando hasta la base y desde allí debía volver a subir la piedra.

El castigo a Sísifo, según algunas teorías, se asocia no al dolor físico sino a la humillación y experimentar de primera mano el sinsentido de las cosas.

A los autónomos y empresarios se nos está aplicando el castigo de Sísifo porque todos somos conocedores de que una gestión de lo público aplicada en nuestros negocios nos lleva a la ruina más absoluta. Experimentamos el sinsentido de las cosas y además estamos siendo humillados constantemente cuando nos atacan con adjetivos como especuladores, corruptos, maltratadores de trabajadores, etc.

OPINIÓN

LUIS ABELEDO
ABOGADO

Luis Abeledo Iglesias

@luisabeledo

luis@abeledoabogados.com

Estamos sometidos al castigo de Sísifo y a la desesperanza de trabajar todo un año subiendo una piedra de la base a la cima, para ver como dilapidan nuestro esfuerzo plasmado en siete meses de trabajo en impuestos mientras nos humillan constantemente.

En una referencia a Camus, en su ensayo de 1942, ¿Vale la pena vivir la vida o no?, ¿Vale la pena pelear por tu negocio, por tu empresa, o no? ¿Es el proceso diario de lucha por un sueño lo que nos lleva a no rendirnos a pesar de tener tantos elementos en contra?

Muchos amigos y conocidos han cerrado la persiana. Hartos. Bien porque han liquidado, bien porque ha llegado su jubilación y no tenían ilusión por continuar.

La de hoy es una columna pesimista porque todo lo que nos rodea no permite albergar esperanzas. Hay una frase que siempre me hizo gracia que dice que un pesimista es un optimista bien informado. Pues eso.



Permítame su señoría que me sonroje en su lugar» (Manuel Azaña) los temas de inmigración son, sin duda, difíciles y complejos, pero a la vez crecientemente importantes. Basta con mirar el panorama internacional para comprobar que la inmigración es un tema vital en las elecciones de EEUU (toda la inmigración sudamericana está marcando extraordinariamente la campaña presidencial), y en Europa vemos que también es un problema de enorme magnitud y que marca resultados, como se ha demostrado en recientes elecciones en Francia, en Austria, en Alemania, en Italia y en general en todo el continente, pues no hay país europeo que escape de conflictos y divergencias en esta cuestión (Grecia, Países nórdicos, Hungría, Países Bajos, etc.).

En España no tenemos una política migratoria clara, ni de los partidos que hoy gobiernan (PSOE y socios de investidura) ni tampoco en los partidos de oposición (singularmente PP y Vox), con tesis diferentes y soluciones a veces contradictorias, más o menos radicalizadas, hacia un extremo u otro y eso sí, adobando esas diferencias con descalificaciones tremendas entre sí por temas muchas veces personales.

En estas líneas lo que quiero resaltar es que los dos grandes partidos nacionales (PP y PSOE) parecen haber acordado algo: que la inmigración irregular que está recalando en las islas Canarias, en términos numéricos crecientes, se quede en Canarias.

Y desgraciadamente eso no es solo un acuerdo, expreso o tácito, entre los dos grandes partidos españoles, sino que es una política también propiciada por Europa, que protege ahora más su frontera Este y la del Mediterráneo y prefiere que esos inmigrantes, la mayoría procedentes de África arriben y se queden en Canarias, que es Europa política, social y culturalmente, pero ¡geográficamente! es África, a unos cuantos miles de kilómetros de Madrid, Barcelona, París, Berlín o Estocolmo. Somos ultraperiféricos, y a estos efectos, eso gusta a los periféricos.

Los socialistas, el presidente en concreto Pedro Sánchez, están presionados, entre otros, por el PNV y sobre todo por Junt's (Puigdemont) y también por Esquerra Republicana para que ponga todo tipo de excusas y dilaciones para que no lleguen ni al País Vasco ni a Cataluña ningún inmigrante que arribe a Canarias. La distribución solidaria de menores -o mayores- no va con su

PP-PSOE, por fin de acuerdo: que se queden en Canarias



► Si en inmigración se excede la capacidad de acogida pasamos a la frontera de lo insostenible

nacionalismo de superioridad.

Y el PP, o sea Feijóo, se encuentra también presionado por sus propios barones (Ayuso por Madrid, Moreno Bonilla por Andalucía, Mazón por Valencia, etc.) que no quieren tampoco recibir desde Canarias a ningún inmigrante más. Para completar el panorama, la contumacia de Vox en plantear políticas radicales, amenazando la estabilidad de gobiernos autonómicos, en que o gobierna con el PP o le apoya, por si este llega a acuerdos inmigratorios con el PSOE.

Así que este es el panorama. A su vez las fuerzas políticas estrictamente canarias como son Coalición Canaria y Nueva Canarias tampoco pueden hablar muy claro por sus acuerdos con los partidos nacionales. No me gustaría estar en la piel de los dirigentes canarios de PP y PSOE que no tienen explica-

ción fácil de sus divergencias, de sus excusas y pretextos para no llegar a soluciones y para no aplicar una auténtica política de Estado para Canarias. Una semana tras otra uno de los dos se inventa una excusa para no sentarse a dialogar. Esta discrepancia se manifiesta incluso en que no han sido capaces de poner en práctica un acuerdo de mínimos a que se había llegado recientemente para repartir unos pocos cientos de menores entre distintas Comunidades Autónomas Españolas.

Solo apunto para terminar este artículo que mi planteamiento (y el de mi partido, Unidos por Gran Canaria) no es xenófobo ni racista. Al contrario, una inmigración controlada y proporcionada es inevitable en el mundo que vivimos y a la vez necesaria, y por tanto positiva. Pero una descontrolada sería inasumible y más si se continúa con

OPINIÓN

JOSÉ MIGUEL

BRAVO DE LAGUNA
ALCALDE DE LA VILLA DE
SANTA BRÍGIDA

la política nacional y europea de convertir a Canarias en Lampedusa o Lesbos bis. Como gran canario además reafirmo la idea de que es esta isla Gran Canaria dentro del archipiélago soporta el mayor peso en el acogimiento y cuidado de menores extranjeros no acompañados. Por tanto es hoy la isla más afectada por este problema, sin desconocer lo que se plantea por ejemplo en el Hierro.

La filosofía de la sostenibilidad es hoy imprescindible en todas las políticas medioambientales, sociales y económicas. Pues bien, si en materia de inmigración se excede la capacidad de acogida pasamos a la frontera de lo insostenible.

Tenemos que atender, humana, sanitaria y laboralmente a los inmigrantes que recibimos y se queden aquí. Esa integración puede ser beneficiosa para todos. Pero si se desborda (y ese es el fenómeno que padecemos y que tiende a agravarse) no podremos tener una política adecuada ni medios para atender a esos miles que nos llegan. No es un tema solo económico. Haría mal Canarias en conformarse con recibir unos cuantos millones para atender fundamentalmente a los menores, porque cuando dejan de ser menores, al cumplir los 18 años, ¿qué hacemos? ¿Los dejamos en la calle, sin trabajo, sin preparación, sin integración? ¿Los abandonamos en su desesperación?

Como político aún en activo no me resisto a exponer estas ideas, sabiendo de antemano que quien las lea podrá estar de acuerdo o no. La discrepancia y la libertad de opinión son esenciales en un sistema democrático como el que afortunadamente aún tenemos tras la Constitución de 1978. Tuve el honor de participar en ella como Diputado de la UCD de Suárez. Esa Constitución es la que me ampara y estimula para decir que, de una vez y pronto, debe imponerse entre las grandes fuerzas nacionales y también las Canarias una política de Estado para Canarias, no contra Canarias.

ce consulting

☎ 922 821 877

📍 C/Castillo 15A, 1ª planta
38002, Santa Cruz de Tenerife

✉ santacruz@ceconsulting.es

santacruzdetenerife.ceconsulting.es



Asesoría Fiscal • Contable • Laboral • Jurídico-Mercantil • Consultoría • Abogados

Inteligencia Artificial, responsabilidad y progreso



OPINIÓN
JUANJO

PÉREZ ESTÉVEZ

DIRECTOR DE LA FUNDACIÓN YRICHEN Y PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN CANARIA DE ENTIDADES DE ADICCIONES (AECAD)

Juanjo Pérez Estévez

Hace años que, especialmente en torno a las aplicaciones militares y a la intimidad, el debate sobre la seguridad y sobre todo la ética en la inteligencia artificial (en adelante IA) es uno de nuestros grandes temas. Menos relevancia ha tenido en ese debate, otras preocupantes aplicaciones referidas a la segregación de personas en función de su raza, género u otros patrones a partir del uso intencionado de algoritmos. En esto, podemos leer las ideas y alertas que nos lanza Cathy O'Neil, desde su visión matemática y cómo esta ciencia también puede terminar siendo un arma de destrucción masiva. La IA es mirada con temor y desconfianza, como si de una fuerza independiente de nuestra organización social se tratará. Casi obviamos que es nuestra responsabilidad la que siempre determinará el progreso o el retroceso que genere en nuestro mundo.

Desde la aparición del ludismo por el impacto de la revolución industrial en la vida de muchas personas, hasta visiones más postmodernas y vinculadas al movimiento ciberpunk, o a la literatura y al cine de ciencia ficción, la presentación de máquinas y softwares independientes que desean nuestro sufrimiento y posterior extinción, condicionan una visión pasiva de nuestro rol sobre esos mismos desarrollos. Nada más lejos de la realidad. La IA no deja de depender nunca de nuestra intención. Individual, colectiva, corporativa, intencional o no, solidaria o egoísta... es nuestra inteligencia natural la que la condiciona, aunque a veces vemos casos que nos cuestionan sobre si existe raciocinio y sensatez en muchos de los usos que le otorgamos.

Otro de los autores claves en torno a pensar la tecnología es el filósofo Mark Coeckelbergh. Hace ya casi veinte años, planteaba en su publicación “¿Regulación o responsabilidad? Autonomía, imaginación moral e ingeniería”, una especie de programa dual de desarrollo de marcos regulatorios que a la vez respalden la autonomía y la responsabilidad de los y las profesionales que desarrollen las tecnologías, simultáneamente con esfuerzos para promover lo que puede traducirse como “imaginación moral”. De forma algo reduccionista, porque la cuestión es compleja, Coeckelbergh, tanto desde la moral como desde la práctica, entiende que no es posible poner puertas al campo de la creación en el mundo digital, y que habla mal de nuestra sociedad en general, y de nuestra industria del conocimiento en particular, dar por hecho que siempre es imposible desarrollar modelos deontológicos donde profesionales y ciudadanos apliquen mayoritariamente la ética a la hora de programar o diseñar en torno a la IA. Como sociedad podemos llegar a acuerdos y compromisos entre una amplia mayoría, asumiendo que depende de nosotros que la IA, o en general el progreso tecnológico, no se base

solo en la rentabilidad a toda costa sino en la responsabilidad.

Concretando en nuestro archipiélago, existe un enorme potencial para el desarrollo de herramientas y productos a partir de la IA que pueden mejorar la vida de la gente, especialmente de aquellas que tienen unas condiciones más duras para salir adelante. Puede haber un ecosistema favorable, una necesidad intrínseca de diversificar el sector productivo, algunas ventajas que parten de la desigualdad, y otras de contar con un territorio amable para trabajar. Pero quizás hay algo en la base, precisamente relacionado también con otra arista de la responsabilidad, donde no estamos viendo una falla. Dos pasos antes de hablar de IA, podemos ver malos ejemplos de cómo la falta de coordinación, visión, falta de iniciativa y sobre todo de responsabilidad para romper vicios, genera justo parálisis en el desarrollo tecnológico y por ende en el desarrollo socioeconómico. En Canarias, el trámite de obtener subvenciones por parte de las ong's que se dedican a prestar apoyo básico ante la exclusión social se hace a través de una herramienta que obliga a estas entidades a replicar por cada proyecto la misma información institucional y su documentación. Ineficacia inexplicable, sin contar la cantidad de tiempo perdido y personal de la propia administración dedicado a revisar la misma información por triplicado o cuadruplicado. En el ámbito sociosanitario, no existe una interconexión eficaz ni operativa entre el ámbito de la primaria, la hospitalaria, los servicios sociales o los especializados como los de las adicciones o la salud mental (con los riesgos específicos que esto trae al contar con facultativos y medicación de por medio). Son solo algunos ejemplos de donde estamos a día de hoy. Sin ser capaces de resolver retos de hace más de una década por inoperancia y falta de responsabilidad, parece casi un atrevimiento hablar de innovación o IA.

Seguramente aquí el progreso a partir de la innovación tecnológica y en concreto a través de la IA, depende de factores vinculados a esa idea amplia de la responsabilidad (aún sabiendo que es un concepto individual en un fenómeno global), ejercida desde el poder político, empresarial y técnico, y basado en una perspectiva realista de donde estamos, donde podríamos estar ya hace tiempo, y que aspectos “culturales” generan una barrera para el progreso en forma de no inteligencia natural.

Unos y Ceros

La Ciberseguridad en la era de la IA



OPINIÓN

JORGE ALONSO

DIRECTOR DE CONSULTORÍA IT VELORCIOS GROUP

Jorge Alonso

@jalonso_VG

Un día sí y otro también, de forma directa o indirecta, inevitablemente llega hasta nuestros oídos alguna noticia o algún comentario relacionado con la Inteligencia Artificial. Sin lugar a duda, como ya anticipara Bill Gates en el último post que publicó en su blog en 2023, este año iba a ser el año de la IA, y vaya si lo está siendo.

Si echamos la vista atrás, basta con retroceder apenas unos pocos meses, nos daremos cuenta de que los titulares e incluso muchas herramientas de IA que usábamos han quedado obsoletos o directamente han desaparecido del mercado. Esto nos lleva a afianzar la idea de lo rápido que todo esta sucediendo y el enorme impacto que está teniendo en nuestras vidas.

La IA ha llegado con fuerza metiendo una marcha más al proceso de digitalización en el que ya llevamos unos cuantos años inmersos. Esta digitalización, ahora vitaminada por la IA, poco se parece a la que nació al amparo de Internet a finales del siglo pasado y, por momentos, la sentimos como un caballo desbocado al que no sabemos con certeza si vamos a poder domar. A esta altura del camino ya nadie duda de la revolución que la IA ha supuesto para la revolución, que en sí misma, ya era la digitalización. Esta re-revolución alcanza a todos los sectores y, como no, también al de la Ciberseguridad porque no nos olvidemos, la Inteligencia Artificial está al servicio de los buenos, pero también de los malos.

Pongamos el foco en la ciberseguridad y comencemos por hablar de los malos que como todos sabemos, al igual que en las películas, siempre van por delante. Hoy en día, por ejemplo, clonar una voz humana, idear una ciberstafa o encontrar vulnerabilidades en un sistema informático es muchísimo más fácil si contamos en nuestro equipo con una inteligencia artificial. Los ciberdelincuentes lo saben, y no tienen ningún tipo de pudor a la hora de pensar y maquinan nuevas formas de ataques para conseguir sus oscuros objetivos. No es de extrañar que este 2024 esté siendo un año de récord en lo que a número de ciberataques se refiere. Ciberataques cada vez más numerosos y cada vez más sofisticados que impactan en las empresas, y en las personas anónimas, de manera directa y contundente.

Lógicamente, si los malos atacan con Inteligencia Artificial habrá que defenderse usando Inteligencia Artificial porque, de lo contrario, el propio desequilibrio de fuerzas siempre inclinará la balanza hacia el lado oscuro.

Los fabricantes de ciberseguridad se han puesto las pilas, y aunque el bien siempre va un paso por detrás del mal, comienzan a llegar al mercado soluciones que son capaces de contrarrestar los ciberataques lanzados con IA. En la práctica, esta lucha del bien y el mal, los buenos y los malos, las empresas y los ciberdelincuentes, las víctimas y los criminales... es una guerra sin cuartel que no cesa ni un segundo y donde nadie puede bajar la guardia porque todos saben que es un ciclo sin fin.

Lo cierto es que el mundo de la ciberseguridad ha cambiado y la IA tiene gran parte de culpa. Los modelos y estrategias que usaban las empresas hasta ayer para defenderse ya no sirven y toca hacer un replanteo si queremos evitar sustos innecesarios. En este sentido conviene pensar, primero: en evolucionar el concepto de ciberseguridad y cambiarlo por el de ciberresiliencia que supone, en la práctica, que asumimos que, en algún momento, seremos atacados con éxito por lo que nuestro objetivo será reducir el impacto y levantarnos lo antes posible.

A este cambio de estrategia le vamos a sumar la evaluación continua de nuestros sistemas. Ya no nos podemos conformar con que una vez al año, o cada dos años, contratemos a alguien para que ponga a prueba la calidad de nuestro sistema de defensa. Ahora ese test de penetración debe ser continuo porque será la única manera de mantener el músculo de nuestro Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información. Puede que haya alguien que piense que esto no va con ellos, que son empresas pequeñas y que la IA es solo para los grandes ataques. Siento decir que se equivocan y que, lamentablemente, el tiempo les quitará la razón. En el mundo de la ciberseguridad, como en otras tantas cosas de la vida, más vale prevenir. Y en este caso, prevenir significa incorporar la IA a nuestra estrategia defensiva porque los ciberdelincuentes hace tiempo que ya lo hicieron.



LNB' 24

Nuestra

NOCHE EN BLANCO | 20 24

LA LAGUNA / 23 NOV / 2024

VEN Y VIVE LA TUYA



EXCMO. AYUNTAMIENTO DE
SAN CRISTÓBAL DE
LA LAGUNA



Sentado en Primera Fila

OPINIÓN

AGONEY MELIÁN
PRESIDENTE DE AJE
CANARIAS

 Agoney Melián Sosa

 @agoney_melian



un propósito claro: ver crecer a la juventud empresaria, a esos que, como yo, creen que es posible cambiar las reglas del juego desde el esfuerzo y la dedicación. El Congreso

Nacional de la Confederación Española de Asocia-

ciones de Jóvenes Empresarios fue un reconocimiento de ese esfuerzo. Fue como si, de repente, todos esos años de trabajo hubieran encontrado un eco, un “yo te veo” silencioso que resonaba en cada detalle del evento.

El peso de la responsabilidad

Al entrar al congreso, ya sentía la emoción a flor de piel. Pero el momento más inesperado llegó cuando el equipo de protocolo me indicó que había un lugar especial para mí, junto a líderes y colegas. Sentí un instante de vértigo, cuestionándome si realmente merecía estar ahí, en ese espacio que representaba no solo mi trabajo, sino el esfuerzo de tantos jóvenes que, con valentía y pasión, intentan cada día abrirse camino en el mundo empresarial.

En ese instante, la sombra del síndrome del impostor se asomó, esa pequeña voz que todos tenemos y que, en los momentos menos esperados, nos hace dudar de nuestro valor.

Pero, tras unos segundos, me recordé a mí mismo por qué estaba allí: no por un título, no por el reconocimiento, sino porque había trabajado por ello.

Mi esfuerzo, mi dedicación y mi constancia me habían llevado hasta allí, y era un lugar que no representaba solo mi éxito, sino el compromiso que tengo con la juventud empresaria.

La inspiración en los otros

Desde mi asiento, veía a líderes y empresarios que, en su día a día, trabajan con una pasión arrolladora, con una entrega que transforma la realidad. Al observar sus rostros, sus discursos, me di cuenta de cuánto he aprendido simplemente estando cerca de gente así, de personas que no solo sueñan, sino que ejecutan esos sueños con una firmeza y una valentía que me inspiran a diario.

Sin embargo, también veo algo más profundo y humano en este recorrido. En los eventos, en los días de esfuerzo y en las noches de celebración, no solo compartimos metas, también vivimos momentos de complicidad. La juventud empresaria es una red tejida de amistad y apoyo mutuo, de historias compartidas, de personas que llegamos a querer casi como a una familia. No son solo colegas o compañeros; son cómplices, personas que están ahí en los días buenos y en los días en que nada parece salir como esperamos. Cada uno de ellos es parte de esta historia, y nuestra unión es el verdadero motor que nos impulsa a seguir adelante.

Un lugar de compromiso

Si me preguntan por qué dedico tanto trabajo en la asociación, la respuesta es sencilla:

porque creo en la juventud empresaria, creo en sus sueños y en su capacidad para transformar la realidad. Estar allí, representando a tantos jóvenes con talento y ambición, significa asumir una responsabilidad que va mucho más allá de mis logros personales. Significa ser la voz y el apoyo de aquellos que aún no han llegado a este punto, pero que tienen el potencial de cambiarlo todo.

Durante el congreso, me sentí profundamente comprometido con mi colectivo, con mis empresas, con los jóvenes empresarios que no están solos en su lucha por crear un futuro mejor. No se trataba de ocupar un lugar destacado, sino de estar allí, en un espacio donde la responsabilidad y el apoyo mutuo son el verdadero motor. Ser representante de este grupo, defender cada idea, cada proyecto, es el propósito que me mueve y el porqué de cada esfuerzo.

Para eso, sí quiero estar en la primera fila

Pensar en todo lo vivido y en lo que significa estar presente en estos momentos me llena de gratitud. Porque sé que este camino, este proyecto de vida, no se trata solo de mí, sino de ser testigo y acompañar cada paso, cada sueño de quienes comparten mi pasión. Aplaudir sus logros y estar ahí para aprender de cada uno de ellos es lo que le da sentido a este viaje.

Quiero estar cerca de esos triunfos, de esas victorias ajenas que reflejan tanto trabajo y dedicación. Porque me hace feliz ver a la gente buena alcanzar sus metas, verlos dejar huella en la vida... para eso sí quiero estar... sentado en primera fila.



Tenemos la solución ideal para llevar a tu organización al siguiente nivel



Consultoría estratégica
para la mejora de gestión



Transformación digital de tu
entidad



Formación personalizada y
diseño de eventos sostenibles



Gestión de proyectos europeos
Internacionalización de empresas



Auditoría de cumplimiento
y de sistemas de gestión



Asesoramiento para la integración
de la sostenibilidad

Conoce un modelo de consultoría diferente

www.planbgroup.es | 902 81 00 80

Más allá del Talento Individual: Cómo crear equipos que triunfan

OPINIÓN

PRESEN SIMÓN

DIRECTORA DE
TRANSVERSALIA CONSULTING

in Presen Simón Rael

Imagina a un grupo de personas trabajadoras organizando un evento para cientos de asistentes en una ciudad concurrida. Son profesionales con distintas habilidades: algunas expertas en logística, otras en publicidad, algunas en tecnología, y otras en catering y hospitalidad. Con todo ese talento, cualquiera pensaría que el evento será un éxito sin mayores dificultades. Sin embargo, cuando llega el día, las cosas empiezan a salir mal. Las personas en tecnología no están en sintonía con el equipo de logística, el catering espera instrucciones que nunca llegan, y quienes manejan la publicidad están resolviendo detalles que debieron haber sido revisados con anticipación. ¿Qué fue lo que falló? No fue la falta de capacidad ni de esfuerzo individual, sino algo esencial: el trabajo en equipo.

Reunir personas talentosas no garantiza resultados efectivos. Para que un equipo funcione, se necesita mucho más que habilidades individuales: es fundamental construir confianza, establecer una comunicación clara y asegurarse de que los objetivos sean compartidos y comprensibles para todas las personas involucradas. La confianza es como ese punto de apoyo que permite a todas las personas moverse en armonía. Sin ella, cada persona trabajadora tiende a guardarse sus ideas y preocupaciones, y las posibles soluciones quedan sin explorar. Un equipo que confía en sus integrantes afronta los retos sin temor, comparte logros y acepta los errores como

oportunidades de aprendizaje colectivo, permitiendo un desarrollo mutuo y fortaleciendo la cohesión general del grupo.

La comunicación es otro de esos elementos clave que marcan la diferencia entre el éxito y el caos. No se trata simplemente de intercambiar palabras, sino de saber cuándo, cómo y con qué claridad se transmite la información. Con todas las herramientas de comunicación actuales, desde chats de grupo hasta plataformas de gestión de proyectos, parecería sencillo mantener a todas las personas al tanto. Sin embargo, si no se establece un sistema adecuado, la comunicación puede perderse en un mar de información redundante y confusa. Para evitarlo, es esencial contar con herramientas claras y reuniones periódicas, que permitan a cada integrante entender el progreso, los problemas y, sobre todo, la meta común. La comunicación efectiva evita que los problemas se acumulen y permite que todos sepan cuándo y cómo deben intervenir, mejorando así la dinámica del equipo.

Además, cada persona necesita saber con claridad cuál es su rol dentro del equipo. En un evento de esta magnitud, cada uno tiene responsabilidades específicas que deben desempeñarse a la perfección para que el conjunto funcione. Si cada persona conoce su función y sabe qué se espera de su trabajo, puede centrarse en contribuir sin dudas ni vacilaciones. Esta claridad no solo mejora la eficiencia, sino que también refuerza el sentido de pertenencia, al dar a cada persona un propósito y una razón para dar lo mejor de sí. Y si en algún momento surge una duda, el rol de una persona líder es fundamental para resolverla de inmediato, asegurando que nadie se quede atrás.

Este sentido de propósito y claridad en el rol contribuye directamente al compromiso, otro factor esencial en un equipo. No basta con que cada quien haga “lo suyo”; para que un equipo tenga éxito, cada persona debe entender la importancia de su rol en el contexto del proyecto completo. Esto es posible



cuando existe transparencia. Quienes lideran el proyecto deben ser abiertas y claras sobre los objetivos, los desafíos y los logros, de manera que cada integrante se sienta parte de algo más grande. El compromiso se convierte en cohesión cuando el equipo siente que su esfuerzo tiene un impacto en el resultado final. Este vínculo colectivo impulsa a las personas a seguir esforzándose y a enfrentar los desafíos como un grupo unido, creando una verdadera cultura de colaboración.

Y, por supuesto, es inevitable que surjan conflictos. Las diferencias de opiniones y enfoques no son obstáculos, sino oportunidades para enriquecer la colaboración. Un equipo efectivo no intenta evitar el conflicto, sino que lo gestiona de forma constructiva. Esto se logra creando espacios donde las personas puedan expresar sus puntos de vista de manera respetuosa y asertiva, sin miedo al juicio o la confrontación. En este sentido, la comunicación empática y la apertura a la escucha son esenciales para resolver tensiones y transformar el conflicto en aprendizaje. Saber abordar el conflicto de manera saludable permite que el equipo aproveche las fortalezas individuales y aprenda a ver las diferencias como complementos, no como obstáculos. Aquí es donde la habilidad de liderazgo es esencial para guiar las discusiones y ayudar a encontrar soluciones que beneficien al equipo en su totalidad.

La adaptabilidad es otro aspecto crítico. A medida que avanzan los preparativos para el evento, es posible que los planes cambien, a veces sin previo aviso. En estos casos, es vital que el equipo esté preparado para ajustarse a las nuevas circunstancias sin perder el rumbo. Para lograrlo, es necesario contar con un flujo de información constante y una disposición al cambio que permita que todas las personas

involucradas se mantengan alineadas. Herramientas como calendarios compartidos y actualizaciones en tiempo real ayudan a que estos ajustes se realicen de manera ágil. La flexibilidad ante los cambios no solo permite que el equipo mantenga el ritmo, sino que fomenta un ambiente donde las personas se sienten preparadas para lo inesperado, lo cual es esencial en entornos dinámicos.

Otro aspecto que influye en la eficacia de un equipo es su tamaño. Aunque parezca contradictorio, un equipo excesivamente grande puede generar más problemas que soluciones. A medida que aumenta el número de personas, crecen también los riesgos de duplicar tareas y de que se generen conflictos innecesarios. Empresas como Amazon han adoptado la regla de los “equipos pequeños”, lo suficientemente reducidos como para que puedan coordinarse ágilmente. Dividir el trabajo en grupos pequeños, cuando el proyecto lo permite, optimiza la comunicación y reduce los malentendidos. Esta estrategia de tamaño permite que el equipo sea más flexible, eficiente y cohesionado, asegurando que todas las personas trabajen en la misma dirección.

Finalmente, el liderazgo es crucial en la cohesión y el éxito de un equipo. Un/a buen/a líder sabe cuándo guiar y cuándo dar un paso atrás, permitiendo que el equipo crezca por sí mismo. Este liderazgo no debe ser autoritario, sino inspirador y orientado al apoyo. Un/a líder que escucha, que reconoce los logros y que impulsa al equipo a superar sus propios límites crea un entorno de respeto y crecimiento donde cada persona siente que su contribución es valorada. La inspiración que ofrece quien ejerce un liderazgo de estas características fortalece el vínculo entre las personas y las impulsa a avanzar con confianza, apoyándose unas a otras para alcanzar las metas.

Formar un equipo exitoso es un proceso que requiere paciencia, dedicación y un compromiso constante por parte de todas las personas involucradas. Superar los desafíos del trabajo en equipo es complejo, pero posible cuando se cuenta con las herramientas adecuadas y un enfoque basado en la colaboración. Después de todo, un equipo es mucho más que la suma de sus partes: es una comunidad donde cada quien contribuye a un objetivo compartido. Como dijo el gurú del liderazgo Patrick Lencioni: “No hay equipo sin confianza, no hay éxito sin un equipo que funcione”. Porque cuando todas las personas trabajan en la misma dirección, el éxito es solo cuestión de tiempo.

Reduce el desperdicio alimentario con **Buffet Waste**

El mejor sistema de inteligencia artificial al servicio de tu compañía

 **Inteligencia Artificial**
a disposición de la Sostenibilidad

un producto de
Visionary Hospitality 



 (+34) 686 942 148
 info@visionaryh.com

Reescribiendo la comunicación empresarial

Anadie se le escapa, que la inteligencia artificial (IA) está en el debate general de nuestra sociedad, especialmente en torno a su impacto en el mundo laboral. Mientras algunos temen que la IA reemplace a los trabajadores y trabajadoras, otros creemos que el verdadero riesgo lo corren aquellas personas que no están dispuestas a adaptarse al cambio.

Sin embargo, es esencial entender que esta tecnología no viene a desplazar a los humanos, sino a potenciar sus capacidades. Aquellas personas que sepan aprovecharla en sus procesos de creación, en la gestión de datos o en la automatización de procesos, estarán en una posición de ventaja frente al resto. Hace semanas veíamos los avances de Adobe en el sector de la comunicación visual. Algunos ya dicen "se acabaron los diseñadores gráficos, que se preparen porque yo con Canva y con las novedades de Adobe voy a hacerlo todo para mi empresa". Y yo lo que le digo es "Felicidades, si ese es tu pensamiento, adelante, lucha por ello. Seguro que con esa energía conseguirás todo lo que te propongas..."

En todas las películas, siempre hay malos. Pero como bien dice mi amigo Agoney Melián, es importante estar "en el equipo de los buenos". La IA, si se utiliza de manera ética y con un enfoque positivo, puede ser una aliada de incalculable valor. Al fin y al cabo, se trata de integrarla como una extensión de nuestras habilidades, una herramienta que nos permita ser más eficientes, creativos y competitivos.

Yo la verdad, soy más de la visión de "qué guay que existan herramientas que me permitan a mi o a mi equipo a ser más productivo y ágil."

No nos olvidemos que somos seres humanos, y el miedo es una emoción primitiva que surge ante la percepción de una amenaza, real o imaginaria. Muchas veces es esta, la imaginaria, la que no nos deja ver la realidad de las cosas. Todo cambio significativo, especialmente uno tan rápido como el que trae la IA, puede resultar impactante. Los tiempos cada vez son más cortos y el humano tiene una limitación física real frente al tiempo y la velocidad.



OPINIÓN

AIRAM ABELLA
CEO DE UEBOS COMUNICACIÓN

in Airam Abella

En lugar de temerla, deberíamos darle la bienvenida y preguntarnos: ¿Cómo puede la IA y las tecnologías emergentes ayudarnos a ser mejores? Y yo en este caso, voy a darte mi visión de cómo poder innovar en cuanto a comunicación en tu empresa o proyecto.

El impacto de la IA en las relaciones internas y externas

Hoy en día, las empresas pueden aprovechar la IA para automatizar procesos, personalizar mensajes y analizar grandes volúmenes de datos, lo que ahorra tiempo y recursos, y permite conectar con los clientes de manera más directa y efectiva. Los chatbots ofrecen atención al cliente las 24 horas, liberando a los equipos humanos para que se concentren en tareas más complejas, mejorando así la experiencia del cliente.

Otra ventaja clave es la capacidad de personalizar mensajes de forma masiva. La IA permite segmentar audiencias y crear campañas dirigidas a los intereses específicos de cada cliente, entregando el mensaje adecuado en el momento preciso, lo que transforma las estrategias de comunicación tradicionales.

La importancia de la consistencia en la comunicación multicanal

La inteligencia artificial no es la única que está redefiniendo la comunicación empresarial. Las plataformas digitales y redes sociales han fragmentado a las audiencias, pero también han abierto oportunidades para llegar a públicos nicho.

Antes, las empresas dependían de medios masivos como la TV o la radio, pero ahora pueden segmentar sus mensajes y conectar con audiencias de intereses específicos. El marketing multicanal ha dado lugar a una relación B2C más dinámica, donde no solo se emite un mensaje, sino que se genera una conversación en tiempo real, fomentando una relación más cercana y de confianza.

Las plataformas de mensajería directa han transformado la comunicación con los clientes al ofrecer contacto inmediato y campañas personalizadas. Con la IA integrada en estos, las empresas pueden analizar rápidamente y proporcionar respuestas automáticas o soluciones a inquietudes comunes, mejorando así la experiencia del cliente.

El poder del storytelling en videos cortos

Los contenidos efímeros, como las historias o los videos cortos, han ganado terreno. Estos formatos, de duración limitada, generan un sentido de urgencia y exclusividad que capta la atención del usuario. Las empresas que han sabido aprovechar esta tendencia dopaminérgica, logran mantenerse presentes en la mente del consumidor de una manera más casual y cercana, lo que fomenta una relación de fidelidad con la marca.

Además, el auge del streaming en directo ha abierto nuevas puertas para la interacción en tiempo real. Las marcas están utilizando transmisiones en vivo para realizar lanzamientos de productos, responder preguntas de su audiencia o incluso realizar demostraciones en directo, creando una experiencia más inmersiva para el cliente.

La realidad aumentada y la virtual en el presente de la comunicación

Otra tendencia innovadora que está cobrando relevancia es la incorporación de la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV) en las estrategias de comunicación. Estas tecnologías permiten crear experien-

cias inmersivas que van más allá de lo tradicional, ofreciendo a tu audiencia la posibilidad de interactuar con productos o servicios de manera virtual.

Ya existen marcas de moda o muebles que están utilizando la RA para que los clientes puedan "probarse" ropa o visualizar cómo quedaría un mueble en su casa u oficina, todo desde la pantalla de su teléfono. Este tipo de experiencias no solo son innovadoras, sino que crean un mayor vínculo entre la marca y el consumidor, generando confianza en el proceso de compra.

Ética y transparencia: claves para una reputación empresarial

En un mundo donde las audiencias tienen más acceso a la información que nunca, la transparencia y la comunicación ética son pilares fundamentales para las empresas. Los consumidores actuales buscan marcas auténticas, con un propósito claro y que actúen de forma responsable. Por ello, la comunicación empresarial debe ir más allá de vender un producto o servicio; debe construir una narrativa alineada con los valores de la empresa y las expectativas de sus clientes.

La sostenibilidad, la responsabilidad social o la ética no son solo "modas", sino que se están convirtiendo en requisitos para muchas empresas. Las audiencias valoran a las marcas que no solo hablan de estos temas, sino que los integran de manera coherente en sus acciones. Aquí es donde la comunicación es clave: contar una historia honesta que muestre el compromiso real de tu empresa.

Innovar para seguir siendo relevante

La comunicación empresarial está en constante evolución, y hoy la innovación no es una opción, sino una necesidad tanto para empresas como para autónomos. Herramientas como la IA, la personalización, los videos, la RA y RV, y la comunicación ética están transformando la manera en que las marcas interactúan con sus audiencias.

La clave no es temer a la innovación, sino abrazarla. En el "equipo de los buenos" lo tenemos claro: las empresas que sepan adaptarse, que entiendan la importancia de la comunicación como un proceso dinámico y bidireccional, y que utilicen las herramientas tecnológicas a su disposición, no solo sobrevivirán al cambio, sino que prosperarán en él.

Una visión integral
para un crecimiento
exponencial

Consultoría y gestión empresarial

STRATEGUS
Consultoría & gestión empresarial



skstrategus.com
822 04 80 67

OPINIÓN

ALEXANDRE GONZÁLEZ MARTÍN
CONSULTOR FINANCIERO Y
COORDINADOR DE ZONA PARA
OVB ALLFINANZ

 Alexandre González Martín

Introducción:

Antes de comenzar, me gustaría destacar que en cada sección de este artículo encontrarás ejemplos diseñados para resonar contigo. Creo firmemente que los conceptos se asimilan mejor cuando se presentan a través de situaciones con las que podemos identificarnos fácilmente. Espero que estos ejemplos te ayuden a conectar de manera más profunda con el material y a visualizar cómo estos principios pueden aplicarse en tu realidad.

El Papel Clave del Asesoramiento Financiero:

En Canarias, el dinamismo económico ofrece múltiples oportunidades para empresas de todos los tamaños, desde pequeñas y medianas empresas hasta grandes corporaciones.

El asesoramiento financiero no es solo una ayuda, sino un componente crucial para navegar con éxito en este entorno.

¿No te ha pasado alguna vez que, frente a decisiones importantes, has deseado tener a un experto a tu lado?

Planificación Estratégica a Largo Plazo:

La planificación estratégica y financiera es esencial para cualquier empresa que busque sostenibilidad y crecimiento.

Un consultor financiero ayuda a alinear los objetivos financieros con los estratégicos, asegurando que cada inversión y movimiento financiero contribuya al éxito a largo plazo.

Piensa en cómo un capitán de barco usa un mapa para navegar por aguas desconocidas; un asesor financiero actúa como ese mapa para tu empresa.

Minimización de Riesgos:

La gestión de riesgos es vital, especialmente en un mercado influenciado por variables económicas tanto locales como internacionales.

¿Cómo alcanzar el éxito empresarial en Canarias? Un método probado que necesitas conocer

Un consultor financiero ayuda a identificar y mitigar posibles riesgos, protegiendo a la empresa de decisiones financieras que podrían ser perjudiciales.

¿Recuerdas alguna vez haber evitado un problema porque alguien te advirtió de antemano? Así ayuda un asesor con los riesgos financieros.

Aprovechamiento de Beneficios Fiscales:

Canarias ofrece ventajas fiscales únicas que pueden ser aprovechadas para mejorar la rentabilidad.

Un consultor financiero con conocimiento local puede ser invaluable al ayudar a maximizar estos beneficios.

Es como encontrar un tesoro en tu propio patio trasero, pero necesitas a alguien que te muestre dónde cavar.

Acceso a Financiamiento:

Obtener financiamiento es uno de los mayores desafíos que enfrentan las empresas.

Un consultor financiero puede facilitar este proceso, encontrando las mejores opciones de préstamos, créditos e inversiones.

Imagina que estás tratando de alcanzar una fruta en lo alto de un árbol; un asesor te proporciona la escalera para alcanzarla.

Asistencia en Reestructuración y Recuperación:

Si una empresa enfrenta dificultades, la reestructuración puede ser necesaria.

Aquí, el consultor financiero es crucial, ayudando a la empresa a regresar a un camino rentable.

Piensa en un entrenador que no solo te ayuda a levantarte cuando caes, sino que te muestra cómo evitar futuras caídas.

Conclusión:

La colaboración con un consultor financiero no solo puede salvar una empresa en tiempos de crisis, sino también catapultarla hacia el éxito en tiempos de prosperidad.

Desde la profundidad de estas palabras y con la esperanza de que hayan encontrado un eco en tu visión profesional, deseo que este artículo haya sido más que una simple lectura; espero que haya actuado como un catalizador para tus aspiraciones y te haya provisto las

herramientas para trazar tu propio curso hacia el éxito. Si estas líneas han despertado tu interés o han tocado una fibra de curiosidad acerca de tu futuro profesional, entonces he alcanzado mi objetivo.

Con aprecio y anticipación, concluyo este intercambio de ideas. Si te has visto reflejado en algún momento de este texto y estás listo para dialogar sobre las posibilidades que tu carrera podría ofrecer, te invito a conectar conmigo. Búscame en LinkedIn como Alexandre González Martín, y juntos podemos desentrañar un futuro repleto de oportunidades excepcionales.

¿Cómo Alcanzar el Éxito Empresarial en Canarias? Un Método Probado que Necesitas Conocer

Cada día es más importante contar con compañeros de viaje que nos acompañen a tomar las decisiones importantes en cada etapa de nuestra vida. Uno de ellos, son los consultores financieros quienes brindan una labor de asesoramiento estratégico y personalizado para cualquier persona o empresa en Canarias.

El principal objetivo es ofrecer enfoques que son accesibles y vitales, demostrando cómo una gestión financiera adecuada es crucial, independientemente del nivel económico inicial.

El papel clave de la consultoría financiera

El dinámico entorno económico de Canarias brinda oportunidades tanto para grandes empresas como para emprendedores individuales, además de los particulares. Como coordinador de zona en OVB, enfoco mi trabajo en hacer que la navegación hacia el éxito financiero sea accesible para todos. En mis años de experiencia he podido comprobar que no es necesario contar con una gran cantidad de dinero inicial para contar con un consultor financiero. Cualquier persona debe tener una planificación de sus finanzas y esta se adaptará en función de su nivel de ingresos y gastos. Cualquier pequeño gesto cuenta.

**Planificación estratégica a largo plazo**

Alinear los objetivos financieros con las metas personales es crucial para cumplir con los objetivos marcados a largo plazo. Además, hay que ir ajustando las decisiones de inversión y de ahorro en función de los cambios que va dando la propia vida. La constancia y el esfuerzo son clave para lograr cada una de nuestras metas.

Minimizar riesgos

En un mercado influenciado por variables económicas tanto locales como internacionales, la gestión de riesgos es vital. Aplicar estrategias personalizadas para mitigar riesgos, protegiendo a empresas y a individuos de decisiones financieras que podrían ser perjudiciales y asegurando un crecimiento estable y sostenido.

Beneficios fiscales

Canarias ofrece ventajas fiscales únicas que pueden mejorar significativamente la rentabilidad. Utilizando mi experiencia, ayudo a mis clientes a maximizar estos beneficios, demostrando que ciertas estrategias fiscales efectivas están al alcance de todos.

Acceso a financiación

Conseguir financiación adecuada es esencial en algunos casos, pero puede ser complicado. En OVB facilitamos este proceso ayudando a nuestros clientes a encontrar las mejores opciones de financiación que se adapten a sus necesidades específicas y les permitan realizar proyectos ambiciosos y cumplir metas financieras.

Asistencia en reestructuración y recuperación:

La reestructuración financiera puede ser necesaria para empresas que enfrentan dificultades. Gracias a un consultor financiero se puede asistir en la reestructuración de sus finanzas y guiar a las empresas de vuelta a la rentabilidad. La consultoría financiera especializada es una herramienta poderosa que puede proteger y mejorar la situación económica tanto en tiempos de crisis como de prosperidad.

Si estás interesado en mejorar tu seguridad económica y quieres saber más sobre cómo puedo ayudarte, te invito a conectar conmigo a través de LinkedIn, podrás encontrarme como Alexandre González Martín, coordinador de zona de OVB y te ayudaré a explorar cómo podemos lograr tus objetivos financieros.



Una experiencia única en tu desarrollo personal



 idda.es

Economía y Ecología

Si es una realidad que estamos inmersos en medio de un cambio climático que nos arrastra a nuevos paradigmas en todos los órdenes a los que este afecta, afrontemos pues los desafíos derivados presentes y futuros y sus consecuencias económicas en todo lo relativo a pérdida de recursos, los costes adaptativos a la nueva realidad climática así como las oportunidades que genera el hecho de afrontar esta emergencia en términos económicos.

Los costes económicos del cambio climático van desde cambios en la producción de alimentos por la mayor calidez o humedad de una zona o región, pérdidas de horas trabajadas en determinados sectores por hacer imposible las condiciones climáticas adversas el desarrollo de actividades como la construcción o la agricultura, con la consiguiente bajada de la productividad y del crecimiento económico general, migraciones masivas desde zonas áridas con altas de temperaturas a regiones más benignas, con las tensiones adaptativas de toda índole que estos fenómenos generan derivados de la sobrepoblación y la sobreexplotación de los recursos, hasta la pérdida de atractivos turísticos en determinados países debido al aumento de las temperaturas, sequías o crecidas del nivel del mar...etc.

Por ello, algunos sectores económicos son más vulnerables al cambio climático y de ahí que urge el desarrollar estrategias de adaptación que reduzcan y mitiguen estos impactos, a la par que mejoran el desarrollo de tecnologías medioambientalmente más limpias, ya que la agricultura, la ganadería, la pesca o el turismo son de las actividades productivas que más pueden verse perjudicadas por las consecuencias derivadas de los fenómenos climáticos adversos por venir, y a primera vista podemos observar que de algunas de estas actividades económicas depende nuestra supervivencia en algunos casos, y en otros depende gran parte de la estructura productiva de nuestro país y otros muchos.

De ahí que la relación entre las políticas climáticas y un crecimiento económico que mejore la vida de los ciudadanos, siendo a su vez sostenido y sostenible sea cada día más estrecha y sobre todo necesaria y que a su vez produzca resultados reales y tangibles, como ha generado en algunas zonas la descarbonización progresiva del transporte, la mejora de la eficiencia energética de edificios de todo tipo, determinadas ventajas fiscales a aquellas organizaciones y particulares que opten por energías verdes, la inversión en infraestructuras y energías más limpias...etc., y que de todo esto obtengamos como resultado el mitigar el impacto negativo de estas

OPINIÓN

MIGUEL BORGES

PAREJO

**HOTEL SALES & REVENUE
MANAGER**



circunstancias meteorológicas cada vez más frecuentes.

Y ya que es algo inevitable aprovechemos las oportunidades económicas derivadas de la búsqueda de esas medidas de adaptación y mejora del cambio climático, por que al mismo tiempo que estas medidas son urgentes y necesarias para la supervivencia del planeta y por ende de nuestra supervivencia como especie, también son la mejor forma de encontrar nuevas tecnologías, la aparición de nuevas profesiones, nuevos nichos de negocio, todo ello vinculado a una economía más sostenible y que pueda contribuir a mantener determinados niveles de crecimiento y bienestar al menor coste medioambiental. De ahí que la inversión en todo lo que tenga que ver con tecnología que ayude a descarbonizar la actividad económica, contribuirá a la vez a que se mitiguen los efectos adversos producidos por el cambio climático, y también a que aparezcan nuevas fuentes de generación de riqueza, creación de empleos verdes y por todo ello bienestar socioeconómico.

Pero como el retraso y el escatimar esfuerzos sobre estas acciones, sólo aumenta los costes derivados del cambio climático, y dado que el impacto de todo ello puede tener una incidencia muy desigual entre territorios, segmentos de población, sectores productivos...etc., hagamos que la transición a una economía más sostenible se consolide minimizando costes y aumentando el beneficio, pero esta vez aparte del económico también el medioambiental, ya que nos va la vida en que economía y ecología se entiendan de una vez.

CONSULTA EUROPA
 SMART • SOCIAL • SUSTAINABLE

Tus expertos en fondos europeos

- CAPTACIÓN DE FONDOS EUROPEOS
- FORMACIÓN
- ESTUDIOS SOCIO-ECONÓMICOS
- COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Leopoldo Matos 16, bajo 35006 Las Palmas de Gran Canaria
 +34 828 041 258
consulta-europa.com



✦ **17 NOV.**
**Media Maratón
Internacional
de Tenerife**

#HolaDomingoSC

María Fernández: “La movilidad debe ser entendida como un derecho social que garantice la accesibilidad y la sostenibilidad”



ENTREVISTA

MARÍA FERNÁNDEZ
DIRECTORA GENERAL
DE TRANSPORTES DEL
GOBIERNO DE CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

A medida que se aproxima el final del año y la incertidumbre en torno a las ayudas estatales aumenta, la necesidad de un compromiso claro y sostenido por parte del Gobierno central se vuelve más urgente. Usted ha expresado su preocupación por la falta de comunicación formal sobre la continuidad de la partida de 81 millones de euros destinada a la financiación de la gratuidad del transporte público. ¿Qué pasos está tomando el Gobierno de Canarias en este sentido? ¿Esperan poder contar con esta partida en 2025?

Comenzamos a trabajar en esto a principios de año, anticipándonos a una situación que ya habíamos vivido el año pasado. A pocos meses de que expirara el decreto y sin saber si habría prórroga, tanto los Cabildos como las concesionarias se encontraban en una incertidumbre total. Imaginen el impacto que hubiera tenido para Canarias si, de la noche a la mañana, la gratuidad del transporte hubiera desaparecido.

Más allá del daño que causaría a la población en general, desde inicios de año hemos trabajado con el Ministerio. Presentamos datos que evidencian que esta medida no solo ha amortiguado el bolsillo de las familias canarias, sino que también ha fomentado una movilidad más sostenible, inclusiva y respetuosa con el medio ambiente.

El propio Gobierno central, en su proyecto de ley de movilidad sostenible que se debate en el Congreso, reconoce la movilidad como un derecho. Basándonos en datos que demuestran el impacto positivo de esta medida en Canarias, hemos trabajado con el Gobierno de España para solicitar una prórroga, ya que ha beneficiado significativamente a todas las familias del archipiélago.

No obstante, el coste de la gratuidad ha aumentado a 140 millones de euros debido al incremento en el uso del transporte. ¿Cómo planea el Gobierno de Canarias gestionar esta diferencia y asegurar la sostenibilidad financiera del sistema a largo plazo?

Esta situación es similar al descuento de residente canario. Nadie imagina que un año se cojan más aviones o barcos y, tras agotar la partida, se le quite a la población canaria el derecho al descuento de residente, ¿verdad? Pues lo mismo ocurre con la gratuidad del transporte.

En el resto de España, el Estado financia íntegramente los servicios de cercanías y media distancia. ¿Por qué Canarias debe ser la excepción? No es justo que restemos recursos de áreas esenciales para los canarios como la salud, la educación o las políticas sociales, cuando en el resto del territorio esto no sucede. La gratuidad del transporte es una política estatal y debe ser financiada por el Estado. Todo lo contrario, sería muy injusto y sería tratar a Canarias e inferior de condiciones que el resto del territorio.

Tras un año de legislación parece que ha habido un cambio de conciencia, incluso a nivel político, donde la movilidad y las infraestructuras están estableciendo una simbiosis más grande que nunca. ¿Cuál es la estrategia en este aspecto? ¿Se están planificando las infraestructuras viarias canarias de acuerdo con el objetivo de movilidad?

Efectivamente. Algo que parecía muy lógico, no lo estaba siendo, no estaba teniendo impacto práctico. La falta de coordinación entre ambas áreas era evidente y generaba ineficiencias.

Por eso, en esta legislatura hemos trabajado conjuntamente para garantizar que las infraestructuras que se construyan en el futuro estén alineadas con los principios de movilidad sostenible. Hemos establecido mesas técnicas para coordinar nuestros esfuerzos y asegurar que los pliegos de contratación incluyan criterios de sostenibilidad. Este diálogo era imprescindible para abordar un tema de vital importancia. La Directora General de Infraestructura viaria, Rosana Melián, ha desempeñado un papel crucial en la implementación de medidas que incorporan criterios de movilidad sostenible y menor impacto ambiental en los pliegos de contratación de futuras obras. De esta manera, aseguramos que la sostenibilidad se convierta en un eje transversal en todos nuestros proyectos, coordinando esfuerzos entre ambas direcciones. Es fundamental evitar acciones contraproducentes que malgasten recursos y generen impactos negativos innecesarios.

Por esta razón, durante esta legislatura hemos impulsado proyectos conjuntos de movilidad sostenible de un gran impacto urbano, como puede ser la rotonda de Belén María en Gran Canaria. Hemos decidido respaldar a la Dirección de Infraestructura Vial implementando un proyecto piloto destinado a optimizar la circulación vehicular en esta zona, con el fin de minimizar las molestias inevitables que generan las obras.

Por ello le iba a preguntar, en un contexto donde la movilidad está en constante evolución, ¿podría explicarnos más sobre este proyecto piloto del que nos habla en Gran Canaria y qué modelos de movilidad se están considerando para este laboratorio?



Este primer proyecto piloto, el primero de muchos, busca identificar soluciones de movilidad adaptadas a las características y necesidades específicas de nuestro entorno.

Actualmente, estamos recopilando información a través de encuestas dirigidas a los trabajadores portuarios y a las empresas ubicadas en el Sebadal. Una vez analizados los datos, implementaremos las medidas de movilidad más adecuadas, basadas en las preferencias y necesidades expresadas por los encuestados.

Creemos que es fundamental pasar de la teoría a la práctica, permitiendo a los ciudadanos experimentar la movilidad sostenible en primera persona. Los datos obtenidos de esta experiencia piloto nos permitirán evaluar la eficacia de las medidas implementadas y replicarlas en otras áreas si los resultados son positivos. Si este proyecto piloto demuestra ser exitoso en un plazo de un año y medio, podremos replicarlo en otros centros urbanos o nodos de transporte, convirtiéndolo en una solución escalable para fomentar la movilidad sostenible entre los trabajadores.

Además, también hablamos de una Ley de Movilidad Sostenible, ¿cuáles son los principales objetivos que busca alcanzar esta normativa y cómo garantizará que se implemente de manera efectiva en todos los municipios de Canarias?

Esta Ley de Movilidad Sostenible será la primera de su tipo en Canarias. Nuestro principal objetivo ha sido garantizar que esta ley refleje las necesidades y aspiraciones de toda la sociedad canaria, más allá de intereses partidistas o gubernamentales. Por ello, hemos impulsado un proceso de participación ciudadana sin precedentes, invitando a todos los actores relevantes a identificar las principales carencias en materia de movilidad sostenible en nuestro archipiélago y a proponer soluciones concretas.

Actualmente, nos encontramos en la fase de sistematizar las aportaciones recibidas a través de mesas de participación técnica y ciudadana. El objetivo es elaborar un borrador de la ley que será sometido a una nueva consulta pública. Creemos firmemente en la importancia de un proceso participativo que involucre a todas las partes interesadas, desde las administraciones públicas hasta las empresas y la ciudadanía, para garantizar

que la ley responda a las necesidades reales del territorio.

Cambiando de tercio, nos encontramos en un momento crucial para el futuro del transporte en las Islas Canarias, enfrentándonos a desafíos significativos como la implementación de un sistema ferroviario que promete transformar la movilidad en las islas de Tenerife y Gran Canaria. ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta actualmente el Gobierno de Canarias para formar parte de la red ferroviaria estatal y asegurar la financiación necesaria para poner en marcha estos proyectos?

Actualmente estamos a la espera de la segunda reunión de la mesa técnica, en la que abordaremos el encaje jurídico necesario para obtener el reconocimiento estatal de nuestras infraestructuras. El objetivo es garantizar que nuestros proyectos maduros y con un elevado impacto social y económico puedan avanzar sin retrocesos, incluyendo la tramitación de los correspondientes informes de impacto y expropiaciones.

Nuestro objetivo es encontrar el marco jurídico adecuado para obtener el reconocimiento estatal de nuestras infraestructuras sin perder los avances logrados hasta el momento. Por primera vez, contamos con mesas técnicas donde los Cabildos y la Dirección General de Transporte pueden presentar el estado de los proyectos, identificar necesidades y buscar soluciones jurídicas que permitan no solo el reconocimiento estatal, sino también el acceso a fondos europeos, actualmente inaccesibles sin este reconocimiento.

Un segundo objetivo fundamental es asegurar una financiación plurianual estable. La planificación a largo plazo de grandes infraestructuras como las ferroviarias requiere de un respaldo económico sólido y predecible. Esperamos que la próxima reunión de la mesa técnica nos permita identificar la herramienta jurídica más adecuada para obtener el reconocimiento estatal de nuestros proyectos ferroviarios y garantizar así una financiación plurianual que permita materializar estas inversiones.

¿Ha habido algún estudio o evaluación de proyectos ferroviarios en otras regiones de España que puedan servir de modelo para la implementación del tren en Canarias?

La realidad es que no. Uno de los argumentos que siempre hemos esgrimido es que los Presupuestos Generales del Estado incluyen una partida anual de 5.400 millones de euros destinada, entre otras cosas, a infraestructuras ferroviarias. De esos 5.400 millones de euros, todas las comunidades autónomas, incluyendo Baleares, tienen acceso a financiación. Canarias es la única excepción.

Nuestra condición de región ultraperiférica, con su singularidad y especificidades, exige un marco normativo propio que reconozca nuestra realidad y necesidades particulares. No existe un precedente en el resto del territorio estatal que pueda servirnos de modelo o referencia.

Sin embargo, la normativa europea sí que establece condiciones específicas para los Estados miembros con regiones ultraperiféricas (RUP), como Canarias. Estos reglamentos exigen que los Estados adapten sus infraestructuras y estrategias de inversión a las necesidades particulares de estas regiones. Por ello, nos basamos en esta normativa europea para solicitar al Estado español la creación de un régimen específico para Canarias, paralelo al régimen general.

“La planificación a largo plazo de grandes infraestructuras como las ferroviarias requiere de un respaldo económico sólido y predecible”

Con la vista puesta en el futuro y resumiendo los puntos clave, María, ¿cuáles son las prioridades más importantes para modernizar y mejorar el sistema de transporte de Canarias?

Nuestra principal prioridad es situar al ciudadano en el centro de las políticas de movilidad. Hemos demostrado que la gratuidad del transporte público ha convertido la movilidad en un derecho social, permitiendo a muchas personas acceder a oportunidades laborales y mejorar su calidad de vida. La cohesión social se ha visto fortalecida, al facilitar la movilidad de jóvenes, mayores y otros colectivos para fines educativos, familiares y de ocio. Es fundamental que el transporte público sea cada vez más sostenible, cómodo, seguro y puntual, fomentando así su uso y reduciendo la dependencia del vehículo privado. La movilidad debe ser entendida como un derecho social que garantice la accesibilidad y la sostenibilidad.

José Miguel Dámaso: “Hemos evolucionado desde un modelo tradicional de asesoría jurídica hacia una estructura completamente digitalizada”



ENTREVISTA

JOSÉ MIGUEL
DÁMASO

DIRECTOR DEL
DEPARTAMENTO
JURÍDICO DE DÁMASO
ABOGADOS Y ASESORES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Dámaso Abogados y Asesores ha sido galardonado con el prestigioso Sello de Calidad de Iustime certificado por Applus, validando su compromiso con la excelencia y la calidad en sus servicios jurídicos. ¿Qué significa recibir este prestigioso sello de calidad y cómo refuerza el compromiso del despacho con la excelencia en el ejercicio del derecho?

Este sello de calidad es el resultado del esfuerzo y la dedicación que hemos puesto en Dámaso Abogados y Asesores en los últimos años, con el objetivo de brindar a nuestros clientes un servicio profesional, especializado y de alta calidad. Para lograrlo, hemos evolucionado desde un modelo tradicional de asesoría jurídica hacia una estructura completamente digitalizada, adaptándonos así a las necesidades actuales del mercado y del sector.

¿Qué ventajas competitivas brinda este sello de calidad en la relación con los actuales y potenciales clientes del despacho?

El sello de calidad brinda una ventaja competitiva clave al generar confianza y credibilidad tanto en clientes actuales como potenciales, destacando el compromiso del despacho con altos estándares profesionales y su capacidad de adaptación a un entorno legal en constante evolución. Además, al diferenciarse de la competencia mediante la digitalización y la optimización de procesos, el despacho ofrece servicios más ágiles, especializados y actualizados, lo que facilita la atracción de nuevos clientes y la fidelización de los ya existentes.

El compromiso con la excelencia y la calidad en los servicios legales es fundamental en un entorno altamente competitivo. ¿Qué iniciativas o estrategias han implementado para mantener y mejorar continuamente la calidad de sus servicios legales?

Para mantenernos a la vanguardia en un entorno legal tan competitivo, en Dámaso Abogados y Asesores hemos implementado una estrategia de formación continua y especialización avanzada. No nos limitamos a la educación universitaria, sino que nos comprometemos con la realización de másteres especializados, la asistencia regular a cursos, ponencias y jornadas técnicas, lo que nos permite estar siempre actualizados y preparados para ofrecer soluciones innovadoras.

Además, nuestra pertenencia a la red internacional IusTime nos proporciona una plataforma única para compartir conocimientos con colegas de todo el mundo, enriqueciendo nuestra práctica profesional y fortaleciendo nuestra capacidad de abordar los retos del sector de manera colaborativa. Estas iniciativas reflejan nuestro compromiso constante con la excelencia y la mejora continua en la calidad de nuestros servicios legales.

Más allá de lo comentado, ¿podría compartir con nosotros cuáles son las principales líneas de trabajo en las que se enfoca actualmente el departamento jurídico de Dámaso Abogados y Asesores?

Históricamente, en Dámaso Abogados y Asesores hemos sido un despacho de referencia en la jurisdicción social, contando con un equipo altamente especializado en derecho laboral y una sólida trayectoria representando a trabajadores, empresas, entidades locales y organismos públicos.

No obstante, en los últimos años hemos ampliado nuestra oferta incorporando expertos en áreas clave como civil, tributario, mercantil, penal y contencio-

so-administrativo, lo que nos ha permitido brindar un servicio integral y multidisciplinar a nuestros clientes. De cara al futuro, nuestro objetivo es continuar fortaleciendo estas áreas, mantener la calidad y la excelencia que nos caracterizan, y seguir innovando mediante la formación continua de nuestros profesionales y la integración de nuevas tecnologías que nos permitan adaptarnos a los cambios del sector legal y ofrecer soluciones más eficientes y personalizadas.

“Para mantenernos a la vanguardia en un entorno legal tan competitivo, en Dámaso Abogados y Asesores hemos implementado una estrategia de formación continua y especialización avanzada”

Mirando hacia el futuro, ¿cuáles son las perspectivas y objetivos a largo plazo de Dámaso Abogados y Asesores en términos de mantenimiento y mejora de la calidad en la prestación de servicios legales? ¿Cómo planea el despacho seguir innovando y destacando en el sector legal para mantener la excelencia y la calidad?

En Dámaso Abogados y Asesores tenemos claro que, para mantenernos competitivos en un entorno cada vez más exigente, es imprescindible seguir apostando por la formación continua de nuestros profesionales. Esto nos permite diferenciarnos ofreciendo un servicio altamente especializado en áreas específicas que los clientes valoran cada vez más, especialmente ante los constantes cambios normativos.

Además, estamos comprometidos con la innovación y la digitalización del despacho, incluyendo el desarrollo de soluciones tecnológicas avanzadas, como la implementación de la inteligencia artificial. Creemos firmemente que esta tecnología será clave para la evolución de nuestra profesión, permitiéndonos optimizar procesos y ofrecer un servicio más eficiente y personalizado, lo que garantizará nuestra capacidad de adaptación y éxito a largo plazo.

ENTREVISTA

KEVIN MIGUEL HERNÁNDEZ ZASTEROVA
SOCIO DIRECTOR DE LA
OFICINA DE CANARIAS
DE FUSTER-FABRA
ABOGADOS

Kevin Miguel Hernández Zasterova: “Fuster-Fabra Abogados apuesta por una política de expansión a nivel tanto nacional como internacional”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cuál es la historia de Fuster-Fabra Abogados? ¿Cómo surgió la firma y cuál ha sido su evolución a lo largo de los años?

En el año 2007, Fuster-Fabra Abogados nace en Madrid como marca global de servicios jurídicos, con el objetivo de ofrecer asesoría legal y asistencia judicial de alta calidad, centrados en el cliente y con un enfoque integral. Desde sus inicios, la firma se ha caracterizado por su compromiso con la ética profesional y la atención personalizada. Con el paso de los años, ha crecido en reputación y número de clientes, estableciendo una sólida base de casos exitosos en diversas áreas del derecho.

¿Cómo y por qué decidió la firma expandirse a las islas Canarias incorporando al despacho Aguilar & Zasterova Abogados?

Con una política de alianzas y continuo crecimiento orgánico, desde Fuster-Fabra Abogados se decidió apostar por una expansión hacia un mercado que consideramos fundamental para cualquier firma de despacho de abogados, y máxime al contar con socios locales que conocen perfectamente la idiosincrasia y la forma de operar en nuestras queridas islas.

Entendimos desde el principio que el servicio que ofrecía Fuster-Fabra Abogados era el que nuestros clientes necesitan, un servicio global que les diera respuestas a sus problemas, como si fuera un traje a medida, pues hemos sido conscientes que los servicios legales evolucionan y la atención ha de ser inmediata y tremendamente efectiva.

¿En qué áreas del derecho se especializan y cuál es vuestro enfoque principal?

En Fuster-Fabra Abogados apostamos para que los clientes puedan tener una asesoría global, pero ampliamente especializada en cada uno de los problemas que puedan tener, por eso, desde la asesoría de empresas, la asistencia penal, civil, fiscal, administrativa,



FUSTER-FABRA
ABOGADOS

laboral, así como el derecho de familia y la consultoría empresarial son los pilares fundamentales de los departamentos de nuestra firma.

¿Hacia qué dirección está creciendo vuestro despacho?

Nuestro crecimiento a nivel interno siempre es orgánico en todos los niveles de participación del despacho, por lo que aspiramos a ir ampliando posiciones tanto a nivel de socios, como asociados, pensando siempre en los valores futuros, que son quienes hacen marca y representan nuestra filosofía de despacho.

Con la amplia participación que tenemos en el mundo universitario, apostamos fuerte por nuestros letrados jóvenes, ofreciendo una carrera profesional fuera de lo común pues, para los que quieran asumir ese reto, tienen todas las herramientas para convertirse en socios de nuestra firma.

Por otro lado, en los últimos años hemos experimentado una necesidad de crecimiento a nivel externo, pues son nuestros clientes quienes demandan también un asesoramiento internacional; esto nos ha llevado a una serie de acuerdos con diferentes despachos de abogados tanto a nivel europeo como a nivel hispanoamericano que nos aporta un plus de servicio a nuestros clientes, pues se sienten asesorados y acompañados en los procedimientos que puedan tener fuera de España.

¿Cómo se mantiene la firma actualizada sobre los cambios legislativos y las últimas tendencias en el sector legal?

En los tiempos que corren la actualización, no ha de ser solo legislativa o normativa, sino operacional y sostenible. En nuestra firma ya adoptamos una nueva política de trabajo con el COVID, todo ello sin sacrificar la presencialidad y el contacto entre compañeros y con los clientes; pero desde hace años hemos apostado por una política de digitalización y una eficacia y eficiencia en nuestros procesos de trabajo que implica, que nuestros letrados disponen de herramientas globales para desarrollar proyectos, para así prestar el mejor servicio actualizado en cualquier condición o circunstancia.

Asimismo, ¿están incorporando la innovación en la prestación de servicios legales?

En un mundo que evoluciona de una manera vertiginosa es importante que los despachos de abogados se actualicen en cuanto a técnicas y herramientas de soporte legal. Nosotros, desde hace unos cuantos años, hemos decidido implementar tecnología no solo en los accesos a los expedientes por parte de nuestros letrados, sino en los procesos de trabajo, todo ello sin perder el trato personalizado que el cliente exige y espera de nosotros.

En su opinión, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrenta el sector legal en la actualidad?

Sobre todo, como principales desafíos tenemos la adaptación del mundo jurídico a las nuevas tecnologías y a la sostenibilidad. En esta nueva época que estamos viviendo, también hemos apreciado que hay una falta de motivación en los nuevos letrados, y entendemos que ese “desasosiego” que viven nuestros jóvenes de hoy en día tiene que combatirse con un trabajo pormenorizado de cuál es el servicio que presta el abogado y hacer ver cuáles son las necesidades que nuestros clientes tienen, como se sienten y cómo viven los problemas la gente que confía en nosotros.

Entender el derecho como un servicio que ayuda a la administración pública es fundamental para el prestigio de la profesión jurídica.

¿Cómo ve el futuro de la firma en los próximos años? ¿Cuáles son sus objetivos a largo plazo?

De un tiempo a esta parte, desde Fuster-Fabra Abogados hemos apostado por un crecimiento en cuanto a especialidades del derecho, así como una política de expansión a nivel tanto nacional como internacional. Para nosotros lo más importante es el cliente, por lo que tanto el servicio de nuestro equipo, como la formación de nuestros futuros abogados tiene que ir encaminada a dar un servicio personalizado y dinámico para resolver las contingencias que se puedan plantear en cada operación.

ENTREVISTA

JAIME GUTIÉRREZ
CEO DE CE CONSULTING

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cuál fue la motivación detrás de la creación de CE Consulting y cómo ha evolucionado desde sus inicios?

Nuestra oficina en Santa Cruz de Tenerife abrió sus puertas en el año 2018. Comenzamos desde cero, sin ningún cliente ni recurso económico. Fue un desafío apasionante construir todo desde los cimientos.

El próximo año, en 2025, siete años después de nuestra apertura, podemos afirmar que hemos logrado conformar un equipo de catorce personas dedicadas y comprometidas. Creemos que hemos recorrido un camino exitoso, consolidando nuestra presencia en el mercado y ampliando nuestros servicios.

No obstante, hemos enfrentado diversos retos a lo largo de estos años. La pandemia de COVID-19, por ejemplo, representó un período de gran incertidumbre económica. Afortunadamente, hemos logrado superar estas dificultades y adaptarnos a las nuevas condiciones del mercado. Actualmente, aunque la situación económica es favorable y hay una demanda creciente de nuestros servicios, no podemos obviar la existencia de cierta incertidumbre a nivel político y económico. Sin embargo, confiamos en nuestra capacidad para afrontar estos desafíos y seguir creciendo en los próximos años.

Ustedes se definen como la alternativa a la asesoría tradicional. ¿Qué aspectos consideran que los diferencian de otras consultoras del mercado?

Creo que podemos destacar tres aspectos clave de nuestro servicio. El primero y más importante es la cercanía y el trato personalizado que ofrecemos a nuestros clientes. Garantizamos una respuesta a consultas y correos electrónicos en un plazo máximo de 48 horas. Nuestra intención es que los clientes nunca sientan la necesidad de insistir en sus solicitudes.

Consideramos que esta atención rápida y eficiente es fundamental, especialmente cuando trabajamos con empresas y autónomos. Estos emprendedores suelen sentirse solos en sus proyectos, y nosotros queremos ser su apoyo. Un apoyo que debe ser tangible y perceptible en cada interacción y en ello nuestro equipo se destaca por brindar un servicio de alta calidad.

En segundo lugar, quiero enfatizar nuestro compromiso con la innovación y la digitalización. Utilizamos las últimas herramientas tecnológicas tanto internamente



Jaime Gutiérrez: “Hemos recorrido un camino exitoso, consolidando nuestra presencia en el mercado”

como para nuestros clientes. Esto nos permite optimizar nuestros procesos, como la contabilidad y la gestión de cotizaciones, y ofrecer a nuestros clientes soluciones digitales de vanguardia. De esta manera, garantizamos que nuestros clientes siempre estén a la vanguardia y se sientan respaldados por un equipo que se mantiene actualizado en las últimas tendencias del mercado.

Y, en tercer lugar, quiero destacar el carácter multidisciplinario de nuestro equipo. Contamos con un equipo legal, economistas, expertos en laboral y profesionales de las ciencias sociales. Esta diversidad nos permite abordar de manera integral las necesidades de nuestros clientes. Gracias a esta amplia gama de conocimientos, podemos ofrecer servicios especializados en áreas como el derecho tributario. Esto incluye el desarrollo de modelos tributarios personalizados y la gestión de situaciones fiscales complejas, que requieren un análisis profundo y conocimientos especializados.

Siguiendo con los tres puntos mencionados, ¿podría detallar el proceso de colabo-**ración con un nuevo cliente desde el primer contacto hasta el desarrollo final de vuestros servicios?**

Comenzamos con una primera fase de conocimiento mutuo. Durante esta etapa, el cliente nos presenta su proyecto, sus desafíos y sus expectativas. Esta reunión, que puede ser presencial o virtual, nos permite tener una visión clara de sus necesidades.

Una vez comprendemos sus requerimientos, elaboramos una propuesta personalizada que se ajusta a sus necesidades específicas. Si el cliente acepta nuestra propuesta, iniciamos un proceso de integración formal. Este proceso implica la transferencia de la información relevante desde el proveedor anterior a nuestro sistema.

Además, organizamos una reunión de bienvenida donde presentamos nuestras soluciones y ofrecemos consejos iniciales para mejorar sus operaciones. También aprovechamos esta oportunidad para mostrarles las herramientas digitales que hemos implementado para optimizar nuestros servicios.

De lo que no cabe duda es de que el enfoque integral de su asesoría y consultoría es un valor añadido que beneficia enormemente a sus clientes.

Efectivamente, en el entorno empresarial actual se demanda cada vez más un servicio integral que abarque múltiples áreas y que vaya más allá de la asesoría tradicional, ofreciendo un valor añadido.

Dado el constante cambio del entorno empresarial, ¿cuáles considera que son las tendencias más relevantes para el futuro de la consultoría y la asesoría?

Desde mi punto de vista, y sin menospreciar nuestra especialización en el ámbito jurídico tributario, la tecnología juega un papel fundamental. Considero que es imprescindible estar al día en las últimas novedades de inteligencia artificial y otras tecnologías emergentes, y aplicarlas a nuestra práctica jurídica tributaria.

En este sentido, ¿qué herramientas tecnológicas están implementando o planean implementar en un futuro cercano?

Más que implementar nuevas herramientas, nos enfocamos en perfeccionar las que ya tenemos en funcionamiento. Estas herramientas permiten a nuestros clientes acceder a su contabilidad, documentación y, en algunos casos, funcionan como herramienta de facturación. Lo que antes era un servicio adicional, ahora se ha convertido en una herramienta esencial en la gestión empresarial.

“La tecnología juega un papel fundamental”

¿Cuáles son los próximos pasos y objetivos a largo plazo para CE Consulting? ¿Qué metas se han marcado para los próximos años?

Nuestras metas principales son mejorar continuamente la atención al cliente, fomentar el crecimiento de la empresa, invertir en la formación del equipo y estar al tanto de las últimas innovaciones tecnológicas. Creemos que este enfoque, combinado con un trabajo bien hecho, ha sido clave para nuestro rápido crecimiento y el éxito en la adquisición de nuevos clientes.



ENTREVISTA

JORGE CABRERA
CEO DE BDKAPITAL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Podría describir cómo funciona BDKapital? ¿Cuáles son los pasos que un usuario debe seguir para invertir a través de la plataforma?

BDKapital es un proveedor europeo de financiación participativa (PSFP) autorizado y supervisado por la CNMV, que conecta a inversores con proyectos de alta rentabilidad, accesibles para todos. Esto pasa por aportar a promotores la oportunidad de abordar operaciones estudiadas, ofreciendo la mayor transparencia posible a los inversores.

Respecto a los pasos a seguir, nosotros principalmente nos centramos en acortar los trámites al máximo. Contamos con una plataforma web que aporta al inversor la posibilidad de participar con tan solo unos clics. En definitiva, los pasos serían crearte una cuenta, validar tu correo y documentación, e invertir.

¿Qué ventajas específicas ofrecen las plataformas de financiación participativa en comparación con los métodos de inversión tradicionales? ¿Por qué un inversor debería considerar BDKapital como una opción viable?

Aparte de lo comentado anteriormente sobre la rentabilidad, la cual en media es superior a la ofrecida por los bancos, una plataforma como la nuestra ofrece muchísimas ventajas al inversor, como puede ser mayor transparencia e implicación en el proyecto, no es lo mismo invertir en un fondo que no conoces, a invertir en un proyecto en el que tienes a tu disposición toda la columna vertebral, desde licencias, escrituras, contratos, etc.

Además, la mayoría de nuestros proyectos suelen ser inmobiliarios, ya que actualmente la dificultad del acceso a la vivienda provoca que este sector gane enteros. Se trata de oportunidades sencillas de entender, normalmente un préstamo de cierta cantidad, donde el promotor aporta entre el 25 y el 50% de la financiación de la operación, con un interés fijo que se traduce en un riesgo mínimo, y con un aval que suele ser de garantía hipotecaria o de la propia sociedad que aseguran unas condiciones idóneas.

Para el inversor BDKapital es una opción real, esa es la palabra,

Jorge Cabrera: “Para el inversor, BDKapital es una opción real”

nuestras inversiones existen, se pueden tocar, se pueden ver, sin embargo, un fondo o una cartera de valores no. Mitigamos el riesgo que supone realizar estas inversiones sin tener el conocimiento necesario, asimismo, ofrecemos riesgos muy bajos, mercados seguros y estudiados por un equipo profesional al detalle. Tanto es así que nuestros resultados nos sirven de ejemplo, no es casualidad que nuestros inversores habituales nos recomienden y nos valoren con reseñas muy positivas.

¿Cómo seleccionan los proyectos de inversión que se publican? ¿Cuáles son los criterios que utilizan para evaluar la viabilidad y el potencial de rentabilidad de estos proyectos?

Mediante nuestra plataforma, una cantidad considerable de promotores nos contactan, y tenemos claro que la calidad y seguridad es algo esencial para potenciar nuestra oferta. Es por esto por lo que solo una pequeña parte de los proyectos se publican, el resto reciben un feedback por nuestra parte destacando los aspectos que no nos terminan de convencer, teniendo la posibilidad de desarrollar en los ámbitos señalados para poder realizar una nueva propuesta. En general los promotores entienden que queramos tener una exigencia que garantice a todas las partes implicadas una buena inversión. El proceso de evaluación es muy profesional, contamos con recursos tanto internos como externos que nos aseguren la fiabilidad, siempre es mejor tener varios análisis que tan solo uno. Seleccionamos proyectos mediante un riguroso proceso de evaluación que incluye análisis legal, financiero del promotor y de mercado.

En resumen, para examinar los proyectos se realizan el máximo de investigaciones posibles, que varían según el sector, pero siempre apoyándonos en los profesionales más indicados para cada ámbito, con el fin de tener más valoraciones a parte de la nuestra propia, para abarcar todas las posibilidades. A raíz de este procedimiento, extraemos el riesgo y las ganancias esperadas, para poder aportar una rentabilidad esperada fiable junto a nuestros partners, que aportan su conocimiento mediante la tecnología Big Data.

En su experiencia, ¿qué tipos de proyectos de inversión digital a través de plataformas de financiación participativa suelen resultar más rentables?

Para nosotros, uno de los mayores atractivos es el sector inmobiliario, ya que son inversiones de fácil entendimiento. En concreto, el Crowdlending, que consisten en préstamos con un interés pactado y minimizando el riesgo, algo ideal para cualquier prototipo de inversor.

No obstante, guiándonos por la pura rentabilidad, ofrecemos otro tipo de oportunidades con un potencial inmenso, pero de mayor riesgo, como es lógico. Estos casos, si se publican, es porque han superado nuestro exhaustivo análisis, sin embargo, por estas razones, suelen ser proyectos menos frecuentes.

¿De qué manera el Régimen Económico y Fiscal (REF) de Canarias influye en las oportunidades de inversión que ofrece BDKapital? ¿Qué beneficios fiscales pueden aprovechar los inversores en esta región?

Sin duda influye positivamente, es una ventaja comparativa con la que contamos respecto a nuestros competidores, y más siendo pioneros en nuestro sector en Canarias. Como es lógico, la inversión en Canarias debe ser promovida ya que aportaría una evolución en el nivel de vida, y a su vez todas las medidas que favorezcan a ello nos ayudarán de una u otra manera.

Los beneficios fiscales varían según la actividad económica del proyecto, en general, existe un amplio abanico de deducciones que afectan a nuestros inversores y damos la oportunidad de materializar RIC de forma indirecta en proyectos aptos y con consultas vinculantes a la Dirección General de Tributos.

La seguridad es clave en las inversiones on-line. ¿Qué medidas implementan para garantizar la seguridad de las transacciones y la protección de los datos de sus usuarios?

Garantizamos una seguridad máxima mediante Lemonway, una de las principales plataformas de pago regulada por la ACPR. Se cumplen todas las normativas de protección de datos fijadas a nivel nacional y europeo, a sabiendas de que es primordial.

¿Cómo han observado que el cambio en el comportamiento de los usuarios ha impactado en el interés por la financiación participativa? ¿Qué tendencias han identificado en el uso de su plataforma?

Cada día las personas nos implicamos más en muchos aspectos financieros y éticos, esto nos destaca, tenemos un código ético riguroso y promovemos la cultura financiera alternativa, que, al fin y al cabo, es el futuro, junto a la tecnología logramos captar y satisfacer esta tendencia haciendo participe a todo aquel que quiera. Un factor clave es que nuestros usuarios repiten sus inversiones en nuevas oportunidades que publicamos.

“La rentabilidad media anual recibida por los inversores supera el 12,5 %”

¿Tienen planes para lanzar nuevos proyectos o características en BDKapital en el futuro? ¿Qué innovaciones pueden esperar los inversores en los próximos meses?

Actualmente tenemos varios proyectos con luz verde, pero tratamos de financiar los proyectos de uno en uno para garantizar que el periodo de dicha fase sea el mínimo posible. Nuestro plan principal es crecer, escalar en la medida de lo posible siendo realistas, priorizando en mitigar los posibles riesgos inherentes a cualquier inversión.

Tenemos un equipo sobresaliente enfocado al usuario de bdkapital.es, sus opiniones son fundamentales, nuestra web, nuestros proyectos, nuestros recursos, nosotros mismos, estamos en continua renovación, tenemos claro que el camino pasa por la profesionalidad y el continuo esfuerzo para mejorar. Ojalá en un futuro podamos hablar de internalización, de mayores rentabilidades, de mayor variedad, de nuevas áreas, pero siempre hay que crecer con los pies en el suelo, por ahora todo pasa por seguir acumulando éxitos para cada vez tener un impacto mayor.

Invitamos a todos los interesados a unirse a nuestra comunidad de inversores y aprovechar las oportunidades que ofrecemos.

ENTREVISTA

AGUSTÍN MARRERO
SOCIO RESPONSABLE
DE KPMG EN CANARIAS

Agustín Marrero: “KPMG lleva 5 años liderando el IBEX 35, siendo elegida por el 31% de las compañías de dicho índice”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

KPMG, una de las firmas de servicios profesionales más grandes del mundo, es sinónimo de excelencia en auditoría, impuestos y asesoramiento. Con una presencia global en 144 países y una larga trayectoria, KPMG ha demostrado su compromiso con la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente.

¿Cómo ha adaptado sus servicios a las necesidades específicas del mercado canario?

En España, KPMG cuenta con una posición privilegiada por el conocimiento y experiencia que tiene en las distintas líneas de servicios que prestamos. Por ejemplo, en el pasado 2023, KPMG fue la firma líder en las auditorías del IBEX 35 habiendo sido elegida por el 31% de las compañías de dicho índice. En el caso de Canarias, todo ese conocimiento lo adaptamos al tamaño y casuísticas de las empresas de nuestro territorio, siendo capaz de acompañarlas en los procesos de modernización, digitalización, crecimiento e internalización. KPMG en Canarias cuenta con tres socios de las principales líneas de servicios demandadas en nuestro territorio, Enrique Núñez, socio responsable de Legal, Jaime Sanz, socio responsable de Fiscal y yo, socio responsable de Auditoría. Los tres hemos desarrollado nuestras respectivas carreras profesionales en Canarias, lo que nos aporta un conocimiento bastante amplio y de primera mano, sobre el empresariado canario, su situación actual y sus necesidades.

¿Qué papel juega KPMG en la transformación digital de las empresas canarias?

En KPMG, somos muy conscientes del importante papel que la transformación digital y la IA juega en las empresas, y nosotros mismos, durante los últimos dos años, hemos estado transformando nuestra operativa, equipos y forma de trabajar para integrar la IA y garantizar el mejor servicio a nuestros clientes. Por ese motivo, nos encontramos en una posición privilegiada para ayudar y acompañar a las empresas canarias en sus procesos internos de transformación digital, y en aquellas que quieran dar un paso más avanzado, en la implantación de la IA a sus procesos de negocio. La combinación de talento y tecnología es relevante para avanzar en aspec-



tos como la eficiencia operativa, la ventaja competitiva y la experiencia del cliente. Nuestro enfoque en transformación digital se basa en la obtención de resultados positivos, como puede ser la simplificación de procesos, donde juega un papel importante el aprovechamiento del valor de los datos o la creación de nuevos modelos de negocio.

“Canarias tiene que apostar por la innovación y el talento”

¿Cuáles son las principales tendencias que están observando en este ámbito?

Muchas empresas canarias, dentro de su hoja de ruta de crecimiento y modernización, han implementado procesos de trans-

formación digital, desde el ámbito de las finanzas hasta la parte operativa pura del negocio. Con todo ello, aparte de ser más eficientes desde un ángulo operativo, se busca mejorar la experiencia del cliente, lo cual es un factor clave. Por ejemplo, en el sector turístico en Canarias, que representa el 35,5% del producto interior bruto, la recogida de datos y su análisis cualitativo está siendo un factor diferenciador para permitir a las empresas de este sector tomar decisiones en tiempo real, logrando realizar predicciones con mayor fiabilidad en las demandas de los clientes.

¿Mantienen alguna relación con startups locales o internacionales para impulsar la innovación conjunta?

Estamos muy pendientes de cualquier proyecto de emprendimiento que fomente la innovación y aumente la competitividad de Canarias en el mercado. Nuestra firma cuenta con un proyecto a nivel global, el KPMG Private Enterprise Tech Innovator con el objetivo de encontrar a las startups tecnológicas con más futuro de cada país. Las aspirantes se benefician de oportunidades de ne-

tworring con expertos sectoriales y otros agentes de la innovación tecnológica. Desde Canarias, por supuesto, queremos fomentar que nuestras startups participen en esta aceleradora”.

Asimismo, ¿está incorporando KPMG las últimas tecnologías (IA, blockchain, etc.) en sus servicios para ofrecer soluciones más eficientes y personalizadas a sus clientes?

Como comenté antes, estos dos últimos años hemos integrado la IA en nuestras líneas de servicios, con el objetivo de garantizar el mejor servicio a nuestros clientes. A modo de ejemplo, en Auditoría, hemos mejorado nuestro rendimiento con una plataforma que genera resúmenes de datos, compara documentos y realiza consultas metodológicas y contables. KPMG Abogados, ha sido galardonada como la firma más innovadora de Europa continental en los “Financial Times Innovative Lawyers Awards”, siendo un reconocimiento, entre otros aspectos, la innovación en el desarrollo y uso de las mejores herramientas digitales y tecnológicas. En Consultoría, hemos tenido grandes avances en las diferentes disciplinas, por ejemplo, conseguimos realizar las due diligences de manera más rápida y exhaustiva, con un proceso de recopilación, análisis y contraste de información en todas las fases del proceso, obteniendo de esta firma un mayor aporte de valor.

¿Cuál es vuestra visión para los próximos años en Las Palmas de Gran Canaria?

En Canarias, hay tres aspectos que en los próximos años debería tenerse en la hoja de ruta de las empresas, y que tendrá mayor o menor importancia dependiendo de su tamaño: 1) tecnología y la adopción de la IA generativa: será un factor clave en la implantación de la IA la capacitación de los empleados, la cuantificación del retorno de la inversión, así como los aspectos éticos; 2) talento: será necesaria unas estrategias de talento para la implantación y aplicación de estas nuevas tecnologías, lo que conllevará una intensificación en formación y capacitación de los empleados; 3) los proyectos ESG ganarán importancia, dado que

impactaran en la reputación de las empresas y la confianza de los grupos de interés, y conllevará la implementación de los sistemas, procesos y controles necesarios para la recopilación de datos.

“Nuestra firma cuenta con un proyecto a nivel global, el KPMG Private Enterprise Tech Innovator con el objetivo de encontrar a las startups tecnológicas con más futuro de cada país”

¿Qué nuevos servicios o áreas de especialización están explorando?

Dentro de nuestra hoja de ruta de crecimiento y posicionamiento en Canarias, tenemos determinados servicios que consideramos relevantes prestar directamente desde el territorio, y en ello estamos trabajando actualmente. En breve comunicaremos algunos que empezaremos a prestar en el corto plazo.

¿Cuál es la mayor oportunidad que ve KPMG en el mercado canario en cuanto a transformación digital?

En Canarias hay un fantástico ADN empresarial, donde coexisten empresas de primera generación, segunda generación y algunas ya están trabajando con el siguiente relevo generacional. En todo este proceso, la modernización ha sido un factor relevante para la continuidad y mejora en las empresas, en determinado momento para competir con grupos internacionales que se implantaban en Canarias, y actualmente para expandir sus canales de ventas, captación de clientes con independencia de su procedencia, y satisfacer con una experiencia mejor valorada por los consumidores.

En todo este proceso de transformación digital e implementación de IA, nos consideramos unos compañeros de viaje con amplio conocimiento, sobre todo, porque nosotros mismos lo hemos vivido e implementado en nuestros propios procesos de trabajo, por lo que nuestra posición es inmejorable para asesorar y ayudar a nuestros clientes en este necesario proceso de mejora continua.



David González: “Assap es una nueva forma de entender el negocio de los servicios profesionales”

ENTREVISTA

DAVID GONZÁLEZ
SOCIO DEL ÁREA DE
AUDITORÍA DE ASSAP

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
ASSAP ha demostrado ser un actor pieza clave en el panorama de servicios profesionales de Canarias desde su fundación en 2011. Su enfoque multidisciplinario y su compromiso con la excelencia técnica la han posicionado como una opción atractiva para empre-

sas que buscan soluciones integrales y personalizadas. ¿Cuáles fueron las principales motivaciones detrás de la fundación de ASSAP en 2011? ¿Cómo surgió la idea de ofrecer servicios multidisciplinarios en un mercado como el canario?

Assap surge, esencialmente de la unión de capacidades con las que contaban sus profesionales, quienes tenían una dilatada experiencia por su desarrollo profesional, durante un largo periodo de tiempo, en firmas de carácter multinacional.

De la fusión de ideas, ya que se gestó a raíz del convencimiento que sus promotores tenían de que, en el campo de los servicios

profesionales, las islas Canarias no contaban con una firma multidisciplinar local que, como tal, conociese las especificidades del territorio y de sus empresas y que, a la vez, pudiesen aportar soluciones de alto valor y específicas para cada cliente y situación. Una firma que, además, estuviera constituida por profesionales de las islas, de amplia experiencia, y contrastada solvencia.

De la ilusión que surgió de sus creadores por, en primer lugar, entender que el mercado canario podría aceptar y recibir con buen criterio esta nueva oferta de servicios que de la mano de assap tendría a su disposición, en segundo lugar, recibir el impulso necesario de familias empresarias que nos animaron a poner en marcha nuestra idea y, por último, desarrollar con assap una nueva forma de entender el negocio de los servicios profesionales.

¿Cómo se integra la oferta de servicios de auditoría, consultoría fiscal, legal y de negocios?

Se integra conjugando las sinergias que se producen con la acción conjunta de los distintos servicios y, simultáneamente, cumpliendo estrictamente con la normativa aplicable en materia de calidad, independencia, salvaguardas de incompatibilidades, etc., lo que permite complementar estos servicios de forma adecuada y eficiente, observando todos los requisitos legales, y proporcionando a nuestros clientes las máximas garantías.

¿Qué beneficios aporta esta integración a los clientes?

Los beneficios son evidentes, ya que nuestros clientes pueden contar con un servicio multidisciplinar adaptado a cualquier necesidad con profesionales que, independientemente de la línea de especialización que se trate, disponen del respaldo del resto de profesionales de las diferentes líneas de servicios, lo que complementa y potencia cualquier respuesta en el servicio que se presta.

Por otra parte, la implantación y especialización en el mercado canario implica que el cliente tiene acceso e interlocución directa con la toma última de decisiones en cualquier aspecto del servicio, lo que suele resultar en respuestas rápidas, ágiles, y eficientes ante cualquier circunstancia.

¿Cómo describiría el equipo humano que conforma ASSAP?

Es el principal valor de nuestra firma, ya que contamos con una plantilla de profesionales de primer nivel, especializados en cada una de las líneas de servicios, que desarrollan su trabajo con ética y fiabilidad, siempre orientados al servicio al cliente.

Asimismo, ¿a qué tipo de clientes se dirigen principalmente? ¿Cuáles son los sectores clave en los que están enfocados?

Tal y como comentábamos previamente, la razón de ser de nuestra firma es la de facilitar servicios profesionales multidisciplinarios en las áreas de auditoría de cuentas, jurídica, fiscal, consultoría financiera y outsourcing en el mercado canario, así que nuestro enfoque se dirige, por una parte, a todo el ecosistema empresarial privado implantado en Canarias (o que desarrolle en Canarias sus principales actividades) y, por otra parte, al sector público en Canarias.

¿Cuáles son las principales tendencias que están observando en el sector de los servicios profesionales en Canarias?

En relación con las empresas del sector, quizás la creciente atención sobre los aspectos de desarrollo e implantación de nuevas tecnologías que incrementen la eficiencia de procesos y servicios, y la mejora en la gestión de recursos humanos. Y con relación a la oferta, una creciente demanda de servicios por parte del sector público que, ante la escasez de recursos propios e incremento de la complejidad de su entorno, requiere cada vez más apoyo del sector privado.

En esta misma línea, ¿cómo está impactando la digitalización y la transformación digital en su negocio?

En nuestro sector la digitalización ya está en una fase bastante desarrollada, o incluso ya se ha culminado en muchos casos. Sin embargo, estamos en un nuevo punto crucial en la implantación de nuevas tecnologías totalmente disruptivas, como el claro ejemplo de la inteligencia artificial, que van a impactar de forma significativa en el proceso de servicios, con inmensas posibilidades, pero también con ciertos riesgos si no se produce una implantación adecuada, lo que puede venir condicionado no sólo por el desconocimiento de las propias herramientas y sus condicionantes, sino también por su entorno regulatorio que aún no está claro ni parece que, de momento, haya consenso al respecto a nivel internacional.

¿Existen planes de expansión fuera de Canarias?

A lo largo de nuestra trayectoria ya hemos realizado de forma satisfactoria proyectos a nivel nacional y es algo a lo que no ponemos límite alguno, dentro de lo que debe ser una trayectoria coherente en base a nuestras posibilidades y capacidades en todo momento. No perdemos de vista que somos una firma relativamente joven, que cree en la evolución y crecimiento natural, sin urgencias que puedan comprometer la calidad del servicio prestado. De momento, ese desarrollo natural nos conduce y centra principalmente en el mercado canario, sin descartar otros proyectos complementarios que puedan tener sentido, repito, atendiendo a nuestras condiciones y capacidades.

Tras lo comentado, ¿cuáles son vuestros planes de cara al futuro? ¿Qué líneas estratégicas tomarán en consideración los próximos años?

Cualquier plan de futuro o línea estratégica que estemos desarrollando, o vayamos a desarrollar, tendrá que implicar la evolución armónica y natural de una trayectoria que ha permitido dar el mejor servicio posible a nuestros clientes quienes, en última instancia, y con su aceptación, son los que realmente nos permitirán seguir avanzando.



Migdalia Machín: “Canarias cuenta con un ecosistema innovador en constante crecimiento”

ENTREVISTA

MIGDALIA MACHÍN

CONSEJERA DE
UNIVERSIDADES, CIENCIA E
INNOVACIÓN Y CULTURA DEL
GOBIERNO DE CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La Consejería de Universidades, Ciencia e Innovación y Cultura del Gobierno de Canarias se encuentra inmersa en una serie de iniciativas y proyectos estratégicos destinados a impulsar el desarrollo tecnológico, la innovación y la sostenibilidad en nuestras islas. Migdalia, ¿cuáles son las principales líneas de acción y áreas prioritarias en las que se encuentra inmersa actualmente?

Nuestro principal objetivo para impulsar la innovación y la investigación en Canarias es la actualización de la Ley de la Ciencia. La normativa actual data de 2001 y resulta necesario adaptarla a la nueva realidad socioeconómica y al ecosistema innovador de las islas. Con este fin, estamos trabajando en una nueva ley que esperamos presentar al Parlamento a finales de año.

Otro aspecto fundamental para nosotros es la colaboración científica internacional. Estamos trabajando en estrechar lazos con los países vecinos, como Marruecos. De hecho, la semana pasada una delegación de cuarenta investigadores, doctores y rectores viajó a Marruecos para explorar colaboraciones en investigación e innovación. Nuestro objetivo es impulsar iniciativas públicas y privadas en Canarias que fomenten la diplomacia científica y establezcan prioridades en Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i).

Además, estamos elaborando un plan de seguimiento y ejecución para el incremento presupuestario asignado a investigación e innovación, que se materializará en los próximos presupuestos. Paralelamente, el Instituto Tecnológico de Canarias (ITC) está trabajando en la creación de un sello de excelencia científica y tecnológica para reconocer y distinguir los proyectos más destacados.

Otro sector clave para Canarias es el aeroespacial. La semana pasada nos reunimos con representantes de centros de investigación, universidades y otras entidades involucradas en este ámbito para coordinar esfuerzos. Este trabajo se alinea con la RIS3 de Canarias y con proyectos estratégicos como el Parque Tecnológico de Fuerteventura, que alberga el estratopuerto, una infraestructura única en Europa para el desarrollo de aeronaves no tripuladas.

¿Cuándo se espera que la Ley de la Ciencia sea una realidad?

Nuestro objetivo principal es lanzar este proyecto lo antes posible. Para ello, hemos mantenido reuniones con diversos actores del ecosistema innovador canario: universidades, centros de investigación, empresas privadas, startups y otros agentes clave. Todos ellos están comprometidos con impulsar la innovación en diferentes sectores de las Islas.

Nuestro trabajo ha consistido en elaborar un borrador de ley que aglutina las propuestas de diversos sectores. Este documento, una vez sometido a los trámites administrativos correspondientes, será presentado al Parlamento para su debate y posterior aprobación.



Nuestro principal objetivo es facilitar la transferencia de conocimiento al tejido productivo

¿Cuáles son los beneficios específicos que esta ley traerá al sector en Canarias?

Nuestro principal objetivo es facilitar la transferencia de conocimiento al tejido productivo. Para lograrlo, nos centraremos en tres aspectos clave: simplificar los trámites administrativos, garantizar la eficacia de los órganos de gobierno y optimizar los sistemas de ayudas y subvenciones. Además, analizaremos en profundidad las particularidades del sector aeroespacial.

Tanto el Presidente de Canarias como usted han resaltado el potencial de la industria aeroespacial en las islas, destacando las condiciones geográficas y las infraestructuras como



ventajas clave para el desarrollo del sector. ¿Cuáles son las perspectivas y oportunidades concretas que ofrece el sector aeroespacial en Canarias para el crecimiento económico y social del archipiélago?

La implementación del estratopuerto en Fuerteventura es estratégica para posicionarnos a la vanguardia de la innovación y la investigación. Esta infraestructura nos permitirá desarrollar capacidades de observación terrestre únicas, facilitando el seguimiento de eventos como incendios forestales, contaminación marítima o desastres naturales a nivel global. Mientras los astrofísicos estudian el cosmos, el estratopuerto nos proporcionará una plataforma para monitorear la Tierra y obtener datos cruciales para la gestión de emergencias y la toma de decisiones.

Por otra parte, cabe mencionar que lanzaron una convocatoria de ayudas al sector audiovisual de pequeño y medio formato, que viene a destacar el respaldo a la creatividad y talento local en la industria audiovisual canaria. ¿Cómo se espera que estas ayudas impulsen el desarrollo del sector y fortalezcan la oferta cultural en las islas?

En los últimos quince años, la industria audiovisual canaria ha evolucionado de manera notable, convirtiéndose en un destino atractivo para las grandes productoras a nivel mundial. Actualmente, nuestras islas acogen rodajes de películas, series y anuncios publicitarios, consolidando a Canarias como un hub audiovisual de primer nivel.

Además del cine, la industria de la animación ha experimentado un notable crecimiento en Canarias, atrayendo a diversas empresas gracias a las ventajas fiscales, el clima favorable y las localizaciones idóneas. Es fundamental seguir apoyando este sector a través de ayudas y acuerdos con el Gobierno estatal, consolidando así a Canarias como un referente en la producción audiovisual.

En el marco de las iniciativas mencionadas, ¿cómo se coordina el trabajo

de la Consejería con otras instituciones, entidades públicas y privadas para promover la innovación y el desarrollo tecnológico en Canarias? ¿Qué sinergias y colaboraciones se están fomentando para fortalecer el ecosistema de innovación en Canarias?

El papel del gobierno es fundamental para crear un ecosistema propicio para la innovación. En este sentido, trabajamos en programas como Innovate, un programa de innovación abierta que busca fomentar la colaboración entre empresas, investigadores y startups en el archipiélago para establecer líneas de trabajo conjuntas y fomentar la transferencia de conocimiento.

Además, participamos activamente en proyectos europeos, a través de nuestra Agencia Canaria de Ciencia, Investigación e Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI), y aprovechando las oportunidades que ofrecen instituciones como el Instituto Tecnológico de Canarias (ITC) o la Plataforma Oceánica de Canarias (PLOCAN). Nuestro objetivo es no solo impulsar la investigación y el desarrollo, sino también visibilizar el talento local y posicionar a Canarias como un referente en innovación.

Para finalizar, quisiera conocer cuál es su visión de futuro y el plan de acción que ha diseñado para los próximos años de esta consejería.

Nuestra hoja de ruta está marcada por la Ley de la Ciencia, que nos proporciona la seguridad jurídica necesaria para avanzar en investigación e innovación. Es imprescindible aprovechar el potencial de nuestras universidades públicas, el sector privado y nuestros científicos, quienes desarrollan proyectos de gran relevancia a nivel nacional e internacional. Desde la microelectrónica y la oceanografía hasta la robótica y la exploración espacial, Canarias cuenta con un ecosistema innovador en constante crecimiento. Debemos seguir visibilizando este talento y fomentar la colaboración internacional para consolidar nuestro liderazgo en este ámbito.



Teresa Pinto: “El IDDA ha jugado un papel clave en la formación de directivos y mandos intermedios en Canarias”



ENTREVISTA

TERESA PINTO
GERENTE DE IDDA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cómo visualiza el Instituto de Desarrollo Directivo del Atlántico (IDDA) evolucionando en los próximos 5 años en términos de innovación tecnológica y pedagógica? ¿Qué papel jugarán estas herramientas en la formación de directivos?

En el IDDA nos enfocamos en formar a directivos para que estén preparados para un mundo empresarial en constante evolución. En los próximos años, visualizamos una evolución continua, donde la innovación tecnológica será clave, pero no será el único elemento a tener en cuenta. Debemos mantenernos actualizados y anticiparnos a las necesidades del mercado. Estamos convencidos de que herramientas como el análisis de datos, la inteligencia artificial y las plataformas digitales nos permitirán adaptar la formación a cada alumno, ofreciendo una experiencia de aprendizaje más práctica, directa y eficaz. Nuestro objetivo es que los directivos y mandos intermedios que disfrutaron de la experiencia idda en nuestras aulas, no solo se adapten al cambio, sino que lo lideren.

¿Cuáles son los principales pilares de vuestra estrategia de innovación? ¿Cómo se equilibra la tradición académica con la necesidad de incorporar nuevas tecnologías y metodologías?

La innovación para nosotros no es una tendencia pasajera, sino un pilar fundamental de nuestra estrategia de formación. Buscamos equilibrar lo mejor de la tradición académica, como la cercanía con nuestros profesores y la experiencia práctica y presencial del aula, con la integración de tecnologías avanzadas. Nos aseguramos de que nuestros alumnos se beneficien de ambas cosas: de la sabiduría acumulada a lo largo de años de formación y experiencia profesional de nuestro claustro, y de las nuevas herramientas que les permiten ser más eficientes y efectivos en su toma de decisiones. El equilibrio está en no perder de vista el propósito final de la formación: transformar a los profesionales en líderes que aporten valor real a sus empresas. Hemos adoptado una frase que representa el sentir de los profesionales cuando acaban sus programas: nos formamos con el propósito de mejorar para mejorar.

¿Qué herramientas digitales y plataformas están utili-

zando actualmente en los programas del IDDA para mejorar la experiencia de aprendizaje? ¿Cómo se integran estas herramientas en el proceso de enseñanza-aprendizaje?

Actualmente utilizamos plataformas de aprendizaje propias de entorno Google, para garantizar flexibilidad, agilidad y accesibilidad. Nos permiten gestionar el día a día académico de forma eficiente. En determinados programas, utilizamos herramientas como Power BI o Tableau para que nuestros alumnos trabajen con datos reales y desarrollen su capacidad de análisis. A esto se suma el uso de modelos innovadores de gestión empresarial, que ofrecen una experiencia inmersiva, permitiendo a los alumnos enfrentarse a situaciones reales en un entorno seguro.

Estas herramientas están diseñadas para hacer que el proceso de enseñanza sea lo más interactivo posible, poniendo al alumno en el centro y dándole las herramientas necesarias para mejorar en su rol directivo: trabajando a través de modelo Canvas, utilizando el Design thinking o aplicando el Visual Storytelling, el aprendizaje es más visual, valga la redundancia. Qué decir de la gestión de proyectos, por ejemplo, a través de Asana, una herramienta gráfica e intuitiva que facilita cumplir con los objetivos y tareas asignadas. Las herramientas, y su aplicación en el aula, enriquece enormemente el aprendizaje diario y su aplicación desde el primer día de la formación.

¿Considera que tecnologías como la realidad virtual y aumentada tienen un potencial significativo en la formación de directivos? ¿Existen planes para incorporar estas tecnologías en los programas?

Sin duda, la realidad virtual y aumentada tienen un gran potencial en la formación de directivos. Aunque aún estamos en fase de exploración, sabemos que estas tecnologías pueden ofrecer experiencias únicas, como la simulación de crisis empresariales o la toma de decisiones en entornos controlados. En el IDDA siempre hemos estado atentos a cómo la tecnología puede mejorar la formación, y aunque actualmente no forman parte de nuestra oferta principal, estamos trabajando para que en el futuro muy cercano puedan integrarse de alguna manera en nuestros programas. Queremos que nuestros alumnos no solo comprendan la teoría, sino que la vivan, y tecnologías como la realidad virtual lo pueden hacer posible.

¿Cómo están abordando la necesidad de formación continua y actualización de conocimientos en un entorno laboral en constante cambio? ¿Qué estrategias se utilizan para facilitar el microlearning y el aprendizaje a lo largo de toda la vida?

La formación continua es una prioridad para nosotros. Sabemos que el aprendizaje no termina cuando se finaliza un programa; de hecho, ahí es donde comienza el verdadero desafío. En el IDDA hemos creado una comunidad de aprendizaje que sigue activa incluso después de que los alumnos terminan su formación. Ofrecemos recursos adicionales, acceso a nuevas tendencias y fomentamos el networking entre exalumnos y profesores. Además, estamos trabajando en estrategias de microlearning, ofreciendo contenido breve y práctico que los alumnos pueden consumir a su ritmo, adaptándose a sus necesidades profesionales y personales. Queremos que nuestros directivos estén siempre al día y preparados para los retos que surjan. De hecho, ese crecimiento continuo es el que

nos hace crear programas innovadores y adaptados a la nueva realidad. De ahí surge IDDEA, una ventana estratégica de innovación, con programas específicos, de temas muy actuales y de rápida aplicación. Programas como Business Innovation Design, Data Strategy 4 Business, Visual StoryTelling y Project Management Specialist hacen que esta ventana de formación aporte valor en un mercado en evolución constante. Novedad, duración y temática son atributos que los hace únicos en Canarias.

¿Cuál es el rol del IDDA en la región de Canarias y cómo contribuyen sus programas a fortalecer el tejido empresarial local?

El IDDA ha jugado un papel clave en la formación de directivos y mandos intermedios en Canarias durante más de una década. Nuestro enfoque es muy práctico y está diseñado para que nuestros alumnos puedan aplicar lo que aprenden directamente en sus empresas. Esto no solo mejora su desempeño individual, sino que también fortalece el tejido empresarial de la región, impulsando a las organizaciones locales a ser más competitivas en un entorno global. Creemos firmemente que una formación de excelencia es el motor del crecimiento económico, y estamos comprometidos con seguir formando a los líderes que guiarán ese crecimiento en los próximos años. Prueba de ello son acuerdos de partnership con empresas para la formación de sus equipos directivos y mandos intermedios. Construimos una relación de larga duración en la formación continua de sus equipos.

¿Cómo se posiciona el IDDA respecto a la competencia? ¿Qué aspectos diferencian sus programas de formación respecto a otras ofertas educativas en Canarias?

Nuestra propuesta de valor, que nos posiciona en un territorio diferenciado, está basada en tres pilares complementarios entre ellos;

(i) el valor del claustro, profesionales especialistas de consolidada carrera profesional y excelentes competencias académicas.

(ii) portafolio de programas diversos y transversales de alto valor académico, con temáticas, contenidos y metodologías actuales.

(iii) nuestra cercana y cariñosa manera de brindar al estudiante una sensación de bienestar y una experiencia única en su desarrollo profesional y personal que se convierte en una vivencia que va más allá de lo académico y profesional, alcanzando protagonismo en el crecimiento personal.

Adicionalmente, la disponibilidad continua e indefinida de nuestro claustro y plataforma documental y la calidad de nuestras instalaciones en nuestra sede en Vegueta complementan y refuerzan nuestra propuesta de valor.





Cristiana Oliveira: “Nuestra misión no solo es académica, sino también de transformación social y económica”



ENTREVISTA

CRISTIANA OLIVEIRA
RECTORA DE LA
UNIVERSIDAD EUROPEA
DE CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cuáles son los proyectos de investigación más innovadores que se están llevando a cabo en la Universidad Europea de Canarias?

En la Universidad Europea estamos comprometidos con la innovación en múltiples áreas. Uno de nuestros proyectos más destacados es el Observatorio de Inteligencia Artificial en Educación Superior, que hemos creado para estudiar cómo la IA puede mejorar los procesos educativos y el rendimiento académico. Este observatorio produce informes anuales que orientan las estrategias para integrar la IA en la enseñanza universitaria.

Además, participamos en proyectos de gran envergadura como Accelerate Future HEI, financiado por el programa Horizon Europe, enfocado en potenciar el espíritu emprendedor y la innovación a nivel europeo.

Nuestra misión no solo es académica, sino también de transformación social y económica. Los proyectos de la Universidad Europea, como Accelerate Future HEI, tienen un impacto directo en la creación de ecosistemas emprendedores. Este enfoque nos ha permitido posicionarnos entre los finalistas de los prestigiosos Triple E Awards, donde recibimos el tercer puesto en la categoría *Joven Uni-*

versidad Emprendedora 2024. Este reconocimiento es una validación de nuestro esfuerzo por fomentar el espíritu emprendedor, no solo en nuestros estudiantes, sino también en el tejido empresarial de Canarias.

¿Qué impacto social y económico pueden tener estos proyectos en Canarias?

Estos proyectos no solo generan conocimiento, sino que también tienen un impacto directo en la creación de ecosistemas emprendedores y en la economía local. Nuestra alianza con instituciones como la CEOE Tenerife, el Ayuntamiento de La Orotava y el Gobierno de Canarias ha permitido lanzar iniciativas dentro de primera cátedra regional de Emprendimiento y ODS, que promueve el desarrollo sostenible a través del emprendimiento. Este enfoque fomenta la creación de empresas que alinean sus objetivos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y generan valor tanto económico como social.

Esta Cátedra, que llevamos a cabo junto con CEOE Tenerife, nos ha permitido establecer una oficina del Servicio Integral de Empleo (SIE) en la sede de la Universidad Europea de Canarias en La Orotava, lo que fortalece la sinergia entre el ámbito académico y el sector empresarial.

¿Cómo fomenta la Universidad Europea el espíritu

emprendedor entre los estudiantes?

Fomentamos el emprendimiento a través de la Unidad de Empleabilidad y Emprendimiento, UEmprende, una plataforma que ofrece a nuestros estudiantes todos los recursos necesarios para convertir sus ideas en negocios exitosos. Desde talleres de creatividad hasta asesoramiento especializado, nuestros alumnos reciben apoyo en cada etapa del proceso de emprendimiento. Uno de nuestros programas clave, UEmprendedores, acompaña los proyectos desde su conceptualización hasta su ejecución, lo que ha llevado a que el 23 por ciento de nuestros egresados se encuentren emprendiendo a los quince meses de finalizar sus estudios. También celebramos eventos como el UEmprende Event, donde los estudiantes pueden trabajar en equipo y defender sus proyectos ante expertos y profesionales del sector.

El espíritu emprendedor es fundamental en nuestra visión. Nuestros estudiantes no solo reciben formación teórica, sino que también participan activamente en proyectos de impacto real. Recientemente, uno de nuestros proyectos, Marketing Dupla, liderado por estudiantes, fue finalista en la categoría *Iniciativa de Impacto Dirigida por Estudiantes 2024* en los pre-

mios internacionales Triple E. Este tipo de iniciativas demuestran que nuestros estudiantes son capaces de transformar ideas en proyectos empresariales sólidos.

¿Cómo colaboran con otras instituciones para impulsar el emprendimiento y la innovación?

Creemos en la colaboración como un motor esencial para la innovación. Un ejemplo es nuestra implementación del modelo de la triple hélice, que involucra la coo-

“Nuestra alianza con instituciones como la CEOE Tenerife, el Ayuntamiento de La Orotava y el Gobierno de Canarias ha permitido lanzar iniciativas dentro de primera cátedra regional de Emprendimiento y ODS”

peración entre la universidad, el Gobierno y las empresas para desarrollar proyectos de alto impacto en Canarias.

A través de nuestras alianzas con empresas locales y multinacionales, conectamos a nuestros estudiantes con el mundo empresarial desde el primer día. Ejemplo de ello es la creación del Hub de Emprendimiento Verde en colaboración con la Fundación Konecta y otros actores clave del ecosistema emprendedor, para impulsar ideas de negocio en sostenibilidad y economía circular.

¿Qué rol juega la inteligencia artificial en los planes de estudio de la universidad?

La inteligencia artificial es un componente esencial de nuestros programas académicos. En nuestro máster en Inteligencia Artificial y en el grado en Inteligencia Artificial, que queremos lanzar en breve también en Canarias, los estudiantes aprenden a utilizar tecnologías avanzadas como TensorFlow, Python y Keras para desarrollar modelos predictivos y sistemas inteligentes aplicados a diversas industrias, desde la salud hasta la educación y las finanzas.

Además, ofrecemos certificaciones en *Machine Learning* y *Natural Language Processing* en colaboración con Amazon Web Services (AWS), preparando a nuestros estudiantes para liderar la transformación digital.

¿Cómo está afrontando la Universidad Europea todos estos cambios tecnológicos?

Nos hemos comprometido a estar a la vanguardia de la educación digital. Nuestras instalaciones cuentan con laboratorios avanzados, como el Aula del Futuro y el Laboratorio de Inteligencia Artificial, que permiten a los estudiantes simular entornos reales utilizando tecnologías de última generación.

Además, adoptamos un enfoque experiencial en el aprendizaje, lo que facilita a nuestros estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos en entornos prácticos desde el inicio. Todo esto se complementa con un fuerte enfoque en la empleabilidad, asegurando que nuestros egresados estén preparados para enfrentar los retos del mercado laboral actual.

Somos conscientes de que estamos en una era digital en constante evolución. Por ello, en la Universidad Europea hemos implementado un modelo de aprendizaje experiencial que fusiona lo mejor de la tecnología con el conocimiento humano. Los estudiantes tienen acceso a simulaciones virtuales, gamificación y laboratorios digitales que los preparan para los desafíos del mundo real. Además, la formación continua es esencial en este contexto, por lo que hemos adaptado nuestros másteres y programas de posgrado para satisfacer las demandas del mercado laboral.



ENTREVISTA

RUPERTO SANTANA
DIRECTOR TIC DE INETEL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Contactel e Inerza, dos compañías líderes en el sector tecnológico canario, decidieron unir fuerzas en el año 2020. Esta fusión estratégica dio origen a Inetel, consolidándolo como el mayor grupo tecnológico de capital 100% canario. ¿Qué motivó a Contactel e Inerza a trabajar en conjunto? ¿Cuáles eran los objetivos estratégicos que se buscaban alcanzar con esta unión?

La unión entre Contactel e Inerza fue una decisión estratégica motivada por la sinergia entre ambas empresas. Al combinar nuestra experiencia en desarrollo de software con el expertise en prestación de servicios de contact center con productos propios e infraestructuras tecnológicas, pudimos ofrecer soluciones integrales de transformación digital a nuestros clientes.

Además, al unir nuestros equipos de investigación y desarrollo, hemos podido acelerar la innovación y desarrollar nuevas tecnologías que nos permiten estar a la vanguardia del sector.

Imagino que la fusión ha sido un éxito rotundo. Las capacidades complementarias de ambas empresas han permitido abordar proyectos de mayor envergadura y complejidad, y las sinergias creadas han impulsado el crecimiento y la competitividad del nuevo grupo, ¿verdad?

Sí. En estos cinco años de unión, y tras una larga colaboración en proyectos de gran envergadura, hemos comprobado que nuestra visión inicial era acertada. Ambas empresas compartíamos la filosofía de desarrollar soluciones propias, lo cual ha sido fundamental en nuestra integración.

Al referirme a esto, me estoy centrando en nuestra actividad principal: la prestación de servicios. Como compañía de servicios, y no de productos, consideramos fundamental depender lo menos posible de soluciones externas. La tecnología es una herramienta clave en nuestra operación, por lo que buscamos mantener el máximo control sobre ella.

Con esto quiero decir que, para prestar nuestros servicios, buscamos minimizar nuestra dependencia de software o servicios en la nube de proveedores externos, especialmente estadounidenses. Estas soluciones a menudo limitan nuestras funcionalidades, no ofrecen respuestas rápidas a nuestras necesidades específicas y dificultan las integraciones que requerimos para nuestros procesos.

Imagino que estos logros y esta trayectoria se deben en gran medida al equipo humano que conforma el grupo, ¿no? ¿Qué nos puede contar sobre su equipo?

Actualmente somos alrededor de mil cien personas. Sin duda, nuestro equipo humano es fundamental para nuestro éxito. Son profesionales altamente comprometidos que trabajan de forma ali-

Ruperto Santana: “Contribuimos al fomento de la innovación y el emprendimiento en Canarias”

neada con nuestras estrategias y las necesidades de nuestros clientes.

A pesar de nuestro tamaño, mantenemos un ambiente laboral cercano y personalizado, atendiendo las necesidades individuales de cada profesional. Es importante destacar que nuestro grupo está compuesto por dos empresas y una de ellas tiene un importante grupo de personas, aproximadamente 700 personas, dedicados principalmente al contact center.

Asimismo, en un mercado laboral tan competitivo, valoramos enormemente la capacidad de aprendizaje y adaptación de nuestro equipo. El entorno tecnológico cambia constantemente, por lo que ofrecemos una formación continua en diversas áreas como desarrollo de software, gestión de datos, administración de sistemas y gestión de proyectos. Somos conscientes de que esto requiere un gran esfuerzo por parte de todos, pero creemos que es fundamental para mantenernos a la vanguardia y ofrecer un servicio de calidad.

Además de lo mencionado, ¿cómo contribuye Inetel a fomentar la innovación y el emprendimiento en el sector TIC de Canarias? ¿Qué iniciativas específicas han puesto en marcha para fortalecer el ecosistema tecnológico del archipiélago?

Contribuimos al fomento de la innovación y el emprendimiento en Canarias de diversas formas. Por ejemplo, estamos muy involucrados en el sector educativo, apoyando programas de formación profesional. En particular, facilitamos las prácticas profesionales de los estudiantes, colaborando con los institutos para garantizar que cum-

plan con este requisito obligatorio.

A pesar de los desafíos actuales de la FP Dual, estamos comprometidos con esta modalidad de formación. Como comentaba, colaboramos con varios institutos para facilitar las prácticas de los estudiantes. Además, mantenemos una estrecha relación con la ULPGC y la ULL, apoyando sus iniciativas y ofreciendo formación complementaria a través de masterclass y talleres. También somos miembros activos de clústeres tecnológicos, como el Clúster Canarias Excelencia Tecnológica.

Además de las oportunidades, el sector tecnológico en Canarias también presenta ciertos desafíos. ¿Podrías comentarnos cuáles son los principales retos a los que se enfrenta este sector?

Desde mi perspectiva, y en cuanto a tecnología se refiere, las empresas canarias enfrentan dos retos principales, estrechamente relacionados. El primero es la necesidad de recopilar datos en todos sus procesos de negocio. El segundo es aprovechar esos datos para mejorar sus operaciones. Si no se recopilan datos, es difícil implementar soluciones tecnológicas efectivas.

En la misma línea, el verdadero reto radica en aplicar técnicas de inteligencia artificial, como el aprendizaje automático, para analizar los datos recopilados y mejorar los márgenes de la empresa. Sin embargo, recopilar, almacenar y procesar estos datos de manera eficiente puede ser complicado y requiere inversiones en sistemas de información adecuados.

Menciona tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial. ¿Crees que estas

tecnologías son fundamentales para el futuro, especialmente la inteligencia artificial y el big data?

Sin duda, las tecnologías como la inteligencia artificial y el big data serán fundamentales en los próximos años, pero estamos apenas rascando la superficie de su potencial. Si bien es cierto que generan cierta incertidumbre, es crucial comprender que estas herramientas no son un reemplazo para las personas, sino un complemento que puede potenciar nuestras capacidades.

En una empresa de servicios, la implementación de estas tecnologías debe ser gradual, requiriendo una constante interacción entre humanos y máquinas. La inteligencia artificial, por sí sola, no puede resolver todos los problemas; la experiencia y la creatividad humanas siguen siendo indispensables. De hecho, al integrar estas herramientas en nuestros procesos, podemos mejorar significativamente la calidad de nuestros servicios y la satisfacción de nuestros clientes.

Es fundamental adoptar una visión positiva de este cambio tecnológico, reconociendo que las nuevas herramientas están diseñadas para ayudar a nuestro personal a alcanzar mejores resultados. Al trabajar de manera conjunta, humanos y máquinas pueden crear sinergias que impulsen el crecimiento y la innovación de nuestra empresa.

Exactamente, vienen para aportar valor añadido a la empresa y a su equipo.

Sí. Estas tecnologías están diseñadas para automatizar tareas repetitivas, liberándonos para enfocarnos en actividades más estratégicas y creativas que impulsen nuestro crecimiento profesional.

Para finalizar, me gustaría conocer la visión a largo plazo de Inetel. ¿Aspiran a convertirse en un referente nacional o, incluso, internacional en alguna área específica de las TICs?

En el mundo de la tecnología es difícil hacer proyecciones a muy largo plazo debido a la velocidad con la que cambian las cosas.

En Inetel, somos conscientes de esta realidad y por eso adaptamos nuestros planes estratégicos cada año. Nuestro compromiso es seguir siendo el aliado tecnológico de las empresas y administraciones canarias, ofreciéndoles soluciones innovadoras que les permitan optimizar sus procesos y mejorar su competitividad.





Cynthia Albelo: “Somos un socio estratégico en la creación de soluciones para los retos actuales que enfrentan las organizaciones”



ENTREVISTA

CYNTHIA ALBELO
COORDINADORA DE
PROYECTOS Y CULTURA
CORPORATIVA
DE PLAN B GROUP

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Plan B Group se alza como una empresa cien por cien canaria. Tras quince años de trayectoria, ¿cómo evalúan su posicionamiento en el mercado?

Desde nuestra fundación en 2009 nuestro principal objetivo ha sido posicionarnos como una empresa consultora referente en la creación de soluciones para los retos que enfrentan las organizaciones en la actualidad. Con el paso de los años, nuestra cartera de servicios se ha ido nutriendo de la experiencia y conocimientos de un equipo multidisciplinar, consiguiendo poner en el mercado una oferta integral de servicios que abordan la planificación estratégica, formación, internacionalización, integración de la calidad y la sostenibilidad, transformación digital y compliance, entre otros, que nos permiten dar una respuesta personalizada a las necesidades de organizaciones públicas, privadas y del tercer sector de Canarias.

¿Cómo visualiza el futuro de Plan B Group en su parcela de negocio en las Islas Canarias y a nivel internacional?

En los últimos años hemos visto una evolución en las demandas de las organizaciones que se apoyan en los servicios de consultoría. Existe un consenso casi generalizado en torno a considerar la sostenibilidad

y la transformación digital como factores no solo para la consolidación empresarial en el plano regional, sino también para la internacionalización de las entidades. En este sentido, llevamos años trabajando en la ejecución de proyectos de capacitación e integración de la mejora continua y la sostenibilidad en sus modelos de negocio. Nuestra previsión es seguir fomentando la excelencia empresarial en las organizaciones canarias, españolas y de la región macaronésica.

En un mundo cada vez más competitivo, ¿qué papel desempeñan la digitalización, la sostenibilidad y los servicios de consultoría? ¿De qué manera puede Plan B Group contribuir al éxito de sus clientes en este contexto?

Nos consideramos un socio estratégico que provee soluciones a los retos empresariales de la actualidad. Esa es nuestra misión. Conocemos de primera mano que la digitalización ha llegado para quedarse, al igual que la sostenibilidad. Ambos temas se han convertido en requisitos casi obligatorios para la supervivencia de las empresas en el mercado global. Por tanto, nuestro papel como consultora es acercar estas cuestiones a un tejido empresarial que demanda estos conocimientos para aplicarlos en sus estrategias con el fin de poder expandirse, llegado el caso.

Otro de vuestros trabajos se basa en la formación, divulgación e integración de la sostenibilidad en las empresas. ¿Qué ventajas aporta esta línea de negocio?

► Cynthia Albelo, coordinadora de proyectos y cultura corporativa, destaca el papel de Plan B Group en el apoyo a la competitividad de las empresas canarias

Superar los retos sociales, económicos y ambientales de nuestras islas depende de la acción colectiva. Las empresas somos actores clave en la consecución de las metas que establece la Agenda Canaria 2030. Por ello, desde nuestro compromiso con el desarrollo sostenible asesoramos a las organizaciones públicas, privadas y del tercer sector para que integren de forma efectiva criterios y acciones que contribuyan a la sostenibilidad -en sus tres dimensiones- del archipiélago. En los últimos meses hemos prestado nuestra asistencia técnica en proyectos de tutorización a empresas, pero también hemos contribuido con la organización de eventos formativos para la divulgación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y con la ejecución de proyectos de localización de la Agenda Canaria 2030 en municipios de la isla de Tenerife.

¿Cómo aborda la empresa la colaboración público-privada en proyectos internacionales y qué aspectos son clave para mantener relaciones duraderas y exitosas con sus socios de negocio en el ámbito internacional?

En Plan B Group consideramos la colaboración público-privada en proyectos internacionales como un pilar fundamental para el desarrollo de soluciones innovadoras y sostenibles a escala global. En estas alianzas implementamos un enfoque transparente y participativo, asegurando la alineación de objetivos, la distribución equitativa de responsabilidades y beneficios y el desarrollo de una confianza mutua inquebrantable. Este enfoque se nutre de una comunicación constante, del respeto por las diferencias culturales y marcos regulatorios y de la flexibilidad necesaria para adaptarnos a las necesidades cambiantes de cada proyecto y socio.

Por otra parte, es importante recordar que encontrar buenos colaboradores alineados con los principios y valores de tu empresa es

fundamental para el correcto desarrollo de proyectos. Hemos visto en muchas ocasiones proyectos muy buenos en los que los socios no terminan de encajar y coordinarse, por lo que sabemos las dificultades que ello supone. En nuestro caso, siendo conscientes de ello, valoramos enormemente la selección de los colaboradores, porque cuando encuentras esto todo es mucho más sencillo y pueden surgir nuevos proyectos con la tranquilidad y seguridad de que los resultados van a ser los esperados.

En esta misma línea, ¿qué tipo de apoyo brindan a las pymes que desean expandirse a nuevos mercados? ¿Cuáles son los principales destinos de internacionalización que han trabajado?

Tenemos una sólida experiencia en este ámbito trabajando en programas como ICEX-Next para ayudar a empresas canarias en su proceso de internacionalización, desde la evaluación de la viabilidad de la expansión hasta la elaboración del plan de internacionalización. Hemos colaborado también con PROEXCA, para nuestra propia internacionalización en la región macaronésica, lo que ha contribuido a tener un extenso conocimiento de esta región a la hora de apoyar el salto al exterior de las empresas canarias en Madeira, Azores, Senegal y Cabo Verde. Y por último, somos especialistas en la obtención de financiación europea mediante el diseño de proyectos interregionales en el marco de programas europeos como Interreg MAC, en el que, como novedad de esta nueva convocatoria, las empresas pueden participar dentro de los consorcios. Toda esta experiencia nos permite asistir a las empresas en la definición de la estrategia de entrada a estos nuevos mercados, la adaptación de su modelo de negocio y la búsqueda de socios locales, entre otros servicios.

¿Qué estrategias y acciones prevé la empresa para mantener su posición competitiva, aprovechar oportunidades de crecimiento y consolidar su presencia en nuevos mercados?

Como comentaba, nos consideramos un socio estratégico que provee soluciones a los retos socioeconómicos de la actualidad. Nuestra meta es seguir reforzando nuestra propuesta de valor aportando una relación con nuestros clientes basada en nuestros valores -cercanía, crecimiento, confianza, implicación y sonrisa-, reforzando nuestra excelencia de servicio, así como la calidad y variedad de nuestra oferta. Pero sobre todo, consolidando alianzas estratégicas con actores clave de nuestra sociedad para contribuir al desarrollo económico regional, a la construcción de una sociedad más justa y resiliente y a la mitigación de los impactos medioambientales negativos.

¿Qué hitos destacaría de este último año?

En el ámbito de las empresas privadas celebramos los múltiples programas de tutorización que hemos llevado a cabo con diferentes instituciones en materia de consolidación, digitalización y sostenibilidad, alcanzando a cerca de 100 empresas tutorizadas de todas las islas. Igualmente, continuamos apoyando a organizaciones canarias en la implantación y mantenimiento de sistemas de gestión.

También destacamos las múltiples colaboraciones que hemos tenido con las administraciones locales, insulares y autonómicas para asesorarles en el desarrollo, implementación y evaluación de sus estrategias en ámbitos como la educación para la sostenibilidad, participación ciudadana e implementación de la Agenda Canaria 2030.

El tercer sector es una parte importante de nuestra actividad, ya que realizamos consultoría pro bono para la mejora de la calidad y la sostenibilidad de sus servicios, acción que además ha sido premiada recientemente por el Observatorio de la Calidad de Tenerife y por el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Y en última instancia, destacamos nuestra colaboración con la Universidad de La Laguna, la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y la Universidad del Atlántico Medio en la promoción de los premios a mejor TFG y TFM relacionados con la Agenda Canaria 2030, creados para fomentar la investigación universitaria en este ámbito.



Ahmad Ismail: “Las tecnologías emergentes juegan un papel crucial en la transformación del sector del tabaco”

ENTREVISTA

AHMAD ISMAIL
DIRECTOR GENERAL
DE JTI EN CANARIAS



están en constante evolución, en JTI nos mantenemos a la vanguardia, adaptándonos a los cambios del mercado y anticipándonos a las tendencias futuras. Ploom es un ejemplo más de cómo JTI ofrece soluciones que responden a las nuevas necesidades y estilos de vida de los consumidores adultos.

“En estos últimos 10 años hemos invertido en nuestra fábrica de Tenerife aproximadamente 75 millones de euros, con el objetivo de modernizarla y dotarla de la tecnología más puntera”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La innovación es un pilar clave para ser más sostenibles. ¿Cómo incorporan esa innovación en sus procesos productivos en Canarias para ser más respetuosos con el medio ambiente?

La innovación y la sostenibilidad van de la mano en JTI. En estos últimos 10 años hemos invertido en nuestra fábrica de Tenerife aproximadamente 75 millones de euros, con el objetivo de modernizarla y dotarla de la tecnología más puntera, convirtiéndola en el mayor centro de producción de cigarrillos de España. Una parte importante de esa inversión ha ido destinada a potenciar la eficiencia de la fábrica, consiguiendo colocarla como un ejemplo en términos de sostenibilidad y cuidado del medioambiente en Canarias.

Actualmente, aproximadamente el 25% de la energía que consumimos durante nuestros procesos productivos en la fábrica, además de ser limpia, es de fuentes solares gracias a las placas fotovoltaicas instaladas sobre las cubier-

tas de la planta de producción. Con esta medida no solo evitamos la emisión de 433 toneladas anuales de CO₂, sino que aprovechamos el enorme potencial del clima canario, una de las zonas geográficas con más horas de luz de Europa.

En paralelo, desde JTI hemos implementado proyectos sencillos pero eficientes, como el reemplazo de luminarias tradicionales, la instalación de sensores de presencia y la sustitución de motores por otros modelos más eficientes. Toda acción cuenta para conseguir reducir el impacto en nuestro medio ambiente.

¿Podría compartir ejemplos específicos de innovaciones recientes en productos de JTI?

Un ejemplo claro de innovación en producto es Ploom, nuestro dispositivo de tabaco calentado, lanzado en Canarias el pasado mes de abril. Con este lanzamiento, Canarias se suma a la estrategia global de Ploom, esperando que para finales de 2026 el producto esté disponible en unos 40 países. La compañía planea invertir apro-

ximadamente 450 mil millones de Yenes (alrededor de 2.800 millones de euros) principalmente en la categoría de tabaco calentado, entre 2024 y 2026, incluyendo gastos comerciales, I+D+i y gastos de capital.

A diferencia de los cigarrillos tradicionales, el dispositivo Ploom elimina la combustión, es decir, calienta el tabaco a una temperatura ideal, sin generar humo y con menos olor, manteniendo una experiencia de auténtico sabor a tabaco. Este nuevo dispositivo de tabaco calentado se distingue por su tecnología HeatFlow™, desarrollada exclusivamente por el Grupo JT para garantizar el calentamiento del stick de tabaco de manera uniforme, ofreciendo al consumidor una experiencia intensa en sesiones de 5 minutos de caladas ilimitadas.

¿Cómo cree que las regulaciones gubernamentales están afectando la innovación y el desarrollo de nuevos productos en el sector del tabaco?

En un entorno donde las expectativas de los consumidores

ciertas medidas podrían tener en sectores clave para la economía de Canarias, más allá del tabaquero, como son la hostelería o el turismo.

¿Qué papel jugarán las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el big data, en la transformación del sector del tabaco?

Las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial (IA) y el big data, juegan un papel crucial en la transformación del sector del tabaco, al igual que lo están haciendo con el resto de los sectores de nuestra economía.

Los principales campos en los que podremos ver el impacto de estas tecnologías serán la innovación en productos, cuyo desarrollo podrá acelerar la IA, así como la optimización de la cadena de suministro a través de una mayor eficiencia en la producción, la distribución y una mejora en la predicción.

Un ejemplo de modernización tecnológica es la inversión que realizamos en 2023 para trasladar la producción de algunos formatos de nuestras marcas Winston y Camel desde Alemania y Polonia a nuestra fábrica de Tenerife. La inversión en la tecnología de última generación supuso el incremento del 40% en la capacidad productiva de la planta.

Para entender la magnitud de este hito, basta con señalar que las nuevas referencias que se fabrican en Tenerife están contribuyendo a elevar de forma significativa el volumen de las exportaciones totales de tabaco en Canarias.

¿Cuál es su visión del futuro del sector del tabaco? ¿Hacia dónde cree que se dirige la industria?

La visión de futuro para el sector del tabaco en Canarias es positiva y está marcada por un compromiso firme con el crecimiento económico sostenible de la región. Cabe destacar que el sector tabaquero genera más de 4.500 puestos de trabajo de manera directa o indirecta (aproximadamente el 18,8% del empleo manufacturero canario) y contribuye significativamente a las arcas públicas (con una recaudación directa estimada de unos 284 millones de euros en el ejercicio 2023) según datos recientemente publicados por la Asociación Canaria de Industriales Tabaqueros (ACIT). El año pasado, el tabaco se convirtió en el primer producto de exportación del Archipiélago, superando incluso, según las estimaciones, al hasta entonces líder: el plátano.

En JTI creemos que el futuro del sector pasa por seguir fortaleciendo nuestra relación con Canarias, apostando por la creación de empleo de calidad y desarrollo económico. Nuestra fábrica de Tenerife es solvente y está preparada para los futuros cambios y nuevos desafíos que se presenten.

REGALA UN AÑO DE EXPERIENCIAS INOLVIDABLES



LORO PARQUE
ANIMAL EMBASSY



Poema del Mar
AQUARIUM





Antonio Álvarez: “Nuestro objetivo es reducir el desperdicio alimentario y mejorar la rentabilidad de los hoteles”

ENTREVISTA

ANTONIO ÁLVAREZ
CEO DE VISIONARY HOSPITALITY

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Visionary Hospitality se describe como una colaboración de visionarios con una amplia experiencia en el sector hotelero. ¿Cómo surgió la empresa y cómo se diferencia de otras del sector?

Visionary Hospitality nació de la identificación de problemáticas recurrentes en el sector hotelero, especialmente en lo que respecta al despilfarro alimentario y la optimización de recursos. Ante los desafíos planteados por diversos grupos hoteleros, desarrollamos soluciones basadas en inteligencia artificial, visión artificial y procesamiento del lenguaje natural.

Nuestro enfoque inicial se centró en reducir significativamente el desperdicio de alimentos, un problema especialmente acuciante en los bufets. Tras dos años de especialización en este ámbito, hemos obtenido resultados muy satisfactorios.

¿Podría darnos ejemplos concretos de soluciones que han creado para diferentes tipos de establecimientos? ¿Cómo abordan el proceso de personalización?

Contamos con cuatro productos diseñados para reducir el desperdicio alimentario y mejorar la rentabilidad de los hoteles. Uno de ellos es Buffet Waste, un sistema de visión artificial que, en menos de un segundo, identifica y cuantifica los alimentos desechados sin requerir la intervención del personal de cocina. Gracias a algoritmos de machine learning, esta información se utiliza para generar recomendaciones personalizadas a los chefs, tanto a nivel individual como corporativo, con el objetivo de optimizar la gestión de alimentos. Además, integramos nuestros sistemas con los software hoteleros para obtener datos precisos sobre la ocupación y así ajustar la oferta gastronómica.

Además, ofrecemos otro producto: Hotel Waste, una solución diseñada para monitorizar de manera eficiente la generación de residuos en los hoteles. Este sistema permite clasificar rápidamente los residuos en categorías como plástico, vidrio, cartón, orgánico y general. El objetivo principal es no solo cuantificar los residuos, sino también identificar patrones y posibles desviaciones en la generación de los mismos. Esta información resulta especialmente valiosa para cumplir con las nuevas regulaciones que exigen a los establecimientos hoteleros medir y gestionar sus residuos de manera adecuada.

Nuestro tercer producto se centra en la optimización de la producción alimentaria. Para ello, hemos desarrollado un gemelo digital de buffet (Buffet Digital Twin) que nos permite analizar en profundidad los hábitos de consumo de los clientes. Esta herramienta nos brinda información valiosa sobre los productos más populares y los horarios pico de consumo.

Por último, contamos con People Counter, un sistema de visión artificial que nos permite contabilizar en tiempo real el flujo de personas en los bufets y otras áreas del hotel. Esta información resulta invaluable para optimizar la gestión de recursos humanos y la producción de alimentos. Al conocer el número exacto de comensales, podemos ajustar la producción a la demanda real, evitando así el exceso de comida y reduciendo el desperdicio.

Ofrecemos un conjunto de cuatro herramientas principales, pero nuestra propuesta va más allá. Realizamos una consultoría inicial a cada hotel para diseñar una solución personalizada. Evaluamos factores como el tipo de establecimiento, su categoría y los servicios que ofrece, y seleccionamos las herramientas más adecuadas para optimizar sus operaciones. De esta manera, garantizamos que cada hotel reciba una solución a medida y en el momento preciso.

Imagino que todas estas herramientas que me comentas están siendo muy bien recibidas por parte del sector, ¿verdad?

Sí. Inicialmente, sometimos nuestros productos a una rigurosa fase de pruebas, como es habitual en cualquier proyecto innovador. Los resultados han sido sorprendentes. En una cadena hotelera, por ejemplo, logramos reducir el desperdicio de alimentos orgánicos en un 80%, pasando de nueve a una tonelada mensual. Esto demuestra la eficacia de nuestra solución en la reducción de residuos.

En otras cadenas, hemos obtenido resultados aún más significativos. Por ejemplo, en aquellas con un presupuesto anual en alimentos y bebidas que supera los 41 millones de euros, hemos logrado ahorros de entre un 8% y un 10%. Esto representa millones de euros ahorrados y una reducción sustancial en el desperdicio de alimentos.

Además, al disminuir la producción de alimentos, especialmente aquellos que generan metano (un gas de efecto invernadero mucho más potente que el CO₂), hemos contribuido a reducir significativamente la huella de carbono.



Al inicio, encontramos cierta resistencia al cambio, ya que muchos establecimientos afirmaban no generar desperdicio alimentario. Sin embargo, al analizar en detalle sus operaciones, descubrimos que incluso en grandes cadenas hoteleras, con un consumo diario masivo de alimentos, se generaban cantidades significativas de residuos. A pesar de parecer insignificantes en comparación con el volumen total de alimentos consumidos, estos residuos representaban un problema ambiental relevante.

Además de ofrecer vuestras soluciones, ¿también ofrecen formación o algún tipo de soporte a sus clientes para asegurar una transición efectiva hacia estas nuevas herramientas?

Sí. Hemos descubierto que, si bien los sistemas de medición son fundamentales para cuantificar el desperdicio alimentario, el verdadero cambio se logra gracias a la intervención de los profesionales de la cocina. Por ello, hemos desarrollado una serie de herramientas y programas de formación dirigidos a chefs, directores de hoteles y personal corporativo. Estas herramientas proporcionan información detallada y personalizada sobre el consumo y el desperdicio de alimentos, permitiendo a los usuarios tomar decisiones más informadas y eficientes. Nuestro asistente virtual, Pancho, facilita el acceso a esta información a través de un lenguaje natural y ofrece recomendaciones personalizadas basadas en los datos recopilados. Además, realizamos un seguimiento continuo del progreso de nuestros clientes para garantizar la efectividad de nuestras soluciones.

Además, ofrecemos un servicio de consultoría culinaria personalizado. Nuestro chef de Buffet Waste trabaja en conjunto con los chefs de los hoteles para implementar estrategias de reducción de desperdicio alimentario. Entendemos que los chefs de grandes establecimientos hoteleros tienen agendas muy apretadas y pueden no disponer del tiempo necesario para analizar en profundidad los datos de consumo y desperdicio. Por ello, nuestro chef ofrece recomendaciones prácticas y personalizadas, adaptadas a las necesidades de cada establecimiento. Por ejemplo, hemos ayudado a muchos hoteles a reutilizar productos de alta calidad, como el pulpo, de manera más creativa, evitando así el desperdicio y optimizando los costos.



Estamos finalizando el desarrollo de un gemelo digital de buffet

Por último, ¿hay algún proyecto de innovación en particular en el que estén trabajando actualmente? ¿Cuál es vuestra visión a largo plazo?

En Visionary estamos comprometidos con la investigación y el desarrollo continuo. Nuestro objetivo es lograr un modelo más sostenible no solo para el sector turístico, sino para el conjunto de la sociedad y la vida cotidiana. Tenemos varios proyectos en desarrollo, como el gemelo digital de buffet, una réplica virtual de un buffet que aportará recomendaciones basadas en los patrones de consumo de los clientes. Además, estamos poniendo en marcha una iniciativa que se centra en la gestión, control y optimización de la producción en el sector hotelero.

El objetivo es conocer, a través de inteligencia artificial, los hábitos de consumo de las personas para ofrecer a las diferentes compañías y empresas productoras un estimado, evitando así el exceso de producción y disminuyendo considerablemente el desperdicio alimenticio por caducidad de productos. Apostamos por aportar un modelo más sostenible que sea socialmente responsable y bueno para el planeta. En el futuro, planeamos expandir esta solución a otros sectores como la alimentación en hospitales y colegios, donde la optimización de los recursos y la reducción del desperdicio son igualmente importantes.



ENTREVISTA

TONI EXPÓSITO
CEO DE
CONECTA SOFTWARE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Para comenzar, me gustaría conocer vuestros inicios. ¿Cómo fueron los inicios de Conecta Software?

Desde nuestros inicios en el año 2013 nos hemos enfocado en resolver un problema recurrente que detectábamos en las empresas que buscaban expandirse al comercio electrónico: la falta de conectividad entre sus operaciones físicas y digitales. Muchas empresas, incluso aquellas con un sólido desempeño en el mercado tradicional, se enfrentaban a desafíos significativos al intentar establecer una presencia on-line. Debían invertir en sistemas y procesos completamente nuevos para gestionar su inventario, precios y canales de venta on-line. Nuestra solución surgió precisamente para conectar estos dos mundos y ofrecer una transición más fluida hacia el comercio electrónico.

Imagino que la trayectoria de la empresa hasta la fecha ha sido muy positiva, dado el creciente interés y valor que se otorga a los datos y al e-Commerce en la actualidad. La creciente conciencia sobre la importancia de la información ha generado una demanda cada vez mayor de soluciones como la suya.

Efectivamente, hemos experimentado un crecimiento significativo. La pandemia aceleró de manera notable la adopción de la digitalización en las empresas. En España, por ejemplo, el porcentaje de empresas que realizaban comercio electrónico se duplicó en pocos años, pasando del 8% al 20%. Esto posiciona a nuestro país como uno de los líderes en crecimiento del comercio on-line a nivel europeo.

Actualmente, ¿cuáles son las tendencias emergentes en el ámbito del e-Commerce?

Nuestra empresa se especializa en la automatización de datos, tanto en el ámbito del comercio electrónico como en otras áreas. Creemos firmemente en el potencial de la inteligencia artificial para transformar la forma en que las empresas gestionan y aprovechan sus datos. Al identificar y organizar la información dispersa dentro de una organización, la inteligencia artificial permite extraer conocimientos valiosos y tomar decisiones más informadas, convirtiendo los datos en un activo estratégico.

Tecnologías como el Big Data y la Inteligencia Artificial se están implementando cada vez más para personalizar la



Toni Expósito: “Creemos en el potencial de la inteligencia artificial para transformar la forma en que las empresas gestionan y aprovechan sus datos”

experiencia de compra on-line y, en consecuencia, incrementar las ventas. Estas herramientas permiten analizar grandes volúmenes de datos de los consumidores para ofrecer recomendaciones personalizadas y mejorar la satisfacción del cliente, ¿verdad?

Efectivamente, la personalización de la experiencia del usuario es un aspecto fundamental. Cuando un sistema logra comprender las necesidades individuales de un cliente, la relación se transforma. En lugar de recibir publicidad intrusiva, el usuario percibe un servicio de asesoramiento personalizado. Es decir, se ofrece un valor añadido que el usuario estaría dispuesto a pagar.

Además de la personalización, otro aspecto crucial tanto para los consumidores como para las empresas es la seguridad de los datos. En el contexto del comercio electrónico,

es imprescindible garantizar la protección de la información personal de los clientes, implementando medidas de seguridad robustas.

La seguridad y la privacidad de los datos son aspectos fundamentales. Es crucial garantizar que los usuarios tengan control sobre su información personal, pudiendo eliminarla o modificarla en cualquier momento. Además, es imprescindible cumplir con las normativas de protección de datos y tratar la información de manera ética y responsable.

Además, cada empresa cuenta con procesos únicos. ¿Podría explicarnos cómo garantizan ustedes que sus soluciones de integración y automatización se ajustan a las necesidades específicas de cada cliente?

Consideramos que el activo más valioso de una empresa es su

conjunto de procesos internos. A menudo, en el afán de innovar, se tiende a desechar estos procesos establecidos. Sin embargo, nuestra filosofía se basa en construir sobre lo existente. Al igual que una persona evoluciona a lo largo del tiempo, los procesos empresariales también deben adaptarse y crecer. Por ello, realizamos un análisis exhaustivo de los procesos para identificar aquellas tareas repetitivas que pueden automatizarse, liberando así a los empleados para que se enfoquen en actividades de mayor valor.

Para concluir, nos gustaría conocer sus planes a futuro. ¿Qué innovaciones y mejoras tienen previstas para sus soluciones? ¿Qué nuevas características pueden esperar sus clientes en el horizonte?

Contamos con un producto estrella, Conecta HUB, que es un centro de conexión que recopila y

unifica toda la información relevante tanto interna como externa a la empresa.

Esta plataforma nos permite integrar tecnologías emergentes como Edge computing, que nos proporciona datos en tiempo real sobre lo que ocurre en el entorno físico. Por ejemplo, podemos contar el número de personas en un establecimiento o medir la temperatura ambiente.

“Conecta HUB, un centro de conexión que recopila y unifica toda la información relevante tanto interna como externa a la empresa”

Al integrar estos datos con la información interna de la empresa, podemos ofrecer soluciones de business intelligence que permiten tomar decisiones más informadas y basadas en datos. Un ejemplo claro es el caso de una empresa de chocolate que puede analizar la relación entre la temperatura exterior y sus ventas.



ENTREVISTA

KEVIN MARTÍN

CEO DE SUKHA STRATEGUS

Kevin Martín: “Nuestro objetivo es ofrecer un servicio a medida que se adapte a las necesidades específicas de cada negocio”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Para empezar, ¿nos podrías contar cómo surgió Sukha Strategus? ¿Cuál es la historia detrás de la creación de esta empresa?

La idea de Sukha Strategus surgió a mediados de 2021. Siempre he tenido una vocación empresarial y un fuerte deseo de contribuir al mundo de los negocios. En ese momento, compartía esta visión con un compañero que me propuso ofrecer servicios de consultoría de alta calidad a empresas, más allá de la asesoría tradicional. La idea era brindar un apoyo integral a nuestros clientes, no solo en la gestión diaria, sino también en la toma de decisiones estratégicas.

Inicialmente, nuestra propuesta se enfocaba en grandes empresas. Fundamos la compañía en febrero de 2022 y comenzamos a operar oficialmente en abril del mismo año, estableciendo nuestra sede en La Laguna. Además como CEO de esta compañía cuento con el apoyo fundamental de dos directores de área: Yasiel Hernández y Gabriel Torres.

En nuestro primer año, alcanzamos un volumen de negocio importante. Para el año siguiente duplicamos el mismo. Lo que quiero destacar es el crecimiento exponencial que hemos experimentado.

Comenzamos con un equipo de doce personas y actualmente contamos con una plantilla de entre veintitrés y veinticuatro empleados. En solo dos años, hemos más que duplicado nuestra cartera de clientes y ampliado significativamente nuestro alcance en el mercado canario.

Nuestra propuesta de valor se basa en un acompañamiento integral a nuestros clientes, desde la planificación estratégica hasta la ejecución de proyectos.

Inicialmente, nuestro enfoque se centraba en grandes empresas. No obstante, hemos ampliado nuestra cartera de clientes para incluir a autónomos y pymes, brindándoles el mismo nivel de servicio y expertise. Nuestra capacidad para involucrarnos en proyectos de manera proactiva y tomar decisiones conjuntamente con nuestros clientes nos ha permitido establecer relaciones sólidas y a largo plazo.

Gracias a esta diferenciación, hemos logrado una excelente acogida en el mercado, posicionándonos como una consultoría de gestión empresarial que no solo ofrece asesoramiento, sino que también acompaña activamente a sus clientes en su crecimiento y desarrollo preocupándonos exhaustiva y consensuadamente en sus negocios.

Entiendo que vuestro enfoque se centra en ofrecer un servicio diferenciado, ¿no es así? Un servicio que aporte un valor real y soluciones tangibles a las empresas, permitiéndoles concentrarse en sus operaciones diarias mientras ustedes se encargan de los aspectos más técnicos y estratégicos.

Exacto. Desde el primer momento, transmitimos a nuestros clientes un mensaje claro: sus desafíos son también los nuestros. Nuestra experiencia nos permite abordar una amplia gama de problemáticas empresariales,



desde la gestión financiera hasta la búsqueda de financiación y la gestión de subvenciones.

Nuestra propuesta de valor radica en liberar a nuestros clientes de las tareas administrativas y burocráticas, permitiéndoles dedicar más tiempo a desarrollar su actividad.

Cuando un cliente llega a Strategus, realizamos un análisis exhaustivo de sus necesidades y elaboramos una propuesta a medida. Ofrecemos una amplia gama de servicios, que incluyen contabilidad, fiscalidad, laboral, asesoramiento legal y servicios de IT. Además, hemos integrado servicios de marketing para brindar a nuestros clientes una solución integral porque entendemos que el contexto de la realidad económica y social, y sabemos que el marketing es una herramienta fundamental para el desarrollo de nuestros clientes.

Nuestra estructura es similar a un holding, con dos divisiones especializadas: una enfocada en marketing y tecnología, y otra en asesoría contable, fiscal, laboral y legal. De esta manera, garantizamos que nuestros clientes tengan cubiertas todas sus necesidades en un solo lugar. Desde la negociación de salarios hasta la implementación de estrategias de marketing, ofrecemos un acompañamiento integral que les permite centrarse en el crecimiento de su negocio.

¿Cuáles son las principales tendencias que ven en el sector de la consultoría empresarial? ¿Cuáles están siendo las demandas emergentes de los clientes?

En este último año, hemos observado un aumento significativo de la demanda de servicios de reestructuración financiera. La crisis sanitaria ha acelerado la necesidad de adaptar los modelos de negocio y buscar nuevas fuentes de financiación. En este contexto, la gestión de subvenciones se ha convertido en un aspecto crucial para muchas empresas.

Hemos detectado una gran carencia de información y asesoramiento especializado en materia de subvenciones. Por ello, hemos centrado nuestros esfuerzos en este ámbito, ofreciendo a nuestros clientes un servicio integral que les permita identificar

y acceder a todas las ayudas disponibles.

Además de la reestructuración financiera y la gestión de subvenciones, hemos notado un creciente interés por los servicios de consultoría y gestión empresarial. Si bien cada vez hay más especialistas en sectores específicos, existe una demanda latente de asesoramiento en áreas como la contabilidad, la fiscalidad y la gestión empresarial en general. Muchos emprendedores y empresarios necesitan orientación para tomar decisiones estratégicas que les permitan hacer crecer sus negocios de forma sostenible y rentable.

“Nuestra propuesta de valor radica en liberar a nuestros clientes de las tareas administrativas y burocráticas, permitiéndoles dedicar más tiempo a desarrollar su actividad”

Nuestra experiencia se fundamenta en la gestión directa de empresas, lo cual nos ha proporcionado una visión profunda de las necesidades y desafíos de nuestros clientes. Al haber estado al frente de compañías, hemos adquirido una comprensión integral de las dinámicas empresariales y hemos desarrollado soluciones personalizadas para cada cliente.

Este bagaje nos ha permitido conformar un equipo multidisciplinario, integrado por profesionales provenientes de diversas industrias, incluyendo grandes corporaciones. Nuestro objetivo es ofrecer un servicio a medida que se adapte a las necesidades específicas de cada negocio.

En cuanto al marketing, hemos experimentado un crecimiento exponencial en este último año. Hemos pasado de contar con un solo profesional a tener un equipo de cuatro personas dedicadas exclusivamente a esta área. Esto se debe, en gran medida, al creciente interés de nuestros clientes por mejorar su visibilidad y posicionamiento en el mercado. Hemos atendido a una amplia gama de sectores, desde la agricultura hasta la construcción, demostrando nuestra capacidad para adaptarnos a las necesidades de cada cliente.

Además, como bien comentabas, vuestra experiencia en altos cargos directivos es un valor añadido indiscutible. Esta trayectoria les otorga una perspectiva única y estratégica que resulta invaluable para asesorar a nuestros clientes.

Efectivamente, nuestra experiencia en puestos de alta dirección nos ha sensibilizado ante la importancia de cada problema, independientemente de su magnitud aparente. Entendemos que cada desafío es único y relevante para quien lo enfrenta, y por tanto, merece nuestra atención y dedicación.

Somos conscientes de que no somos infalibles, pero creemos firmemente en la capacidad de encontrar soluciones a cualquier problema. Nuestra filosofía se basa en la búsqueda constante de alternativas, por pequeñas que parezcan. Nos esforzamos por acompañar a nuestros clientes en cada etapa del proceso, estableciendo una relación de confianza basada en la empatía y la transparencia.

Hemos detectado una creciente tendencia en el mercado hacia la personalización del servicio. Los clientes buscan relaciones duraderas con sus proveedores, basadas en la confianza y la atención individualizada. A diferencia de las grandes empresas, donde los clientes pueden sentirse como un número más, nosotros ofrecemos un servicio cercano y humano, donde cada cliente es único y valioso.

Para finalizar, nos gustaría conocer su visión estratégica a largo plazo. ¿Cuáles son vuestros planes para expandir la presencia de Strategus en el mercado de la consultoría y la gestión empresarial? ¿Cómo piensan diversificar su oferta de servicios y explorar nuevos sectores o mercados?

Actualmente nos encontramos en una fase de consolidación del crecimiento experimentado en los últimos dos años. Nuestros próximos pasos incluyen una expansión estratégica hacia Gran Canaria, donde ya hemos iniciado algunas colaboraciones.

Asimismo, estamos profundizando nuestra participación en el sector del agua, prestando especial atención a las comunidades de bienes, dado la importancia de este recurso en Canarias. Paralelamente, tenemos proyectado expandir nuestras operaciones a Madrid en 2026, aprovechando las oportunidades que ofrecen los fondos de inversión en esta comunidad.



ENTREVISTA

SANTIAGO BAUTE
CEO DE UPZELL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La innovación está presente en el día a día de Upzell. ¿En qué áreas de innovación están centrando actualmente sus esfuerzos?

Nuestra empresa ha sido pionera en la digitalización de PyMEs. Con la llegada del Kit Digital, hemos consolidado nuestra posición como proveedores de soluciones digitales, gestionando un amplio portafolio de proyectos subvencionados.

Nuestros servicios abarcan desde la solicitud de subvenciones hasta la implementación de soluciones tecnológicas como comercio electrónico, CRM, ERP y desarrollo web. Asimismo, ofrecemos asesoramiento en la búsqueda de financiación para proyectos TIC a distintos niveles administrativos.

Como proveedores certificados, gestionamos el ciclo completo del Kit Digital, desde la solicitud hasta la implementación de la solución. Además, nos especializamos en la búsqueda de financiación para proyectos TIC de las PyMEs a nivel regional, insular y nacional, incluyendo proyectos de mayor envergadura. Estas son nuestras principales líneas de actuación en la actualidad.

En su opinión, ¿cuáles son los aspectos clave que las empresas deben considerar al embarcarse en un proceso de digitalización para asegurar una transición exitosa?

La digitalización empresarial es un tema complejo que merece una profunda reflexión. Sin embargo, para resumir, recomendamos a las PyMEs integrar la digitalización como un elemento fundamental de su estructura empresarial, aportando valor añadido a sus procesos.

Santiago Baute: “Nos hemos especializado en la aplicación de inteligencia artificial a los procesos de gestión empresarial”

Hemos observado que algunas empresas ven el Kit Digital únicamente como una oportunidad para obtener una subvención, sin valorar su potencial para transformar su negocio. Es común que este tipo de iniciativas fracasen. Sin embargo, aquellas empresas que ven la digitalización como una oportunidad estratégica y la integran en sus procesos y modelo de negocio suelen obtener resultados exitosos.

Las empresas deben aprovechar las ayudas y subvenciones gubernamentales como una oportunidad para impulsar su transformación digital y mejorar su competitividad en el mercado, ¿no?

Sí, evidentemente. Un claro ejemplo lo encontramos en la implementación de sistemas ERP. Muchas Pymes en las islas aún utilizan métodos tradicionales y manuales para gestionar sus procesos. Al adoptar un ERP, estas empresas obtienen una visión integral de su negocio, acceden a información en tiempo real y pueden tomar decisiones más informadas basadas en datos concretos.

Por otra parte, comentó sobre algunos proyectos TIC para PyMEs. ¿Podría compartir con nosotros más detalles sobre cómo planeamos colaborar en estas iniciativas?

Nuestra empresa se dedica a la digitalización de PyMEs de diversos sectores. Dada nuestra ubicación en Canarias, nos hemos especializado en el sector turístico, concretamente en empresas de actividades. Desarrollamos soluciones digitales para comercializar sus servicios a través de internet y plataformas, alcanzando distintos mercados.

Para que te hagas una idea, hace unos años, las empresas dedicadas a actividades como excursiones en todo terreno operaban principalmente de manera presencial en las zonas turísticas. Hoy en día, la comercialización de estas actividades ha experimentado un cambio radical, migrando casi por completo al entorno digital. Tanto operadores turísticos como cadenas hoteleras y los propios clientes adquieren estas experiencias a través de plataformas en línea, ya



sea directamente desde la empresa o mediante intermediarios.

Precisamente ante esta transformación digital del sector turístico, nuestra empresa se posiciona como un aliado estratégico para estas compañías. Con nuestra amplia experiencia, las apoyamos en el desarrollo e implementación de sus estrategias digitales. Lo que antes era una iniciativa innovadora, hoy se ha convertido en una necesidad imperativa para garantizar la supervivencia y el crecimiento de cualquier empresa turística. Aquellos negocios que no hayan digitalizado sus procesos comerciales están destinados a enfrentar serias dificultades financieras.

Me gustaría conocer su visión sobre el papel de Upzell en la evolución del panorama tecnológico canario, especialmente en el ámbito de la consultoría. ¿Cómo prevé que Upsell contribuirá a moldear el futuro de este sector en las Islas?

Somos una PyME de consultoría tecnológica con una visión

a largo plazo. Desde hace varios años, nos hemos especializado en la aplicación de inteligencia artificial a los procesos de gestión empresarial. Esta tecnología, que ya no es una novedad sino una realidad, ha demostrado ser una herramienta invaluable para optimizar las operaciones de las PyMEs. Nuestra experiencia nos permite afirmar que los resultados obtenidos son muy prometedores.

Antes, muchos procesos eran tediosos y repetitivos, requiriendo una dedicación considerable de tiempo por parte de nuestros empleados. Gracias a la inteligencia artificial, hemos logrado automatizar y optimizar estas tareas, liberando a nuestro personal para que se enfoque en actividades de mayor valor.

Además de la IA, también estamos explorando las posibilidades del Internet de las Cosas (IoT) en sectores como el turismo, la agricultura y el transporte. Por ejemplo, utilizamos sensores vehiculares para mejorar la eficiencia en la logística.

D Á M A S O
ABOGADOS Y ASESORES





Borja Cabezón: “Al apoyar proyectos innovadores, contribuimos a generar empleo y a impulsar el cambio hacia un modelo productivo más sostenible”

ENTREVISTA

BORJA CABEZÓN
CONSEJERO DELEGADO
DE ENISA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Como nuevo consejero delegado de ENISA, ¿cuál es su visión a largo plazo para la empresa y qué cambios o iniciativas planea implementar para fortalecer su papel en el ecosistema emprendedor español?

En ENISA, nuestro objetivo es ser el aliado financiero de quienes quieren emprender en nuestro país. Queremos llegar a cada rincón de España para que cualquier persona con una idea innovadora sepa que contamos con las herramientas necesarias para hacer realidad sus proyectos empresariales.

ENISA ofrece una alternativa de financiación única para quienes emprenden. Al solicitar un préstamo en ENISA, no es necesario presentar avales ni garantías adicionales. Tampoco entramos a formar parte del accionariado, permitiendo a la empresa mantener el control total de su negocio. Además, los plazos de amortización y carencia son amplios y flexibles y están adaptados a las necesidades de cada proyecto.

Estas características hacen de ENISA una herramienta de financiación inigualable. Por eso, consideramos muy importante que todas las personas emprendedoras españolas lo sepan.

En su opinión, ¿cuáles son los principales retos que enfrentan quienes emprenden en España actualmente, y cómo puede ENISA contribuir a superar estos obstáculos?

No me quiero reiterar, pero, sin duda, uno de los mayores desafíos de quienes emprenden, más allá de tener una buena idea, es conseguir

la financiación necesaria para llevar a cabo su proyecto. En este contexto, la financiación pública se vuelve fundamental, y ENISA se posiciona como una herramienta clave para acceder a ella.

Si hablamos de Canarias, en particular, es el archipiélago un lugar ideal para emprender?

Canarias ha dejado de ser solo un destino turístico y está experimentando un auge del ecosistema emprendedor en los últimos tiempos. Las islas están consolidándose como un *hub* de emprendimiento, gracias a la creciente capacidad y talento de su población. Su clima, cultura y gastronomía son un atractivo adicional, convirtiendo a estas islas en un lugar ideal para invertir y desarrollar proyectos empresariales.

En Canarias, a lo largo de la historia de ENISA, hemos finan-



ciado un total de 84 empresas con préstamos por valor de 719.000 euros. Además, de las más de 1.240 empresas certificadas por ENISA, 29 pertenecen a la comunidad canaria, lo que demuestra el compromiso de la entidad con el desarrollo empresarial en las islas.

Estos números, aunque positivos, tienen aún margen de mejora. Por ello, nuestro objetivo es llegar a todos los rincones de España, asegurando que nadie se quede sin conocer los servicios que ofrecemos.

Entre 2005 y 2019, ENISA generó un impacto notable en términos de creación de empleo. ¿Cuáles son vuestras metas para los próximos años en términos de inversión y generación de empleo, y cómo se alinea esto con las prioridades del Gobierno español?

El Gobierno de España se ha fijado como objetivo crear empleo de calidad, y la financiación pública a *startups* y pequeñas y medianas empresas innovadoras es clave para lograrlo. ENISA, como entidad de financiación, busca que las y los emprendedores conozcan las oportunidades que ofrecemos. Como ya he dicho antes, la financiación es un factor crítico en las primeras etapas de emprendimiento, y ENISA se posiciona como una solución a esta necesidad. Al apoyar proyectos innovadores, contribuimos a generar empleo y a impulsar el cambio hacia un modelo productivo más sostenible.

Mirando hacia el futuro, ¿qué tendencias emergentes en el emprendimiento y la innovación en España y Canarias cree que tendrán un impacto significativo en la forma en que ENISA opera y apoya a los emprendedores?

El talento es un valor universal que se manifiesta en múltiples áreas. Sin embargo, es innegable que las energías renovables y las ciencias de la salud están experimentando un crecimiento exponencial y atrayendo a un gran número de personas con gran cualificación. Estos sectores ofrecen grandes oportunidades para el desarrollo de proyectos innovadores y sostenibles.

Excma. Ayuntamiento de
LOS REALEJOS



DE RECICLAR TU BASURA

RECICLA TU COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE



RECÍCLATE

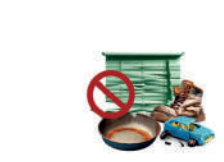
CONTENEDOR AMARILLO



ENVASES DE PLÁSTICO
Botellas de agua, refrescos y leche. Envases de productos de limpieza. Gases de baño, colonia y champú. Bolsas de congelados. Tarrinas de mermelada y envases de yogur. Bandejas de corcho blanco, envoltorios de plástico, bolsas de aperitivos y golosinas y la bolsa de plástico de los comercios.



ENVASES METÁLICOS
Latas de conservas, latas de bebidas, bandejas de aluminio, aerosoles, tapones metálicos de botella y tapas de frascos.



ENVASES TIPO BRIK
Envases tipo brik de zumos, leche, vino, batidos, caldos, gaspacho, etc.

Para que el reciclaje sea más efectivo, vacía bien los envases y reutiliza las bolsas de los comercios para llevarlos al contenedor.

CONTENEDOR MARRÓN

RESIDUOS DE COMIDA Y OTROS DESPERDICIOS ORGÁNICOS

Restos de comida, desperdicios de fruta y verdura, residuos de carne y pescado, cáscaras de huevo, de marisco y frutos secos, posos de café e infusiones, papel de cocina y servilletas usadas, tapones de corcho, cerillas, semillas y pequeños restos de jardinería: plantas, hojarasca, ramos de flores...

CONTENEDOR DE RESTO

RESTO DE RESIDUOS

Productos higiénicos usados, mascarillas, pañales, juguetes rotos, cristales, vajillas o cubiertos, objetos de plástico o metal que no sean envases, etc.

El contenedor de resto está destinado a aquellos residuos que no sean envases o que no tengan un lugar específico de recogida en tu municipio. Cuando no estés seguro de dónde depositar algo, consulta con tu ayuntamiento o llévate al punto limpio.

CONTENEDOR AZUL

ENVASES DE CARTÓN Y PAPEL

Cajas de galletas, de cereales, de zapatos, de productos congelados, hueveras de cartón, etc. Y todo tipo de papel: periódicos, libros, revistas y bolsas de papel.

Puedes reutilizar las bolsas de papel que te dan en las tiendas para guardar los envases de cartón, bien plegados, y depositarlo todo dentro del contenedor azul.

IGLÚ VERDE

ENVASES DE VIDRIO

Botellas de vidrio, frascos de cosmética y de colonia, tarros de mermelada y de conserva, etc.

Para facilitar el reciclaje de estos envases es necesario introducirlos en el contenedor sin tapones ni tapas.

ecoembes
El poder de la colaboración

Excma. Ayuntamiento de
LOS REALEJOS



Miriam Perestelo: “La isla puede ser un laboratorio vivo de proyectos estratégicos que impulsen el desarrollo sostenible”

ENTREVISTA

MIRIAM PERESTELO
CONSEJERA DE
TRANSFORMACIÓN DIGITAL
DEL CABILDO DE LA PALMA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Miriam, recientemente, desde el Cabildo de La Palma han impulsado el “Premio a la Digitalización” para pequeñas y medianas empresas. Símbolo del trabajo que están realizando para fortalecer e impulsar el tejido empresarial de la isla, ¿no es así?

Efectivamente, consideramos la transformación digital como una prioridad estratégica para el Cabildo de La Palma, en línea con la visión del presidente Sergio Rodríguez. Nuestro objetivo es lograr una transformación digital integral de la isla, no solo modernizando la administración pública, sino también apoyando al sector privado. Los premios que mencionas se enmarcan en nuestro programa Acelera PyME, financiado con fondos Next Generation, y están diseñados para impulsar la innovación y el emprendimiento en la isla.

Este proyecto tiene como objetivo principal impulsar la digitalización de las PyMEs en entornos rurales, como algunos de los municipios de La Palma, de los que queremos aumentar la competitividad a través de la tecnología. Esta iniciativa invita a todas las empresas a participar y aprovechar esta oportunidad y, por supuesto, hemos animado a todas ellas a presentar sus proyectos antes del 17 de octubre. Con esta convocatoria, buscamos visibilizar el excelente trabajo que ya están realizando muchas empresas en la isla y, al mismo tiempo, incentivar a otras a sumarse a esta transformación digital, que sabemos que puede generar en primera instancia ciertas dudas. Esperamos una gran participación para lograr un impacto positivo en el tejido empresarial palmero.

Esperan, por ende, que este proyecto tenga un impacto positivo, incentivando a más PyMEs a adoptar soluciones digitales.

Así es.

¿Qué otros proyectos están llevando a cabo actualmente?

Actualmente, desde nuestra área estamos ejecutando dos grandes proyectos. Por un lado, tenemos 'La Palma Smart Island', un plan estratégico integral que busca optimizar la gestión de recursos, infraestructuras y servicios públicos. Este proyecto abarca diversas áreas, desde la movilidad y la eficiencia energética hasta la participación ciudadana.



Además, incluye un componente formativo dirigido a la ciudadanía y al sector empresarial.

Por otro lado, tenemos el proyecto 'Acelera PyME', enfocado específicamente en apoyar la digitalización de las empresas de la isla. Ambos proyectos demuestran nuestro compromiso con la transformación digital de La Palma y han sido reconocidos tanto a nivel local como nacional.

Asimismo, la sensorización y la recopilación de datos han sido fundamentales para la recuperación de las zonas de Puerto Naos y La Bombilla, afectadas por la erupción volcánica. Gracias a estas tecnologías, hemos podido evaluar los daños y tomar las medidas necesarias para restaurar el entorno. El Servicio de Transformación Digital del Cabildo de La Palma ha sido el motor de este proyecto, demostrando la importancia de la tecnología en la gestión de crisis.

Miriam, si hablamos de retos, ¿cuáles son los principales retos que enfrenta La Palma en su proceso de transformación digital?

Nos enfrentamos a grandes desafíos, como la mejora de la infraestructura tecnológica de la isla. Uno de los problemas más acuciantes es la falta de conectividad por fibra óptica y cobertura móvil. Aunque no tenemos competencias directas en este ámbito, desde el Cabildo de La Palma estamos trabajando de manera coordinada con los ayuntamientos y las operadoras telefónicas para buscar solu-

ciones y mejorar la situación.

Consideramos que mejorar la conectividad en la isla es fundamental para avanzar hacia una verdadera transformación digital. Además, debemos abordar la brecha digital que afecta, especialmente, a nuestra población envejecida. Es nuestra responsabilidad como administración pública garantizar que todos los ciudadanos, independientemente de su edad, tengan acceso a las herramientas digitales y los conocimientos necesarios para utilizarlas. Por ello, es imprescindible implementar programas de formación y capacitación dirigidos a todas las edades.

Otro gran reto es lograr la colaboración del sector privado para impulsar proyectos de digitalización. Además, es fundamental que la administración pública, en especial el Cabildo de La Palma, apoye a los ayuntamientos en su proceso de digitalización. Esto permitirá agilizar los trámites administrativos y mejorar la eficiencia en la gestión de expedientes. Somos conscientes de que la digitalización es clave para reducir la burocracia y mejorar la calidad de los servicios públicos. De hecho, hemos obtenido una subvención de 600.000 euros para digitalizar los padrones municipales de la isla, lo que demuestra nuestro compromiso con este objetivo.

Además, hemos presentado solicitudes para participar en otras convocatorias. Una de ellas, el Reto Rural Digital, nos permitiría ofrecer formación a la ciudadanía en general con un presupuesto de 725.000 euros.

También hemos presentado propuestas dentro del marco de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes y de la Red de Destinos Comerciales Inteligentes, con el objetivo de apoyar la transformación digital de estos sectores. Estamos a la espera de los resultados de estas convocatorias y confiamos en que sean aprobadas para poder llevar a cabo estos proyectos.

Para concluir, ¿cómo le gustaría posicionar a la isla de La Palma en los próximos años?

Comprendiendo que la transformación digital es una cuestión estratégica para La Palma, y considerando la idoneidad de su territorio insular para la investigación y la innovación, vemos una oportunidad única para atraer proyectos que impulsen el desarrollo tecnológico y la transformación digital en la isla.

Es decir, podríamos convertir la isla en un laboratorio vivo para desarrollar proyectos estratégicos que impulsen el desarrollo sostenible. Así, diversificaríamos nuestra economía y atraeríamos el talento necesario para consolidar nuestro crecimiento, revirtiendo la pérdida de población. Nuestro presidente, Sergio Rodríguez, lidera este esfuerzo con el objetivo de generar un impacto real y duradero.

“Estamos trabajando en la creación de un hub de innovación”

En este sentido, estamos trabajando en la creación de un hub de innovación que sirva como catalizador para el desarrollo de diversos sectores, como el audiovisual, la animación y el turismo inteligente. Este espacio abierto fomentará la colaboración y el desarrollo de proyectos vinculados a la transformación digital, impulsando así la innovación en sectores clave como la agricultura, la energía y la sostenibilidad.



Michelle Perello: “El objetivo era conectar a las entidades canarias con las oportunidades de financiación europeas”

ENTREVISTA

MICHELLE PERELLO
DIRECTORA DE CONSULTA
EUROPA PROJECTS AND
INNOVATION S.L.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cómo surgió la idea de fundar Consulta Europa en 2009 como agencia privada de desarrollo local y centro de conocimiento en las Islas Canarias?

En mis inicios yo trabajaba como consultora independiente, dividiendo mi tiempo entre Bruselas y Canarias. Mi labor consistía en asesorar a diversas organizaciones canarias del sector de la investigación y la innovación sobre cómo acceder a fondos europeos. Si bien Canarias recibía importantes fondos FEDER, observé que existía una demanda insuficiente por mis servicios. Esto me frustraba, no tanto por razones económicas,

sino porque veía un gran potencial sin explotar en cuanto a la captación de fondos europeos.

Dada la situación, decidí crear una entidad propia capaz de presentar proyectos y fomentar la participación de otras organizaciones. Así nació Consulta Europa, concebida inicialmente como una consultoría para asegurar la viabilidad de los proyectos, pero con la visión a largo plazo de convertirse en una agencia de promoción y desarrollo local. El objetivo era conectar a las entidades canarias con las oportunidades de financiación europeas y fomentar la colaboración público-privada para impulsar la innovación.

Coincido contigo en que la falta de conocimiento sobre los fondos europeos limitaba el potencial de desarrollo de Canarias. Muchas entidades no eran conscientes de las oportunidades que estos fondos representaban para sus proyectos.

Efectivamente, faltaba conocimiento sobre los fondos europeos, pero también existía un cierto miedo a su complejidad. Los requisitos, como la redacción de proyectos en

inglés y la colaboración con entidades europeas, parecían un obstáculo insalvable para muchas organizaciones. Además, la existencia de fondos menos exigentes, como los FEDER, reducía la motivación para buscar financiación europea.

Imagino que, desde vuestros inicios hasta convertir-se en lo que es hoy Consulta Europa, una empresa especializada en gestión de proyectos europeos de investigación, educación e innovación, ha habido un gran avance. Actualmente, se aprecia un mayor interés y conocimiento sobre estas ayudas, lo que ha reducido considerablemente el miedo a participar en ellas, ¿verdad?

Totalmente de acuerdo. El camino recorrido ha sido largo y fructífero. Recuerdo que cuando comenzamos la participación en proyectos europeos era muy baja, especialmente en Canarias. Incluso a nivel nacional se cuestionaba la inversión en estos programas debido a la baja tasa de retorno. Sin embargo, la situación ha cambiado radicalmente.

Hoy en día, hay una mayor motivación, se presentan proyectos de calidad y Canarias, con su potencial en sectores como la economía azul, circular y las energías renovables, se posiciona como una comunidad con grandes oportunidades en el ámbito de la investigación e innovación.

Michelle, centrándonos en Consulta Europa, ¿podrías explicarnos brevemente los servicios que ofrecen y en qué áreas se especializan? ¿Qué soluciones innovadoras aportan a sus clientes?

Inicialmente, nos enfocamos en la consultoría para la gestión de proyectos europeos, especializándonos en la preparación y ejecución de propuestas. Con el tiempo, y gracias a nuestra participación en proyectos como socios, desarrollamos una sólida experiencia en procesos participativos, tanto en innovación como en políticas públicas. Más recientemente, creamos un departamento de comunicación especializado en proyectos europeos, reconociendo la importancia de difundir los resultados y crear sinergias. Además, ofrecemos servicios de formación para fortalecer las capacidades de las organizaciones en estas áreas.

Ofrecemos una amplia gama de servicios de formación, tanto a nivel local como internacional. Trabajamos con centros de investigación, empresas y universidades de Canarias y de la península ibérica, así como con entidades europeas. Nuestra formación abarca desde el desarrollo y la gestión de proyectos hasta la comunicación especializada, adaptándonos a las necesidades específicas de cada cliente.

Me gustaría conocer las principales líneas estratégicas de su empresa para el futuro. ¿Qué tendencias o novedades en investigación, educación e innovación europea están influyendo en su agenda y cómo se adaptan a los cambios constantes del entorno europeo?

A nivel europeo, existe una amplia variedad de estrategias y programas plurianuales que guían la investigación. Si hablamos de Horizonte Europa, uno de los programas más destacados, podemos identificar claramente las grandes prioridades establecidas a través de sus misiones. Estas misiones son iniciativas estratégicas a largo plazo que orientan los proyectos de investigación hacia temáticas clave como la adaptación al cambio climático, la salud (con un enfoque especial en el cáncer), la protección de océanos, aguas y suelos, y el desarrollo de ciudades inteligentes y climáticamente neutrales.

Actualmente, estamos trabajando en varios proyectos. Uno de ellos se centra en el desarrollo de estrategias locales para zonas rurales e insulares, siempre con un enfoque participativo. Nuestro objetivo es

promover un desarrollo inclusivo y sostenible, asegurando que todos los actores puedan contribuir y que las iniciativas sean respetuosas con el medio ambiente y la sociedad.

Asimismo, estamos involucrados en proyectos relacionados con la Economía Azul, aprovechando las oportunidades que ofrece el entorno insular, especialmente en el ámbito de las energías renovables y el turismo sostenible. También desarrollamos proyectos transversales que fomentan la capacitación en emprendimiento e innovación.



Canarias se posiciona como una comunidad con grandes oportunidades en el ámbito de la investigación e innovación

La igualdad de género es otra prioridad en nuestra agenda. De hecho, coordinamos un proyecto europeo enfocado en implementar planes de igualdad de género en universidades europeas. Este tema es cada vez más relevante, especialmente considerando que Horizonte Europa exige a todas las entidades públicas contar con un plan de igualdad para acceder a sus fondos.

En definitiva, planes estratégicos con metas ambiciosas que se desarrollarán a lo largo de varios años...

Efectivamente, estamos creciendo y nos sentimos muy satisfechos con nuestro trabajo. Creemos que esta ilusión es clave en nuestro éxito.

Recibimos constantemente comentarios positivos de nuestros clientes. Nuestra pequeña escala nos permite ofrecer un servicio altamente personalizado y responder de manera ágil a las necesidades tanto de los clientes como de los socios de nuestros proyectos. Esta flexibilidad y cercanía nos diferencian de las grandes consultoras, que a menudo pierden la capacidad de adaptarse rápidamente a las circunstancias y de ofrecer un servicio verdaderamente personalizado.



Jesús Fuentes: “La solución BeAmbassador facilita la creación de una comunidad de empleados comprometidos y apasionados por la marca”

ENTREVISTA

JESÚS FUENTES

FUNDADOR DE BEAMBASSADOR

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

La plataforma creada por BeAmbassador permite que las empresas puedan convertir a sus empleados y equipos comerciales en los mejores embajadores de su marca. Háblenos del crecimiento de la compañía en este último año. ¿Han experimentado un aumento significativo en el número de clientes o en la adopción de su plataforma?

Efectivamente, hemos detectado un notable incremento en el interés por las estrategias de marca empleadora. Diariamente recibimos numerosos contactos a través de nuestro sitio web, provenientes tanto de España como de Latinoamérica. Este interés se centra especialmente en plataformas y conocimientos que posicionen y activen a los empleados.

En cuanto a la adopción de nuestra plataforma, si bien este año ha sido complejo en términos de crecimiento, hemos observado una mayor actividad a partir de septiembre. Las empresas muestran un interés creciente en solicitar presupuestos para nuestra plataforma y están dispuestas a probar estas soluciones a través de pruebas piloto o primeras fases. Es comprensible que necesiten tiempo para adaptarse a esta nueva tecnología y dinámica con sus empleados.

¿En qué sectores están observando un mayor interés y adopción de sus soluciones? ¿Hay algún sector en particular que esté liderando esta tendencia?

Actualmente trabajamos con una amplia variedad de clientes en diversos sectores. Desde el sector financiero y asegurador, donde colaboramos con grandes empresas en proyectos orientados a fortalecer el perfil comercial de sus empleados, hasta el sector de la alimentación y la educación. Incluso hemos tenido la oportunidad de trabajar con instituciones tan tradicionales como el Ejército de Tierra, ayudándoles a construir su marca a través de sus propios embajadores.

Si bien trabajamos con una amplia variedad de sectores, podemos identificar tres usos principales de nuestra plataforma. Cuando el proyecto es liderado por Recursos Humanos, el objetivo es fortalecer la marca empleadora y atraer talento. En el caso de las áreas comerciales, como en las aseguradoras, se busca generar oportunidades de negocio a través de los empleados como embajadores de marca. Por último, en proyectos de marketing y comunicación, como el que desarrollamos con NTT DATA en varios países, el foco está en construir y fortalecer la marca de la empresa a través de las acciones de sus empleados en redes sociales y otros canales.



¿Se centran solo en grandes corporaciones o también trabajan con empresas de menor tamaño?

Las grandes corporaciones, con su gran número de empleados, son un segmento clave para nosotros. Su tamaño permite una mayor expansión de nuestra solución dentro de la organización.

Aunque también estamos observando un creciente interés por parte de empresas más pequeñas, nuestro foco principal sigue estando en corporaciones con más de 200-300 empleados, que suelen contar con culturas organizacionales sólidas y políticas enfocadas en el bienestar del empleado, como flexibilidad y reconocimiento. Es en este tipo de organizaciones donde hemos encontrado el mayor impacto de nuestra solución.

¿Cómo evalúas la consolidación del empleado como centro de las estrategias empresariales? ¿Consideras que esta tendencia seguirá fortaleciéndose en los próximos años?

Es cierto que, en el pasado, las empresas centraban sus estrategias en el cliente, buscando la recomendación como principal motor de crecimiento. Sin embargo, el panorama actual es muy diferente. La globalización, la competencia por el talento y la transformación digital han llevado a las empresas a replantear sus enfoques.

Hoy en día, el talento es un recurso escaso y altamente demandado, especialmente en sectores como la tecnología. Para atraer y retener a los mejores profesionales, las empresas deben ofrecer un entorno de trabajo atractivo y motivador. Un empleado comprometido y satisfecho es más propenso a ser un embajador de la marca, generando recomendaciones y contribuyendo al éxito de la empresa.

Esta nueva visión, que coloca al empleado en el centro de la estrategia, tiene múltiples beneficios. Un empleado motivado es más productivo, creativo e innovador. Además, contribuye a fortalecer la cultura organizacional y a mejorar la reputación de la empresa. En definitiva, invertir en el bienestar y desarrollo de los empleados es

una inversión a largo plazo que genera un retorno significativo.

¿Cómo consigue BeAmbassador que los empleados sean la voz de la empresa? ¿Cuáles son las soluciones que aportan en este sentido?

BeAmbassador es una plataforma on-line diseñada para conectar a las empresas con sus empleados, transformándolos en auténticos embajadores de marca. Nuestra solución, desarrollada por un equipo canario, ofrece una experiencia divertida y sencilla.

Las empresas cargan contenido relevante a una biblioteca virtual, que se personaliza según el perfil de cada empleado. Este contenido, que puede incluir artículos, videos o infografías, está diseñado para inspirar y motivar a los empleados a compartir la visión y los valores de la empresa en sus redes sociales.

Los empleados, a su vez, pueden participar en retos y competiciones, recibir incentivos y brindar feedback a la empresa. Esta interacción bidireccional fomenta un sentido de pertenencia y compromiso, fortaleciendo la relación entre la empresa y sus colaboradores.

BeAmbassador simplifica la gestión de programas de embajadores de marca, ofreciendo beneficios tanto para las empresas como para los empleados. Al proporcionar contenido personalizado y oportunidades de participación, la plataforma facilita la creación de una comunidad de empleados comprometidos y apasionados por la marca.

Si incidimos en el mercado canario en concreto, ¿se interesan cada vez más las empresas canarias por este tipo de soluciones?

Hemos tenido experiencias muy positivas con nuestra plataforma en el sector turístico canario, especialmente con Turismo de Tenerife. Sin embargo, hemos observado que la adopción generalizada de estas herramientas en las empresas canarias aún requiere madurar.

Muchas empresas canarias, especialmente las familiares, necesitan realizar un cambio de mentalidad para aprovechar al máximo el potencial de los programas de embajadores

de marca. Es fundamental establecer un ambiente laboral positivo, con políticas de flexibilidad y un enfoque centrado en el empleado.

Antes de implementar una herramienta como BeAmbassador, es necesario crear las condiciones adecuadas dentro de la organización. Esto implica fomentar la participación y el compromiso de los empleados en la toma de decisiones; crear un ambiente de trabajo donde los empleados se sientan valorados y motivados; y establecer canales de comunicación abiertos y transparentes para mantener a los empleados informados y conectados.

Solo cuando estas bases están sólidas, podemos esperar que los programas de embajadores de marca tengan éxito a largo plazo. Se requiere tiempo, formación y un esfuerzo conjunto de toda la organización.

Otra de vuestras apuestas es la internacionalización. ¿Cuál es el foco de vuestra estrategia en este sentido?

Nosotros impulsamos nuestra internacionalización gracias al apoyo del programa ICEX Next en 2019-2020. Si bien somos una empresa pequeña con un equipo de 10 personas, nuestra capacidad de escalar rápidamente se ha visto potenciada por la inversión y el desarrollo de un modelo de negocio digital.

Nuestro modelo, completamente en la nube, nos permite operar a nivel global sin necesidad de una presencia física en cada mercado. Esto, combinado con una estrategia proactiva de búsqueda de clientes internacionales, nos ha permitido expandirnos a Reino Unido, Brasil, México y Colombia.

Además, colaboraciones estratégicas con grandes empresas como NTT DATA han acelerado nuestra internacionalización. Gracias a este tipo de alianzas, hemos podido acceder a nuevos mercados y desarrollar proyectos a gran escala en varios países.

La internacionalización no solo nos ha permitido crecer, sino que también nos ha brindado la oportunidad de aprender de diferentes culturas y mercados, enriqueciendo nuestra propuesta de valor.

Para concluir, ¿cuáles son las principales tendencias que vislumbran en el futuro próximo?

Estamos viviendo una revolución tecnológica similar a la que experimentó el surgimiento de Internet. La inteligencia artificial está transformando la forma en que trabajamos y vivimos. En BeAmbassador, estamos aprovechando esta tecnología para mejorar nuestra plataforma de diversas maneras.

Por ejemplo, utilizamos la inteligencia artificial para analizar los datos de nuestros usuarios y así identificar tendencias en el consumo de contenido. Esto nos permite ofrecer experiencias más personalizadas y relevantes a nuestros clientes. Además, estamos desarrollando herramientas de generación de contenido automatizado para facilitar la creación de materiales de marketing.

En el ámbito de los recursos humanos, observamos una creciente importancia de la experiencia del empleado. Los departamentos de recursos humanos están evolucionando rápidamente y adoptando nuevas prácticas para atraer y retener talento. La creación de roles como director de experiencia del empleado es un claro ejemplo de esta tendencia.

En este sentido, la inteligencia artificial está impulsando una transformación profunda en el mundo empresarial y en BeAmbassador estamos comprometidos a aprovechar esta tecnología para ofrecer soluciones innovadoras que ayuden a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos.



Juan José Martínez: “El HUB INTECH Tenerife es un motor clave para nuestro ecosistema innovador”

ENTREVISTA

JUAN JOSÉ MARTÍNEZ
CONSEJERO DE INNOVACIÓN,
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
DEL CABILDO DE TENERIFE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Para comenzar, me gustaría conocer qué acciones está llevando a cabo la Consejería de Innovación, Investigación y Desarrollo del Cabildo de Tenerife para fortalecer el papel del Parque Científico y Tecnológico de Tenerife como motor de innovación y desarrollo económico en la isla.

El Parque Científico y Tecnológico de Tenerife es una herramienta fundamental para diversificar nuestro modelo productivo. Allí concentramos nuestros esfuerzos para apoyar a empresas innovadoras, ofreciéndoles espacios, programas de ayuda y mecanismos para atraer inversión. Nuestro objetivo final es aprovechar las ventajas competitivas de la isla en sectores estratégicos.

En este sentido, alineado con los valores del Cabildo, el Parque Científico y Tecnológico de Tenerife impulsa la excelencia, la colaboración y la sostenibilidad, convirtiéndose en un motor de transformación para la isla. A través de la promoción de la transferencia de conocimiento, la atracción de talento y el fomento del emprendimiento tecnológico, el parque contribuye a diversificar la economía, fortalecer el tejido productivo y posicionar a la isla como un referente en el ámbito tecnológico. No solo genera empleo de alta cualificación, sino que también fomenta la creación de nuevas empresas y el desarrollo de soluciones innovadoras que contribuyen a un futuro más sostenible y competitivo para Tenerife.

Cabe mencionar que no solo proporcionamos infraestructuras, sino que también ofrecemos servicios de apoyo empresarial y fomentamos la inversión en sectores con alto potencial de crecimiento.

Dado este objetivo que, como bien comenta, pasa por diversificar la economía de la isla de Tenerife, ¿qué estrategias específicas están implementando para reducir la dependencia del turismo y fomentar sectores emergentes, como puede ser la tecnología o la biotecnología?

Hemos priorizado el desarrollo de sectores estratégicos como la tecnología, la economía azul, la biotecnología, la sostenibilidad, las industrias creativas y el sector aeroespacial, impulsando la innovación en cada uno de ellos.

Además de los incentivos fiscales comunes a todo Canarias, ofrecemos ventajas específicas como infraestructuras de vanguardia como el supercomputador del ITER y la red de fibra óptica de Canalink, que nos posicionan como un hub tecnológico de primer nivel.

Asimismo, aprovechamos al máximo el potencial de nuestros centros de investigación de excelencia, como el Instituto de Astrofísica de Canarias (IAC), los centros del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), como el Instituto de Productos Naturales y Agrobiología (IPNA) y el Centro Oceanográfico de Canarias, así como la Universidad de La Laguna. A través de una estrecha colaboración con estas instituciones, impulsamos la generación de proyectos de investigación de vanguardia que sirvan como motores para atraer inversión y talento a la isla. Estos proyectos, al abordar desafíos globales y generar conocimiento de alto impacto, crean un ecosistema innovador que fomenta

el desarrollo de nuevos sectores económicos y consolida a Tenerife como un referente internacional en investigación y desarrollo.

Además, ofrecemos líneas de apoyo específicas para la formación especializada del personal que requieren estas empresas emergentes, asegurando que cuenten con las competencias necesarias para impulsar la innovación. Paralelamente, respaldamos los proyectos de investigación con alto potencial de transferencia tecnológica, facilitando su paso del laboratorio al mercado. La Universidad de La Laguna, por ejemplo, juega un papel fundamental en este proceso, impulsando iniciativas que fomentan la colaboración entre el mundo académico y el empresarial.

El Cabildo está haciendo una apuesta decidida por el Parque Científico y Tecnológico, ¿no es así? Imagino que en este espacio se están llevando a cabo proyectos de investigación y desarrollo de gran relevancia.

Gracias a la creación de la Consejería de Innovación, impulsada por la presidenta Rosa Dávila, estamos dando un impulso sin precedentes a la investigación y el desarrollo en Tenerife.

La expansión del Parque Científico y Tecnológico, con la apertura de un nuevo enclave, es una muestra tangible de este compromiso y marca un hito importante en nuestra estrategia de fomentar la innovación y el emprendimiento en la isla. Esta expansión nos permitirá ofrecer a las empresas tecnológicas espacios de trabajo de vanguardia y un entorno propicio para el desarrollo de sus proyectos. Estamos convencidos de que esta iniciativa contribuirá a consolidar a Tenerife como un referente en el ámbito de la innovación a nivel nacional e internacional.

Si indicamos en los proyectos, el Parque Científico y Tecnológico de Tenerife alberga un ecosistema innovador en constante crecimiento, donde proyectos punteros como IACtec, Wootpix y Arquimea Research Center están impulsando los límites de la tecnología. Desde la exploración del cosmos con IACtec hasta las aplicaciones biomédicas de Wootpix y los avances en inteligencia artificial de Arquimea, Tenerife se posiciona como un referente en innovación a nivel internacional.

Además, no podemos olvidar el HUB INTECH Tenerife, que se ha consolidado como un puente fundamental entre las empresas locales, las startups y las grandes corporaciones tecnológicas. Con él han logrado fomentar un ecosistema innovador y colaborativo, ¿verdad?

Efectivamente, el HUB INTECH Tenerife es un motor clave para nuestro ecosistema innovador. Es mucho más que un espacio físico; es un catalizador de oportunidades. A través de una amplia gama de eventos y actividades, como conferencias, talleres y foros de inversión, este hub conecta a los principales actores del ecosistema innovador de Tenerife. Al fomentar el networking y la colaboración, contribuye a la creación de nuevas empresas, la generación de empleo y el fortalecimiento de la economía local. Este puente entre la experiencia y la innovación es clave para impulsar el desarrollo de nuevos proyectos y generar empleo dentro del ecosistema innovador y tecnológico.

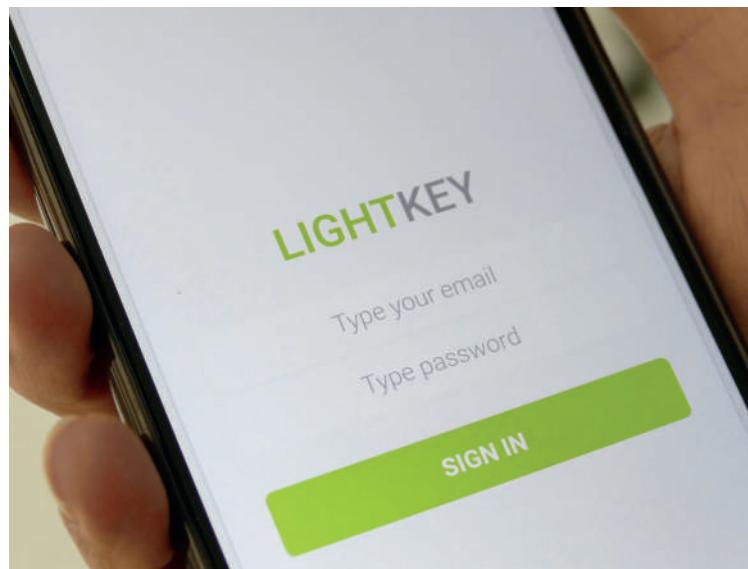
“Tenerife se posiciona como un referente en innovación a nivel internacional”

Pero también incidimos en otros eventos como la Tenerife Lan Party (TLP) que va más allá del aspecto lúdico. Paralelamente a la gran convocatoria de más de 63.000 personas que acudieron en su última edición, organizamos una agenda profesional donde grandes empresas del sector descubren las ventajas de invertir en Tenerife. Se trata de una oportunidad única para conocer el talento local y los prometedores proyectos que están surgiendo en la isla, con un gran potencial de crecimiento económico y generación de empleo.

¿Qué esperan de la próxima edición del HUB INTECH Tenerife, que se celebrará los días 22 y 23 de noviembre?

Nuestro objetivo es consolidar este evento como uno de los más relevantes del sector a nivel nacional y posicionar a Tenerife como un hub tecnológico de referencia a nivel internacional. Queremos que este evento sea un escaparate de todo lo que nuestra isla tiene para ofrecer: talento, infraestructuras y un ecosistema de innovación en constante crecimiento.

A largo plazo, nuestra visión es duplicar el peso del sector de I+D+i en el PIB de la isla y generar el doble de empleos en sectores emergentes, transformando a Tenerife en un referente mundial en innovación.



Gloria Eisman: “Nuestra empresa nació con la visión de dotar a la tecnología LED de capacidades de comunicación”

ENTREVISTA

GLORIA EISMAN
CEO DE LIGHTBEE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

LightBee es una empresa líder en tecnología de comunicaciones de luz visible (VLC). ¿Cómo valora el desarrollo de estos últimos años para la compañía?

Como bien sabes, desde hace doce años hemos sido pioneros en esta tecnología, que en su momento era prácticamente desconocida. A pesar de los desafíos iniciales, siempre creímos en su potencial.

Hoy podemos afirmar que nuestra visión era acertada. Nuestra inversión continua en investigación y desarrollo nos ha permitido adquirir un conocimiento profundo y especializado que muy pocos poseen a nivel mundial. Sin embargo, reconocemos que al inicio nos enfrentamos a un dilema: la tecnología era tan versátil que podíamos aplicarla en múltiples sectores.

Esta amplitud de posibilidades, aunque atractiva, nos llevó a dispersar nuestros esfuerzos. Con el tiempo, hemos aprendido que es fundamental concentrarse en un nicho específico para lograr un impacto real y sostenible en el mercado.

Gloria, para quien no conozca esta tecnología, ¿podrías hablarnos un poco de ella? ¿En qué consiste? ¿Qué beneficios aporta a vuestros clientes?



Nuestra empresa nació con la visión de dotar a la tecnología LED de capacidades de comunicación. Observamos que millones de dispositivos, desde teléfonos móviles hasta coches, incorporan LED en su hardware.

Nuestra propuesta consiste en aprovechar la capacidad de los LED de encenderse y apagarse a altas frecuencias, imperceptible para el ojo humano, para transmitir información. Mediante microapagados extremadamente rápidos, podemos modular la luz de un LED para codificar datos, como imágenes, audios o incluso datos de acceso. Un receptor, como un fotodiodo, puede decodificar esta señal.

Los LED, que originalmente destacaron en el campo de las telecomunicaciones por su rapidez, han evolucionado para iluminar nuestros espacios y, además, transmitir información. Al combinar luz y datos, ofrecemos una so-

lución innovadora que permite interactuar con el entorno de forma más inteligente, utilizando el hardware existente de manera eficiente.

¿En qué sectores están teniendo un mayor foco de trabajo?

Actualmente, estamos explorando tres líneas de trabajo principales con esta tecnología. La primera se centra en el Internet de las Cosas (IoT), específicamente en la creación de dispositivos sin batería que puedan recolectar pequeños datos como la temperatura o el consumo energético. Imaginemos ciudades inteligentes repletas de sensores que se activan con la luz ambiental, recolectan datos y luego vuelven a un estado de bajo consumo.

Esta solución no solo elimina la necesidad de cambiar baterías constantemente, sino que también reduce significativamente el costo de implementación. Además, estamos desarrollando sistemas híbridos que combinan la comunicación por radiofrecuencia con la óptica, garantizando una



fiabilidad y redundancia. Esto significa que, incluso en entornos con interferencias, nuestros dispositivos pueden seguir funcionando de manera confiable.

La segunda línea se enfoca en la seguridad, donde estamos desarrollando soluciones que aprovechan las ventajas de la comunicación óptica para superar las vulnerabilidades de las radiofrecuencias. Los recientes avances en ciberseguridad, especialmente en el ámbito militar, han demostrado la necesidad de sistemas de comunicación más seguros y resistentes. Nuestra tecnología ofrece una alternativa prometedora para aplicaciones como el control de drones y sistemas de coordinación táctica, donde la discreción y la seguridad son fundamentales.

Y la tercera línea de investigación se centra en las comunicaciones submarinas. En este entorno, las radiofrecuencias son ineficientes y las comunicaciones acústicas presentan limitaciones en términos de seguridad y potencial impacto en la vida marina. Estamos desarrollando un demostrador tecnológico que explorará las posibilidades de utilizar la luz como medio de comunicación submarina, ofreciendo una solución más segura, eficiente y respetuosa con el medio ambiente.

No paran de invertir en investigación y desarrollo para crear soluciones innovadoras y personalizadas para diferentes sectores, ¿verdad?

Exactamente. Es fundamental que las pequeñas empresas estén siempre al día con las últimas tendencias y demandas del mercado. Solo así podrán identificar oportunidades y desarrollar soluciones innovadoras que les permitan destacar.

El timing es crucial. Es necesario estar atentos a las necesidades emergentes del mercado y estar preparados para responder de manera rápida y eficaz. Cuando una empresa logra anticiparse a las demandas de sus clientes, adquiere una ventaja competitiva significativa.

El éxito reside en saber identificar y aprovechar las oportunidades en el momento justo, ¿no?

Sí. La gran ventaja de invertir en tecnología es su versatilidad. Si bien una aplicación específica puede no funcionar como esperábamos, la misma tecnología, con pequeñas modificaciones, puede resultar ideal para otro sector. Por ejemplo, en el ámbito militar, donde la seguridad es una prioridad máxima, nuestra solución encuentra un encaje perfecto. De hecho, ya estamos en conversaciones con organismos de defensa para realizar pruebas de campo en el próximo año.

La creciente tensión geopolítica ha generado una mayor demanda de soluciones de comunicación seguras y discretas. Nuestra tecnología, al no dejar huella electromagnética, se presenta como una alternativa muy atractiva para aplicaciones militares.

A modo de conclusión, me gustaría conocer cómo ve usted el futuro de este sector.

Desarrollar una tecnología como esta en Canarias presenta desafíos logísticos. Sin embargo, nuestra colaboración con el IDETIC ha sido fundamental para nuestro éxito. Además estamos empezando a realizar colaboraciones también con la Universidad de La Laguna. Las alianzas público-privadas son clave para pequeñas empresas como la nuestra, ya que nos brindan acceso a infraestructuras, talento y conocimientos especializados que de otra manera serían difíciles de conseguir. Al trabajar en conjunto, podemos definir las aplicaciones comerciales de nuestra tecnología y llevarla al mercado de manera más eficiente. Desafortunadamente, las carencias de Canarias son un obstáculo significativo para el desarrollo de una industria tecnológica local. La falta de un ecosistema de apoyo, desde la fabricación hasta la logística, hace que muchas empresas se enfrenten a dificultades para crecer.

Por ejemplo, los trámites aduaneros son extremadamente complejos y generan retrasos que afectan directamente la competitividad de las empresas. A pesar de nuestros esfuerzos, hemos tenido que descartar la fabricación en Canarias debido a estos desafíos.



Carlos Morán: “Estamos en la era de los nuevos materiales”



ENTREVISTA

CARLOS MORÁN

CEO DE FORMACHÉ S.L., LA BIOTECNOLÓGICA DEDICADA A LA TRANSFORMACIÓN DE RESIDUOS AGROFORESTALES

LM.H. | TRIBUNA DE CANARIAS a innovación y la sostenibilidad están marcando el rumbo del desarrollo industrial. En este contexto, los residuos agroforestales se han convertido en una materia prima clave para crear soluciones que no solo son amigables con el medio ambiente, sino que también ofrecen un alto rendimiento técnico y económico. La transformación de estos desechos en materiales avanzados permite reducir nuestra dependencia de recursos no renovables, ampliando el ciclo de vida de productos que antes terminaban en vertederos.

En Formaché, investigamos continuamente la transformación de desechos agroforestales provenientes de cultivos como la moringa, la caña de azúcar y el aloe vera, así como de plantas invasoras como la tunera, la pitera, la caña y el rabo de gato. Sin embargo, si hay un sector que se lleva la medalla en términos de cantidad, homogeneidad, estabilidad y calidad del producto resultante es el sector del plátano, donde cada año se generan más de 1.200.000 toneladas de desechos. Este flujo constante de residuos ofrece un enorme potencial para la creación de materiales sostenibles y de alto valor industrial, posicionando al plátano como una fuente clave en nuestra estrategia de economía circular.

Además, al aprovechar los residuos agroforestales, estamos creando nuevas oportunidades en la economía circular, generando empleo local y contribuyendo a un futuro más sostenible. Estos materiales no solo son biodegradables, sino que también son competitivos en sectores como la construcción, la automoción y el diseño industrial, posicionándose como la base de una nueva revolución industrial basada en la bioeconomía.

¿Qué inspiró la creación de Formaché y cuál es la misión a largo plazo de la empresa en el ámbito de la sostenibilidad y la economía circular?

Formaché nace de la necesidad de abordar un desafío medioambiental: cómo transformar grandes volúmenes de desechos agroforestales en materiales sostenibles y valiosos. Nuestro proyecto comenzó como una spin-off de la Universidad de La Laguna, y desde entonces hemos trabajado para desarrollar tecnologías avanzadas que convierten desechos de sectores agroforestales en productos con aplicaciones industriales. Nos especializamos en la transformación de residuos generados por sectores de gran envergadura, como el platanero.

Actualmente, estamos formalizando un convenio que nos permitirá asegurar un suministro constante y abundante de estos materiales, garantizando así la estabilidad y escalabilidad de nuestros procesos. En caso del sector platanero trabajamos con el raquis (parte final del tallo donde se ubican las manillas de plátanos); el rolo (tallo de la planta); la copa (conjunto de 45 hojas superiores); la pica (cantidad de plátanos desechados) y la bellota (flor que pende del raquis).

Teniendo en cuenta que España ocupa el puesto 35 como productor mundial de plátano, con alrededor de 410.000 toneladas anuales y que sólo en Canarias disponemos de unas 1.290.000 toneladas de desechos agroforestales, la transformación y procesamiento de los mismos nos permitirá revalorizar grandes cantidades de materias primas.

¿Podrían describir el proceso de innovación detrás del desarrollo de Formaché? ¿Qué técnicas y tecnologías emergentes utilizan para transformar residuos naturales en materiales biodegradables?

En Formaché aplicamos una combinación de tecnologías avanzadas y procesos propios patentados para maximizar el valor de los residuos agroforestales. Utilizamos técnicas de mecanización que nos permiten obtener fibras de alta calidad sin recurrir a productos químicos agresivos para su deslignificación así como la obtención de otros subproductos relacionados con la alimentación animal y el compostaje entre otros. Esta innovación ha sido clave para reducir el impacto ambiental de nuestro proceso.

Además, integramos tecnologías emergentes como la impresión 3D de materiales fluidos por fabricación aditiva para prototipar productos biodegradables como el Ecopot y el Ecopanel, con aplicaciones en sectores como la reforestación y la construcción.

¿Cuáles son las principales características y beneficios de los dos formatos de Formaché: la pasta modelable y la pasta inyectable? ¿En qué situaciones se recomienda utilizar cada uno?

La versión moldeable de Formaché ha sido desarrollada para ofrecer una excelente plasticidad y facilidad de uso en aplicaciones donde la personalización es esencial. Este formato es ideal para el sector de la construcción, decoración, o logística de embalajes, donde la flexibilidad y la ligereza del material permiten crear estructuras duraderas con formas complejas.

Por otro lado, la versión inyectable está diseñada para ofrecer una mayor precisión en aplicaciones industriales, como la fabricación de estructuras complejas para infinidad de aplicaciones o componentes estructurales en el sector de la construcción. Este formato ofrece las prestaciones necesarias para procesos de producción en serie, garantizando la integridad del material, fabricación deslocalizada y su sostenibilidad en entornos de alto rendimiento.

¿En qué sectores han encontrado más interés por sus productos?

Hemos identificado un fuerte interés en sectores que están enfrentando desafíos clave relacionados con la sostenibilidad y la gestión de recursos. Actualmente, nuestros productos han despertado un gran interés en sectores

como la construcción sostenible, la agricultura y la reforestación. También estamos viendo una creciente demanda en la industria de la decoración y el diseño, donde la tendencia hacia materiales biodegradables está ganando fuerza. Productos como Ecopot abren un camino de aplicación para la reforestación, que ayuda a optimizar el uso del agua en la restauración de ecosistemas.

¿Qué papel juega la investigación y el desarrollo en la evolución de sus productos? ¿Tienen planes para expandir su línea de productos en el futuro?

La investigación y el desarrollo son el núcleo de nuestra empresa. Constantemente estamos buscando mejorar nuestros procesos y explorar nuevos usos para los residuos agroforestales. Uno de nuestros enfoques futuros es la expansión de nuestra línea de productos hacia aplicaciones más avanzadas, como materiales compuestos para la industria de la construcción y nuevos productos biodegradables para embalaje y productos de un solo uso. Nuestra meta es seguir innovando y ofreciendo soluciones sostenibles que puedan competir en los mercados globales.

Nos enfocamos en desarrollar nuevas soluciones biotecnológicas y ecológicas que no solo respondan a las necesidades actuales, sino que también anticipen los desafíos futuros, como la escasez de recursos y el cambio climático. Uno de nuestros fuertes es el desarrollo de nuevos materiales y productos de ingeniería con niveles 9 de madurez tecnológica (TRL) para su posterior protección y licencia de patentes a terceros industrializados, aunque no descartamos una industrialización contundente para transformar de manera integral los residuos agroforestales del sector platanero.

¿Cómo ven el futuro del mercado de materiales biodegradables y qué papel aspiran a desempeñar en esta transformación?

Somos una empresa de base tecnológica adscrita a la zona ZEC y apostamos por una industria canaria que responda a la demanda global de soluciones sostenibles basada en la transformación de sus residuos. Nuestro objetivo es transferir y replicar nuestra tecnología en otros puntos del planeta y ofrecer productos que no solo sean respetuosos con el medio ambiente, sino que también superen en calidad y prestaciones a los materiales tradicionales. Nuestro compromiso con la investigación y el desarrollo es firme y queremos fortalecer la industria con soluciones que combinen sostenibilidad, eficiencia y rendimiento.

¿Qué ventajas presenta el raquis frente al rolo en términos de logística y procesamiento?

El raquis, al concentrarse en plantas de empaquetado, ofrece una logística más eficiente en comparación con el rolo y los demás desechos mencionados, que tienen una rutina de poda más irregular y se acumula en cada plantación. El raquis es más fácil de gestionar y su procesamiento es más homogéneo, lo que lo convierte en una fuente más viable y constante para la producción de fibras naturales y otros subproductos como el compost vegetal, lixiviados y fertilizantes naturales. Esta diferencia es clave para afrontar la transformación de los desechos en una primera fase ya que nos asegura escalabilidad. La estrategia pasa por afrontar la transformación de los demás desechos en posteriores fases a medida que se van asentando los procedimientos y creando las herramientas necesarias para que todas las partes del sector se beneficien.



Mostrario de ecopanel.



Pilar Luis: “Axionnet jugará un papel fundamental en la implementación de la Facturación Electrónica en las empresas Canarias”



¿Cuáles son los principales objetivos que persiguen al asistir a este evento?

Hemos participado en varias ediciones del Madrid Tech Show. Este año, nuestra presencia fue aún más estratégica, ya que participamos en mesas redondas con proveedores de inteligencia artificial.

Como empresa tecnológica canaria, consideramos fundamental estar al día en las últimas tendencias. La inteligencia artificial es el presente, y sabemos que su impacto en los próximos años será transformador. Por eso, nuestro objetivo en Madrid Tech era establecer contactos con proveedores internacionales y explorar nuevas oportunidades de colaboración.

Además, tuvimos la oportunidad de participar en reuniones exclusivas con otros agentes digitalizadores del programa Kit Consulting. En estos encuentros, se discutieron temas clave sobre la implementación de la inteligencia artificial en las empresas, como la importancia de realizar una consultoría previa para evaluar el grado de madurez digital de cada organización.

Es fundamental destacar que la implementación exitosa de la inteligencia artificial no se limita a la tecnología en sí misma. Requiere de una estrategia adecuada, una formación especializada del equipo y un proceso de adaptación cultural. Saltarse estos pasos puede comprometer los resultados y generar una inversión poco rentable.

¿Cómo evalúan el posicionamiento de Canarias dentro del panorama tecnológico, tanto a nivel nacional como internacional?

Como dato interesante, debo comentarte que estoy en la Directiva del Clúster Canarias Excelencia Tecnológica como Tesorera, este Clúster es una asociación que reúne a más de cien empresas tecnológicas canarias donde tengo la oportunidad de colaborar con un grupo de profesionales apasionados por la tecnología y con un alto nivel de cualificación. Uno de los objetivos principales del clúster es dar visibilidad a las empresas tecnológicas canarias tanto a nivel nacional como internacional. Buscamos fomentar la colaboración entre las empresas asociadas, promover la innovación y divulgar las soluciones tecnológicas desarrolladas en Canarias.

Siempre me gusta dar las gracias, y como dice el refrán, “Es de bien nacidos ser agradecidos” ya que parte del éxito de Axionnet se debe al apoyo de diversas instituciones como ha sido y siguen siendo, Proexca, Ices y la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, que nos brindan su respaldo para llevar a cabo diferentes acciones de promoción. Quiero destacar especialmente la colaboración de Proexca – Sociedad Canaria de Fomento Económico, que han sido fundamentales para impulsar nuestra internacionalización en los últimos seis años.

Desde tu perspectiva como miembro del Clúster de Excelencia Tecnológica de Canarias, ¿qué oportunidades ves para el crecimiento del sector tecnológico en las islas?

Creo que el primer paso es capacitar e informar a nuestros empresarios canarios. Al hacerlo, les abriremos las puertas a las posibi-

lidades que ofrecen las tecnologías actuales y futuras. Canarias aún tiene un gran potencial tecnológico por explotar, y la formación es clave para lograrlo. Debemos explicarles a los empresarios los beneficios que pueden obtener al adoptar nuevas tecnologías y cómo pueden alcanzar el éxito a nivel internacional sin necesidad de salir de las islas. Nuestra ubicación geográfica es estratégica, con conexiones tanto con África como con la Península y Latinoamérica, nos brinda una oportunidad única para exportar productos tecnológicos de alta calidad. Al fortalecer nuestras capacidades tecnológicas y aprovechar estas conexiones, podemos posicionar a Canarias como un referente en el sector a nivel global.

Hay muchas oportunidades, pero, y si hablamos de desafíos, ¿qué nos puedes decir al respecto?

“Lo único permanente es el cambio.” Y en este contexto de transformación digital, la inteligencia artificial se presenta como uno de los mayores desafíos y oportunidades para las empresas Canarias. Sin embargo, creo que es fundamental que los empresarios canarios sean conscientes de la calidad y el potencial de las empresas tecnológicas locales. A menudo, buscamos soluciones fuera de nuestras islas, cuando tenemos talento y tecnología de primer nivel aquí mismo.

Por tanto, nuestro principal desafío es formar e informar a nuestros empresarios sobre las capacidades tecnológicas de Canarias. De esta manera, podremos fomentar la confianza en las empresas locales y promover la colaboración entre ellas. Al apostar por lo nuestro, no solo fortaleceremos nuestro ecosistema tecnológico, sino que también contribuiremos al desarrollo económico de las islas.

Para finalizar y poner en contexto todo lo que hemos hablado, ¿cómo visualizas el futuro de la industria tecnológica y qué papel crees que jugará Axionnet en este escenario?

Axionnet juega un papel fundamental en el sector de la salud, especialmente en el ámbito de la tecnología médica y dental. Como ya te mencioné, nuestros softwares en estas áreas están muy bien posicionados.

Creemos firmemente en el potencial de la inteligencia artificial para transformar la salud, tanto en la gestión como en la práctica clínica. Axionnet está comprometida con la innovación y el desarrollo de soluciones basadas en IA que mejoren la calidad de la atención médica. También estamos trabajando en el desarrollo de soluciones innovadoras basadas en inteligencia artificial para optimizar los procesos clínicos.

Además, estamos fuertemente involucrados en la educación sanitaria digital. Nuestro eslogan, ‘Un paciente digital es un paciente seguro’, refleja nuestro compromiso con la formación y el empoderamiento de los pacientes a través de las tecnologías digitales.

Pero esta vez Axionnet, jugará un papel fundamental al implementar la Facturación Electrónica en España para la Pequeña y mediana empresa, autónomos o asociaciones, dado que nuestros sistemas de Software de gestión de facturación (ERP y CRM) están adaptados a la normativa. Nuestra experiencia en otros países como Panamá, Colombia y Costa Rica, avalan dichas soluciones que en breve España estará en este proceso de cambio.

Por tanto, si estas buscando una empresa informática con experiencia para implementar un buen software de ERP/CRM (AxionSuite) y con experiencia en esta área, somos tu solución. pilarluis@axionnet.com

ENTREVISTA

PILAR LUIS
GERENTE DE
AXIONNET NETWORK

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo ha evolucionado Axionnet Network desde su fundación en 2004 hasta la actualidad? ¿Cuáles han sido los principales hitos?

Soy Pilar Luis, Ingeniera Superior en Informática y CEO de Axionnet España. La evolución de la marca desde su creación en 2004 la ha posicionado como un referente en el desarrollo de software, gracias a una apuesta constante por la I+D+i que corresponde a la suma de 3 conceptos básicos: Investigación, Desarrollo e innovación.

Axionnet cuenta con una presencia sólida tanto en España como en Latinoamérica (Axionnet América). Ha sido un recorrido desafiante, marcado por diversas crisis económicas, pero también por un crecimiento constante. Este éxito se debe en gran medida al apoyo de mi equipo y de diversas instituciones, tanto públicas como privadas, que han confiado en nuestro proyecto.

Imagino que desde sus inicios la empresa ha tenido que adaptarse constantemente a los rápidos cambios del sector tecnológico, ¿verdad?

Efectivamente. Sobre todo tras la pandemia, que supuso un crecimiento exponencial para nuestra empresa. Al ser especialistas en software médico y dental, nuestra actividad se intensificó considerablemente. Con el aumento de la demanda en el sector sanitario, tuvimos que redoblar esfuerzos para atender a nuestras clínicas clientes, las cuales operaban prácticamente las 24 horas del día.

Cabe mencionar que Axionnet desarrolla dos líneas de negocio principales. En primera instancia, contamos con un software médico y dental, con el que somos líderes en el mercado canario y contamos con una sólida presencia en Panamá a través de Axionnet América. Este segmento ha sido fundamental para nuestro crecimiento, especialmente durante la pandemia.

Y, por otra parte, desarrollamos un software ERP y CRM modular que se adapta a casi todos los sectores del mercado actual. Ofrecemos soluciones de facturación para autónomos y PYMES. Con la entrada en vigor de la Ley Crea y Crece la obligatoriedad de la facturación electrónica se ha vuelto aún más relevante.

En este sentido, Axionnet España se encuentra plenamente preparada para afrontar estos cambios. Ya hemos implementado las

modificaciones necesarias para cumplir con la normativa de facturación electrónica y estamos trabajando activamente en la adaptación de nuestros productos y servicios al marco regulatorio canario y peninsular. Como empresa originaria de Canarias, contamos con una profunda comprensión de las particularidades locales y, además, somos agentes digitalizadores.

Quizás se pregunte qué significa ser un ‘agente digitalizador’. Hace aproximadamente tres años, el Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública Español, lanzó una iniciativa cuyo objetivo es subvencionar la implantación de soluciones digitales disponibles en el mercado para conseguir un avance significativo en el nivel de madurez digital de los autónomos y Pymes Españolas. A través de una convocatoria, se seleccionaron empresas como Axionnet para ofrecer estos servicios, teniendo un curriculum vitae que avala perfectamente cada categoría que ofrece el programa del Kit Digital.

Axionnet fue una de las primeras empresas en Canarias en obtener esta acreditación de “Agente Digitalizador” compitiendo con los grandes del mercado como fue Telefónica, Vodafone, entre otras. Gracias a nuestro buen desempeño y trabajo, hemos sido seleccionados para participar en otro programa gubernamental llamado ‘Kit Consulting’, que se enfoca principalmente en la inteligencia artificial. Esta nueva iniciativa nos permite ofrecer nuestros servicios no solo en Canarias, sino en toda España. Como agentes digitalizadores acreditados a nivel nacional, podemos ayudar a empresas de cualquier región a adoptar soluciones tecnológicas innovadoras. De hecho, ya contamos con un porcentaje significativo de clientes en la península que utilizan nuestro software de ERP/CRM (AxionSuite).

Aunque destacó los sectores médico y dental, me gustaría conocer la diversidad de clientes a los que atiende Axionnet. ¿Cuáles son los principales sectores de actividad de la empresa, más allá de estos dos?

ERP/CRM (AxionSuite), es un software de Planificación de Recursos Empresariales y Gestión de Relaciones con los Clientes open source para la Pequeña y mediana empresa, autónomos o asociaciones.

Nuestra solución de software modular, está diseñada para adaptarse a las necesidades de diversos sectores, siendo clientes del sector de la construcción, reformas, y servicios en general. Esta diversidad de clientes nos permite ofrecer una solución integral y adaptable a diferentes modelos de negocio, donde con nuestros programadores adaptamos el software a la necesidad que tenga la empresa.

Por otra parte, cabe mencionar vuestra asistencia a Madrid Tech Show.



Jorge Alonso: “En un futuro muy cercano la IA será un componente esencial de cualquier sistema de ciberseguridad”



ENTREVISTA

JORGE ALONSO

DIRECTOR DE CONSULTORÍA IT
DE VELORCIOS GROUP

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En la era digital, la información se ha convertido en uno de los activos más valiosos de las organizaciones. ¿Cómo han evolucionado las amenazas a la seguridad de los datos en los últimos años? ¿Qué desafíos específicos enfrentan las empresas en cuanto a ciberseguridad y protección de datos?

Estamos viviendo un momento crítico en materia de ciberseguridad. Este 2024 hemos asistido a un aumento exponencial de los ataques cibernéticos, tanto en cantidad como en sofisticación.

Grandes corporaciones españolas y multinacionales han sido víctimas de estos ataques, lo que pone de manifiesto la vulnerabilidad de nuestros sistemas digitales. Este incremento se debe a varios factores, entre los que destacan la creciente digitalización de la sociedad y el uso de herramientas cada vez más sofisticadas por parte de los ciberdelincuentes, como la inteligencia artificial.

Sin embargo, las empresas están reaccionando de manera proactiva, implementando medidas de seguridad más robustas y sofisticadas para proteger sus activos digitales. A pesar de estos esfuerzos, la situación sigue siendo compleja y exige una vigilancia constante.

El aumento de las ciberamenazas, las regulaciones cada vez más estrictas y las expectativas de los usuarios

en cuanto a la privacidad han hecho que la protección de datos sea un desafío crítico, ¿no?

Totalmente. Es evidente que la privacidad se ha convertido en un bien escaso y cada vez más valioso. Las constantes violaciones de datos demuestran que nuestra información personal está expuesta a múltiples riesgos. Es preocupante cómo las empresas recolectan y utilizan nuestros datos sin nuestro consentimiento, y cómo las nuevas generaciones crecen en un entorno digital donde la privacidad parece ser un lujo. Debemos ser conscientes de los riesgos y tomar medidas para proteger nuestra privacidad, exigiendo a las empresas transparencia y responsabilidad en el manejo de nuestros datos personales.

Hoy en día, cualquier acción que realizamos genera datos. Desde comprar en una tienda hasta navegar por internet, estamos dejando un registro digital de nuestras actividades.

Efectivamente. Es preocupante la facilidad con la que cedemos nuestros datos personales. En mi último artículo, titulado '¿Datos personales? Mejor, los justos', reflexioné sobre esta problemática.

¿Por qué, por ejemplo, debemos proporcionar nuestros datos para comprar una botella de agua en un aeropuerto? Es evidente que muchas empresas recopilan más información de la necesaria. Debemos ser más conscientes del valor de nuestros datos y exigir transparencia en su uso.

Jorge, ¿qué papel está jugando la inteligencia artificial en la detección proactiva de amenazas?

Si bien la protección de la privacidad es un derecho fundamental, la inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta indispensable en diversos sectores. Nosotros, como

empresa de defensa, utilizamos inteligencia artificial. La creciente sofisticación de las amenazas cibernéticas y el enorme volumen de datos que se generan a diario hacen que sea imposible proteger a nuestros clientes sin el apoyo de sistemas de inteligencia artificial. Estos sistemas nos permiten analizar grandes cantidades de información en tiempo real, detectar patrones y anomalías, y responder de manera proactiva a las amenazas. En un futuro muy cercano, la IA será un componente esencial de cualquier sistema de ciberseguridad eficaz.

Es evidente que existe una creciente preocupación tanto en grandes empresas como en pymes por la protección de datos. ¿Están las empresas cada vez más concienciadas de la importancia de la ciberseguridad y la protección de datos, tanto propios como de sus clientes?

Si bien es cierto que ha habido un progreso significativo en la concienciación sobre la ciberseguridad, considero que aún estamos lejos de alcanzar el nivel deseado. La seguridad debe ser una parte integral de cualquier estrategia empresarial.

Los incidentes de seguridad cada vez más frecuentes han demostrado que la ciberseguridad no es un lujo, sino una necesidad imperativa. A medida que las empresas maduran digitalmente, se vuelven más conscientes de los riesgos y adoptan medidas más robustas para proteger sus activos.

¿Cuáles son las tecnologías y herramientas más efectivas en la actualidad para prevenir, detectar y responder a estos ciberataques?

Nuestra estrategia de seguridad 360 ofrece una protección integral a tu negocio. Al igual que una vuelta completa, nuestro enfoque abarca desde la comprensión profunda de tu empresa hasta la implementación de medidas de seguridad personalizadas, el monitoreo constante de posibles amenazas y la evaluación regular de la efectividad de nuestras soluciones. Este ciclo continuo nos permite adaptarnos a las nuevas amenazas y garantizar una protección siempre actualizada.

La seguridad 360 es un enfoque integral y personalizado para proteger tu negocio. Imagina un círculo: comenzamos por conocer a fondo tu empresa. Al igual que un médico necesita un diagnóstico preciso antes de recetar un tratamiento, nosotros necesitamos entender a fondo cómo funciona tu negocio para poder ofrecerte la mejor protección.

“La ciberseguridad no es un lujo, sino una necesidad imperativa”

Una vez comprendemos tus procesos y sistemas, diseñamos un plan de seguridad a medida. Es como crear un traje a la medida: se adapta perfectamente a tus necesidades específicas. Esto implica implementar medidas de seguridad personalizadas para proteger tus datos y sistemas.

Pero la seguridad no es estática, es dinámica. Por eso, la siguiente etapa es la monitorización constante. Utilizamos herramientas avanzadas para vigilar tu entorno digital y detectar cualquier amenaza en tiempo real. Es como tener un guardia de seguridad virtual que vigila tus instalaciones las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Finalmente, realizamos pruebas de penetración periódicas para evaluar la efectividad de nuestras medidas de seguridad. Es como un simulacro de incendio: nos aseguramos de que nuestros sistemas estén preparados para enfrentar cualquier amenaza.

Al combinar estas cuatro etapas en un ciclo continuo, creamos una barrera de seguridad sólida y adaptable. Es como un escudo que evoluciona contigo y se fortalece con el tiempo.

¿En qué líneas de trabajo están trabajando de cara al futuro?

En Velorcios somos conscientes de la rápida evolución del panorama de la ciberseguridad. Las herramientas que utilizábamos hace apenas unos años ya son obsoletas. Hoy en día, nos enfocamos en dos aspectos críticos:

Un Centro de Operaciones de Seguridad (SOC) propio: Somos una de las pocas empresas en las Islas Canarias que cuenta con un SOC propio. Esto significa que tenemos un equipo de expertos monitoreando 24/7 la seguridad de nuestros clientes. Este nivel de vigilancia proactiva es crucial para detectar y responder a amenazas de manera oportuna.

Inteligencia Artificial: Estamos integrando la inteligencia artificial en nuestros procesos de ciberseguridad para mejorar la detección de amenazas y la toma de decisiones. Esta tecnología nos permite analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real y identificar patrones que podrían indicar una actividad maliciosa.

Asimismo, el año 2024 ha sido un punto de inflexión para Velorcios. Hemos experimentado un crecimiento exponencial en nuestro equipo de ciberseguridad y hemos implementado nuevas soluciones tecnológicas para hacer frente a la creciente sofisticación de las amenazas.

Sin embargo, somos conscientes de que los desafíos en el ámbito de la ciberseguridad continuarán aumentando. En el corto plazo, prevemos un incremento en la frecuencia y la gravedad de los ciberataques. Por lo tanto, es fundamental que las empresas refuercen sus medidas de seguridad y se mantengan actualizadas sobre las últimas tendencias.

A largo plazo, creemos que se producirán cambios significativos en la forma en que gestionamos nuestra identidad digital. La privacidad de los datos se convertirá en una prioridad aún mayor y se implementarán nuevas regulaciones para proteger la información personal.

En resumen, el futuro de la ciberseguridad plantea desafíos importantes, pero también ofrece oportunidades para innovar y desarrollar soluciones más eficaces. En Velorcios, estamos comprometidos a estar a la vanguardia de este campo y a ofrecer a nuestros clientes la protección que necesitan.

Abriendo puertas a nuevos mercados y sectores para fortalecer la diversificación de la economía canaria

*Apoyamos a empresas
canarias para vender
en otros mercados.*

*Atraemos inversiones
para crear nuevas
oportunidades laborales.*

*Formamos a profesionales
y empresas para crecer
en el extranjero.*



Raquel Pérez: “Nuestro objetivo es mantener la autenticidad mientras incorporamos elementos innovadores”



nologías inmersivas y requieren apoyo tanto para entender su potencial como para implementarlas de manera efectiva. Y en cuanto al precio, suelen pensar que se trata de algo muy caro que no van a poder asumir, pero para nada, máxime si se tiene en cuenta, que usar este tipo de recursos no es muy interesante solo para marketing, sino también por la reducción de costes que les supone en muestras o shooting de fotografía de productos entre otros.

ENTREVISTA

RAQUEL PÉREZ
CEO & CO-FOUNDER
DE ONVERSED

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo ayuda ONVERSED a las marcas a crear experiencias inmersivas que conecten con las nuevas generaciones?

En ONVERSED, aprovechamos tecnologías inmersivas como la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV) para ayudar a las marcas a ofrecer experiencias personalizadas e interactivas. Estas tecnologías permiten a los usuarios probar productos de manera virtual, lo que crea un vínculo emocional más fuerte, especialmente con las nuevas generaciones, que valoran la innovación y la personalización.

¿Cómo personalizan las experiencias de realidad aumentada y virtual para cada cliente o marca?

Cada marca es única, por lo que diseñamos experiencias adaptadas a su identidad. Utiliza-

mos datos sobre el perfil del cliente, el público objetivo y las tendencias del sector para crear entornos virtuales y elementos interactivos que resuenen con la marca y su audiencia. Nuestro objetivo es mantener la autenticidad mientras incorporamos elementos innovadores que atraigan, sobre todo, a las nuevas generaciones.

¿Qué factores consideran para adaptar las soluciones?

Analizamos factores como el tipo de producto, la identidad visual de la marca, su público objetivo y sus objetivos estratégicos. También evaluamos las capacidades tecnológicas del cliente y sus recursos para asegurarnos de que la implementación de la RA y RV sea fluida.

¿Cuánto tiempo suele tardar el proceso de digitalización de una colección completa?

El tiempo depende de la cantidad de prendas, pero el diseño digital en 3D supone un ahorro considerable en meses y costes, ya que además obtienes un producto realista con el que no necesitas muestras físicas, además de los patrones, para enviar directamente a fabricar.

¿A qué tipo de marcas se dirigen principalmente? ¿Hay algún sector o nicho de mercado en el que se especialicen?

Trabajamos principalmente con marcas de moda y joyas, lujo y lifestyle que buscan innovar y destacarse en un mercado competitivo. Pymes para las que este mundo no es tan accesible como las grandes. 3D hace muchas empresas, pero 3D para moda y joyería con la calidad y el detalle que requiere es nuestra especialidad ya que nuestro equipo son diseñadores de moda, que manejan la tecnología.

¿Ofrecen servicios de consultoría para ayudar a las marcas a definir su estrategia en el metaverso?

Sí, ofrecemos consultoría estratégica para marcas que desean entender cómo es la aplicación de toda esa revolución tecnológica que estamos viviendo, desde la Inteligencia Artificial, el diseño y patronaje 3D, el marketing inversivo o las estrategias en mundos virtuales. Ayudamos a definir una hoja de ruta clara, identificando las oportunidades y desafíos específicos para cada cliente.

¿Cuál es la mayor barrera que enfrentan las marcas a la hora de adoptar tecnologías como la realidad aumentada y virtual?

Una de las principales barreras es la curva de aprendizaje y la inversión inicial. Muchas marcas no están familiarizadas con las tec-

¿Cómo ven el futuro del mercado de la moda digital y cuál es vuestra posición en este mercado?

El mercado de la moda digital está en plena expansión, aunque aún en España y en realidad en toda Europa no es conocido su potencial. En ONVERSED, nos posicionamos como líderes en esta transición, ayudando a las marcas a ser pioneras en el e-commerce inmersivo y a conectar con las nuevas generaciones de consumidores, pero también en abordar un proceso de digitalización end to end, desde el diseño, la comercialización y por supuesto, la promoción.

SIDRAS VALLESECO

de reconocimiento internacional 2024

AYUNTAMIENTO DE VALLESECO



Gustavo González de Vega: “Canarias es el lugar ideal para expandirse en un sector innovador y con un alto potencial de crecimiento”

ENTREVISTA

GUSTAVO GONZÁLEZ DE VEGA

VICECONSEJERO DE ECONOMÍA E INTERNACIONALIZACIÓN DEL GOBIERNO DE CANARIAS Y VICEPRESIDENTE DE PROEXCA

EM.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
En un momento de transformación tecnológica global, Canarias se abre paso en un sector clave: la microelectrónica y los semiconductores. Con una posición estratégica y el apoyo de políticas públicas innovadoras, la región se prepara para asumir un papel destacado en esta industria de vanguardia. Proexca, la empresa pública encargada de la promoción económica exterior de las islas, está liderando iniciativas y alianzas estratégicas para diversificar su economía y posicionar el archipiélago en el mapa de la tecnología avanzada.

Abordamos, con Gustavo González de Vega, vicepresidente de Proexca, los avances y los logros de esta entidad en un sector que promete aportar competitividad, empleo cualificado y nuevas oportunidades para la economía insular, desgranando las claves de esta apuesta estratégica.

¿Cuál ha sido el punto de partida de Proexca en su apuesta por el sector de la microelectrónica y los semiconductores en Canarias?

En los últimos años, Proexca ha identificado el sector de los semiconductores como una vía prometedora para la diversificación económica y tecnológica de Canarias. Este interés determinó la creación de una estrategia específica de microelectrónica y semiconductores para 2022-2027, que promueve la región como un enclave atractivo para inversiones tecnológicas de alto valor añadido. La estrategia incluye la iniciativa Canary-Chip, una marca que refleja nuestra visión de posicionar a Canarias en el mapa global de la industria y que facilita una identidad reconocible en eventos internacionales, como SEMICON West en San Francisco. La iniciativa está orientada a hacer de las islas un centro de innovación en microelectrónica, con un fuerte componente de investigación y desarrollo.

¿Cuál fue el enfoque principal de la delegación canaria durante SEMICON West?

Nuestra participación en SEMICON West fue una oportunidad única para establecer conexiones estratégicas con actores globales del sector. Proexca, junto a instituciones clave como el Clúster Chip Canarias y la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, se centró en fomentar colaboraciones para el intercambio de conocimientos y para fortalecer el ecosistema local de semiconductores. Buscamos atraer inversiones en I+D y ampliar el talento especializado en Canarias, lo cual es fundamental para consolidarnos en esta industria tan competitiva. La posición de Canarias es aportar nuestra parte en la cadena de valor de esta industria. La creación de relaciones a nivel internacional, junto a la ubicación estratégica del archipiélago, refuerza nuestra posición como un socio confiable para empresas que buscan expandirse en Europa y África.

¿Qué razones motivan a Proexca a impulsar este sector en una región como Canarias? ¿Cómo influye esto en la capacidad de atracción de empresas de semiconductores y microelectrónica?

Precisamente, esa ubicación privilegiada entre Europa, África y América de la que hablaba, permite a las empresas estar en un centro geográficamente estratégico para sus operaciones internacionales y acceder a diferentes mercados. Apostamos por la microelectrónica porque tiene un gran potencial para diversificar la economía hacia una industria de alta tecnología, algo que consideramos fundamental para el desarrollo económico sostenible de las islas. Además, la Zona Especial Canaria (ZEC) ofrece incentivos fiscales que hacen de las islas un entorno atractivo para las empresas, ventaja que reforzamos promoviendo la conectividad y las alianzas estratégicas.

¿Qué papel juegan estos incentivos y el marco legislativo regional en la atracción de este tipo de inversiones tecnológicas?

Los incentivos fiscales de la ZEC son vitales para impulsar estas inversiones. Ofrecen a las empresas tecnológicas una fiscalidad reducida y condiciones flexibles que no encuentran en ningún otro lugar de Europa. Además, el marco legislativo regional es flexible y está diseñado para facilitar la instalación y operación de empresas en Canarias, lo cual añade valor al atractivo de las islas como un centro de innovación tecnológica.



¿Cómo cree que la inversión en este sector impactará a medio y largo plazo en la economía canaria?

Creemos que esta industria puede tener un impacto significativo y positivo en el empleo y la economía local. Al establecer un ecosistema de alta tecnología, podemos fomentar la creación de empleo cualificado, retener el talento joven y reducir la fuga de cerebros, y atraer profesionales del exterior. A largo plazo, buscamos que la microelectrónica y los semiconductores sean un motor que dinamice la economía canaria, con efectos en otros sectores como la educación y la investigación aplicada en nuestras universidades, creando sinergias con instituciones tecnológicas internacionales y empresas de referencia. Para la sociedad canaria es una inmensa oportunidad de aprovechar oportunidades de empleo en un sector que está en plena expansión.

¿Qué tipo de colaboraciones o alianzas estratégicas está estableciendo Proexca para facilitar la entrada de esta industria?

Hemos establecido alianzas con centros de investigación y empresas tecnológicas globales. Un ejemplo reciente fue nuestra participación en SEMICON West, donde colaboramos con instituciones como el Clúster Chip Canarias y universidades para conectar a empresas locales con actores internacionales. Estas alianzas permiten que Canarias sea reconocida y respetada como un entorno de I+D en microelectrónica y semiconductores.

¿Cuál es el perfil de empresas de microelectrónica y semiconductores que ya han mostrado interés o han comenzado a establecerse en Canarias?

Las empresas interesadas son desde las que se dedican a la fabricación de chips hasta compañías de software y diseño de sistemas electrónicos. Estamos trabajando para atraer una mayor variedad de empresas tecnológicas que puedan complementar y robustecer el ecosistema local.

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta Canarias para consolidarse en el sector de la microelectrónica?

Uno de los mayores desafíos es la fuerte competencia global en este sector, ya que muchos países están invirtiendo considerablemente en microelectrónica, y la necesidad de atraer inversiones en un mercado altamente demandante de capital y talento

especializado. Para Canarias, consolidarse en esta industria significa fortalecer su infraestructura de I+D y asegurar que los incentivos fiscales sigan siendo atractivos. Otro reto es el desarrollo del talento local, que estamos abordando con la creación de programas de formación específicos.



Buscamos que la microelectrónica y los semiconductores sean un motor que dinamice la economía canaria

¿Qué expectativas tiene Proexca en cuanto al crecimiento de este sector en los próximos cinco años?

Esperamos que el sector crezca de manera sostenida, impulsando la creación de empleo especializado y fomentando la innovación. En cinco años, aspiramos a que Canarias sea reconocida como un hub de microelectrónica y semiconductores en el Atlántico, con empresas y centros de investigación de primer nivel. Este desarrollo fortalecerá la economía insular y abrirá nuevas oportunidades de colaboración internacional. Proexca está comprometida a apoyar a las empresas en cada etapa, y junto con nuestros socios, facilitar un ecosistema de colaboración y crecimiento. Canarias es el lugar ideal para expandirse en un sector innovador y con un alto potencial de crecimiento.

ENTREVISTA

OSCAR ZÁRATE PERDOMO
DIRECTOR DE POOL
DE EXCURSIONES

Oscar Zárate: “El gran valor de las rutas GastroWine es la autenticidad”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

GastroWine Tours, una iniciativa que nos sumerge de lleno en el corazón de nuestra cultura. A través de sus experiencias, los visitantes pueden conectar directamente con los productores locales y disfrutar de productos de kilómetro cero en un entorno auténtico. ¿Qué los motivó a crear GastroWine Tours y cómo ha evolucionado la propuesta desde su inicio hasta ahora?

Sabíamos del auge del enoturismo y de experiencias de calidad y auténticas y buscábamos crear algo diferente que se adaptara a estas demandas del mercado. Y, justamente, en ese momento nos llegó una petición de una agencia y ahí surgió todo. Comenzamos con sólo una ruta en el sur, pero en seguida nos empezaron a pedir una réplica para el norte. Las de hoy son muy diferentes de las rutas iniciales pues las hemos ido adaptando itinerario y contenido para mejorar la calidad, siempre basándonos en los comentarios de agencias y de clientes finales.

¿Qué cambios o mejoras han implementado en los GastroWine Tours para su reactivación durante este mes de noviembre? ¿Qué pueden esperar los clientes que participen en estas experiencias?

La ruta sur ha cambiado por completo, aunque mantiene la misma esencia. En la edición de esta temporada de invierno tenemos un itinerario más lineal y ameno: una bodega que prácticamente abre las puertas para nosotros en un enclave espectacular, un mercadillo del agricultor muy completo y con buenas instalaciones, y un museo etnográfico y alfarero que ayuda a transmitir los valores e historia que nos ha hecho llegar al día de hoy.

La ruta norte, por su parte, mantiene una misma línea con la reconocida Bodega Tajinaste. En esta ocasión la “maridamos” con un elemento básico de la gastronomía e historia de Canarias: EL GOFIO. En las excursiones y experiencias de nuestras islas siempre le hemos dado valor al paisaje, a los volcanes o al vino, pero no se le daba hasta ahora el valor que merece este elemento sin el cual no se puede comprender la historia de canarias desde los guanches hasta hoy en día. Como los inicios de los GastroWine Tours esta colaboración surge en el momento adecuado.



Pensamos en crear un producto en el que el gofio fuera el protagonista y en una reunión con Delia Escobar concejal de Turismo de La Orotava me comenta que la propiedad de Casa de Los Balcones va a abrir un museo del gofio. Y lo que pasó a continuación fue todo muy fluido: las reuniones con Fernando y María Schonfeldt (propietarios de Casa de Los Balcones y Molino del Hoyo) y, por supuesto, el exquisito gusto y detalle con el que crearon el museo del gofio. Un homenaje en mayúsculas al alimento por antonomasia de la gastronomía canaria y tenemos la suerte de poder ofrecerlo en nuestro GastroWine norte.

¿Cómo seleccionan a los productores y productos que forman parte de los GastroWine Tours? ¿Qué criterios consideran para asegurar que la experiencia sea auténtica y de calidad?

Ha sido todo muy orgánico incluso desde el nombre del producto: inicialmente era Tenerife Gastronomic y que luego se me ocurre el término “GastroWine” para poder darle el valor que tiene el vino en estas rutas. Un ejemplo es el cómo y por qué adaptamos la ruta sur a la bodega El Patio Real: contacta conmigo Carlos Díaz, propietario de Bodega El Patio Real al escu-

char publicidad sobre las rutas GastroWine. Al visitar esa bodega me quedo con dos cosas: el marco en donde se encuentra y la belleza de la misma (¡y el gran trato de Carlos!). Además, en esa visita me ponen en contacto con Germán Jiménez concejal de Santiago del Teide quien muy amablemente me muestra los puntos atractivos del municipio. Luego, claro está, pensamos en el perfil de cliente y los comentarios previamente ya recibidos para que todo las paradas, productos y productores construyan y transmitan una misma historia.

¿Qué tipo de actividades y experiencias pueden esperar

los participantes? ¿Cómo se aseguran de que estas actividades resalten la cultura local?

La idea es transmitir a nuestros visitantes cómo somos y cómo vivimos, y los alimentos y el vino narran perfectamente el modus vivendi de cada pueblo. Las bodegas y el vino son el atractivo principal de estas rutas, pero un mercadillo del agricultor o un molino y un museo de gofio, así como el resto de las paradas tratamos de que vayan en concordancia de un mismo relato: el relato de cómo somos los canarios y de nuestra historia.

¿Cómo creen que GastroWine Tours impacta en la economía local y en la promoción de productos de kilómetro 0?

Creemos que el gran valor de estas rutas es la autenticidad de las mismas. Y es que han sido creados como planes que cualquier podemos hacer un fin de semana: desde ir a comprar gofio al molino o elegir un vino a una bodega para el almuerzo hasta ir al mercadillo del agricultor a comprar verduras y frutas para la semana. Todo ello en sí es apoyo a la economía local y puro kilómetro 0.

¿Qué papel juega la educación en sus tours para aumentar la concienciación sobre la importancia de consumir productos locales y apoyar a los productores del archipiélago?

Creo que ya hay una concienciación general de la importancia de los productos de cercanía por su sabor y por la necesidad del apoyo al pequeño comercio. Y precisamente eso es lo que busca ese perfil de visitante que selecciona unas rutas GastroWine: conocer la vida real de nuestro destino y que sus vacaciones generen una huella positiva en el destino.

¿Cuál es su visión a largo plazo para GastroWine Tours y cómo se visualizan en la evolución del turismo gastronómico en Canarias?

Tenemos los pies en el suelo. Lo primero es consolidar el producto y eso se consigue como lo estamos haciendo: con trabajo, metiéndole pasión, siendo muy metódicos, perfeccionar detalles y ser persistentes. Creemos en esto, pero no nos podemos enamorar de la idea, el producto ha de ser sostenible. Para ello necesitamos de nuestros clientes que son las agencias, cuya figura es fundamental para la distribución y poder llegar a los visitantes, y por ende, para poder seguir transmitiendo nuestra esencia con productos tan bonitos y completos como GastroWine.

La concejalía de Igualdad da visibilidad a la mujer rural



María del Rosario Labrador, agricultora.

El ayuntamiento de La Orotava, a través de la concejalía de Igualdad y Bienestar Social que dirige Belén González, organizó a lo largo del mes de octubre diversas actividades para conmemorar el Día Internacional de la Mujer Rural, que se celebra cada año el día 15 de octubre. El objetivo de la institución local es dar visibilidad y protagonismo a este colectivo, por el papel tan fundamental que han jugado en nuestra sociedad.

La exposición "Mujer del Norte, Mujer de la Tierra", acompañada de una interesante charla, recorrió diversas asociaciones de mayores y vecinales del municipio, contándose con la participación de varios colectivos. La Red de Municipios por la Igualdad del Norte de Tenerife llevó a cabo, el mismo 15 de octubre, en Santa Úrsula, una mesa redonda de mujeres rurales, y lectura del manifiesto. Y en Centro Municipal de Mayores de La Orotava se puso en escena la obra de teatro "Mujer de la Mar a la Cumbre", con la narración a cargo de Mon Peraza y Samantha Moreno. Se trata de un espectáculo de narración oral escénica que gira en torno a la época de la historia de Canarias, en la que, debido a la crisis económica, la población debía de emigrar al Nuevo Mundo, sobre todo Cuba y Venezuela. En una sociedad machista en la que emigraban los hombres y luego reclamaban a sus familias, o no, dejando el fenómeno de las "viudas o damas blancas". El público contempló a dos mujeres en una cocina, lugar de mujeres de la época del siglo pasado, donde se mezclan cantos, labores corrientes del lugar, cuentos populares

de la tradición oral de Canarias y anécdotas reales escuchadas a protagonistas de la tierra. También se realizaron visitas a la Feria de Artesanía Tricontinental.

La mujer rural es aquella que desarrolla su vida en el medio rural, ya sea llevando a cabo su actividad profesional en este entorno o simplemente haciendo vida en él. El municipio de La Orotava cuenta con un importante número de mujeres rurales. El día Internacional de la Mujer Rural fue establecido en el 2007 por la Asamblea General de las Naciones Unidas con el fin de reconocer el papel decisivo de la mujer en tres aspectos tan fundamentales como la promoción del desarrollo agrícola y rural, la mejora de la seguridad alimentaria y la erradicación de la pobreza. Este día de celebración y reivindicación sigue siendo necesario ya que, aunque en los últimos años, la sociedad ha experimentado una profunda transformación en el reconocimiento de la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, esta igualdad efectiva, evoluciona más lentamente en las zonas rurales. Por esto sigue siendo prioritario visibilizarlas, trabajando en las necesidades y demandas que ellas precisan.

Ante las numerosas dificultades que se encuentran las mujeres de campo, se produce como consecuencia la falta de relevo generacional ya que, por una parte, las propias madres desean un futuro con más oportunidades y menos duro para sus hijos y, por otra, los jóvenes tampoco quieren continuar con las labores tan sacrificadas y poco valoradas que conlleva la actividad agraria. Un ejemplo de esta falta de relevo generacional se sufre en La Orotava, donde en los

últimos años se ha visto incrementar la superficie rústica abandonada. Y otra de las consecuencias más representativas de las dificultades a las que se ven sometidas, es la invisibilidad o escasa visibilidad de la figura de la mujer rural.

Con la finalidad de dar solución a la infinidad de problemas tanto jurídicos, como económicos, profesionales y sociales a los que se enfrentan a diario las mujeres rurales, en los últimos años, se han llevado a cabo, desde todas las administraciones públicas, iniciativas encaminadas a visualizar la realidad que vive este colectivo, fomentar la igualdad entre géneros y empoderar a la mujer para contribuir a mejorar su calidad de vida. Desde las administraciones públicas se llevan a cabo proyectos de investigación sobre la realidad, necesidades y demandas de las mujeres rurales de la isla, y se ha puesto en valor su figura y actividad.



XXII GALA DEL DEPORTE 2024
VILLA DE LA OROTAVA

Martes 19 de noviembre a las 20:00 h.
Salón Noble Excmo. Ayuntamiento.

Excmo. Ayuntamiento de la Villa de La Orotava

Eduardo Dávila: “Nuestro objetivo es contar con un marco normativo fiscal actualizado y adaptado a las necesidades actuales”

ENTREVISTA

EDUARDO DÁVILA
CONCEJAL DE HACIENDA
DEL AYUNTAMIENTO DE
TACORONTE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Recientemente, desde el Ayuntamiento de Tacoronte han dejado constancia de que a partir del próximo año el tipo impositivo del Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI), se reducirá pasando del 0.60 al 0.53%. ¿Cuáles son los criterios específicos que llevaron a esta decisión?

Sin duda, una reducción en los impuestos municipales es una excelente noticia para nuestros vecinos. Nuestros tipos impositivos han sido tradicionalmente altos en comparación con otros municipios. Al analizar las posibilidades de financiación y al identificar oportunidades para optimizar el presupuesto, hemos logrado reducir el impuesto sobre bienes inmuebles. Esto representa un alivio significativo para las familias de Tacoronte.

Sin embargo, esta medida va más allá de una simple reducción de impuestos. Consideramos que este tipo de ajustes fiscales pueden convertirse en una palanca para impulsar el desarrollo económico y social de nuestra comunidad. Al reducir la carga fiscal sobre los propietarios, estamos fomentando la inversión y estimulando la actividad económica local.

La modificación de la ordenanza tiene dos aspectos principales. Por un lado, hemos reducido el tipo de gravamen general del 0,60% al 0,53%, lo que representa una disminución aproximada del 12% en la cuota para todos los vecinos de Tacoronte.

Por otro lado, hemos incorporado nuevas bonificaciones. Estas bonificaciones, que los ayuntamientos pueden aplicar de forma voluntaria, han sido diseñadas para incentivar prácticas sostenibles y apoyar a las familias numerosas. Hemos ampliado las ayudas a las familias numerosas con propiedades residenciales en el municipio y hemos establecido bonificaciones para aquellos vecinos que hayan instalado sistemas de energía solar, ya sean fotovoltaicos o térmicos. Con estas medidas, buscamos fomentar el desarrollo sostenible y



reducir el impacto ambiental.

Además de las bonificaciones para familias numerosas y usuarios de energías renovables, hemos incluido incentivos fiscales para promover la movilidad eléctrica y el desarrollo social. Los puntos de recarga de vehículos eléctricos también se beneficiarán de bonificaciones significativas.

Asimismo, hemos establecido una bonificación del 75% en la cuota del impuesto sobre bienes inmuebles para entidades del tercer sector que deseen establecerse en nuestro municipio. Esto incluye organizaciones sociales, culturales, educativas y aquellas enfocadas en la generación de empleo.

Es importante destacar que esta reducción impositiva afecta principalmente a los inmuebles de uso residencial, aunque afecta a todos los usos, que representan el 97% del total de los objetos tributarios. Esto significa que la gran mayoría de nuestros vecinos se verán beneficiados por esta medida.

Hemos diferenciado claramente los usos de los inmuebles, ya que no es lo mismo un uso comercial o industrial que uno residencial. Aquellos inmuebles con valores catastrales muy altos, principalmente de uso comercial o industrial, no han sido incluidos en esta reducción impositiva. Consideramos que estos inmuebles realizan una contribución significativa al municipio y, por tanto, no se justifica aplicarles la misma bonificación. Sin embargo, es importante destacar que esta medida afecta únicamente al 2,5% de los inmuebles.

La ordenanza del IBI que aprobamos el 4 de octubre entrará en vigor definitivamente en enero de 2025, tras un periodo de alegaciones. Esta medida forma parte de

una estrategia fiscal más amplia que estamos implementando en el municipio.

Nuestra intención es desarrollar una política fiscal integral que promueva el desarrollo sostenible, la equidad y la eficiencia. Creemos que esta estrategia contribuirá a mejorar la calidad de vida de nuestros vecinos y a fortalecer nuestro municipio.

Esta reducción impositiva y las demás medidas que están llevando a cabo son una excelente noticia para el municipio. Sin duda, contribuirá a aumentar la competitividad y a atraer a nuevos residentes, lo cual es fundamental para el crecimiento y desarrollo de Tacoronte, ¿verdad?

Es cierto que el debate en el pleno se centró principalmente en la reducción de la cuota del IBI. Sin embargo, es importante destacar que esta medida va más allá de una simple reducción de impuestos. Buscamos activar palancas para el desarrollo económico, social y medioambiental de nuestro municipio.

El IBI representa aproximadamente el 15% de nuestro presupuesto anual y sabemos que esta reducción tendrá un impacto en nuestros ingresos. Por ello, estamos trabajando en diversificar las fuentes de financiación y en optimizar nuestros gastos para garantizar la sostenibilidad de los servicios públicos.

A pesar de esta disminución, hemos realizado un análisis exhaustivo y hemos asegurado la sostenibilidad financiera del municipio. Contamos con remanentes que nos permitirán mantener los servicios públicos de calidad y afrontar esta nueva situación. Además, conside-

ramos importante devolver a los vecinos parte de la carga impositiva que han soportado.

Cambiando de tema, hablemos del nuevo convenio de empleo. ¿Qué novedades importantes trae este acuerdo y cómo se adapta a las necesidades actuales y las demandas del mercado laboral en Tacoronte?

Tenemos en marcha un plan de empleo municipal diseñado para reducir las elevadas tasas de desempleo que enfrentamos. Actualmente, la tasa de desempleo en nuestro municipio se encuentra en mínimos históricos.

Este plan se centra especialmente en las mujeres desempleadas mayores de 45 años con bajo nivel educativo, que representan un

porcentaje significativo de nuestra población desempleada. A través de programas de formación y prácticas laborales, buscamos mejorar sus competencias y facilitar su inserción en el mercado laboral.

Un ejemplo de estos programas es el convenio de empleo de larga duración, que ofrece a las personas desempleadas desde hace tiempo la oportunidad de adquirir experiencia laboral y mejorar sus habilidades, aumentando así sus posibilidades de encontrar un empleo estable.

Además de los programas de empleo tradicional, contamos con iniciativas como el PFAE Dinación, que combina la formación profesional con la experiencia laboral, o el Plan de Empleo Social, orientado a diferentes sectores y perfiles.

Todos estos programas comparten el objetivo de mejorar la empleabilidad de nuestros ciudadanos, ofreciendo formación especializada y oportunidades de prácticas laborales. Para complementar esta oferta, hemos desarrollado un catálogo de microcredenciales en el ámbito de la industria alimentaria y el comercio, que permiten a los participantes adquirir habilidades específicas de manera flexible.

Asimismo, estamos fomentando el emprendimiento a través de líneas de financiación y colaboraciones con entidades externas, como el Parque Científico Tecnológico, que nos permitirá ofrecer formación especializada en competencias empresariales.

Además, hemos implementado políticas de contratación responsable que favorecen la inserción laboral de colectivos vulnerables. A través de contratos reservados, apoyamos a empresas de inserción y centros especiales de empleo, que se encargan de la contratación de personas con discapacidad y en situación de vulnerabilidad. Esta medida no solo contribuye a la inclusión social, sino que también fomenta la creación de un ecosistema laboral más justo y equitativo.

Eduardo, pensando en el futuro, ¿qué nuevas iniciativas o políticas tiene previsto implementar el área de hacienda para seguir apoyando a los ciudadanos y fomentar el desarrollo económico de Tacoronte?

Como comentaba, estamos llevando a cabo una revisión integral de nuestras ordenanzas fiscales. Hemos iniciado este proceso con la actualización de las ordenanzas del Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI), del Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras (ICIO) y el de Gestión de Residuos.

Además, tenemos previsto revisar las ordenanzas relacionadas con los usos del suelo y las tasas por servicios municipales. Nuestro objetivo es contar con un marco normativo fiscal actualizado y adaptado a las necesidades actuales del municipio.



Es importante destacar que esta medida va más allá de una simple reducción de impuestos

Federico Romero: “La Fundación planea consolidar los Premios Talento Sostenible como un evento anual”



ENTREVISTA

FEDERICO ROMERO
PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN
LÍNEAS ROMERO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
La Fundación Líneas Romero surge como una entidad comprometida con el desarrollo sostenible y el bienestar social de la comunidad. A través de diversas iniciativas, fomentan la innovación, el emprendimiento y la conservación del medio ambiente. En la actualidad, ¿en qué línea de trabajo están poniendo el foco?

La Fundación Líneas Romero está enfocada en varias líneas de trabajo, apostando fuertemente por el fomento de la Innovación y el Capital Humano, con el objetivo de promover el talento y el emprendimiento socialmente responsable, apoyando proyectos que favorezcan la sostenibilidad medioambiental y fomenten la innovación en Canarias, camino que tenemos muy presente desde todo el grupo Líneas Romero. Además, seguimos trabajando en otras áreas prioritarias: Salud y Ocio Saludable y Sostenibilidad Medioambiental, todas dirigidas a generar cambios positivos en la comunidad y alinear nuestras iniciativas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

¿Cuáles son los proyectos más emblemáticos que ha llevado a cabo la Fundación hasta ahora?

Uno de los proyectos más destacados de la Fundación ha sido la colaboración con la Cámara de Comercio de Lanzarote y La Graciosa para lanzar los Premios Talento Sostenible, que han fortalecido la imagen de la Fundación como promotora de la innovación responsable y de soluciones sostenibles



Además de los Premios Talento Sostenible, hemos desarrollado proyectos emblemáticos en el área de prevención de la salud y promoción del deporte, que incluyen iniciativas como KM por Sonrisas, Proyecto Descansa y su apoyo a Casa Pippa; ambos centrados en dar apoyo a pacientes oncológicos y de enfermedades raras.

En esta misma línea, ¿cómo seleccionan los proyectos que van a financiar o apoyar?

La Fundación Líneas Romero selecciona los proyectos a financiar o apoyar en función de su concordancia con los fines estatutarios de la entidad y sus tres áreas estratégicas: Innovación y Capital Humano, promoción de la Salud y el Deporte, y el Desarrollo Sostenible. Para cada proyecto, se evalúa el grado en que contribuye a estos objetivos y su potencial para generar un impacto significativo en la comunidad.

La Fundación también da especial importancia a la colaboración con socios estratégicos que fortalezcan los proyectos y amplíen su alcance. A través de estas alianzas, la Fundación fomenta el trabajo en red y asegura que cada iniciativa cuente con el apoyo y los recursos necesarios para maxi-

mizar su impacto y sostenibilidad. Este enfoque colaborativo permite a la Fundación catalizar cambios positivos duraderos en la sociedad.

Además, ¿qué aprendizajes han obtenido de esta experiencia que podrían ser útiles para otras organizaciones que deseen replicar este modelo?

Uno de los principales aprendizajes es la importancia de la colaboración multi-sectorial y el establecimiento de criterios claros de selección que se enfoquen en el impacto social y ambiental. La Fundación ha identificado que la transparencia y la evaluación rigurosa de proyectos son clave para mantener la confianza y el compromiso de la comunidad. Este modelo de trabajo ha demostrado ser eficaz para fomentar la participación de proyectos de alta calidad y podría servir de ejemplo para otras organizaciones. Es preciso, además, recalcar el gran potencial que existe en Canarias y la necesidad de proporcionar espacios en los que compartir aprendizaje.

Con el objetivo de seguir impulsando la innovación y el emprendimiento sostenible en las Islas Canarias, han presentado la segunda edición de los

Premios Talento Sostenible 2024. ¿Qué novedades presenta esta segunda edición de los premios?

En esta segunda edición, los Premios Talento Sostenible 2024 incluyen la misma dotación económica para el proyecto ganador, de 5,500 euros, y mantienen el enfoque en proyectos innovadores con impacto positivo en los ODS. Las novedades están orientadas a mejorar el proceso de selección y presentación de proyectos y aumentar la visibilidad de los que resultan ganadores, lo que refuerza el compromiso de la Fundación de crear una comunidad de emprendedores sostenibles en las islas. También se incorporan nuevos expertos al jurado de valoración.

¿Qué esperan que aporte esta nueva edición a la comunidad y al ecosistema emprendedor de la isla?

La Fundación espera que esta edición fortalezca aún más el ecosistema emprendedor no sólo de la isla sino de todo el archipiélago, promoviendo la creación de proyectos que fomenten la sostenibilidad y el bienestar social. Además, se busca inspirar a los emprendedores locales a desarrollar ideas económicamente viables que respondan a los desafíos ambientales y sociales de Canarias.

¿Y si hablamos de las expectativas en cuanto al número y la calidad de las propuestas presentadas?

La pasada edición nos sorprendió el nivel de las propuestas presentadas y, como no puede ser de otra manera, esperamos que este año sigan superándose. Insistimos en que nuestras islas tienen mucho talento emergente que sólo necesita que se les tienda la mano para dar ese primer paso.

“La Fundación espera que esta edición fortalezca aún más el ecosistema emprendedor no sólo de la isla sino de todo el archipiélago”

¿Cuál es el tipo de perfil de emprendedor o proyecto que esperan ver en esta edición?

Todo apunta a que encontraremos proyectos que, desde un enfoque holístico, aportarán nuevas soluciones a los retos medioambientales a los que nos enfrentamos en la actualidad.

¿Tienen pensado convertir los Premios Talento Sostenible en un evento anual? ¿Cuáles son sus planes a largo plazo para esta iniciativa?

Sí, la Fundación planea consolidar los Premios Talento Sostenible como un evento anual. A largo plazo, pretendemos que estos premios sean un pilar para el crecimiento de un ecosistema de innovación sostenible en Canarias, promoviendo un cambio duradero en la cultura emprendedora de las islas.

Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden celebra sus 50 años de historia



El lujoso Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden, parte del Grupo Loro Parque, ha consolidado su reputación como un referente en el sector hotelero de Canarias. Desde su inauguración el 15 de noviembre de 1974, ha sido tanto testigo como impulsor del crecimiento turístico en la región, distinguiéndose por su calidad y exclusividad. Adquirido por el Grupo Loro Parque en 1995, el hotel ha sido galardonado en múltiples ocasiones, incluyendo premios nacionales e internacionales que destacan su excelencia. Fue el primer hotel en Canarias en ingresar a la prestigiosa colección "The Leading Hotels of the World" y ha sido reconocido en seis ocasiones como el mejor Hotel Spa de Europa y el Mediterráneo por la renombrada publicación Condé Nast Johansens.

El Hotel Botánico también ha sido premiado por la satisfacción de sus huéspedes, con reconocimientos como el Quality Award de Jet2 Holidays y el Customer Excellence Award de British Airways. Además, en su compromiso con el turismo sostenible, el hotel cuenta con certificaciones en gestión medioambiental como ISO 9001, ISO 14001, EMAS III y Biosphere. Este compromiso ha sido reconocido por el turoperador TUI, quien lo ha incluido en varias ocasiones entre los 100 hoteles más sostenibles.

► El establecimiento de lujo del Grupo Loro Parque se ha erigido como uno de los referentes en el sector hotelero de Canarias

"Lo que hace especial a este hotel es su carácter familiar, una cualidad poco común en el sector hotelero de nuestro archipiélago, que está dominado por grandes multinacionales," explica Wolfgang Kiessling, presidente del Grupo Loro Parque. Los valores de

la familia Kiessling, como la atención al detalle, el trato amable y el compromiso con la calidad, son visibles en cada aspecto del hotel. Todo esto complementados con el clima privilegiado de Puerto de la Cruz, caracterizado por sus veranos suaves e inviernos cálidos.

Un hogar en Tenerife

La incorporación al Grupo Loro Parque en 1995 trajo consigo una transformación que dio al hotel el ambiente cercano y familiar que hoy lo caracteriza. "Nos esforzamos para que nuestros huéspedes sientan que han encontrado un hogar en el norte de Tenerife, ofreciéndoles una experiencia de lujo y confort," comenta el presidente de la compañía. Con los años, el hotel ha ganado una clientela fiel que lo considera su casa en el mejor clima del mundo.



Tras la pandemia, el hotel reabrió en 2021 con una reforma integral para adaptarse a las necesidades del viajero moderno, logrando una fusión entre modernidad, lujo y sofisticación, y reafirmando su compromiso con la excelencia y la innovación.

A lo largo de su historia, el Hotel Botánico ha logrado afianzar una cartera de selectos y fieles clientes que no han dudado en repetir la experiencia que ofrece el hotel. No es casualidad que haya sido el alojamiento elegido por figuras como Michael Jackson, Bill Clinton, o la Reina Sirikit de Tailandia, quienes cuentan con suites exclusivas en su honor.

Mucho más que un hotel

La experiencia de ser huésped en el Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden va más allá de la calidad de sus 241 habitaciones, recientemente renovadas para cumplir los requisitos de los viajeros modernos más exigentes. Cuenta con un sinfín de atractivos que invitan a explorar toda su extensión.

Por sus pasillos, los clientes pueden disfrutar de la mayor colección privada de arte en Canarias. Además, envuelto en sus 25.000 metros de jardines subtropicales se encuentra el The Oriental Spa Garden: un templo de salud y belleza inaugurado en 2003, y que ha sido distinguido en seis ocasiones como el mejor Hotel Spa de Europa y el Mediterráneo por Condé Nast Johansens.

La gastronomía también es un pilar en la propuesta del Hotel Botánico, que bajo la dirección de la familia Kiessling ha puesto en marcha tres restaurantes: La Parrilla, Il Pappagallo y The Oriental, este último inaugurado por la Reina Sirikit de Tailandia, evocando la atmósfera exótica de su país. Más adelante, se incorporó el restaurante Palmera Real, situado en un agradable entorno junto a la piscina principal. La oferta culinaria del hotel la completa Brunelli's, que ofrece la mejor carne a este lado del Atlántico con una panorámica de ensueño hacia el océano, el establecimiento, situado justo en frente de Loro Parque, cuenta con el horno Southbend, único en las Islas, capaz de cocinar la carne a 800°, manteniéndola crujiente por fuera y jugosa por dentro. Además, el Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden se ha posicionado como referente en el sector nupcial. Las parejas pueden darse el "sí, quiero" en un entorno idílico. Con el apoyo de los mejores proveedores del sector, el hotel garantiza a novios e invitados una boda inolvidable.

"Vivimos en un entorno competitivo, con una oferta hotelera en constante crecimiento. Sin embargo, estamos seguros de que nuestro hotel continuará siendo un referente en el sector gracias al respaldo de nuestros clientes," concluye Wolfgang Kiessling.

Cepsa se transforma en Moeve



Maarten Wetselaar, CEO de Moeve.

Cepsa ha anunciado el pasado 30 de octubre el cambio de su nombre a Moeve. Se trata de un hito histórico en la transformación de la compañía para convertirse en uno de los referentes de la transición energética europea, reflejando el avance de su transformación, fruto de su estrategia Positive Motion a 2030 y su total compromiso con la energía y la movilidad sostenibles.

Este cambio también responde a su objetivo de acelerar su descarbonización y la de sus clientes, mediante una inversión de hasta 8000 millones de euros, de los que más del 60% se destinará a negocios sostenibles, como la producción de hidrógeno verde, biocombustibles de segunda generación (2G) y productos químicos sostenibles, así como la recarga eléctrica ultrarrápida.

Desde el lanzamiento de su estrategia Positive Motion en marzo de 2022, la compañía ha avanzado en un gran número de proyectos y ha desarrollado un ecosistema de alianzas con más de 60 compañías de varios sectores para impulsar las distintas cadenas de valor y la implementación de estos proyectos.

La compañía está desarrollando el Valle Andaluz del Hidrógeno Verde, el mayor proyecto presentado hasta la fecha en Europa, que en 2030 espera contar con una capacidad de 2000 MW. Además, ha impulsado la creación del primer corredor marítimo entre los puertos de Algeciras y Huelva con el puerto

de Róterdam para unir el sur y el norte de Europa y está trabajando en el desarrollo de nuevas plantas de metanol y amoníaco verdes junto con sus socios.

Igualmente, está desarrollando el que será el mayor complejo de biocombustibles 2G del sur de Europa, ubicado en Palos de la Frontera (Huelva), con una capacidad anual de producción de un millón de toneladas de combustible sostenible para la aviación -SAF- y diésel renovable -HVO-. Actualmente, Moeve ya comercializa estos combustibles sostenibles en siete de los principales aeropuertos españoles y en más de 60 puertos del país en los que opera. La energética también avanza con sus socios en el desarrollo de cerca de 30 plantas de biometano en España y proyectos para valorizar residuos para la producción de este biogás, sustituto del gas natural.

La red de estaciones de servicio de Moeve ya cuenta con más de 160 puntos de carga ultrarrápida operativos y espera terminar el año con 400 construidos, para el desarrollo de una de las mayores redes de recarga eléctrica ultrarrápida en el conjunto de España y Portugal. En paralelo, está llevando a cabo una ambiciosa transformación de los puntos de contacto con los clientes, ampliando su oferta de alternativas energéticas, así como nuevos servicios de restauración, recogida de paquetes y tienda.

La compañía está transformando su cartera de productos químicos hacia soluciones cada vez más sostenibles. En concreto, ya produce y

comercializa LAB (base para la fabricación de detergentes biodegradables) y fenol a partir de materias primas y fuentes de energía renovables. Además, está construyendo en Huelva una planta de alcohol isopropílico (IPA), base para la fabricación de geles hidroalcohólicos, que será la primera instalación de este tipo en España que utilice hidrógeno verde y que sea capaz de sustituir materias primas de origen fósil por materias sostenibles.

Este año la compañía ha anunciado la venta de sus activos de exploración y producción en Colombia y Perú, después de la desinversión realizada en Abu Dabi en 2023, lo que supone la venta de cerca del 70% de sus activos de producción de petróleo respecto a 2022. En este sentido, la compañía también ha anunciado el pasado mes de agosto la venta de su filial de butano, propano y autogás (Gasib)

Durante el evento de lanzamiento de la nueva marca, Maarten Wetselaar, CEO de Moeve afirmó que "hoy es un día histórico para la familia de más de 11.000 profesionales que integran la compañía. Pero también para nuestros clientes, socios, proveedores y resto de grupos de interés, a los que queremos aportar un impacto positivo. Me ilusiona comunicar el cambio de una gran marca, Cepsa, que ha estado con nosotros más de 90 años, para decirle al mundo que nos estamos transformando en otro tipo de organización, Moeve, en la que la mayor parte de su beneficio provendrá de actividades sostenibles a final de esta década. Una compañía cercana y colaboradora que en los últimos dos años ha acelerado su transformación, alcanzando múltiples hitos en el marco de su estrategia Positive Motion a 2030. Ante estos avances y los que daremos en el futuro, presentamos una nueva marca que refleja nuestro firme compromiso por ser referentes de la transición energética en Europa, en especial en el campo de las moléculas verdes, como el hidrógeno verde y los biocombustibles 2G, y en el de la movilidad eléctrica ultrarrápida".

Asimismo, el primer ejecutivo aseguró: "Hoy lanzamos Moeve como enseña de nuestro siguiente paso en la historia del sector energético. Nacimos con las siglas de Compañía Española de Petróleos SA en 1929 para construir la primera refinería de España y liderar la primera transición energética, y durante casi un siglo Cepsa ha tenido un papel determinante como impulsor del progreso y crecimiento económico de España. Hoy, sin embargo, el mundo necesita otro tipo de soluciones energéticas más sostenibles. Moeve nos permite afrontar el futuro con más certeza y confianza, manteniendo un claro compromiso con nuestros clientes: ampliar la oferta de soluciones energéticas sostenibles y asequibles, facilitando su descar-

bonización, y así avanzar juntos en la nueva transición energética para lograr un mundo mejor".

Los avances acometidos han permitido a la compañía posicionarse en los puestos de referencia de su sector en los principales rankings de sostenibilidad (ESG) a nivel internacional. Dentro de los últimos resultados que ha obtenido, cabe destacar que está dentro del 1% de las mejores compañías de su sector en el rating de S&P CSA y en las primeras posiciones de su sector a nivel global en los de Sustainability y, por tercer año consecutivo, en la primera posición de su sector a nivel internacional en Clarity AI. Asimismo, EcoVadis la ha vuelto a reconocer recientemente con la medalla de oro, situándola entre el 3 % de las mejores compañías en sostenibilidad de todos los sectores a nivel mundial.

Además de ayudar a lograr los objetivos de la Agenda 2030 para la lucha contra el cambio climático, los proyectos de energías sostenibles de Moeve convertirán a Andalucía y a España en un líder energético, contribuyendo a la seguridad de suministro y a la independencia energética de Europa, respaldando así la estrategia REPowerEU.

Por su parte, la fundación corporativa de la compañía, Fundación Moeve, continuará promoviendo iniciativas dirigidas a afrontar los desafíos de la transición ecológica y a mejorar la calidad de vida de los colectivos más vulnerables, centrándose en impulsar una transición justa e inclusiva, dentro de los ámbitos medioambiental, científico-educativo y social.

La esencia de Moeve

La nueva marca, desarrollada con la colaboración de la agencia Landor, refleja movimiento, optimismo y evolución a través de diferentes colores, texturas y dimensiones, con un diseño pensado para el mundo digital. "Moeve es un nombre único diseñado para llevar a los clientes, los mercados y la sociedad en su conjunto hacia un futuro mejor. Los nuevos colores identificativos de Moeve se caracterizan por los tonos inspiradores que desafían lo establecido, rompiendo con el pasado para abrir la puerta a un mundo de energía y movilidad sostenibles alineado con nuestra nueva estrategia", señala PierreYves Sachet, responsable de Marca y director del negocio de Mobility & New Commerce

De manera progresiva la nueva marca se irá implantando en todas sus estaciones de servicio, que arrancará en el mes de noviembre, a un ritmo de unas 600 estaciones al año, hasta llegar a las más de 1800 que la compañía tiene en España y Portugal.





SALT 2024

Semana Atlántica de la Lógica y el Transporte

Perspectivas de Presente y Futuro del sector en Canarias

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

18 de noviembre · 09:00h

AC Hotel Gran Canaria (C/ Eduardo Benot, 3-5)

SANTA CRUZ DE TENERIFE

19 de noviembre · 09:00h

Real Casino de Santa Cruz de Tenerife (Plaza de la Candelaria, 12)

Inscríbete ahora

cctl.es/SALT



Autoridad Portuaria
Santa Cruz de Tenerife

Binter

LÄBERIT
PEOPLE • INNOVATION • TECHNOLOGY



Gobierno
de Canarias

Consejería de Obras Públicas,
Vivienda y Movilidad

Roberto Carlos Rey: El impulso detrás de Diagnóstica Europa

ROBERTO CARLOS REY
CEO DIAGNÓSTICA EUROPA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Roberto Carlos Rey, socio clave de Diagnóstica Europa, comenzó su carrera empresarial con una visión clara: la atracción de inversiones a Canarias por los beneficios fiscales. Una de las empresas que internacionalizó propuso su participación como socio local, y de esta forma utilizar la innovación tecnológica para transformar el acceso a la sanidad. La propuesta de valor siempre ha girado en torno a la democratización de los servicios médicos, especialmente a través de la telemedicina y el desarrollo de dispositivos médicos avanzados. A través de su colaboración con *Diagnóstica Telemedicina SA*, empresa matriz ubicada en Argentina, Roberto ha impulsado la creación de una sociedad ZEC y planta de producción en Canarias, que será fundamental para la fabricación y comercialización de soluciones de hardware y software de telemedicina para los mercados europeos y africanos.

El proyecto ha evolucionado rápidamente, y uno de los hitos más importantes será precisamente la puesta en marcha de la planta de producción en Canarias. Esta planta permitirá no solo la fabricación de productos como la *Multi Diagnóstica* y el *Maletín Diagnóstica*, sino también el desarrollo de nuevas tecnologías adaptadas a las necesidades del mercado europeo y africano. Diagnóstica Europa no presta servicios médicos directamente, sino que proporciona las herramientas tecnológicas para que hospitales, clínicas y otras instituciones puedan hacerlo de manera más eficiente y accesible.

A largo plazo, el objetivo de Roberto es consolidar a Diagnóstica Europa como un referente en el ámbito de la telemedi-



cina y la tecnología sanitaria, con la ambición de ampliar la cobertura a las zonas más necesitadas de Europa y África. El enfoque está en seguir desarro-

llando dispositivos médicos avanzados, utilizando tecnologías como el Internet de las Cosas (IoT) y la inteligencia artificial, que permitan realizar diagnósticos y tratamientos de manera remota, reduciendo las barreras geográficas.

Emprender en este sector no es sencillo. Roberto reconoce que la burocracia es fuerte y que las normativas europeas pueden ser un desafío, pero la alianza con actores clave del sector sanitario ha sido clave para superar estos obstáculos. La combinación de una fuerte estrategia de expansión y una planta de producción que cumple con las normativas europeas vigentes va a permitir que el proyecto avance con firmeza.

En cuanto a proyectos futuros, Roberto destaca el desarrollo de nuevas soluciones tecnológicas como *Mi Diagnóstica*, una plataforma digital que integrará dispositivos médicos con inteligencia artificial para ofrecer diagnósticos en tiempo real. Además, Diagnóstica Europa está explorando oportunidades para ampliar su presencia en África, con la experiencia del despliegue en Latinoamérica, con el objetivo de seguir democratizando el acceso a la salud a través de la tecnología.

Roberto Carlos Rey y su equipo en Diagnóstica Europa están decididos a transformar la sanidad mediante la innovación tecnológica, proporcionando las herramientas necesarias para que los servicios médicos puedan llegar a todos los rincones, de manera eficiente y descentralizada.

De la Realidad Virtual al Liderazgo Empresarial: La Transformadora Trayectoria de Natalia Ridao y Virtual ON

NATALIA RIDAO
CEO DE VIRTUAL ON

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En un mundo empresarial en constante evolución, Natalia Ridao se ha destacado como una pionera en el sector de las Tecnologías Inmersivas. Con más de 12 años de experiencia en el ámbito del emprendimiento, su pasión por la realidad virtual (VR) comenzó en 2017, cuando decidió dar un giro a su carrera y lanzar Virtual ON, el primer centro de entretenimiento basado en VR en las Islas Canarias y el quinto en España.

"Realmente, tengo más de 12 años en el mundo del emprendimiento. Pero, no fue hasta 2017 cuando descubrí la realidad virtual y tomé la decisión de emprender en el sector de las Tecnologías Inmersivas", comenta Natalia. Su propuesta de valor se basa en ayudar a las personas detrás de las organizaciones a integrar la realidad virtual, aumentada y mixta en sus empresas, enfocándose en resultados tangibles. "Desde ese momento y junto a mi socio Donell Pérez, nos hemos marcado como meta ayudar a las personas detrás de las organizaciones a integrar la realidad virtual, aumentada y ahora mixta a sus empresas, de forma cercana y enfocados cien por cien en los resultados".

La evolución de Virtual ON ha sido notable desde sus inicios. Natalia destaca momentos clave en su trayectoria, como la participación en eventos relevantes como el Nice One Barcelona, donde colaboraron con Oculus, y la Madrid Games Week. "Sin embargo, no es hasta finales de 2020 cuando realmente evolucionamos", afirma con determinación. Hoy en día, Virtual ON se compone de tres grandes bloques: un estudio de desarrollo de experiencias AR/VR/MR, formaciones especializadas y dinimizaciones, lo que les permite ofrecer un servicio integral a sus clientes desde la concepción de la idea hasta la entrega del proyecto.



"Sin ánimos de parecer básica, creo que el objetivo a largo plazo es convertirnos en la empresa líder del sector en las Islas Canarias", comparte Natalia. En la actualidad, se encuentran

en una etapa de crecimiento, con un alcance ampliado en todo el archipiélago y un compromiso constante con la innovación. Natalia resalta la emoción de trabajar con tecnologías inmersivas, afirmando: "Lo que nos encanta de trabajar con tecnologías inmersivas como la realidad virtual es que nos permite experimentar y continuar innovando cada día".

Emprender en un panorama empresarial tan competitivo no ha sido una tarea sencilla. Natalia reconoce que lo más difícil ha sido "emprender sin competencia". Más que una barrera, esto ha sido un llamado a la colaboración. "En España y en gran parte del mundo, los que hemos formado parte del sector nos ha tocado 'hacer piña' y trabajar en conjunto para crear y educar al mercado sobre el potencial que tiene esta tecnología". Este esfuerzo colectivo se ha traducido en la creación de nuevas líneas de apoyo y comprensión sobre la tecnología, aunque el reto persiste, especialmente en las Islas Canarias, donde la distancia al mercado peninsular presenta desafíos adicionales. Natalia concluye con firmeza: "Continuamos trabajando, para que las cosas sucedan".

Mirando hacia el futuro, Virtual ON tiene proyectos emocionantes en el horizonte. Natalia revela que están trabajando en "Hexavrse", un entorno virtual de trabajo colaborativo que permitirá a empresas y organizaciones multisede interconectarse y dar sus primeros pasos dentro del Internet en 3D. "Ahora mismo, tenemos algunos proyectos de producción propia que saldrán a la luz el próximo año", añade con entusiasmo.

Innovación: El camino de BeeDronRecord en un sector emergente

ROBIN JAVIER FELICIANO
FUNDADOR DE BEEDRONRECORD

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La historia empresarial de Robin Javier Feliciano, fundador de BeeDronRecord, es un claro ejemplo de cómo la pasión y la innovación pueden converger para dar vida a un proyecto que no solo transforma su entorno, sino que también democratiza el acceso a la tecnología. Desde sus inicios en la universidad hasta la creación de una empresa que se ha consolidado en el sector de los drones, su trayectoria es un testimonio inspirador para futuros emprendedores.

"Para ser honesto, todo empieza durante la universidad. El interés por crear un proyecto propio ya estaba presente durante mi fase estudiando ingeniería en las Palmas. Pero claro, durante esa época era un proceso más

de aprendizaje y formación, viendo a otros emprendedores que realizaban proyectos reales." Este periodo fue crucial para Robin, quien no solo se formó académicamente, sino que también comenzó a identificar oportunidades en el mundo de la tecnología.

El interés por los drones comenzó a florecer en esta etapa, y fue en un momento crítico que se gestó la idea que daría vida a BeeDronRecord. "El proyecto en sí se fraguó durante el volcán de la isla de La Palma. Como palmero, estuve presente desde el primer momento de la emergencia, y fue ahí donde me di cuenta del gran potencial que tienen los drones para captar datos y como sector emergente."

La evolución de BeeDronRecord ha sido notable. "Hemos abierto nuevos servicios todos los años y cubrimos todas las islas canarias." Sin embargo, uno de los momentos más destacados para Robin fue un proyecto que dejó una huella imborrable. "El año pasado



tuvimos el placer de digitalizar 55 Bienes de Interés Cultural en menos de 2 meses. Dicha edificación se encontraba en toda la provincia de Tenerife. Fue un proyecto retador pero muy satisfactorio debido a que se encontraban inmuebles tan interesantes como la Iglesia de La Orotava o inmuebles en La Laguna y Santa Cruz de La Palma."

Mirando al Futuro: Objetivos y Retos

El horizonte de Robin y su equipo es prometedor. "Nuestro objetivo a largo plazo

es consolidarnos en las Islas Canarias y comenzar a ofrecer servicios recurrentes en la península." Sin embargo, el camino del emprendimiento no es sencillo. "Considero que emprender nunca es fácil, pero debo destacar que nuestro sector tiene el agravante de una regulación muy estricta y que en los últimos años ha cambiado mucho. Por lo tanto, nuestro sector es muy sensible a la burocracia y el factor de la insularidad."

Innovación en el Aire: Nuevos Proyectos

BeeDronRecord no se detiene. "Actualmente estamos haciendo una apuesta importante por los drones FPV, que nos permite hacer vídeos muy dinámicos e interesantes para nuestros clientes." Además, están trabajando en un proyecto innovador que se lanzará en 2025. "Estamos seguros que resultará innovador, pero aún no podemos dar mucha más información."

Alkorex: Transformando el Futuro de las Infraestructuras en Canarias

PABLO ROMERO

CHIEF DIRECTOR DE ALKOREX

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En el año 2019 nace Alkorex, una empresa vanguardista que aspira a transformar el sector de las infraestructuras. Impulsado por la visión innovadora de Pablo Romero, Alkorex se posiciona como un referente en soluciones constructivas sostenibles.

"En 2019, tras mucha búsqueda e investigación, encontramos la solución a uno de los mayores problemas que afectan a las infraestructuras en Canarias: el óxido, las filtraciones y el deterioro prematuro en cubiertas y fachadas metálicas", explica Romero. Este descubrimiento marcó el inicio de un camino transformador que culminaría en la creación de Alkorex.

La propuesta de valor de la empresa es clara y se basa en ofrecer un servicio integral: "Decidimos ir un pasito más allá ofreciendo un servicio 360°, gestionando todo el proceso desde el estudio técnico hasta la instalación final". La meta es garantizar a los clientes un producto de "la más alta calidad y sin mantenimiento".

Uno de los aspectos más destacados de Alkorex es su sistema único en el mercado:



"Trabajamos con un sistema de cerramientos engatillados, que son 100% herméticos y cuentan con juntas engargoladas", comenta Pablo. Esta tecnología no solo previene filtraciones y oxidación, sino que también permite la instalación de paneles solares sin perforaciones, lo que representa un gran avance en la integración de energías renovables en las infraestructuras canarias.

Además, enfatiza que "esto nos permite a nuestros clientes dar el salto a la tecnología solar sin perjudicar a sus instalaciones, como ocurre a día de hoy". De esta manera, Alkorex no solo se posiciona como un líder en construcción, sino también como un promotor de la sostenibilidad en un entorno donde la energía solar tiene un gran potencial.

Una Evolución Explosiva

Desde su creación, la evolución de Alkorex ha sido notable: "Sinceramente, hemos crecido de forma explosiva, especialmente

gracias a nuestra capacidad para ser los únicos fabricantes e instaladores en Canarias". La empresa ha ampliado su plantilla para incluir instaladores, ingenieros y arquitectos, lo que le permite ofrecer soluciones completas a sus clientes.

Un momento crucial en esta trayectoria fue la implementación de cubiertas en proyectos para instituciones públicas y privadas. "Nuestro sistema evita perforaciones, lo que hace que la instalación sea más rápida y limpia", destaca. Proyectos emblemáticos como el Hospital San Juan de Dios y el Polideportivo Juan Beltrán han sido importantes hitos para Alkorex, consolidando su reputación en el sector.

Mirando hacia el futuro, Romero tiene claras las metas: "Queremos acabar de consolidarnos como líderes del mercado en Canarias y posteriormente dar el salto definitivo a la península". Su ambición no se detiene ahí, Alkorex aspira a facilitar la adopción de la energía verde, ofreciendo sistemas integrados que no comprometan la durabilidad ni la calidad de las cubiertas y, además, a un precio asequible.

"Consideramos que Canarias cumple con los mejores requisitos para convertirse en una referencia en la energía solar", concluye, dejando entrever un futuro lleno de po-



sibilidades. A pesar de que la competencia en el sector empresarial canario es feroz, Pablo se muestra optimista: "Lo que ha permitido a Alkorex destacar ha sido nuestra capacidad para ofrecer una solución integral".

Un Legado de Sostenibilidad y Calidad

Pablo Romero no solo se ha propuesto ser un líder en el sector de la construcción, sino que también busca dejar un legado. "Nuestro objetivo es ayudar a que cada vez más proyectos adopten la energía verde, ofreciendo soluciones que realmente satisfacen las necesidades de nuestros clientes", afirma con determinación. La visión de Romero se alinea con las tendencias globales hacia la sostenibilidad y la eficiencia energética. Con su enfoque en la innovación y el compromiso con la calidad, Alkorex se posiciona como un actor clave en la transformación del panorama energético en Canarias.



colegio oficial de dentistas
LAS PALMAS

EL DENTISTA PUEDE SALVAR TU VIDA

Detectar a tiempo el CÁNCER ORAL es clave

Tu dentista es el profesional que mejor puede diagnosticar las lesiones malignas y potencialmente malignas que se produzcan en tu boca.

Entre el 70-75% de los cánceres orales se diagnostica tarde, lo que empeora el pronóstico.



¡ACUDE A TU REVISIÓN DENTAL, AL MENOS, UNA VEZ AL AÑO!

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

NOVIEMBRE MMXXIV



SURRENDER
TO LOLA FLORES

SURRENDER TO THE
**ANDALUSIAN
CRASH**

Andalucía

Cofinanciado por
la Unión Europea

MINISTERIO
DE HACIENDA

Fondos Europeos

Junta
de Andalucía

andalucia.org