



**Agoney Melián.**  
Por algún lado tenía que reventar **P11**



**Raúl García:**  
"Canarias: donde nacimos, crecimos y donde queremos seguir desarrollándonos" **P26**



**Yolanda Luaces:**  
"Trabajamos en defender los ajustes pertinentes del REA" **P28**



**Abraham Guzmán:**  
"Hacemos que el retail llegue a todos los bolsillos" **P32**

# Tribuna de Canarias

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

ABRIL MMXXII | 1,20€ | Islas Canarias

TRIBUNADECANARIAS.ES

**Virgilio Correa:**  
"Necesitamos incremento de las ayudas de consumo industrial en el REA" **P2**



ENTREVISTA.  
PRESIDENTE DE ASINCA

**Pedro Ortega:** "Hay que reforzar la política industrial para ser autosuficientes" **P24**

## NUEVA ECONOMÍA

*Carmen Pérez. Socia  
área legal AP  
Consultores*  
La empresa y el protocolo familiar **P13**



*Alberto Dieter. Delegado  
de Factoría de Cohesión  
Ciudad-Puerto*  
Nuevos horizontes **P15**



*Luis Abeledo.  
Abogado*  
El plan de choque contra la guerra. El precio del alquiler **P17**



*Miguel Borges. Sales  
manager Canary  
Islands for SMY Hotels*  
A vueltas con la incertidumbre **P18**



*Sebastián Martínez.  
CEO de Green  
Efficient Solutions*  
Demasiada subvención para un marco normativo discriminatorio **P19**



ENTREVISTA.  
DIRECTOR GENERAL  
DE LA ISLEÑA



**Canary Face Mask,**  
el fabricante canario de mascarillas que comienza a liderar el mercado **P22**



**Hotel Taimar, Gloria Palace San Agustín, Nautilus Lanzarote y Hotel Hi Suites** ganan los premios Hotels & Tourism de CaixaBank en Canarias **P59**

**American Humane** anuncia el "Premio Internacional para la Conservación de Especies Wolfgang Kiessling" **P60**

ESPECIAL INDUSTRIA



## ENTREVISTA

**VIRGILIO CORREA**  
PRESIDENTE DE ASINCA

# Virgilio Correa: “Necesitamos incremento de las ayudas de consumo industrial en el REA”

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Con la invasión de Ucrania, los costes han aumentado hasta un 50% y hay proveedores que ya no garantizan el suministro. ¿Cómo se enfrenta el sector industrial a este año 2022?**

Como bien puede suponer, está siendo un año muy complicado, lleno de incertidumbre

a corto, medio y largo plazo, pero lo afrontamos con mucha confianza y serenidad, intentando resolver los problemas que se nos van presentando con mucha imaginación y de la mejor manera posible. Por un lado, la senda alcista en los precios de las materias primas que se inició a mitad de 2020, continuó con más fuerza en 2021 y ahora, con el conflic-

to bélico no han hecho más que empeorar esta situación, ya que estamos sufriendo importantes incrementos en los precios de las materias primas producidas en Ucrania y en las sustitutivas. Como impacto inmediato del conflicto, en las últimas semanas ha aumentado el precio del maíz en torno a un 20%, el trigo un 36%, la soja se ha incrementado un

20%, el aceite de palma un 26%, el gas un 110% y el petróleo un 15%.

También se están produciendo incumplimientos de las condiciones acordadas previamente al conflicto bélico con los proveedores de materias primas y otros insumos, situación que se ha agravado aún más con la crisis del sector del transporte de mercancías, ya que al



no poder recalar los buques en el Mar Negro se han reajustado los trayectos, con el consiguiente retraso en las operativas logísticas, lo que ha significado incluso el cambio de algunos barcos por otros de distinto calado y de menor capacidad de portacontenedores, lo que provoca retrasos en los envíos de mercancías a Canarias y además, que se incrementen los costes por todo lo comentado anteriormente. Igualmente, aumentan además las primas de los seguros de las mercancías transportadas.

Hemos de resaltar que los fletes de barcos a granel se habían incrementado en más de un 130% en el último año, y los fletes de mercancías en contenedores se han incrementado en un margen muy amplio que oscila entre el 30 y 600% en función del origen de la mercancía. Las industrias también venían sufriendo incumplimientos de plazos de entrega de las mercancías por parte de los proveedores con retrasos de entre 15 y 30 días, que no compensan y que la industria si debe compensar a su cliente final.

Es de destacar también, el incremento del coste energético, tanto en la electricidad como en los combustibles, así como el in-

cremento del IPC y su impacto en los costes salariales industriales.

### ¿Con qué objetivos se enfrenta ASINCA a este año lleno de incertidumbre?

Como objetivo fijado para este año, tenemos el lograr que se aprobara la Nueva Estrategia de Desarrollo Industrial de Canarias, EDIC, 22.27, en la que hemos estado trabajando estrechamente durante un año y medio con la Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias.

En la EDIC 22.27, aprobada el pasado 17 de marzo, se determinan las potencialidades y debilidades de nuestras empresas, se establecen los objetivos de nuestro sector y los recursos necesarios para alcanzarlos y las medidas de actuación a poner en marcha por el Gobierno de Canarias para que la industria canaria amplíe y diversifique el tejido industrial, se promueva el crecimiento empresarial, hayan más empresas exportadoras, se desarrollen más empresas tecnológicas y se aumente la productividad. Creemos que se trata de un excelente documento.

Por otro lado, dada la situación que desde hace meses está atravesando la Industria, y la canaria en particular, situación que ha empeorado con el conflicto bélico Rusia-Ucrania tenemos como objetivo a corto plazo el lograr que se establezcan medidas que puedan mitigar ésta difícil situación, dependiendo algunas de las mismas del Gobierno Nacional y otras del Gobierno de Canarias.

Las principales medidas que solicitamos son el incremento de las ayudas de consumo industrial en el REA, el incremento de los costes tipo de las compensaciones al transporte de mercancías, la reducción del Coste Energético, la revisión de los precios de los contratos públicos adjudicados y, por último, que se establezcan ayudas directas y a la liquidez de las empresas, ya que pese a que la industria en términos generales es un sector previsor y con un cierto músculo financiero, no se escapa del riesgo que existe al prorrogarse en el tiempo una situación de incremento generalizado y sostenido de todos los costes, lo que puede hacer peligrar la estabilidad financiera de las empresas.

### Asinca está colaborando activamente con el Gobierno de Canarias para propiciar la implantación de los procesos de transformación tecnológica en las empresas industriales de Canarias. ¿Cómo está siendo este proceso? ¿Con qué limitaciones se están encontrando? ¿Responde la industria canaria positivamente a estos cambios tecnológicos?

El proceso de transformación digital es un proceso que debe acometerse en varios años en la mayoría de los casos, pero es un proceso que la industria canaria lo asume como un proceso necesario e ilusionante, respondiendo positivamente. La industria en general está inmersa en un proceso de transformación digital al que ninguna empresa canaria puede ser ajena, pues ello supondría una pérdida de competitividad con efectos muy negativos. Por ello, se deben perseguir dos objetivos en esta materia; por un lado, lograr una mayor penetración de la digitalización en el tejido industrial, especialmente entre las pymes y garantizar que existan mecanismos para asegurar el óptimo aprovechamiento del potencial de estas nuevas tecnologías.

En la propia Estrategia de Desarrollo Industrial de Canarias 22.27, en la que hemos colaborado activamente con la Consejería de

Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, se hace un diagnóstico del nivel de digitalización de la industria canaria con respecto a la nacional y se concluye que las diferencias en digitalización en términos generales no son destacables.

Por ejemplo, tanto en la industria canaria como en la nacional se observa un uso similar en la utilización del Internet de las Cosas (IoT). Si bien las empresas industriales canarias tienen niveles bajos de utilización en internet de las cosas para, por ejemplo, monitorizar o automatizar la producción, muestran niveles más altos de utilización del IoT para mejorar el servicio a los clientes.

En cuanto al uso del Big Data hay un menor uso en Canarias que a nivel nacional, si bien en Servicios On line la situación es similar.

La conclusión es que la situación de las empresas industriales canarias ha mejorado en los últimos años como consecuencia del esfuerzo que han realizado para dotarse de equipamientos y profesionales en el ámbito TIC, habiendo tenido una evolución más favorable en Canarias en el periodo 2017-2020. Por ello, podemos decir que la industria canaria está en disposición de generar un impulso estructural en el ámbito de la industria 4.0.

Dentro de la colaboración con la Consejería, y siendo ésta última consciente de la necesidad de seguir e insistir en el proceso de Digitalización de la industria, tenemos que felicitarnos de la dotación presupuestaria de una subvención, financiada con Fondos FEDER, de 5 millones de € para promover la Industria 4.0.

Para promover el conocimiento y potenciar la capacitación de las industrias de Canarias en este ámbito, favoreciendo el entendimiento y la incorporación de las tecnologías englobadas dentro de la industria conectada, así como el conocimiento de proveedores especializados que les ayuden a implantarlas ASINCA está desarrollando en este año 2022, el Proyecto Campaña de Promoción de la Industria 4.0 en el Sector Industrial, el cual está subvencionado por la Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias. En el marco de este proyecto ASINCA está organizando jornadas, seminarios y talleres temáticos, estamos elaborando un boletín informativo mensual con las ayudas a disposición de las empresas y también vamos a desarrollar un programa de capacitación de los niveles Directivos en Competencias de Transformación Digital para que se impulse y lidere este cambio en sus organizaciones.

### Asimismo, se habla de la escasez de profesionales cualificados. El sector industrial y tecnológico, entre otros, son los que más demandan profesionales y, ante la escasez, recurren a mano de obra de fuera de las Islas. Aparentemente, la agenda canaria 2030-2050 anuncia cambios y la industria 4.0 junto el sector industrial ya se está dando cuenta de la necesidad de profesionales especializados, ¿es así?

Así es. Estimamos que la industria en Canarias necesitará durante los próximos años entre 3.000 y 5.000 profesionales expertos en datos e inteligencia artificial para impulsar proyectos con los que poder competir y a la vez impulsar la economía de las islas.

La falta de personal cualificado en las disciplinas denominadas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas)

supone un obstáculo para el crecimiento de las empresas y por ello, para la recuperación económica. Los perfiles más demandados en estos momentos son los ingenieros del aprendizaje automático, arquitectos e ingenieros de datos, especialistas en el internet de las cosas, traductores de los datos del negocio, especialistas en industria 4.0 y analistas de datos.

Lógicamente, para poder contar con estos perfiles es necesario apostar por la formación y la educación y hoy nadie duda de la necesidad de promover la investigación científica y tecnológica, así como animar a los jóvenes a que cursen las denominadas carreras STEM. Debemos fomentar la formación basada en la investigación, de difundir el impacto de la ciencia en la sociedad, de normalizar el uso de las TIC en las aulas...



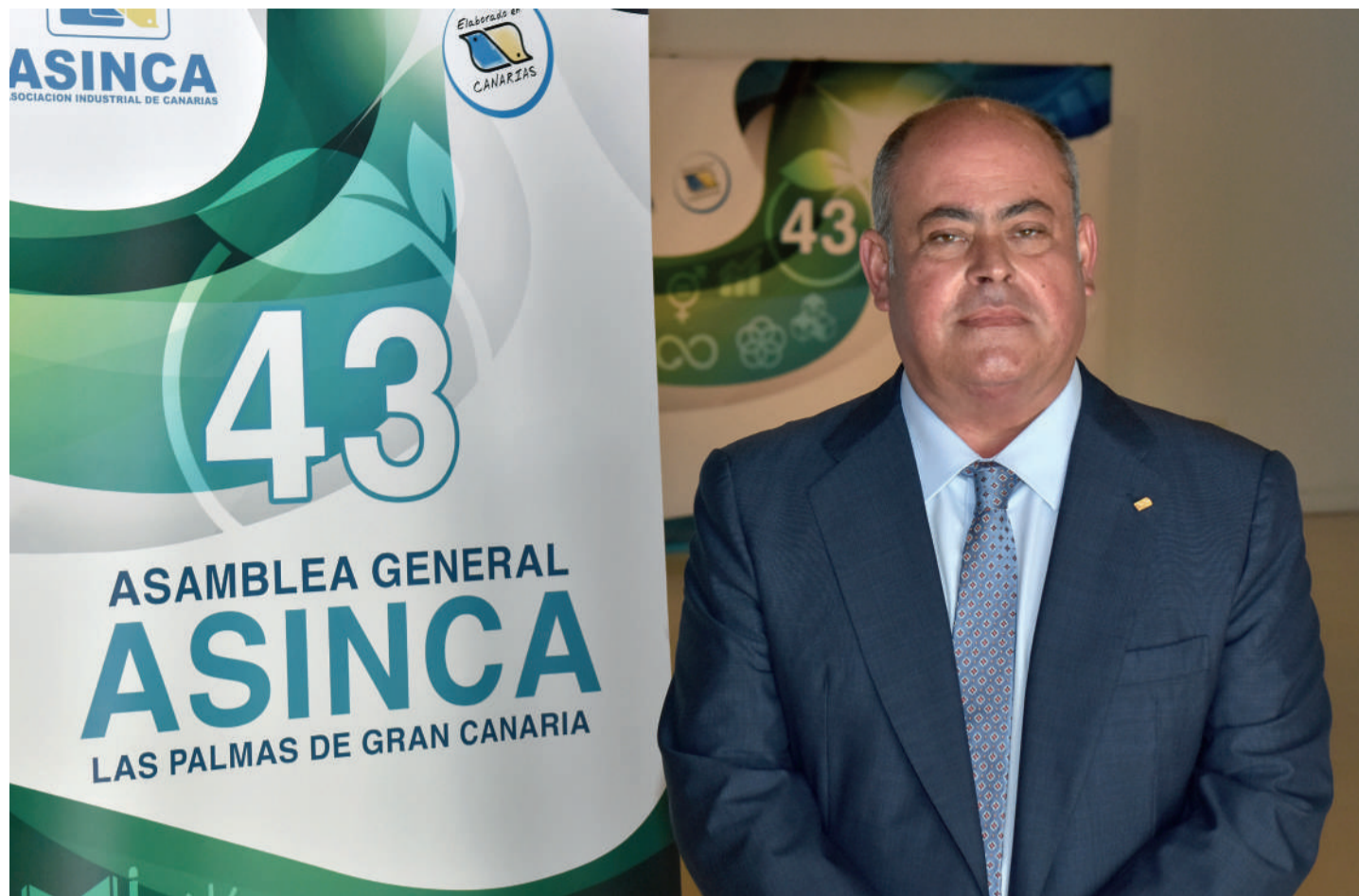
*Desde ASINCA trabajaremos con las industrias asociadas de los sectores de alimentación y su cadena de valor, para valorar como replantear los proyectos incluidos en la Manifestación de interés presentada*

Por todo lo anterior, la Comisión Europea ha invertido desde 2014 más de 13 millones de euros del Programa Marco a subvencionar iniciativas que se dediquen a aumentar el atractivo de la educación científica y las carreras científicas, así como aumentar el interés de los jóvenes en STEM.

Otro de los aspectos a salvar es el acceso de las mujeres a los estudios STEM, ya que siguen siendo minoría, ya sea por influencias culturales o de otro tipo. En los últimos años, las mujeres solo representaban un 25% de los estudiantes que cursaban carreras como una ingeniería o arquitectura en las universidades públicas.

Quizás vayamos con retraso en estas iniciativas, pero esperamos que en un futuro no lejano no tengamos que recurrir a mano de obra de fuera de las islas.

### ¿En qué líneas se moverá la industria canaria con la llegada de los fondos Next Generation?



Desde ASINCA impulsamos una manifestación de interés para la detección de proyectos susceptibles de ser financiados con los Fondos Next Generation EU en la que participaron 30 industrias asociadas canarias, las cuales son empresas relevantes en nuestro tejido empresarial regional.

Los proyectos de las empresas participantes se agruparon en 24 iniciativas a acometer, por un valor total aproximado de 160 millones de euros, las cuales se agruparon en torno a tres Líneas de Actuación estratégicas dos de las cuales eran competencia directa de la Consejería de Transición Ecológica, Lucha contra el Cambio Climático y Planificación Territorial, cuya inversión es de casi 137 millones de €:

No obstante, dado que por parte del Gobierno de Canarias se consideró que dicha manifestación de interés no tenía efecto tractor o de arrastre sobre otros sectores, ahora las diferentes industrias deberán estar atentas a las convocatorias de las diferentes ayudas que, basadas en los PERTES nacionales, se vayan publicando.

Así, el pasado 8 de febrero se aprobó el PERTE Agroalimentario que se concibe como un conjunto de medidas para reforzar el desarrollo de la cadena agroalimentaria y dotarla de las herramientas necesarias para afrontar los retos medioambientales, digitales, sociales y económicos de la próxima década. Por este motivo cuenta con programas gestionados por distintos ministerios desde Agricultura hasta Ciencia e Innovación. Además, dada la importancia del sector agroalimentario en el medio rural, se tiene en cuenta la contribución al reto demográfico como objetivo transversal del proyecto.

El PERTE contará con una inversión pública de unos 1.000 millones de euros hasta 2023, aunque se prevé que genere un impacto en la economía de unos 3.000 millones de euros. Por su capacidad de arrastre en distintos ámbitos, se espera que favorezca la creación de nuevos modelos de negocio, oportunidades laborales y ahorro en el tejido

---

**“Empezaremos a construir una casa “ELABORADA EN CANARIAS” en la que prácticamente el 100% de los materiales empleados son elaborados en Canarias. Después del verano iremos viendo los resultados en varios capítulos que se emitirán en la TVC”**

---

productivo, las economías domésticas y los presupuestos públicos.

Desde ASINCA trabajaremos con las industrias asociadas de los sectores de alimentación y su cadena de valor, para valorar como replantear los proyectos incluidos en la Manifestación de interés presentada y estaremos atentos a las próximas convocatorias por si se incluye algún requisito que limite nuestra competencia.

Otros PERTES aprobados que afectan e interesan a las industrias son los de Economía Circular y de Energías Renovables, Hidrógeno Renovable y Almacenamiento, que estamos promoviendo entre las empresas para que valoren si los proyectos de inversión que tienen previstos realizar encajan en los requisitos establecidos.

No obstante, desde ASINCA lamentamos que a la hora de definir estas importantes ayudas no se haya considerado una serie de aspectos que a nuestro entender son fundamentales, y es la dimensión de las empresas y las dificultades que tienen las pymes industriales canarias de presentarse a estos proyectos de competencia competitiva a nivel nacional. También consideramos que el efecto tractor debe valorarse a nivel de cada región, pues las industrias canarias tienen un indiscutible efecto dinamizador sobre el sector primario, sobre el propio sector industrial y sobre el resto del tejido económico, como es el turismo, el sector comercial, logístico, etc. por tanto, consideramos que hay que evaluar la cadena de valor de las empresas en su ámbito de actuación.

**¿La marca Elaborado en Canarias tiene prevista alguna iniciativa para fomentar el consumo?**

Desde nuestra responsabilidad como organización empresarial más representativa del sector industrial, debemos promover el mantenimiento y el desarrollo de la industria de las Islas. Por eso realizamos campañas divulgativas que incentivan el consumo de producto elaborado en Canarias

Desde ASINCA, las más de 150 industrias que utilizan la marca “Elaborado en Canarias”, en colaboración con la Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, realizan campañas para fomentar el consumo de productos elaborados en Canarias.

La marca “Elaborado en Canarias” se percibe como un símbolo de identidad que refuerza el sentimiento de orgullo y de pertenencia de nuestro pueblo y se reconoce como un elemento aglutinador de todas las industrias canarias y como generadora de empleo y riqueza para las islas y especialmente se reconoce la marca por generar un beneficio medioambiental para Canarias, porque las industrias tienen un fuerte compromiso por la sostenibilidad.

Dentro de las acciones que hemos rea-

lizado, estamos realizando y realizaremos próximamente, están las siguientes:

En primer lugar, el Proyecto Educativo Elaborado en Canarias, que tiene como objetivo sensibilizar a la comunidad educativa canaria (profesores y alumnos) sobre la importancia del consumo de productos elaborados en Canarias para el desarrollo sostenible de nuestras islas.

Este proyecto lo hemos desarrollado con el apoyo de la Fundación Canarias Recicla un proyecto que se integra con los contenidos curriculares de la Consejería de Educación del Gobierno de Canarias. Con unos contenidos Interactivos y dinámicos damos a conocer qué es ASINCA, explicamos el beneficio para Canarias de tener industrias que desarrollen sus procesos productivos en las islas y cómo ASINCA y las empresas industriales estamos promoviendo ir desde un modelo de Economía Lineal hacia la Economía Circular, de forma que la Sostenibilidad y los Objetivos de Desarrollo Sostenibles estén entre las prioridades de las industrias.

Dentro de las Campañas de Comunicación de la Marca Elaborado en Canarias comenzamos con la Campaña “CANARIEDAD: LA EXTRAORDINARIA PALABRA QUE NOS DEFINE” con la que invitamos a todos a definir qué era la CANARIEDAD, por lo que buscábamos la complicidad del consumidor para crear un movimiento y que con su decisión de compra contribuya a generar riqueza, empleo y un futuro sostenible en las Islas.

En Septiembre de 2021 lanzamos la nueva campaña de Elaborado en Canarias. Desde ASINCA y Elaborado en Canarias seguimos creyendo que la mejor forma de comunicarnos con nuestra comunidad es establecer una relación a largo plazo, creando lazos emocionales y sinceros que perduren en el tiempo.

En esta nueva Campaña quisimos visibilizar el relevo generacional y lanzamos una campaña emocional con la que esperamos que se identificaran varias generaciones. Con “Una madre es para siempre” somos testigos de ese momento trascendental en el que los jóvenes se independizan y abandonan el hogar familiar, para iniciar sus vidas de adultos, pero manteniendo esa línea invisible que los conecta a los vínculos, valores y costumbres inculcados en sus hogares, que perdurarán para siempre.

En Noviembre pasado empezamos la Fase II de la campaña que hemos desarrollado especialmente para el target joven. La campaña evoluciona del spot que en septiembre lanzamos bajo el claim “Una Madre es para siempre” a una segunda fase con el claim “Hazle Caso a Tu Madre”.

Con esta Fase II estaremos hasta Mayo de 2022, que es la fecha prevista para lanzar el spot final de la Campaña, un Manifiesto de empoderamiento de los jóvenes, bajo el claim “El Futuro es Ahora”.

Como novedad, próximamente empezaremos a construir una casa “ELABORADA EN CANARIAS” en la que prácticamente el 100% de los materiales empleados son elaborados en Canarias. Después del verano iremos viendo los resultados en varios capítulos que se emitirán en la TVC.

Aprovecho esta oportunidad para agradecer a la Comisión Técnica de Elaborado en Canarias que desde ASINCA se encarga, entre otras cosas, de las diferentes campañas publicitarias por el tiempo que dedica a ésta labor así como para felicitarles por el magnífico resultado obtenido.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La consejera de Educación, Universidades, Cultura y Deportes, Manuela Armas, y el consejero de Obras Públicas, Transportes y Vivienda del Gobierno de Canarias, Sebastián Franquis, han acordado, tras reunirse con los representantes de la Federación de Empresarios del Transporte (FET) de Canarias, crear una mesa de trabajo conjunta en la que, entre otros asuntos, se abordará la actualización de los precios de transporte escolar al IPC actual y un plan de pagos para llevarla a cabo.

Ambos consejeros, junto al director general de Transportes del Gobierno, Manuel Hernández Dámaso, han mantenido una reunión esta mañana con Agustín Espino y José Ángel Hernández, presidente y secretario general respectivamente de la FET, para dar cumplimiento a los compromisos alcanzados desde el Gobierno con el sector del transporte en las Islas para hacer frente a las consecuencias derivadas de la crisis provocada por el alza de los precios del combustible. Uno de los acuerdos que se han cerrado hoy es la creación de una mesa de trabajo entre la Consejería de Educación y la FET cuya primera reunión tendrá lugar el próximo 7 de abril.

## El Gobierno de Canarias acuerda con los transportistas actualizar los precios del transporte escolar al IPC actual

► La consejera de Educación, Manuela Armas, y el consejero de Transportes, Sebastián Franquis, se reunieron con los representantes de la FET para abordar la actualización de los contratos de dicho servicio complementario



En esa mesa de trabajo se van a abordar dos puntos esenciales. Por un lado, la actualización de las tarifas de los contratos del transporte escolar en consonancia con el IPC actual. Otros puntos a tratar en estas reuniones serán la actualización de las rutas de este servicio complementario -que supuso en el curso 2020/21 una inversión de 43,6 millones de euros, en 1.451 rutas, y benefició a 37.426 alumnos y alumnas-, y la adaptación del salario mínimo interprofesional (SMI) del personal empleado en el transporte escolar.

Como resultado de estas reuniones, se establecerá próximamente un plan de pagos para que la administración abone a las empresas del sector del transporte escolar las cantidades adeudadas.



**POR EL DESARROLLO DE NUESTRA TIERRA**

En JTI contribuimos al futuro de las Islas Canarias apostando por la industria.

Invirtiendo en tecnologías de vanguardia, asegurando hoy el liderazgo de nuestra fábrica en Tenerife, generando puestos de trabajo e industria auxiliar que aportan estabilidad al entorno.

**COMPROMETIDOS**

WWW.JTI.COM

# “Trabajamos en Digital”, nueva apuesta CEOE Tenerife, para mejorar las competencias y empleabilidad de las personas trabajadoras



## ¡Te formamos para tu futuro!

Inscríbete en nuestro curso y trabaja en digital



Proyecto financiado por el Ministerio de Educación y Formación Profesional - U.E. - Next Generation.



► El proyecto que supone más posibilidades de promoción y realización profesional, formará a miles de personas de las islas y medio millón de personas en España en los próximos cuatro años

La Confederación Provincial de Empresarios de Santa Cruz de Tenerife (CEOE Tenerife), en colaboración con CEOE Nacional, ha lanzado la iniciativa formativa “Digitalización aplicada al Sector productivo” dirigida a

trabajadores del sector público y privado así como a autónomos, con la que se podrá adquirir competencias digitales adaptadas al sector productivo y puestos de trabajo.

Se trata de un programa gratuito, subvencionado 100% por el Ministerio de Educación y Formación Profesional-UE-Next

Generation.

Frente a la avalancha de iniciativas similares en cuanto a formación digital se refiere, este programa cuenta con varios elementos distintivos que le otorgan un plus de eficacia.

Al finalizar el mismo, la formación

queda certificada y homologada oficialmente por el Ministerio de Educación y Formación Profesional, accediendo a la titulación de Técnico de Nivel 2 del Sistema Nacional de Cualificaciones. Este respaldo oficial es muy importante a la hora de acreditar formación para acceder a un empleo o promocionarse en la carrera profesional.

También, pueden acceder al mismo, tanto autónomos como trabajadores, ya sean de la administración pública o del sector privado, sin distinciones dándoles la posibilidad de ganar al avanzar en las competencias digitales.

Es una plataforma que cuenta con aulas virtuales y foros para el alumnado. Además, ofrece una herramienta de monitorización para que los participantes puedan seguir su grado de avance y nivel de consecución. Su puesta en marcha consta de un itinerario formativo, en formato e-learning, que recorre competencias digitales transversales. Se trata de una modalidad de formación online accesible y adaptada al horario de cada participante.

Los contenidos están cuidadosamente seleccionados y estructurados en bloques, con información y formación útil. En el primero se abordan los principales rasgos de las tecnologías digitales, para pasar luego a la alfabetización (email, buscadores, big data, inteligencia artificial). El tercer bloque se centra en la comunicación online (redes sociales, blogs, e-work, comunicación síncrona), para continuar con la creación de contenidos digitales, la ciberseguridad y finalizar con un módulo de resolución de los principales problemas que pueden presentarse en la andadura digital.

El diseño del curso ofrece asimismo sesiones en streaming, impartidas por los tutores/profesores, y masterclass o ponencias virtuales impartidas por expertos de distintos sectores productivos.

Con este proyecto, CEOE Tenerife sigue avanzando en su apuesta por la formación como palanca para mejorar la empleabilidad de las personas dentro del tejido productivo. El programa es coherente con la convicción de que la recuperación y el futuro económico del país, pasa por abordar de forma decidida retos ineludibles como la digitalización en el seno de la empresa y de las administraciones.

Esta formación gratuita que puede ser acreditada por el Ministerio de Educación y FP, además, es acumulable en el marco del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales y está vinculado a las competencias definidas por la Comisión Europea en DigComp 2.1: el Marco de Competencias Digitales para Ciudadanos de la Comisión Europea.

Más información

<https://www.trabajamosendigitalceoe.es/ceoe-tenerife> o a través del correo [trabajamosendigital@ceoe-tenerife.com](mailto:trabajamosendigital@ceoe-tenerife.com).

Teléfono: 922285958.



## La nueva realidad sociolaboral tras la Reforma Laboral

La reciente y mencionada reforma laboral sitúa al entorno empresarial en tiempos de incertidumbre en cuanto a la interpretación práctica de esta nueva modificación de la legislación laboral.

Nos encontramos próximos al plazo de finalización de este periodo transitorio adaptativo, con vencimiento el 30 de marzo de 2022, que se ha proporcionado a las empresas para que transformen los procedimientos de contratación de la legislación anterior a la reforma.

Esta nueva realidad afectará a innumerables empresas, que deberán adaptar la organización de su plantilla y buscar la manera práctica y adecuada de actuar atendiendo a la reciente legislación en este nuevo periodo, en el que el contrato de trabajo se presume indefinido tal y como recoge la nueva regulación del artículo 15 del Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores., y en el que se reduce y limita el uso de contrato temporal a supuestos muy específicos.

Frente a este contexto en el que nos situamos, La Confederación Canaria de Empresarios es consciente de la importancia de ofrecer soluciones a las empresas, con el fin de contribuir a que las empresas estén actualizadas en las diferentes materias de interés y, particularmente, en la nueva realidad sociolaboral que afecta a las empresas.

Por este motivo, la Confederación Ca-

nanaria de Empresarios, celebró de manera online en directo, el pasado 23 de marzo, en horario de 9:30 a 13:30, la primera sesión del FORO SOBRE LA REFORMA LABORAL destinada a la celebración del TALLER PRÁCTICO SOBRE LA REFORMA DEL MARCO DE LA CONTRATACIÓN LABORAL: CONTRATOS FORMATIVOS, TEMPORALES Y FIJOS- DISCONTINUOS. SOLUCIONES PARA LA EMPRESA, que se impartió en el marco de actuaciones de Participación Institucional de la Confederación Canaria de Empresarios, de manera totalmente gratuita gracias a la financiación de la Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo del Gobierno de Canarias.

En dicha sesión, desde una visión de la aplicación práctica de la norma, se analizaron las novedades que ha incorporado este cambio normativo operado por el Real Decreto-Ley 32/2021, de 28 de diciembre, de medidas urgentes para la reforma laboral cercana a la finalización del primer periodo de transición de la norma (desaparición del contrato por obra o servicio determinado, nuevo contrato formativo, nuevo contrato por circunstancias de la producción, contrato fijo discontinuo...) que entrarán en vigor a partir del 31 de marzo de 2022.

Para la celebración de este primer acto del Foro sobre la Reforma Laboral, la Confederación Canaria de Empresarios contó con dos grandes expertos en la materia.

En este taller inicial, se tuvo en cuenta la

estratégica de la contratación laboral para las empresas y las dificultades de la aplicación práctica de la reforma para determinadas actividades. Ambos ponentes, ilustraron desde dos perspectivas diferentes y supuestos prácticos el impacto de la reforma laboral en el ámbito práctico y las realidades con las que se están encontrando las empresas para poder obtener una referencia en este corto periodo de tiempo.

A su vez, enfocaron la metodología de desarrollo de este taller desde una aproximación eminentemente práctica, ya que, de manera cercana, dieron respuestas y aclaraciones a las principales consultas y dudas técnicas que plantearon los participantes.

Además de responder las consultas de los participantes, las principales cuestiones que se abarcaron en este evento son las siguientes:

- ▶ Contratos formativos.
- ▶ Contratos temporales y fijos-discontinuos.
- ▶ Soluciones para empresas:
  - Nuevos contratos por circunstancias de producción
  - Nuevo contrato para la sustitución de persona trabajadora
  - Encadenamiento de contratos temporales
  - Nueva regulación del contrato fijo-discontinuo
  - Incremento en la cotización
  - Nuevo contrato formativo.
  - Nuevo contrato formativo para la obtención de la práctica profesional.
  - Otras soluciones

En cuanto al índice de participación, destaca que el número de personas inscritas a este evento que recibió la Confederación Canaria de Empresarios fue de 225 personas interesadas en participar, lo que demuestra la verdadera necesidad de obtener soluciones e información de las empresas sobre la reforma laboral.

De cara a seguir ofreciendo soluciones a las empresas, y teniendo en cuenta la gran acogida de este último acto celebrado, la Confederación Canaria de Empresarios tiene previsto celebrar la segunda jornada de este Foro de la Reforma laboral, y pretende impartir a finales de abril un TALLER SOBRE LA REFORMA DE LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA: CONVENIOS COLECTIVOS DE APLICACIÓN Y LA SUBCONTRATACIÓN DE SERVICIOS, que se pronostica tendrá una duración estimada similar a la primera sesión.

Se podrá solicitar información de esta segunda sesión del Foro de la Reforma Laboral evento, así como trasladar cualquier duda o supuesto práctico que se quiera plantear y resolver el día de la celebración de este taller a la siguiente dirección de correo electrónico: [participacioninstitucional2@ccelpa.org](mailto:participacioninstitucional2@ccelpa.org) o a través del teléfono 928 38 35 00.

Este taller se realiza en el marco de las actuaciones de Participación Institucional de la Confederación Canaria de Empresarios y está financiado por la Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo del Gobierno de Canarias.

Los últimos años han puesto a prueba en más de una ocasión la resistencia y capacidad de adaptación del empresario canario. Esta crisis, derivada en primer lugar por la llegada de la pandemia y, posteriormente, por una situación de inflación y las consecuencias derivadas del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, ha afectado especialmente a las pequeñas y medianas empresas, que son un tejido empresarial esencial en la economía tanto de Canarias como de España, ya que de ellas depende gran parte del empleo generado en el país.

Con las restricciones sanitarias impuestas por la pandemia, gran parte de estas pymes se vieron forzadas a dar un salto abrupto hacia la digitalización, en ocasiones sin estrategia o planificación previa. Como respuesta, desde el gobierno nacional se priorizó la preparación y la dotación de recursos a las pymes en materia de digitalización creando la figura de la Oficina Acelera Pyme, un punto de encuentro que ayuda tanto a pequeñas y medianas empresas que quieran digitalizar sus procesos como a empresas digitalizadoras, a las que se presta apoyo desde este nexo común entre ambos lados.

Esta iniciativa conjunta de Red.es (entidad pública empresarial adscrita al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial) y la Cámara de Comercio de España sirvió para la creación de decenas de Oficinas Acelera Pyme a lo largo de la Red Cameral, entre las que se incluye la oficina de la Cámara de Santa Cruz de Tenerife, que en 2022 renueva su compromiso con la digitalización de las empresas a través de esta y otras iniciativas llevadas a cabo desde la entidad cameral.

Desde esta Cámara de Comercio provincial se organizarán jornadas de sensibilización para pymes y autónomos en los que se abordarán temas de actualidad de la mano de ponentes de primer nivel que pondrán a disposición de los asistentes el uso de diferentes herramientas y recursos digitales que les permitan maximizar el rendimiento y la productividad de sus negocios, consiguiendo de este modo un incremento en la rentabilidad de la empresa. Asimismo, desde la entidad cameral se seguirá fomentando la creación de un ecosistema digital donde los diferentes agentes (empresarios y empresas digitalizadoras) puedan establecer sinergias y relaciones de cooperación que redunden en un beneficio común.

**Ayudas para la digitalización: la llegada del Kit Digital**

# La Cámara de Santa Cruz de Tenerife revalida su compromiso con la digitalización del tejido empresarial



El pasado martes 15 de marzo se abrió la primera convocatoria de ayudas dentro del marco del Kit Digital, dirigidas a todo el país con un importe total de 500 millones de euros y una cuantía máxima de 12.000 euros por beneficiario. Estas subvenciones están destinadas a empresas que tienen en su plantilla entre 10 y 49 trabajadores, y tienen por objeto la implementación de soluciones de digitalización tales como la creación de un sitio web, la adaptación de la empresa a un servicio de comercio electrónico, servicio de gestión de redes sociales, la implementación de la factura electrónica o la inclusión de medidas de ciberseguridad o procedimientos de gestión de procesos de trabajo, entre otros.

Desde la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife desta-

can la relevancia que estas ayudas tienen para el conjunto del tejido empresarial canario, compuesto en su inmensa mayoría por pequeñas y medianas empresas. Asimismo, desde la entidad cameral insisten en el valor añadido que supone la digitalización en los procesos de trabajo de cualquier negocio, redundando en un incremento de la competitividad y permitiendo la apertura de nuevas líneas de negocio como, por ejemplo, la venta online o la salida al exterior. Por tanto, desde la Cámara insisten en la importancia de que todas las pymes soliciten estas ayudas, ya que siempre es posible dar un paso más en materia de digitalización, independientemente de que las empresas ya hayan comenzado a dar este salto.

Aunque las ayudas abiertas actualmente están destinadas a

empresas de entre 10 y 49 trabajadores, más adelante está previsto que se abran nuevas convoca-

torias orientadas a empresas con volúmenes de trabajadores más pequeños.

## La Cámara, referente en digitalización

Tanto a través de la Oficina Acelera Pyme como ofreciendo asesoramiento sobre el Kit Digital, la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife se posiciona como un referente en ma-

teria de digitalización para las empresas de la provincia santacruceña. Cualquier empresa o emprendedor que necesite obtener más información puede contactar con la Cámara a través del teléfono 922 100 400, donde un técnico especializado podrá asesorarle sin coste alguno.





# La Cámara de Comercio de Gran Canaria potencia la internacionalización de las empresas

► La Cámara colaboró con el Cabildo de Gran Canaria en la presentación de la Semana de la Moda de Gran Canaria en Berlín

El pasado 14 de marzo miembros del sector empresarial turístico, de moda y medios de comunicación alemanes asistieron al acto de promoción de la Semana de Moda Baño de Gran Canaria, en la inauguración uno de los eventos más importantes del panorama en el continente como es la Semana de Moda de Berlín, con un importante acto promocional.

La Cámara de Comercio de Gran Canaria colaboró con la consejería de Industria, Comercio y Artesanía del Cabildo de Gran

Canaria, responsable del programa Moda Cálida, en la preparación de una misión comercial que constó, por un lado, de este evento, una inmersión en el clima, los paisajes y por supuesto la moda de Gran Canaria, que consistió en una gran instalación con elementos naturales como la arena, plantas, agua y sol, y otras siete instalaciones o islas con ropa de los diseñadores participantes, Aurelia Gil, Maldito Sweet, Nuria González, Como la Trucha al Trucho, Chela Clo, Elena Morales y Pedro Palmas, donde cada uno de ellos pudieron explicar su biografía y la naturaleza de sus creaciones.

El acto contó con algunas de las cabeceras de moda más importantes, como Vogue, Elle, Cosmopolitan o Glamour y más de 20 influencers de moda alemanes; empresarios del sector turístico, de moda, representantes políticos del país, el embajador de España en Alemania, diseñadores alemanes y representantes de organismos de moda en países como Noruega, Gran Bretaña, Suecia o Italia.

Otro gran éxito del evento fue la participación del programa Gran Canaria Me Gusta, con el que también colabora la Cámara, que encabezó la acción de promoción de los



productos locales con el objetivo de posicionar no sólo la pasarela y la industria textil en Alemania, sino también la gastronomía de la Isla.

**El objetivo: colocar la moda grancanaria en el mapa europeo**

Además, en el marco de la misión comercial diseñada por la Cámara, se celebraron varios talleres de trabajo en los que los 7 di-

señadores grancanarios recibieron formación sobre el funcionamiento de las ventas, la distribución o las relaciones públicas en el mercado europeo.

Asimismo, tuvo lugar una serie de reuniones con entidades de distintos países europeos para llegar a acuerdos de colaboración de modo que los diseñadores grancanarios puedan participar en las distintas acciones de moda que se realizan en Europa y a su vez, que la pasarela grancanaria se convierta en el gran referente de la moda baño para todos los diseñadores europeos.



# El peligro del ego

**L**a vanidad siempre ha sido un defecto extremadamente peligroso, especialmente cuando viene acompañada de un ego desmedido y unas ansias de notoriedad que, no pocas veces, distorsionan la propia realidad de quienes poseen tales atribuciones. Si, además, el propio entorno fomenta esta “fantasía”, estos perfiles viven una película paralela a lo que ciertamente acontece.

Estas semanas se ha generado el contexto ideal para reflexionar acerca de este tema con el que decido abrir esta edición, pues son muchos planos y sectores de la vida en la que sucede este hecho, sin embargo, en algunos escenarios resulta incluso contraproducente para la sociedad. Sin ir más lejos, y de acuerdo a la actualidad más inmediata, encontramos a Putin. Este peligroso personaje ha construido una realidad paralela en la que, por razones que solo él conoce, se

sienten el derecho y lo suficientemente superior como para invadir un país vecino. ¿Con qué derecho decide crear una guerra? ¿Con qué derecho viola el derecho internacional y entra por la fuerza en un país soberano? Muchas han sido las respuestas a estas preguntas pero, ¿alguna respuesta realmente aporta un argumento lícito? Además, el presidente ruso ha generado una propia burbuja a su alrededor que apoya esa terrible teoría de supremacía, su entorno es igual de culpable que él. ¿Producto del miedo de sus políticos y oligarcas a estar en desacuerdo y a las posibles represalias? Posiblemente, pronto lo sabremos.

Sin embargo, no solo Putin es ejemplo de esto que comentamos. Constantemente se ofrecen muestras de ego y superioridad en otros sectores. Funcionarios que, haciendo “uso de su poder”, frenan facturas públicas por cuestiones personales y enemistades o, en caso contrario, empresarios que increpan a trabajadores públicos recordando su posición social “superior” (nótese la ironía). Cabe recordar los políticos que, al alcanzar su cargo, disfrazan su realidad y actúan como deidades, borrando todo atisbo de humildad y convirtiéndose en celebridades idolatradas constantemente por el equipo que los rodea. Políticos que, hasta hace poco, eran simples vecinos del barrio y a los que les convendría recordar que es el propio pueblo el que lo ha colocado en esa posición y es el propio pueblo, a golpe de voto, quien lo puede quitar en 4 años.

Si seguimos navegando por la sociedad, encontramos a aquellos que se denominan influencers. Ciertamente es que el mundo y los sectores económicos evolucionan, así como evoluciona la manera de comunicarnos, evolucionan los

canales de venta y hasta la publicidad y el marketing, y esta nueva forma de vender genera una economía que favorece a todos pero, ¿no se nos habrá ido un poco de las manos? Tener miles de seguidores, los likes, el deseo (o creencia) de ser reconocidos por la calle o las ansias de notoriedad generan situaciones, cuanto menos, surrealistas en las que tener talento o no ha dejado de importar. ¿Creadores digitales? Por supuesto que sí, una actividad y un sector con un gran recorrido pero potencialmente dañina si no se fomenta la profesionalidad y se combina con un entorno que nos recuerde quiénes somos y de dónde venimos.

Probablemente, no es el estilo de editorial al que Tribuna de Canarias acostumbra, pero no menos cierto es que, en última instancia, las empresas (y la economía) dependen de personas, así como las administraciones. Tal vez, y digo solo tal vez, deberíamos hacer una pausa y trabajar en estos aspectos, en la formación personal y emocional de cada uno de nosotros, seamos quien seamos y más de los objetivos que tengamos para poner el foco en el objetivo al que queremos llegar como empresa, como sociedad o simplemente como persona. La humildad es una virtud que aparece, cada vez, en menos ocasiones, incluso parece que volviéramos a medirnos por clases sociales. No es el camino.

Como me decían hace unos días, el talento y la energía mal canalizados son ciertamente peligrosos; a lo que yo añadiría que un entorno o círculo inadecuado, igualmente puede ser capaz de desdibujar la senda por la que debemos transitar.

**Montserrat Hernández**  
Directora de Tribuna de Canarias

## ASFAPE, IV Congreso sobre enfermedad de Perthes dirigido a familias

OPINIÓN  
ANA VEGA



**E**n el mes de enero tuve mi primer contacto con familias en las que alguno de sus hijos padecía enfermedad de Perthes, una de las incluidas en el grupo de “Enfermedades Raras”. Término que espero algún día sea sustituido por otro.

Desde el minuto uno y, sin pensarlo, decidí formar parte de la asociación ASFAPE, cuyo objetivo es crecer para así poder llevar a cabo iniciativas que hagan que los niños y las niñas tengan todas las herramientas a su alcance que les ayuden a afrontar esta enfermedad, muy dolorosa y en la que las crisis hacen que puedan quedarse sin caminar debido a la inflamación. Ese mismo mes escribí el primer artículo dedicado al Perthes para dar visibilidad a una enfermedad silenciosa y dura, en

el que las que el núcleo familiar se ve muy afectado emocionalmente. Impotencia, dudas sobre si se es o no buen padre o buena madre, que no han sabido percatarse de lo que la enfermedad esconde.

En ese congreso, celebrado el diecinueve de marzo, escuchar tanto a los ponentes como testimonios de las familias era, cuanto menos, duro pero a la vez muy significativo.

Ver a las niñas y los niños, algunos de ellos con muletas, otros en sillas de ruedas, visibilizando sus cojeras, ... acompañados por los profesionales, producía sentimientos encontrados.

Decidí hacerme socia para, de esa forma, comprometerme al máximo en todo lo que pueda colaborar, porque aquí en Canarias se afronta la dura prueba de tener la sensación de estar en la otra parte del planeta.

Esto me lleva a representar a las familias canarias para así quitarles cargas a la hora

de movilizarse y utilizar mi trayectoria como comunicadora para poder llegar a todos los medios así como instituciones públicas para que se suban al barco de esos pequeños piratas. Entre los ponentes del congreso; el doctor Juan Carlos Abril, especializado en esta enfermedad y responsable, entre otros cargos, de Ortopedia Infantil en el Hospital Ruber Internacional de Madrid, así como también en Cirugía Ortopédica y Traumatología del Hospital Niño Jesús, también en Madrid.

Otra ponente fue una doctora residente, Patricia Marqueta González, ejerciendo su profesión en el Hospital de Getafe, en la especialidad de Cirugía Ortopédica y Traumatología, así como miembro de SECOT (Sociedad Española Matritense de Cirugía Ortopédica y Traumatología). Actualmente realiza el Doctorado en la Universidad Europea de Madrid en Investigación sobre Osteogénesis Imperfecta. A estos dos ponentes, se han sumado, también, la doctora Ana Bueno Sánchez (Traumatóloga Infantil) y la doctora Rodríguez, ambas del Hospital Universitario de Getafe, además de Noelia Casas, diplomada en Trabajo Social, que afrontó la parte social de la enfermedad.

En esta parte social me pareció esencial la aportación del psicólogo Juan Carlos Serrano, licenciado en la Universidad Complutense de Madrid y psicólogo en NB Psicología y cuya intervención dio la vuelta a la tortilla, pasando de la parte dolorosa y traumática a la parte positiva, para conseguir que familiares y pacientes pudiesen llevar a cabo técnicas que ayuden a saber caminar por el proceso con la mayor positividad posible.

Ocho años de la existencia de ASFAPE, en donde Elena Fernández de Mendiola es la presidenta de la Asociación y madre de un Perthes ya adulto y recuperado.

Sólo queda decir que los objetivos se consiguen poco a poco, pero también es cierta la urgencia para poder diagnosticar dicha enfermedad en la edad más temprana posible.

No tenemos tiempo en Canarias para mirar hacia otro lado, de ahí la urgencia de la visibilización de la enfermedad, conocer más casos de lo que que actualmente tenemos constancia, pero por la protección de datos nos impide llegar a ellos, e implicar a traumatólogos, pediatras, psicólogos y órganos públicos para dar los pasos necesarios.

En Tenerife tenemos dos casos localizados: Saúl y Ancor. Y en Gran Canaria un caso, habiéndose ya puesto en contacto Guaci, la mamá de un Perthes.

Lo curioso es que en Tenerife se encuentra un fémur momificado con síntomas de Perthes, razón de más para no entender el vacío en esta especialidad.

Quiero dedicar este artículo, quizás más largo de lo habitual, pero necesario para conocer algo más de estos pequeños, a todas las familias que lo padecen, a la Asociación por su gran labor, a Elena Vié, quien sin pedirle nada, nos ofreció los beneficios de dos cuentos suyos, que se publicarán en diciembre, íntegramente a favor de ASFAPE.

Vamos juntos, para que en Canarias las familias no tengan que trasladarse a la península, porque los gastos corren a costa de los familiares.

# Tribuna de Canarias

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

Edición: Grupo de Comunicación TDC S.L.  
Directora: Montserrat Hernández  
Secretaría de gerencias: Loly Hernández  
Marketing y Tecnología: Sociment Agencia  
Maquetación: Amidi Agencia



Contacto: [publicidad@tribunadecanarias.es](mailto:publicidad@tribunadecanarias.es)  
[redaccion@tribunadecanarias.es](mailto:redaccion@tribunadecanarias.es)

nº 23 | Depósito Legal TF 231-2020  
Imprime: TFPRINT, S. L.

# Por algún lado tenía que reventar

## OPINIÓN

**AGONEY MELIÁN**  
PRESIDENTE DE AJE  
CANARIAS

 Agoney Melián Sosa  
 @agoney\_melian

Últimamente encender la tele y poner las noticias es sinónimo de preocupación y de tristeza. Da igual si eres empresario o colaborador, las cosas están feas, o mejor dicho, ya estaban feas, pero han empeorado.

De pequeño, y de no tan pequeño, cuando veía en la tele debates o tertulias sobre economía, que no era lo habitual, me explotaba la cabeza intentando entender tan sólo el vocabulario. Cierto es que tampoco pensaba que eso me afectase mucho, ¿qué más me daba a mí que subiera o bajara la inflación? Yo tendría que seguir trabajando, siendo creativo para llegar a final de mes y seguiría, en mayor o menor medida, haciendo las cosas de la vida, ¿no lo ven así?

Han pasado los años, y determinadas cosas que parecía irrelevantes, se han convertido en cuestiones imprescindibles de saber, ya que, marcarán el futuro, no sólo de la economía, sino de la cotidianidad de nuestras vidas.

Cuando pienso en escribir mis artículos para Tribuna, siempre quiero aportar ideas, propuestas y soluciones, pero en el día de hoy me gustaría dar un poco de luz a cualquier persona que le llegue estas líneas.

**Contratar personal, un lujo que cada vez menos se pueden permitir**

Qué paguemos más a nuestros colaboradores, que creemos empleo digno y que “dejemos de explotar”, son barbaridades que he escuchado en el mundo de la política. Quiero pensar que no es falta de empatía sino de conocimiento, pues me parecería mezquino que alguien dijera esto sin saber lo que cuesta en España contratar.

Cuando piensas en incorporar a alguien al equipo, sobre todo si eres una pequeña PYME que son las que más empleo y riqueza generan en el país y en el entorno donde están ubicadas, las variables que tienes que poner encima de la mesa son las siguientes.

La primera es el coste de salario, y no hablamos del neto líquido a percibir que está fijado en 1.050 euros en 14 pagas. A esto le sumamos el coste de empresa y los seguros sociales. Les voy a poner un ejemplo de una persona que tenga una categoría un poco superior para que podamos visualizarlo. Imagina que tienes a alguien que te cumple dentro de tu empresa, con formación y talento y decides contratarle para que cubra un puesto de responsabilidad sencillo pagándole un sueldo decente, miren lo que ocurre:

- Neto a cobrar por el trabajador 1.490,98€ mensuales.
- Sueldo bruto 1.862,78€ mensuales.
- Seguridad Social de la empresa 595,18€ mensuales.
- Total que la empresa debe pagar por esta persona al mes es 2.457,96€, ¿qué les parece?
- La inversión en esta persona anual es de 29.495,52€

Este no es el único coste derivado de un colaborador, además de esto la añadimos:

- Coste de asesoría para gestionar nóminas.
- Prevención en riesgos laborales.
- Uniforme si lo hubiera.
- Equipamiento derivado del propio trabajo.
- Formaciones obligatorias y no obligatorias.
- Bajas laborales en las que la empresa sigue pagando seguros sociales.
- Días de asuntos propios, si los hay.
- Seguros obligatorios.

Y después de pagar todo esto mientras la relación laboral existe, despido e indemnización si decides que la persona no está cumpliendo con sus labores de manera adecuada.

La reflexión que hago sobre esto es la siguiente ¿Cuántos cafés hay que servir o cuantos cortes de pelo hay que hacer para que tener un colaborador o colaboradora que salga en positivo?

No existe un plan de consolidación para las empresas, para hacerlas crecer y apoyarlas para que puedan generar empleo de calidad y, por tanto, dignificar la vida de las personas de nuestro país. Dicen que con las normas que van aprobando van mejorando esto, pero no es verdad porque cada vez más a las PYMES se les hace imposible seguir generando empleo.

**¿Sabes lo que es el IPC?**



Esta es una de las palabras que más frecuentemente escuchamos, una de esas que no sabemos en qué nos afecta ya que últimamente no para de crecer. El IPC es el índice de precios de consumo. Lo que nos cuesta vivir en España, ir al supermercado, pagar la energía o el alquiler y la gasolina. Osea, que en nuestro país hoy todos los que me leen son un 9,8% más pobres que antes, ya que este es el último dato que tenemos.

**¿Y la deuda pública?**

Es el dinero que nuestro país debe y que tendremos que pagar entre todos, no se equivoquen, el dinero no es infinito y por eso, tenemos que ver muy bien en donde lo invertimos. En la actualidad supera un 118% nuestro producto interior bruto. Menudo disparate.

**La gasolina, la huelga del transporte y el sector primario**

La guerra de Ucrania ha hecho que el precio de la energía, que ya estaba por las nubes, creciese aún más. La crisis de la

Covid 19 que hizo que, al cerrar China, las materias primas empezasen a escasear y los parones económicos de los últimos años, han dejado a muchas empresas tocadas, por desgracia a otras tantas hundidas.

Salir a la calle a perder dinero en una realidad absurda donde las PYMES sufren la peor parte, es lo que ha llevado al sector del transporte, y al sector primario a plantarse. Y es que no estamos siendo objetivos, ¿irían ustedes todos los días a sus puestos de trabajo para tener que pagarle a la empresa a final de mes? Esto sería inimaginable.

Justo es lo que pasa cuando todos los costes le suben (IPC) y laborales y no pueden repercutirlo en el precio final porque compiten con productos de países que no tienen ni los derechos ni los impuestos que pagamos en España.

La reflexión debe ser muy clara, o dejamos de poner parches más pensados para un futuro electoral que para mejorar la vida de la gente y nos ponemos en serio y con rigor a hablar del futuro, o la sociedad al completo lo va a pasar mal. El desabastecimiento, los paros y el enfado monumental de quien madruga para sacar adelante sus granjas o llevarnos los productos a los supermercados es más que entendible. Esto por algún lado, tenía que reventar.



# Digitalizando el Sector de la Construcción

**E**n esto de la digitalización cada sector económico está llamado a recorrer su propia travesía del desierto. Y es que, aunque existen pautas que pueden servir de manera general para afrontar este proceso de transformación, al final resulta que esto no va de café para todos y cada vertical deberá encontrar su propia fórmula a medida que le permita transitar el camino hacia el modelo que mejor le encaje.

Desde luego no es una tarea sencilla, ni mucho menos. Cuando nos adentramos en caminos desconocidos resulta muy fácil perderse e incluso, aquellos que piensen que han completado su proceso de digitalización con éxito puede que al llegar a la meta, se den cuenta que no están en el punto que esperaban y deban hacer un replanteo de la estrategia que les devuelva a la casilla de salida.

Pero la realidad es que no nos queda otra que afrontar el cambio, y a luz de los hechos, todas las empresas así lo han entendido, aunque es cierto que cada sector ha interpretado la partitura de manera diferente. Por ejemplo, la banca se ha lanzado a una digitalización disruptiva sin importarle los daños colaterales que pudieran aparecer, que ciertamente han sido muchos. Esta apuesta por la digitalización se ve claramente en las cifras que maneja, pues de hecho, es el sector que más invierte en IT con un 7,6% sobre los ingresos.

Otros sectores, como el turístico, siguen bregando en la búsqueda de la fórmula perfecta para su digitalización que, por lo pronto, no termina de encontrar. Todos coinciden en la necesidad de digitalizar el



## OPINIÓN

**JORGE ALONSO**  
CIO de Velorcios Group

 Jorge Alonso

 @jalonso\_VG

destino, un mantra que todavía no han conseguido llevar a la práctica y hacerlo visible en la cuenta de resultados.

Pero centrémonos en el sector de la construcción que, según los últimos datos disponibles, es el que menos invierte en IT con una

cifra que ronda el 1,9% sobre sus ingresos. Sobra decir la importancia que este sector tiene dentro de nuestro modelo económico y lo vital que resulta para el PBI del país que la Construcción se sume al carro de la digitalización y lidere la recuperación que tanto ansiamos.

Como siempre son muchas las expectativas que despierta todo lo que rodea a la digitalización y este caso no podía ser una excepción. El binomio digitalización y construcción da mucho juego y abre un camino que, de no gestionarse bien, puede venir acompañado de una gran dosis de frustración. Así que conviene hacer las cosas con fundamento para que la transformación digital del sector sea todo un éxito y no deje muertos por el camino.

Es tan grande la tarea que tenemos por delante y tan amplio el margen de mejora, que resulta muy fácil equivocarse solo por el hecho de intentar coger atajos para alcanzar la consecución de metas cortoplacistas que permitan llenar titulares de periódicos o maquillar algunos indicadores sectoriales.

Así que, aunque corramos el riesgo de hacer un ejercicio de simplicidad que pueda parecer inocuo, vamos a intentar identificar algunas ideas que nos ayuden a saber que las acciones que estamos tomando en nuestras empresas van por el camino correcto.

El objetivo final, y esto vale como pauta general, no puede ser otro que digitalizar todo el proceso de la construcción y aportar valor en cada uno de los pasos. Dicho de una manera sencilla: desde que el arquitecto tiene en su cabeza la primera idea hasta que el cliente recoge la obra, la tecnología debe

ser un elemento transversal, transparente y facilitador.

En este sentido encontramos algunas líneas estratégicas a las que conviene pegarse. La primera pasa por adoptar definitivamente la tecnología BIM como estándar del sector. Esta filosofía no es nueva en los procesos de digitalización y se viene usando desde hace muchísimo tiempo, de hecho hay un término que la define: WY-SIWYG, el acrónimo de 'What You See Is What You Get'.

El ejemplo más claro de la aplicación de esta técnica lo encontramos en los procesadores de texto: lo que ves en la pantalla de tu ordenador es lo que sale por la impresora. Si lo llevamos al mundo de la construcción, lo que ves en tu monitor corresponde con la obra que te vamos a entregar dentro de unos meses.

Mientras más detalles le demos al modelo digital, le será más fácil al cliente hacerse una idea de lo que está comprando.

Detrás de esta filosofía de lo que ves es lo que tendrás, hay muchísima tecnología que tendremos que incorporar a nuestro negocio, como por ejemplo, herramientas de realidad virtual o de realidad aumentada.

Por otro lado, los que conocen bien el sector saben que no son pocas las veces que una obra arranca con números rojos y toca remar para sacarle un beneficio que justifique el atrevimiento que supone aceptar un proyecto que, sobre el papel, va a dar pérdidas. En este sentido, todo lo que tenga que ver con el análisis de datos será bienvenido. Pensar en BI (Business Intelligence), en IA (Inteligencia Artificial) o incluso en el Big Data como herramientas de ayuda para remar la obra será todo un acierto.

Y como tercera línea estratégica, y en coherencia con la premisa inicial, habrá que llevar la digitalización a pie de obra. Conseguir acercar los 1 y 0 hasta el lugar de ejecución aportará un valor que se verá reflejado directamente en la cuenta de resultados.

Mientras más acerquemos la digitalización a la obra mayor será el impacto final de la tecnología. Pensemos, por ejemplo, en utilizar la firma electrónica para recepcionar material, digitalizar la documentación que acompaña a la obra, disponer de toda la información en tiempo real en la caseta del jefe de obra para agilizar la toma de decisiones o incluso en utilizar impresión 3D en hormigón. Cada empresa lo hará dentro de sus posibilidades y a su ritmo, pero siempre con la idea de digitalizar al máximo todo el proceso.

Estas son algunas pinceladas muy básicas del enorme reto que supone la digitalización del sector de la construcción. Conviene recordar que en este proceso de cambio es importante no dejar a nadie atrás y tener mucho cuidado con los problemas que puedan venir de la mano de la brecha digital que, en el caso que nos ocupa, es una amenaza muy cierta.

Las piezas están bien colocadas, el sector transmite ilusión y ganas para dar el salto y cruzar el puente de la transformación digital que, seguro, abrirá nuevas oportunidades y traerá muchas alegrías.



# La empresa y el protocolo familiar

## OPINIÓN

**CARMEN PÉREZ**  
SOCIA ÁREA LEGAL  
AP CONSULTORES

✉ [Carmenperez@ap-consultores.com](mailto:Carmenperez@ap-consultores.com)

Las empresas familiares tienen una gran importancia en nuestra economía consolidándose año tras año como un gran activo. Se estima que más de un millón de empresas son familiares en España, prácticamente el 89% sobre el total de las empresas. Así, durante los últimos años, se han venido consolidando dentro del tejido empresarial como generadoras de empleo. Por ello, si se tiene la suerte de formar parte de una empresa familiar, es necesario adoptar

las medidas para continuarla de generación en generación. Es el momento de crear un protocolo familiar.

El protocolo familiar es una herramienta para dejar definidos los principios básicos de funcionamiento y relación entre Familia y Empresa. A través de éste se crea un marco de actuación con el objetivo de prevenir futuros conflictos y aportar seguridad a las Empresas Familiares y también a sus miembros.

Claramente uno de los objetivos de la empresa familiar es la continuidad, su perduración generacional y, como no, el mantenimiento de la propiedad, gobierno y gestión en manos de la familia. No se le escapa al lector que el problema más inquietante suele ser conducir el relevo generacional, mantener el liderazgo de la dirección y de la propiedad, por lo que se exige arbitrar “un plan” que contenga los mecanismos preventivos oportunos y necesarios. De esta manera, el protocolo familiar nos permite contemplar los pactos que comprometen a los fundadores, y que también lo harán a sus descendientes e inclu-

so a familiares de estos y a los posibles herederos de próximas generaciones. Y es que, a diferencia de la insuficiencia del testamento para regular la sucesión, ya que no otorga ninguna seguridad a las personas llamadas a suceder al líder anterior en la propiedad de la empresa, por su carácter esencialmente revocable, el Protocolo Familiar sí que nos lo permite. Este documento nos permitirá concertar cláusulas (a modo de pactos sucesorios encubiertos) en las que los firmantes se obligan a firmar garantías firmes para que la planificación sucesoria se mantenga, incluso después de varios cambios generacionales. La empresa familiar sería siendo familiar.

Pero la importancia del protocolo familiar también se encuentra en la posibilidad de establecer reglas para regir las relaciones entre la familia y la empresa y para dar solución jurídica a tales necesidades en caso de conflicto. Como norma voluntaria, los socios tienen un amplio margen de discrecionalidad en su desarrollo que no sólo se extiende a la sucesión, como hemos dicho anteriormente,

sino también a otros aspectos de la propia ordenación familiar y empresarial de sus miembros. El Protocolo Familiar debe ser un “traje hecho a la medida” de cada familia empresaria y empresa familiar en unas circunstancias concretas y determinadas.

¿Cuál es el mejor momento para realizarlo? Cualquiera. La familia en sí misma es un conjunto de relaciones complicadas que puestas al lado de una empresa o negocio crea una realidad muchísimo más compleja. Todos los miembros de la familia influyen individualmente en la empresa y a su vez la empresa puede influir de forma colectiva en los miembros de la familia. Por ello su redacción puede realizarse tanto en momentos de paz, o cuando han surgido los primeros conflictos, pero en cualquier caso siempre es necesaria.

El protocolo familiar se convertirá en una herramienta indispensable para el buen gobierno y la continuidad de la empresa familiar, así como para prevenir conflictos en los relevos familiares, ya que lo importante no es el soporte formal sino el proceso de comunicación, debate, negociación y consenso que se despierta entre miembros, ramas y generaciones familiares para conseguirlo.

Y aun teniendo en cuenta que las empresas familiares tienen una vida superior a la de cualquier otra, no podemos olvidar el refranero popular donde se dice aquello de que: “El padre la crea, el hijo la mantiene, y el nieto la cierra” por lo que hagamos más protocolos familiares y evitemos jugar a la suerte, al fin y al cabo, el ADN no garantiza ni la capacidad ni la voluntad empresarial.

# Darwin y el turismo

**D**ecía Charles Darwin que “las especies que sobreviven no son las más fuertes ni las más inteligentes, sino aquellas que se adaptan mejor al cambio”. Y esa misma frase se puede aplicar al turismo simplemente cambiando la palabra “especie” por “empresa”. Se cumplen 2 años desde aquel fatídico 15 de marzo de 2020 y todo este tiempo de pandemia ha sido muy duro para todo el sector turístico, que venía ya tocado tras la caída de Thomas Cook. Y justo ahora que hablar del coronavirus parece ser de algo del pasado, a las puertas de una más esperanzadora que nunca Semana Santa, con unas previsiones que aún a día de hoy hablan de superar las cifras turísticas de 2019... Justo ahora a Putin se le ocurre invadir Ucrania y plantarle cara a occidente y a todo país que no piense como él.

Ninguna guerra tiene sentido, sólo generan daño y dolor y ésta, que nos toca de muy cerca y por tanto muy seguida mediáticamente, está siendo muy dolorosa para todos. Además, ver cómo nadie hace nada realmente útil e inmediato para frenar esta escalada bélica resulta desolador y difícilmente comprensible. Entiendo que hay una fuerte tensión y la OTAN intenta no hacer un movimiento que pueda desembocar en la Tercera Guerra Mundial. Pero si echo en falta un líder que realmente intermedie por la

**OPINIÓN**  
**ÓSCAR MIGUEL ZÁRATE**  
DIRECTOR EN POOL DE EXCURSIONES Y CODIRECTOR DE EL PARAGÜITA PODCAST

 Óscar Miguel Zárate

 elparaguita\_podcast

paz. Las veces que he escuchado a Biden lo único que ha hecho ha sido echar gasolina al fuego “vamos a ir a por los yates y las propiedades de los magnates rusos” o “Si Rusia toca la OTAN será la III Guerra Mundial” son más bien una provocación a Putin que unas declaraciones responsables. Macron, en cambio, está poniendo todo su empeño para mediar diplomáticamente pero sus esfuerzos están resultando insuficientes y no están a la altura de lo que se necesita. En este momento tan delicado, se echa en falta a un verdadero líder por la paz y los derechos humanos como



lo fueron Nelson Mandela, Martin Luther King, Ghandi e incluso John Lennon o Bob Marley que desde la música intentaron aportar para frenar los conflictos de Vietnam y Jamaica respectivamente.

Parece mentira que estando en el siglo XXI veamos aún guerras, sean en Ucrania, Afganistán, Siria, o en cualquier país del mundo, ninguna de ellas debería tener lugar. El ser humano ha avanzado mucho en términos de tecnología pero aún nos queda mucho por aprender y mejorar como especie.

Como consecuencia de todo ello toda la economía se está viendo seriamente alterada con la espiral inflacionista que está sufriendo la electricidad, el combustible y todos los bienes de consumo que dependen de la zona del conflicto como los cereales o el aceite de girasol, entre otros. Esto ya está afectando a una industria turística que, a pesar de contar con unas previsiones que (aún hoy) hacen pensar que se superarán las cifras de 2019, está muy atenta a las noticias que vienen de Ucrania. Si no hay un alto al fuego y no se reconduce la situación hacia la paz, será más que dudoso que este sea el año de la esperada recuperación. Y es que la subida del gasoil influirá directamente al transporte aéreo, marítimo y terrestre lo que hará que sea más caro los billetes de avión y los cruceros, así

como irse de excursión, coger un transfer o alquilar un coche serán gastos que hasta ahora eran “menores”, serán mirados con lupa por cada turista. Igualmente a la hora de comer fuera del hotel o elegir el tipo de pensión serán cuestiones que pensar mejor. Y lo mejor es ni pensar cómo afectará a medio-largo plazo tener la electricidad a máximos históricos.

No olvidemos que el turismo se desarrolla en condiciones de confianza y seguridad, elementos que disminuyen en caso de guerra. Además, el llegar hasta el turismo de cifras récord que hemos vivido hasta 2019, ha sido un largo camino: primero por la revolución industrial del siglo XIX las jornadas laborales pasaron a ser de ocho horas y comenzaron los permisos retribuidos, y más recientemente, la globalización y estado de bienestar ha hecho que cualquiera pudiera permitirse viajar al menos una vez al año. Por tanto, confiemos que el peor de los casos sea aquel en el que irse de vacaciones se vuelva sólo un poco más caro, pero que no sea algo prohibitivo. La estabilidad social y económica es básica para la industria de los viajes.

A las empresas y profesionales del turismo nos toca seguir a lo nuestro: continuar con el chip del cambio que parece que seguirá por mucho tiempo, para, como dijo Darwin, poder adaptarnos y sobrevivir. Lucharemos y gestionaremos lo que venga con nuestras mejores armas: profesionalidad, planificación, así como con la mejor de las sonrisas, por algo somos el sector de la felicidad, y ahora también de la resiliencia. Pero que nadie dude que podremos con todo lo que venga, que lo superaremos y volveremos a brillar.

**Tirma**

**SABOREAR LA CANARIEDAD**

Es muy sencillito



Síguenos en   Tirma.com



# Nuevos horizontes

## OPINIÓN

**ALBERTO DIETER**  
DELEGADO DE FACTORÍA  
DE COHESIÓN  
CIUDAD-PUERTO

 Alberto Dieter Graeff Paz

**D**ice la canción interpretada por Los Sabandeños (entre otros muchos) que “el mar y el cielo se ven igual de azules, y en la distancia parece que se unen”.

Se unen allá en el horizonte. En esa fina línea que toma una ligera curva cuando la visibilidad es buena y nos permite comprobar (muy a pesar de teorías terraplanistas) que La Tierra efectivamente es redonda.

Cuando los canarios pensamos en el horizonte, siempre nos imaginamos esa línea en el mar. Pero se nos olvida que, para un enorme porcentaje de la población, el horizonte está al final de un campo de trigo, en una autopista interminable, o simplemente no hay horizonte... no siempre se tiene la suerte de ver el horizonte en el mar.

El mar y nuestra relación como canarios con él es de una solidez inquebrantable. Como dice nuestro himno, “soy volcán, salitre y lava”.

En esta sociedad posmoderna en la que vivimos en la que todos los dogmas y bases que creíamos sólidas comienzan a temblar; creo honestamente que mirar al mar como fuente de progreso y de desarrollo sostenible para las islas puede ser una gran clave.

Desde La Factoría de Cohesión hemos desarrollado en colaboración con el Cabildo de Gran Canaria el estudio “Análisis de las oportunidades de la economía azul en La Isla de Gran Canaria” cuyas conclu-



siones, especialmente las del DAFO son sencillamente exportables al conjunto de La Comunidad; y que arroja reflexiones cuanto menos interesantes y dignas de análisis y de puesta en valor por la comunidad científica, empresarial y las administraciones públicas.

Las principales debilidades y amenazas que se han detectado son: la Infratutilización del equipamiento portuario, la obsolescencia del sector del turismo y la elevada dependencia del mismo, el hartazgo en el sector privado a la hora de emprender proyectos en economía azul por la parálisis

administrativa, o la falta de acciones de cara a la consecución de la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en sectores más tradicionales, como la pesca. El cambio climático y la contaminación oceánica (especialmente los emisarios ilegales que dificultan la inversión en acuicultura) son también amenazas detectadas.

Sin embargo, contamos con una serie de fortalezas y oportunidades que debemos valorar: nuestro marco de baja tributación en áreas portuarias en perspectiva histórica, y actualmente gracias a las condiciones del REF, la ZEC y ambas Zonas Francas, nues-

tra elevada capacidad portuaria y buena infraestructura de apoyo, la capacidad de las instituciones educativas para el desarrollo de programas formativos relacionados con el mar y los océanos, nuestra situación geográfica como plataforma tricontinental, las oportunidades ligadas al PERTE naval y a los Fondos Next Generation EU, así como el tratamiento específico y diferencial por parte de la UE al ser RUP.

El desgaste de un modelo económico sostenido en base a una economía de servicios generalmente en manos de empresas extranjeras, uniendo a ello los efectos notablemente negativos que ha generado la pandemia de la COVID-19 en los últimos dos años, especialmente sobre el mercado laboral y la actividad productiva, hacen precisas la investigación y el desarrollo de nuevas actividades económicas, que puedan resultar altamente rentables en el territorio; o bien, la explotación de nuevas economías, como la azul, poco desarrolladas hasta el momento que contribuyan a hacer de la economía canaria y de nuestro modelo productivo un sistema más resiliente y sólido; diversificado y justo.

En este sentido y para dinamizar la actividad es importante destacar que Canarias ya cuenta con una Estrategia Canaria de Economía Azul. Aunque se hace imprescindible una unión real, tangible y coordinada en forma de triple hélice.

Por un lado entre las distintas administraciones públicas: las que regulan o que tienen competencias en materia portuaria, marítima o marina; los ayuntamientos de las ciudades portuarias, y los Cabildos Insulares aparte del propio Gobierno de Canarias. Por otro lado, el tejido empresarial ligado directamente con el ámbito de actividad de la economía azul a través de las patronales y las asociaciones empresariales más representativas, y por último, considero que se debe implicar con un papel igualmente destacado a las universidades en este proceso de dar un gran salto adelante en materia de economía azul en Canarias.

Debe existir un plan global que coordine y optimice recursos en materia de empleo, formación, emprendimiento, políticas de igualdad, simplificación administrativa y muchos otros asuntos; y la cooperación público-privada por fin puede jugar un papel central en esta alianza.

En la entidad a la que represento, y en mi mismo siempre habrá un aliado con quien remar hacia esos nuevos horizontes por un futuro azul para Canarias.



**ELABORAMOS  
CERQUITA DE TI,  
NUESTROS PRODUCTOS**



# Una industria de personas para personas

**T**ras haber vivido uno de los mayores colapsos turísticos de la historia, comenzamos el segundo trimestre del año con la maquinaria a pleno rendimiento, donde por fin divisamos la ansiada recuperación en las islas.

En todas las crisis surgen nuevos escenarios y oportunidades; así, hemos visto aparecer en el sector nuevos actores: fondos de capital riesgo, start-ups, multinacionales tecnológicas, sociedades de inversión inmobiliaria, entre otros muchos agentes; que han tomado posiciones y que en algunos casos han materializado operaciones y fusiones de compra-venta.

Asimismo, la pandemia ha acelerado ciertas tendencias en el sector turístico como por ejemplo, la digitalización: un reto que ya se venía trabajando con empeño y que reside en hacer compatible lo humano y lo tecnológico, a fin de que el servicio al cliente sea verdaderamente positivo, beneficioso y eficiente. Entre sus principales ventajas, están:

Permite conocer a nuestros clientes, ya que nos facilita obtener y recopilar datos sobre los mismos, antes, durante y tras la estancia, para posteriormente abordar y personalizar la experiencia. Programas de fidelización, herramientas como el CRM y la inteligencia de datos, permiten ganar ventaja en esta in-



dustria tan competitiva.

Optimiza los ingresos, no solo a través de nuestro canal de venta directa sino también los de venta intermediada. El ecosistema de venta no es sencillo y precisa contar con plataformas y herramientas adecuadas para formar parte de esa red. El uso de datos de rendimiento, tarifas de competidores y otras analíticas para predecir la demanda, nos permite optimizar los precios y la distribución, lo que repercute positivamente en los beneficios.

OPINIÓN

**CRISTINA AGUILERA ARDILA**  
PROFESORA INSTITUTO CANARIO DE TURISMO

**in** Cristina Aguilera Ardila

Mejora la eficiencia, la digitalización de procesos aumenta notablemente el rendimiento del trabajo. En los diferentes departamentos operativos contar con soluciones tecnológicas facilita el trabajo, por ejemplo, en área de alojamiento permite evitar desplazamientos innecesarios y reducir tiempos de espera mediante una comunicación interna ágil. Asimismo, en departamentos de alimentación y bebidas, el uso de sistemas para conectar el servicio de sala y cocina, códigos QR..., brindan una gestión más eficiente y mejora la experiencia.

Por ello, podemos constatar que la tecnología es un medio que facilita la inmediatez, la obtención y medición de datos de forma precisa, la omnicanalidad y la personaliza-

ción del servicio, mas es solo un instrumento que no añade valor sin el trato humano, sin la hospitalidad que todo cliente busca y merece en una industria de personas para personas.

Nos enfrentamos a un nuevo escenario donde la búsqueda de experiencias integradoras con la naturaleza, la sostenibilidad y la conexión con lo local alineada con los valores de la comunidad, se celebra elevando la cultura del lugar.

Además, la personalización del viaje y la confección a medida de una experiencia turística exclusiva, la solicitud de servicios adicionales y privados, o el acondicionamiento de entornos y establecimientos naturales, han motivado la entrada de nuevos roles, procesos y experiencias. Un reto añadido por parte de todos los miembros de la industria, que, sin duda, vuelve a incidir en el valor de lo humano.

Al fin, nada es igual; el mundo no es el que conocíamos, pero, si algo no se ha perdido, es la esperanza de disfrutar de unas vacaciones con los mejores servicios, con el calor y la acogida de siempre. Y todo ello, a pesar de las circunstancias y del momento, de las limitaciones, restricciones y los condicionantes externos. Porque, para el nuevo turista, la vida cambia y no, pues sus motivaciones vacacionales siguen aspirando a una experiencia inolvidable a la que nos debemos.

**in formación**  
para el empleo

**FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN**  
Santa Cruz de Tenerife

## Programa de **F**ormación en **A**lternancia con el **E**mpleo 2021-2022

- ✓ Construye y crece
- ✓ Pintando nuevas oportunidades
- ✓ Modernízate construyendo
- ✓ Rehabilita tu empleabilidad
- ✓ Parámetros de gris a color
- ✓ Transforma tu vida pintando

**CNE**  
Confederación Nacional de la Construcción

**CCOO**  
hábitat

**UGT** **FICA**  
Industria de la Construcción y Agua

**Gobierno de Canarias**  
Servicio Canario de Empleo

**GOBIERNO DE ESPAÑA**

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL



MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL  
**SEPE**



## OPINIÓN

**LUIS ABELEDO**  
ABOGADO

 Luis Abeledo Iglesias  
 @luisabeledo

# El plan de choque contra la guerra. El precio del alquiler

**A**yer saltó la noticia de la aprobación de un plan de choque contra la guerra. Suponemos que contra la guerra en Ucrania que, aunque nos afectará, y mucho, está un poco a desmano.

Hoy, 29 de marzo, se aprobará uno de los proyectos estrella del gobierno, ansiada por la parte de Podemos del Gobierno, según se ha filtrado, que consiste en la limitación temporal de la subida del precio del alquiler.

Bien es cierto que a fecha de la redacción de este artículo no está publicada la norma y, como en otras columnas pasadas, tenemos que jugar a ser futurólogo.

Sabemos que va a existir una “medida provisional” que desvinculará los precios de los alquileres con el IPC (al menos tres meses) por un nuevo índice con un aumento máximo del 2%. No hay nada más duradero en el tiempo que una medida provisional. Igual ustedes no lo saben pero muchas de las medidas provisionales en materia tributaria de Cristóbal Montoro siguen vigentes a pesar de ser diseñadas para recaudar en un momento de especial crisis económica. Hoy el IPC se mueve en el entorno del 5-7%. Es decir, perjudicará al mercado del alquiler y a los propietarios de los inmuebles.

Más allá de los pequeños detalles, llueve sobre mojado, en las políticas intervencionistas del Gobierno de España. Suben impuestos y suben tasas, suben salarios mínimos, cuotas a la Seguridad Social, suben peajes, suben todo lo que pueden con un fin recaudatorio enormemente agresivo. Todo esto intentando hacernos creer que no va a subir la inflación, que no se va a reflejar a través de una subida del índice de precios al consumo (IPC).

Sin embargo, la realidad es tozuda y esta medida tendrá como consecuencia final la



subida del precio medio de la renta.

Los abogados que tenemos clientes con un fuerte capital inmobiliario, vemos como nuestros clientes vienen sufriendo las medidas contra el covid cuya normativa ha perjudicado al mercado del alquiler.

Las suspensiones de pagos de las rentas o las reducciones obligatorias de las mismas durante un período temporal, tuvo como consecuencia la subida de precios en los nuevos contratos para proteger a los propietarios. ¿Alguién cree que estos propietarios no tenían pagos que hacer a acreedores, impuestos que liquidar, cotizaciones sociales de empleados que no produjeron porque estaban encerrados en casa o en cuarentena no iban a subir las rentas para poder cubrir el agujero de ingresos impuestos por un decreto ley? En este caso, pasará lo mismo.

Les pongo un ejemplo. Propietario de un edificio de apartamentos que tiene recogido en el contrato que asume la luz y la comunidad de propietarios, que tiene una presta-

mo sobre la compra del edificio que paga mensualmente al banco. Le han subido un 50,60,80% el precio de la energía, le han subido el salario mínimo de sus empleados, le ha subido el IBI, le han subido las tasas de basura, ha tenido que bajar el precio de sus locales porque le han limitado a sus inquilinos la actividad económica, ha tenido ingresos reducidos o aplazados dos años por la normativa covid, tiene un porcentaje de inquilinos en declarada situación de vulnerabilidad y no los puede desahuciar ni cobra renta por ellos. Pues ahora no puede ajustar sus contratos de los apartamentos al IPC porque el gobierno no le deja.

No solo eso, el gobierno prohibió hacer un tiempo los desahucios a personas vulnerables. Vulnerabilidad que está determinada por ONGs y servicios sociales. No les pagan a los propietarios la renta. El lector me dirá: ¡pues tampoco debe preocuparse del ipc que tampoco le va a pagar! Correcto. Pero al final el propietario también se va a arruinar porque

no podrá cumplir sus compromisos. He tenido en el despacho, empresas presentando concurso de acreedores ante la imposibilidad de hacer frente a deudas porque no ingresaba los pagos de rentas porque la normativa lo permitía. Esto es un hecho.

¿Qué va a suceder? Pues la experiencia nos dice que van a empezar a aparecer contratos de arrendamiento donde se pactan los precios de la renta por años, sin tener en cuenta el IPC. Es decir, mire, el primer año la renta será de diez mil euros. El segundo año la renta será de quince mil euros, el tercer año la renta será de veinte mil euros y así, hasta cinco. Sin prórrogas. ¿Por qué? Pues porque el arrendador puede pactar el precio de la renta -visto lo visto, hasta que el gobierno lo limite también-. Esto tendrá un efecto directo en la subida de precios del alquiler porque mis clientes, en los contratos que redacto, incluirán este tipo de cláusulas.

Sin duda, por el camino que vamos, no es el adecuado porque solo nos va a traer ruina.



tradicionalMENTE #QuédateEniCOD

ABRIL  
2022

# A vueltas con la incertidumbre



**OPINIÓN**  
**MIGUEL BORGES PAREJO**  
 SALES MANAGER  
 CANARY ISLANDS FOR  
 SMY HOTELS



“Como éramos pocos parió la abuela” que dirían nuestros mayores tras ver como se suman más factores a la ya inestable situación económica.

Y no es por ponernos catastrofistas pero la verdad es que el sumatorio de factores que añaden incertidumbre no hace más que crecer: covid, poscovid, guerra en Ucrania con subida del

precio de la energía derivado de esta, inflación, huelga del transporte y desabastecimiento de algunos productos provocado por esta última.....y por favor que se acabe aquí.

Pero a pesar de todo ello, parece que nos hemos acostumbrado a convivir con todo ello y creo que estamos dando muestras de que somos una sociedad más fuerte y sólida de lo que pensábamos, y es que hemos hecho del “vivir al día”, “del mañana ya veremos” y expresiones similares mantras que se escuchan por todas partes. Esto tiene su repercusión eco-

nómica inmediata ya que muchas inversiones particulares o empresariales se posponen para momentos de menos zozobra e inestabilidad pero humanamente y sin el factor economista de por medio ayuda a estar aquí y ahora, al carpe diem de los clásicos y al fin de la cita que muchas veces olvidamos: memento mori...o recuerda que morirás algún día y esto también empuja a los más intrépidos a gastar aquí y ahora disfrutando del presente sin pensar en las consecuencias futuras y de esto se deriva que como siempre que anda la economía de por medio casi nada es exacto y casi todo está sujeto a variables, desajustes, dispersión e inexactitud.

Dejemos las penas a un lado porque quizás no lo hemos pensado pero somos unos privilegiados, y si echamos la vista atrás y con el más elemental de los recorridos históricos podremos darnos cuenta de que nuestra estructura social nada tiene que ver con las de hace relativamente poco tiempo ya que somos unos privilegiados en medio de este valle de lágrimas porque ya hubieran querido nuestros antepasados en cualquier época anterior haber superado una pandemia con los niveles de protección, cuidados, higiene y seguridad como la hemos pasado nosotros, haber tenido unos mecanismos de política económica como los de las democracias avanzadas y que han evitado quiebras socia-

les difíciles de resolver o unas instituciones y un derecho internacional que amparasen el que frente al uso de la fuerza y la invasión de un Estado soberano por parte de otro se pudiesen articular medidas no militares que eviten un conflicto aún mayor, amén de los paros del transporte que son otra muestra más de ejercicio de derechos constitucionales y amplio ejercicio de la libertad aunque esta haga que afecte este ejercicio de manera negativa a otros muchos, ya hubieran querido nuestros abuelos y más allá haber vivido en este mundo nuestro.

Y es que nada de esto era posible hace varias décadas, en ningún momento histórico se ha respetado más la vida humana como en la actualidad (al menos en las democracias occidentales), el respeto a la libertad individual o la protección de las minorías han sido tan sacrosantos como ahora así que tenemos motivos para vislumbrar que podemos seguir hacia delante y tenemos mucho que cuidar, mucho que conservar, no sea que se nos encabriten las cosas y perdamos algo o mucho de lo conquistado tras siglos de sangre, sudor y lágrimas.

Y ahora arrimando el ascua a mi sardina, llevemos a la práctica el carpe diem y si tenemos unas vacaciones pendientes, un viaje o una escapada regional hagámosla sin pensarlo dos veces, que mañana ya veremos, gastemos con cabeza y seamos optimistas que mañana ya veremos y quizás sea ya tarde. Hagámonos responsables al mismo tiempo de nuestra parte pero no dudemos en disfrutar de lo mucho que tenemos porque incertidumbre ha habido siempre y seguirá habiendo.

## GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS

**Las Palmas**  
 C/Arinaga, 11 - Las Torres  
 35010 Las Palmas de Gran Canaria

**Arinaga**  
 C/ Los Cactus, 17 - Pol. Ind. Arinaga  
 35118 Agüimes

**928 480 381**

**Las Palmas Arinaga**

Como opinaba en artículos anteriores, los fondos Next Generations están ayudando bastante al desarrollo del autoconsumo y la transición ecológica a nivel nacional, si a esto le sumamos la escalada de precio del coste de la energía estamos ante el escenario perfecto de transición obligada.

Evidentemente, los que se pueden beneficiar del autoconsumo y de estas subvenciones son aquellas familias que tengan la suerte de vivir en una vivienda unifamiliar con tejado o empresas en las que sus locales tengan un cubierto y esto en sí es discriminatorio ya que, si me fijo en las instalaciones fotovoltaicas que suministramos a profesionales, todos los meses el 98% son de estos tipos y casualmente son rentas medias/altas y empresas con cierta facturación, con naves en propiedad o alquiler que se pueden permitir este tipo de inversiones. Digo discriminatoria en todos los sentidos, ya que primero tienes que hacer la inversión y luego esperar entre 9-12 meses de media para que te ingresen el dinero, esta metodología excluye a todo aquel que no se pueda permitir la inversión económica excluyendo a las familias de menos recursos y pequeña empresa con o sin tejado a las cuales en estos meses la han multiplicado por cuatro la factura eléctrica. Esto aumenta de manera inversamente proporcional el número de pobres energéticos y pequeñas empresa con números rojos.

#### Marco normativo pobre

Cuando en el 2018, nuestra ministra Teresa Ribera abolió el llamado impuesto al sol, impuso a las eléctricas compensar por excedentes a las plantas de autoconsumo y agilizar los trámites administrativos de la ciudadanía frente a las distribuidoras eléctricas todos incluido; yo lo celebramos a bombo y platillo ya que por fin se generó un marco normativo que abría el sector a su máximo exponente... para los arriba citados viviendas con tejado e industrias con cubiertas, discriminando a todo aquel que tenga la "desgracia" de vivir en un bloque de viviendas o al empresario que tiene su tienda en un bajo, esto lo provoca el marco regulador donde se encuentran este tipo de instalaciones llamadas comunidades energéticas.

# Demasiada subvención para un marco normativo discriminatorio



#### OPINIÓN

**SEBASTIÁN MARTÍNEZ**  
CEO DE GREEN EFFICIENT SOLUTIONS

Sebastian Martinez

@Sebas\_pvsolar

#### Comunidades energéticas y autoconsumo colectivo los patitos feos

Tanto en normativas europeas como:

- Comunidad Ciudadana de Energía, CCE (Directiva UE 2019 / 944, sobre normas comunes para el mercado interior de la electricidad, Art. 16)

- Comunidad de Energía Renovable, CER (Directiva UE 2018 / 2001, fomento uso de energía procedente de fuentes renovables, Art. 22)

Como el marco jurídico español, en el Real Decreto-ley 23/2020, de 23 de junio, por el que se aprueban medidas en materia de energía y en otros ámbitos para la reactivación económica, mediante la modificación de varios artículos de la Ley 24/2013, de 26 de diciembre, del Sector Eléctrico, se definen las Comunidades de Energías Renovables como "entidades jurídicas basadas en la participación abierta y voluntaria, autónomas y efectivamente controladas por socios o miembros que están situados en las proximidades de los proyectos de energías renovables que sean propiedad de dichas entidades jurídicas y que estas hayan desarrollado, cuyos socios o miembros sean personas físicas, pymes o autoridades locales, incluidos los municipios y cuya finalidad primordial sea proporcionar beneficios medioambientales, económicos o sociales a sus socios o miembros o a las zonas locales donde operan, en lugar de

ganancias financieras."

Por tanto, estas comunidades pueden basarse en instalaciones de cualquier vector energético, siempre y cuando sea renovable.

Parecido pasa con las normas referentes a autoconsumo colectivo vienen a complicar y discriminar a los que solo tienes opción de compartir.

El propio IDAE (Instituto para la Diversificación y ahorro de la Energía) llama la atención a estas grandes debilidades y detalla las más lamentables como:

- Dificultad para recaudar finanzas por adelantado de los ciudadanos, pymes o autoridades locales.
- Falta de marco normativo definido.
- Dependencia de voluntarios y profesionales de otros sectores diferentes al energético.
- Escasa experiencia para resolver barreras administrativas para acceder al mercado.
- La falta de proyectos hace difícil la participación en licitaciones.
- Existe una complejidad a la hora de usar la gobernanza democrática y estrategias de relaciones locales.
- Cambios en las normativas o reducción de incentivos.
- Dificultad de acceso a la financiación: falta de confianza de los inversores, alto riesgo real o en cuanto a la percepción del inversor.
- Dificultad a la hora de acceder al conocimiento experto.

Hasta que toda esta lista que hago mía se invierta, estamos ante una situación de clara desventaja, nuestros políticos han y están evitando solucionar. Sé que no es tarea fácil, pero la función de los gobernantes elegidos no es otra de establecer sistemas justos y evitar discriminaciones en todas las materias, más si cabe en esta situación de crisis energética que vivimos en la actualidad.

¿Has probado la nueva pasta **Integral**?

ALTO CONTENIDO DE FIBRA

Elaborado en CANARIAS

laisleña.es



ría en nuestro salvavidas ese verano de 2020. El DREAMER MARKET había venido para quedarse.

Dos ediciones en Tenerife y una más en La Palma, terminó por conformar lo que ahora es, un evento que visibiliza a las marcas por todas las Islas Canarias, consolidando su proyecto y aumentando no solo el porcentaje de ventas, sino algo más importante aún, generando cliente fijo.

¡Lo soñé! de la misma manera que lo soñamos todos en un primer momento, soñé que el Dreamer Market ayudaría a empresas a crecer, a nutrirse y a hacer sus empresas más sólidas. Como si de una familia se tratara, cada vez que nos reunimos, ponemos al servicio de todos, lo que tenemos, el conocimiento que hemos ido adquiriendo. En ese increíble acto de generosidad en el que tu único anhelo es ayudar,

aportar valor al otro y generar riqueza.

El Dreamer market se ha convertido casi en una escuela, donde todos enseñamos y todos aprendemos. Es el lugar para, lo que en el mundo empresarial se hubiera llamado networking, pero que nosotros llamamos "We are Dreamers". Donde el amor por la profesión y el compañerismo han hecho grande a todos sus integrantes.

Ahora bien ¿qué es El Dreamer Market para los usuarios? Es un espacio de soñadores. Donde demostramos todo lo bueno que somos. Proyectos canarios, liderados por canarios. Historias con alma. Donde puedes ser un soñador también, y llevarte a casa un "cachito" de esa historia, lucirla, sentirla e incluso contarla.

Un espacio para la creatividad sin prisas, donde encontrarte con amigos y conocer juntos proyectos que vale la pena contar. Donde probar algo de gastronomía nuestra, y tomarte una cerveza hecha aquí, en la Tierra. Ocio de calidad, del que hablar, e incluso cantar. Porque aquí encontrarás tu espacio, el que estabas buscando.

# Dreamer Market

## OPINIÓN

**RAQUEL  
HAMMERHOJ**  
CEO HAMMERHOJ DESIGN  
DIRECTORA DE DREAMER  
MARKET

 Raquel García Hammerhoj

 @raquelhammerhoj

 @HammerhojR

**E**l Dreamer market nace en julio de 2010 como una respuesta a la urgente necesidad de dinamización del sector de la moda en Canarias. Tras la pandemia de la Covid19, el sector se paraliza y caen de la agenda anual todos los eventos que se realizaban hasta la fecha en el sector. Las marcas quedamos estancadas, sin posibilidad de generar acontecimientos en el calendario. Sin espacios itinerantes atractivos para las ventas, que propicien el consumo de nuestros productos ¡Algo teníamos que hacer!

¡Lo soñamos! Tras varias videollamadas entre colegas diseñadores del sector, nos lanzamos y lo hicimos. La primera edición fue una prueba, seis diseñadores y

comerciantes que se unieron en la rooftop de un conocido edificio de apartamentos de lujo en la capital Gran Canaria.

No hicimos convocatoria pública, tan solo, unas cuantas invitaciones repartidas de forma privada. Poniendo en común el listado de clientes de cada expositor, con el fin de nutrirnos todos de él, de generar venta cruzada y reunir a un mismo Target, en un lugar, un mismo fin de semana. Si lo piensan, ha sido una grandísima muestra de generosidad. Pusimos al uso de los demás expositores nuestro más preciado tesoro, nuestros clientes. Y así nació el movimiento "We are dreamers"

En la segunda edición ya en Tenerife, le dimos el formato "evento" y empezamos a trabajar la imagen de lo que se converti-



**WINGATE SCHOOL**  
de 3 a 18 años

*"Una buena educación y el dominio del inglés son las mejores herramientas que puedes dar a tus hijos para abrirles puertas en su vida laboral"*

Matrícula abierta para  
niños de 3 a 5 años



CONTACTO:

+34 922 720 102

[www.wingateschool.com](http://www.wingateschool.com)

  @wingateschool



## Representación de **LA PASIÓN**

**VIERNES 15 DE ABRIL  
A LAS 12 HORAS**

*En la Plaza de  
España de Adeje*



Retransmitido por TVC, 13TV,  
MirameTV, Canal4TV, Canal 10 TV,  
y Facebook live del Ayuntamiento de Adeje.

## ACTOS DESTACADOS

**2 DE ABRIL**

**PREGÓN:  
EXALTACIÓN DE LA  
SEMANA SANTA ADEJERA**

**19h. PREGÓN DE LA SEMANA SANTA  
ADEJERA A CARGO DE:**

D. VALENTÍN GONZÁLEZ VARGA,  
EX-PÁRROCO DE ADEJE Y  
D. HUMBERTO GONAR, PERIODISTA

*Convento de San Francisco (Adeje)*

**11 DE ABRIL**

**LUNES SANTO:  
JESÚS CAUTIVO Y  
ABANDONADO**

**19:30 h. CELEBRACIÓN DE LA  
EUCARISTÍA**

**20:30 h. PROCESIÓN DE JESÚS CAUTIVO  
Y NTRA. SRA. DE LA ESPERANZA**

*Capilla de Ntra. Sra. de la Esperanza  
(La Viña)*

**9 DE ABRIL**

**SÁBADO DE RAMOS  
LOS PASOS CHICOS**

**18h. SALIDA EN PROCESIÓN DE LOS  
PASOS CHICOS hacia la Parroquia de Santa**

*Úrsula. Parroquia de San José (Los Olivos)*



Consulta el programa completo en  
[www.adeje.es](http://www.adeje.es)

# Canary Face Mask, el fabricante canario de mascarillas que comienza a liderar el mercado

► Una empresa canaria que mantiene el compromiso con la población y las personas alérgicas e inmunodeprimidas, así como el abastecimiento de material médico de calidad certificado, ha derivado en un nuevo proyecto que ha supuesto una inversión de 1,5 Millones de euros, que lo ha posicionado en una de las principales fábricas de mascarillas en España



La empresa “Endovascular Médica Canarias SL”, sociedad constituida en abril de 2018, dedicada en la importación y comercialización material médico y quirúrgico en las Islas Canarias, en el año 2021, decidió diversificar y destinar parte de sus recursos en la construcción de una de las principales fábricas de mascarillas en España.

Esta sociedad, sin el apoyo de la administración ni fondos exteriores, ha invertido más de 1,5 Millones de euros, en equipos, material y tecnología del más alto nivel, además, de la contratación de personal, para lograr convertirse en una de los más destaca-

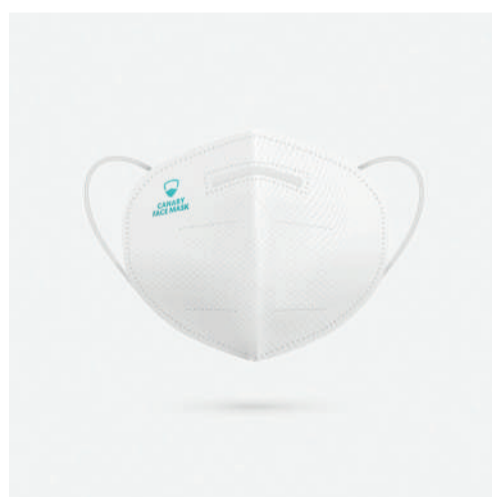
dos fabricantes de mascarillas en España.

“Canary Face Mask”, es la nueva marca de mascarillas fabricadas y producidas en las Islas Canarias, con materiales 100% españoles, que ha comenzado a comercializarse en España y en el extranjero.

Se trata de una fábrica que cuenta con unas instalaciones de más de 638 m<sup>2</sup>, localizada en las Palmas de Gran Canaria, en la Urbanización Diaz Casanova, Nave 3.

Una empresa canaria que desde hace tres meses ha comenzado a fabricar y comercializar los diferentes tipos de mascarillas: IIR, higiénicas, FFPP2 y FFP3.

Las mascarillas “Canary Face Mask” tienen hasta tres capas



de filtración, que garantizan que tengan más de un 95 % de filtración bacteriana.

La empresa dispone de las principales certificaciones que garantizan la calidad y seguridad de estas mascarillas y del proceso de fabricación.

Se trata de la única fábrica en España que cuenta con un sistema de luz ultravioleta de desinfección para la materia prima con la que se fabrican las mascarillas.

Estos sistemas le han permitido obtener las diferentes certificaciones a nivel europeo de seguri-

**“Canary Face Mask”, es la nueva marca de mascarillas fabricadas y producidas en las Islas Canarias, con materiales 100% españoles”**

dad médica: UNE 0064-1:2000, (UE) 2017/745, (UE) 2016/425, UNE- EN- 14683:2019 +AC, EN149:2001+A1:2009, y certificación 0099 AENOR.

Estas mascarillas han comenzado a comercializarse en los diferentes complejos hospitalarios públicos, privados, y cooperativas del sector farmacéutico. También, han realizado exportaciones a Sudamérica y África.

En estos tres meses de actividad ya son numerosos los operadores del sector médico y las empresas locales que, debido a la

disponibilidad inmediata, además, de los precios competitivos cuentan con esta empresa.

Se estima que para este año 2022, tendrán una producción de más de 60 millones de mascarillas al año.

El objetivo de esta nueva fábrica no es solamente atender la demanda durante la pandemia Covid19, sino todas las necesidades del sector hospitalario nacional e internacional.

Respecto a “Endovascular Médica Canarias SL”, es una sociedad, que en el ejercicio 2020,

presentó una facturación que se situó en 3,2 Millones de euros de cifra de negocio, con un Ebitda de 278 mil euros y un bº neto de 233 Mil euros. Los fondos propios se situaron en los 550 Mil euros y FM de 85 Mil euros.

**“Se estima que para este año 2022, tendrán una producción de más de 60 millones de mascarillas al año”**

Según el CEO y socio de la empresa, D. Francisco Copano: “las estimaciones para este ejercicio, serán que esta nueva área de negocio, supere los 900 Mil euros de facturación, y logremos convertirnos en una de las empresas más destacadas del sector”.



# Pedro Ortega: “Hay que reforzar la política industrial para ser autosuficientes”

## ENTREVISTA

**PEDRO ORTEGA**  
DIRECTOR GENERAL DE  
LA ISLEÑA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

**Indudablemente, el sector industrial y todos los sectores económicos, excepto los que ya entran en una fase de recuperación, se están viendo afectados por unos primeros meses del año un tanto complicados, ¿qué perspectivas tiene usted al respecto?**

Yo creo que la situación es muy complicada y no por la guerra de Ucrania, es complicada desde mucho antes. Empezamos con la pandemia, que nos ha tenido en un sube y baja como si de una montaña rusa se tratara, ha habido diferentes oleadas y esto, finalmente, ha sido un parón. Hemos pasado de ser un sector esencial de cara a que la sociedad pudiera abastecerse de todo aquello que necesitaba, a una crisis energética, porque el aumento del coste de la electricidad y del combustible se ha ido trasladando al resto de productos, a toda la cadena de valor del sector alimentario.

Y, por último, todos estos costes se han visto incrementados de forma desorbitada como consecuencia de la crisis ocasionada por la guerra de Ucrania, por lo que estamos sometidos a una prueba de fuego continua y en Canarias los sectores han demostrado ser solventes dando respuesta.

**¿Está la industria canaria lo suficientemente consolidada y madura para seguir afrontando mucho más tiempo de crisis?**

La industria respondió en la pandemia incluso en el momento de cierre total, aquí no faltó nada y se demostró que la industria es necesaria, pero no solamente en Canarias, hablo a nivel europeo.

Hay que replantear la política industrial, se ha demostrado la necesidad de la actividad industrial en Europa y, por tanto, en Canarias. Con lo cual, lo que hay que hacer es reforzar la política industrial para poder llegar a ser autosuficientes, al igual que también hay que hacerlo con el sector primario, y hacer que la industria sea una cadena tractora que funcione más y mejor.

En este momento, con este continuo sube y baja de la actividad productiva y comercial,

la industria se ha ido adaptando tanto a los momentos altos como a los bajos, es una industria que está preparada, consolidada y que quiere seguir y mejorar. Mejorar aplicando innovación, produciendo nuevos productos y siendo, además, más sostenible.

La sostenibilidad forma parte de su valor, pero también lo tiene la sociedad en su conjunto, yo creo que cada vez está más claro que para realizar cualquier actividad económica en Canarias y en el mundo hay que incluir el concepto sostenibilidad en todos los procesos.

**Hablamos de sostenibilidad como un valor irrenunciable. Hay que hacer un esfuerzo importante porque todas las empresas caminen en esa senda. ¿Se está adaptando el sector empresarial industrial a estos nuevos tiempos en los que la sostenibilidad tiene que estar intrínseca en las compañías?**

Rotundamente, sí. La actividad empresarial e industrial tiene introducida en su esquema de trabajo y en sus procedimientos la sostenibilidad. Es algo que requiere un proceso, avanzamos en la economía circular, avanzamos en el uso de fuentes de energía renovable, avanzamos en la eficiencia energética y productiva, de tal forma que produzcamos gastando lo menos posible y empleando recursos renovables, siendo aquello que contamine progresivamente eliminado.

Eso sí, teniendo en cuenta que debemos garantizar los suministros y la seguridad alimentaria, por lo tanto esto es un camino que tenemos que recorrer juntos, tanto la parte privada como la pública.

**En ese sentido, está claro que adaptarse a un modelo sostenible supone una inversión económica, ¿no se necesita un poco más de ayuda pública para alcanzar esta adaptación?**

La ayuda ha existido, pero yo creo que hay que mejorarla y hay que insistir en un modelo más integrador y más amplio en colaboración público-privada, donde no haya prejuicios en torno a que lo público es lo bueno y lo privado lo malo, sino que la suma de los dos da algo mejor. Te doy un ejemplo, que es una dinámica que se ha introducido ahora en las nuevas políticas europeas, y es que por cada euro público se pueden conseguir 3 euros de inversión privada, con lo cual estamos multiplicando la inversión.

Hay una cosa que está clara, lo público tiene que marcar las políticas, pero la experiencia y el conocimiento de lo privado mejora la eficiencia del uso de ese dinero y, si además añadimos el efecto transversal que tiene en la economía que el sector privado se implique y que invierta, seguramente hará



que las necesidades que tiene la gente se puedan atender por parte del sector privado de la mano del sector público.

**El concepto digitalización y transformación digital ha ocupado nuestras vidas en estos últimos dos años, ¿se está trabajando en la empresa canaria industrial en dar ese paso?**

Estamos en ese camino. Todas las industrias y empresas de Canarias han tenido que transformarse digitalmente, hay unas que están más avanzadas que otras, depende del tamaño, pero el proceso en sí de la digitalización está absolutamente integrado en las empresas porque es necesario, si no te digitalizas te quedas fuera, aquí no hay opciones. Además, la industria canaria tiene vocación de supervivencia, de permanecer, de trabajar en el territorio, es una industria que lleva muchos años aquí, tenemos industrias que son más que centenarias con lo cual han demostrado vocación de permanencia.

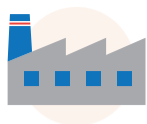
**Hablábamos en un principio del au-**

**toabastecimiento, de no depender tanto del exterior. Vivimos en un territorio limitado, ¿cómo se consigue esa independencia industrial?**

Hay que avanzar en el desarrollo de políticas de industrialización, hay que apostar por el tejido industrial y por todo el tejido productivo, porque la suma de todos ellos conduce a la autosuficiencia, porque la industria sin la distribución no existe, el turismo junto con la industria nos puede aportar un valor diferencial, el sector primario y el sector industrial se pueden unir para trabajar en nuevas líneas de producto, se puede trabajar en buscar productos específicos y diferenciadores que estén asociados a nuestro territorio.

Es el conjunto de la economía el que tiene que avanzar de cara a lograr la autosuficiencia. Se demostró en la pandemia y es la idea que tenemos que tener clara, no la de que somos solo servicios y que en otra parte del mundo alguien produce, porque ya está demostrado que no funciona.





“Hay que insistir en modelo más integrador y más amplio en colaboración público-privada”

**Hemos hablado durante estos 2 años de la diversificación de la economía, es cierto que no vamos a hablar mal del turismo porque es lo que sostiene la mayor parte del PIB de Canarias pero, ¿tiene la capacidad Canarias de seguir desarrollando sectores como el industrial o es que ciertamente no tenemos capacidad para seguir apostando por ellos?**

Yo creo que sí, que del turismo tenemos que hablar bien, porque es el motor de nuestra economía y tiene que ser la palanca, para que el resto aporten más. El turismo tiene que seguir creciendo, pero tenemos que conseguir que el diferencial de crecimiento de otros que sectores aumente, de tal forma que, por ejemplo, en una tarta en la que reflejamos la economía, para que todo funcione mejor debemos hacer la tarta más grande, en el sentido de que todos los sectores aporten más. Para ello es sumamente importante la colaboración

entre sectores, que el sector turístico siga trabajando y mejore la relación con los sectores productivos, que estos sepan darle al turismo lo que necesita para mejorar la oferta del destino turístico.

La diversificación es necesaria, así como la digitalización y la sostenibilidad, y el que nuestros puertos sean plataformas para abordar las nuevas tecnologías de energías renovables del futuro, porque Canarias, por su ubicación y condiciones climáticas, tiene una posibilidad inmensa de convertirse en laboratorio de ensayo para energías renovables y, por tanto, desarrollar una actividad industrial en nuestros puertos que nos permita ser proveedores de productos o tecnologías asociadas a las energías renovables. Hay que apostar por la diversificación en el más amplio sentido.

Tenemos un régimen económico y fiscal que tenemos que explotar.

**¿Por qué le cuesta tanto a la empresa canaria internacionalizarse?**



Siendo sincero porque hay que buscar la diferenciación, es difícil comercializar en un mercado global, lo que no es diferente. Hay que buscar la diferenciación, la singularidad, porque eso es lo que es exportable para empresas de reducida dimensión.

“La industria canaria tiene vocación de supervivencia”

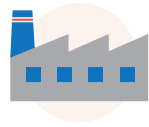
Tenemos que aprovechar nuestros recursos para desarrollar productos y tecnologías, hay una gran variedad de empresas que vienen a aquí a ensayar tecnologías para producir energías renovables, eso hay que profundizarlo también en Canarias, por tanto, hay que apoyar que nuestra industria metalúrgica, nuestra industria tecnológica pueda acercarse a eso, aprender y desarrollar proyectos nuevos con equipos nuevos fabricados en Canarias aprovechando que tenemos unas magníficas universidades.

**Para usted, como empresario y director general de una de las empresas industriales más importante en Canarias, ¿qué necesita la empresa industrial canaria en este 2022 para consolidar una recuperación y mirar hacia un crecimiento?**

Yo creo que, en este momento, lo que hay que hacer es buscar medidas para compensar el incremento de los extra costes. Si difícil está el mundo con el aumento del coste energético, más difícil está en Canarias por nuestra condición de lejanía y aislamiento, porque todo se encarece más.

Yo creo que, por tanto, hay que seguir la línea que se ha marcado en torno a un marco europeo de ayudas públicas para apoyar la economía en el contexto de la invasión de Ucrania. Esas medidas que han sido aprobadas en la Comisión Europea con fecha de 23 de marzo hay que aprovecharlas al máximo. No podemos pensar en medidas que se aplican solo en empresas que tengan, por ejemplo, una disminución del 30% de sus ventas, sino que tenemos que avanzar y buscar soluciones para que las empresas, independientemente de que estén descendiendo mucho o poco, puedan tener continuidad.

Hay que tener en cuenta que la crisis de Ucrania nos coge con cansancio, por lo que hay que aprovechar todas las medidas que favorezcan la continuidad de las empresas.



## Raúl García: “Canarias: donde nacimos, crecimos y donde queremos seguir desarrollándonos”



### ENTREVISTA

**RAÚL GARCÍA**  
DIRECTOR DE MONTESANO

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS  
**La industria parece que comienza a recuperarse y Montesano, mientras tanto, se prepara para el desarrollo de una nueva gama, ¿qué nuevos productos pretenden desarrollar?**

En Montesano estamos en continuo desarrollo, adaptándonos a las tendencias del mercado, a las innovaciones y, particularmente en nuestro caso, a los gustos, hábitos y costumbres del consumidor canario.

Para este año estamos desarrollando nuestra familia de pata asada, ya a finales del año pasado lanzamos una pata asada con incorporación de mojo rojo, pata asada al mojo rojo, y este año tenemos previsto hacer otro lanzamiento con otro sabor que de momento no podemos desvelar. También vamos a lanzar un jamón cocido de gama premium, equivalente a otros que hay en el mercado y que entendemos que en el mercado canario tiene que haberlo también. Su lanzamiento está previsto para las próximas semanas.

Asimismo, seguimos desarrollando las presentaciones de nuestros productos, como no puede ser de otra manera, preocupados por el impacto medioambiental en la sostenibilidad de los envases, tendiendo al empleo de materiales reciclados y reciclables.

**Asimismo, apuestan por un consumo cada vez más saludable, ¿no es así?**

En estos últimos años hemos ido adaptando nuestros productos con componentes nutricionales más beneficiosos para el consumidor, con reducción de sales, a pesar de que los productos cárnicos no poseen un conte-

nido elevado en sales, y reducción de grasas. Vamos haciendo ajustes en nuestras materias primas, en nuestras carnes para tener un mejor cuidado del consumidor.

Desde Montesano, nuestra industria cárnica en Canarias, nos adherimos a un programa de reformulación de alimentos que lanzó el Ministerio de Agricultura con la intención de que todos los alimentos de la dieta española mejoraran su composición nutricional, ajustando el azúcar, la sal y la grasa. En el caso del producto cárnico, el ajuste en azúcar es innecesario porque su contenido es muy bajo y además es intrínseco, es el natural de la carne; en el caso de las sales hay una incorporación de sales, su contenido no es alto, pero sí se estudió en aquellos productos que lo permitían, hacer un ajuste a la baja, de manera que su contribución al insumo diario del consumidor fuera algo más reducido; y, en cuanto a grasas, los productos cárnicos no tienen grasas trans que son para las que si se ha propuesto un ajuste en determinadas industrias.

En conclusión, Montesano se adhirió a este plan de reformulación y se han recibido los resultados hace 2 semanas y, en particular, las industrias cárnicas que participaron fueron felicitadas por el Ministerio por los resultados obtenidos, entre ellas, nuestra compañía.

**¿Qué importancia tienen las redes sociales para la empresa y su relación con los consumidores?**

Somos muy dinámicos en redes sociales, muy activos. Entendemos que actualmente es un medio de comunicación más, junto con los tradicionales, en el que se da mucha participación al público. Al final es un medio en el que hay diálogo y debate, sin ser todo lo ágil que puede ser en una conversación, pero en definitiva, lo hay.

Promovemos muchísimo la participación, emitiendo información de nuestra empresa, de nuestros productos, pero también información del sector o de la sociedad en general. También las empleamos para actividades

promocionales o sugerencias de consumo. En fin, las usamos mucho y estamos convencidos de que las redes sociales son un medio que han venido, no para quedarse, sino para seguir en un continuo y rápido desarrollo.



*Hemos ido adaptando nuestros productos con componentes nutricionales más beneficiosos para el consumidor*

**¿Qué mercados tienen actualmente mayor peso para la empresa y cuáles son los mercados de futuro?**

Estamos hablando de una empresa que si bien tiene presencia en el territorio peninsular, el principal mercado de Montesano es

la comunidad canaria. Es donde nacemos, donde crecemos y donde queremos seguir desarrollándonos, contando con el apoyo del consumidor canario, del que nos preocupamos muchísimo en cuanto a sus gustos y en cuanto a su salud. Aquí es donde tenemos que seguir.

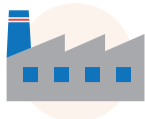
No obstante, desde nuestra industria en Canarias sí tenemos mercados exteriores, algo en la costa africana, aunque no es un destino propicio para nuestro tipo de producto, pero sí que estamos haciendo exportaciones recurrentes desde hace unos años a países de sur América, concretamente a Chile y Perú.

**¿Qué objetivos se marcan para este 2022?**

Hay que tener en cuenta que a 2022 le ocurre lo mismo que al 2021, que era el año de la recuperación. En Canarias la actividad creció con respecto al 2020, pero muy lejos de llevar ese crecimiento a la situación económica ordinaria.

Este año 2022 debería ser el año de la recuperación económica canaria, parece que el turismo, sin tener una certeza de que vaya a llegar a niveles adecuados, pero de momento, las perspectivas datan que está en crecimiento. Sin embargo, la industria canaria y en ella, Montesano, está sometida a circunstancias adversas en cuanto al encarecimiento de materias primas y dificultades de abastecimiento, lo cual se ha visto agravado con la situación bélica que está aconteciendo y ha disparado estos encarecimientos.

Estamos pendientes de alguna normativa o regulación por parte de la Unión Europea y de España para ir salvando todas estas circunstancias adversas. Estamos a la espera de que se vayan resolviendo estas cuestiones para que, atenuando todos estos encarecimientos y acompañados de un crecimiento de la actividad, Montesano y el resto de sectores económicos de Canarias puedan seguir en su día a día acompañando al mercado canario.



# Iván Castro: “En la industria innovas o mueres”

## ENTREVISTA

**IVÁN CASTRO**  
GERENTE DE INCAPOL

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Incapol, una fábrica de colchones en Canarias con casi 60 años de antigüedad, ¿en qué se diferencian sus productos?**

Yo creo que lo que nos caracteriza, aparte de que trabajamos desde hace tantos años, es el trabajo de productos de calidad. Nosotros todas las materias primas las compramos en Europa, no importamos nada de Asia y hemos tenido siempre un control de calidad muy riguroso. Además de eso, que ya de por sí supone aportar al mercado un producto de gran calidad, no entramos en la competitividad de los colchones económicos y de guerra de precios, porque, en el fondo, no tienen la calidad que, para nosotros, es necesaria para ofrecer un buen descanso. Es incompatible un colchón barato con un colchón que ofrezca un descanso de calidad.

Nos diferencia el hecho de que fabricamos aquí, en Canarias, con lo que podemos ofrecer un servicio muy dinámico, rápido y con una flexibilidad de fabricación muy importante, tanto en hogar, pudiendo fabricar cualquier medida de colchón, como en hostelería, a la que le brindamos el poder hacer un colchón a la carta.

Tenemos cierta versatilidad y, al ser una PYME, tenemos un giro de cintura mucho más ágil que una gran multinacional.

**Asimismo, es una empresa 100% canaria que no deja de lado al turismo, ¿no es así? Han desarrollado un catálogo**

**de equipo de descanso y colchones para hoteles.**

Correcto. Desde los inicios de la empresa se ha tenido un contacto muy estrecho con los hoteles, pero ha sido en los últimos 20 años cuando nos hemos especializado, desarrollando productos muy específicos para el sector hotelero, como tejidos con calidades antivirales, anti chinchas...

**Cada vez se le da más importancia al descanso, ¿qué innovaciones han surgido en este campo?**

Realmente esto está caminando muy deprisa. Es cierto que, desde los comienzos de la historia de los primeros colchones hasta hace relativamente poco, la evolución era muy lenta pero en los últimos 10 años la innovación ha sido brutal, incluso en el interior de los colchones, donde nos podemos encontrar con muelles encapsulados que antes no existían, látex combinado con muelles, o la famosa viscoelástica.

**“Es incompatible un colchón barato con un colchón que ofrezca un descanso de calidad”**

Pero, al margen de este avance en los interiores, es asombroso cómo ha evolucionado la tecnología en el mundo textil, desde micro encapsular partículas que actúan mediante cambio de fase para conseguir un confort térmico durante toda la noche, partículas que son capaces



de absorber el sudor y convertir ese calor en frescor, cerámica en el tejido...

La evolución ha sido rapidísima y poniéndonos en los pies del consumidor, cada día se complica un poco más elegir un buen colchón. La variedad es muy amplia.

**¿Cuál es el producto más innovador que podemos encontrar en Incapol?**

Tuvimos la gran suerte y el privilegio de poder presentar a nivel mundial un invento al que nosotros decimos alma de acero y cuerpo de látex, porque el interior de este colchón lo elaboramos con muelles encapsulados de alta concentración y de mucha calidad y alrededor de ese muelle encapsulado va una pastilla

de látex de 75 kg el metro cúbico, que abriga, cubre y protege al muelle encapsulado, otorgando un descanso que, hasta ahora, no se conocía en cuanto a independencia de lechos, transpiración y, en definitiva, un grado de confort gracias a esta combinación totalmente innovadora.

Lo presentamos en el Corte Inglés hace apenas un año y está teniendo muy buena acogida, porque es un colchón de altas calidades con un grado de confort muy difícil de igualar.

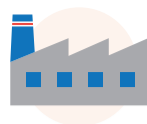
**¿Dónde podemos encontrar sus colchones?**

Nosotros tenemos distribuidores en distintos puntos de la isla, tenemos una exposición y venta en nuestra fábrica, ubicada en el Polí-

gono Cruz de la Gallina, y vendemos a través de nuestra web. De hecho, estamos estrenando una renovación de esa web que hace mucho más sencillo el proceso de compra.

**¿En qué líneas estratégicas se enfocan en este 2022?**

Seguimos la misma línea que en años anteriores, exceptuando el parón de la pandemia que ralentizó todo. Nosotros estamos persiguiendo la utilización de tejidos técnicos en los colchones, porque es un plus que no hay que menospreciar e influye mucho en el descanso, seguiremos trabajando con los interiores más innovadores, así como en la adquisición de maquinaria para tal efecto. En la industria, innovas o mueres.



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**El Covid 19, junto con el conflicto bélico, nos ha traído una etapa de incertidumbre económica. ¿Cómo se ven las perspectivas desde la Dirección General (DG)?**

En efecto, la situación económica provocada por la Covid\_19 ha tenido una complejidad de dimensiones extraordinarias con impacto en actividades sensibles en el PIB regional, y ahora nos vemos avocados a añadir nuevas variables que condicionan las decisiones de los agentes económicos y que tendrán que ser abordadas con más determinación, si cabe, que las adoptadas en los dos últimos años. Nos enfrentamos a serias tensiones en los mercados internacionales, como incremento de precios, transportes -carestía y rutas-, que tienen efecto directo en el día a día de nuestra actividad económica regional. En este sentido, resulta necesario afrontar la situación y que las decisiones que se adopten tengan el máximo consenso posible con todos los agentes. Situaciones excepcionales conllevan soluciones con idéntico rango.

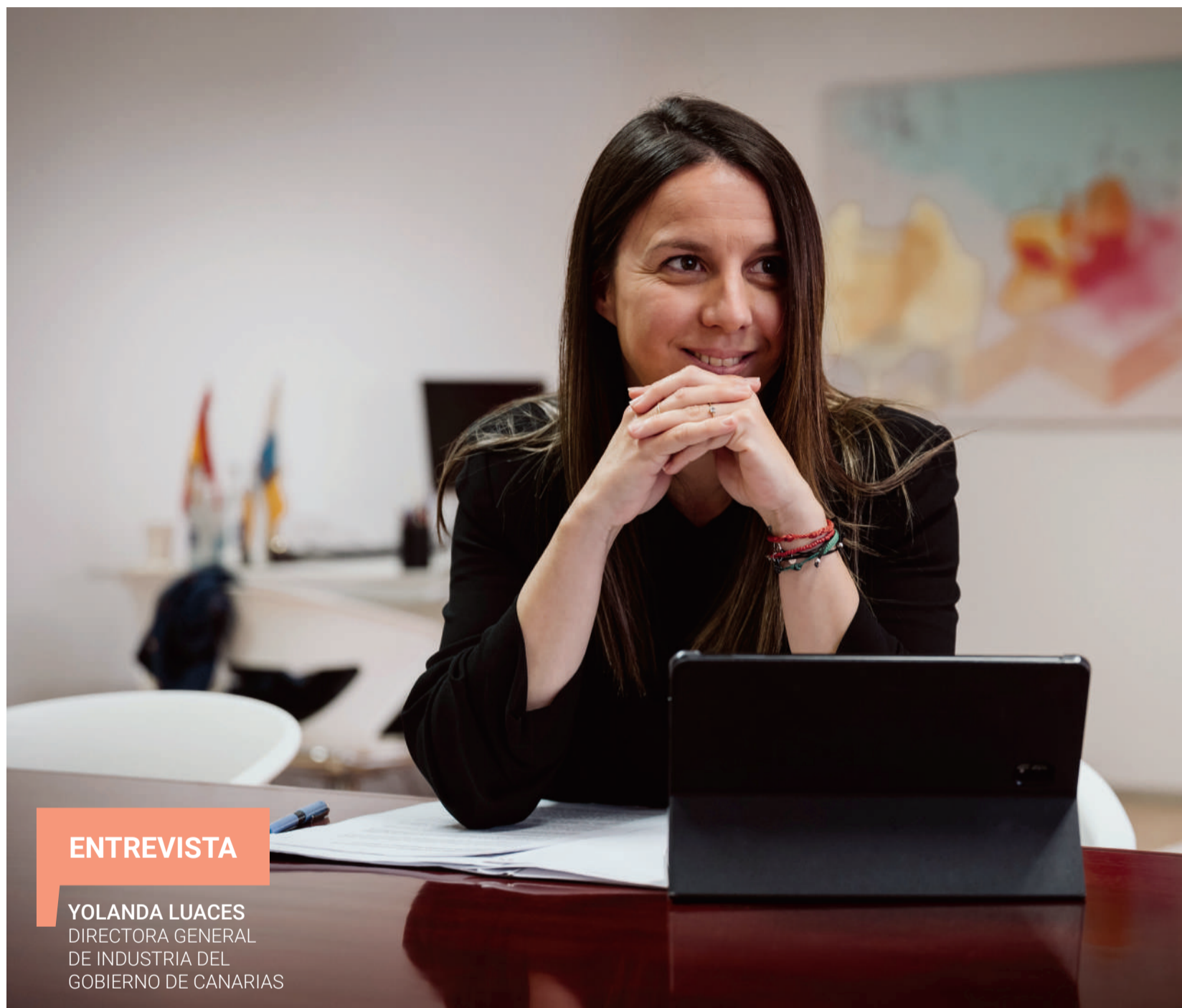
**¿Qué medidas pueden ayudar al sector a afrontar todo esto?**

Desde el Gobierno de Canarias, a través de esta Dirección General hemos trabajado en los últimos años intensamente, para dar respuesta, de forma continua, a las necesidades del sector, implementando medidas estructurales y de planificación, como la EDIC 2022-2027, que favorezcan la innovación y la modernización del sector industrial y que mejoren la competitividad de las empresas. Además, el presupuesto que hemos destinado directamente a la industria ha sido muy notorio por su incremento. Esto nos ha permitido avanzar en la estabilidad y crecimiento del sector, con objetivos tendentes a recuperar posiciones previas a la crisis de 2009.

**¿Qué objetivos y en qué plazos?**

Con las medidas que se han trazado en la Estrategia Industrial de Canarias, la EDIC 2022-2027, aprobada en Consejo de Gobierno el pasado 17 de marzo, algunas de las cuales ya llevamos tiempo implementándolas, tenemos el objetivo de que la participación del sector industrial en la economía canaria evolucione hasta posicionarse en el 7,7% del PIB en 5 años, esto es un crecimiento del 25%. Además y respecto al tejido industrial, la meta que nos marcamos de aquí a 2027 es ampliar en un 10% el tejido manufacturero (con unas 500 empresas más de las 4.990 existentes en la actualidad en las islas).

**La industria está sufriendo una gran subida de precios de sus materiales. La producción se ha encarecido, restándole rentabilidad a las industrias.**



## ENTREVISTA

**YOLANDA LUACES**  
DIRECTORA GENERAL  
DE INDUSTRIA DEL  
GOBIERNO DE CANARIAS

## Yolanda Luaces: “Trabajamos en defender los ajustes pertinentes del REA”

**¿Ha puesto el Gobierno de Canarias alguna medida sobre la mesa de cara a paliar esta situación?**

En Canarias, hay que tener en cuenta que, el efecto de los sobrecostos -ultraperifericidad e insularidad- en la rentabilidad y competitividad de las empresas industriales representa de promedio el 29,7% de su facturación (excluida la industria de la energía y el agua), mucho más que en los demás sectores, pues supera en 11,7 puntos porcentuales al sector primario y se distancia en 21,7 puntos porcentua-

les de la media de los sectores productivos de Canarias. Partimos de que el principal componente en la estructura de costes de las empresas industriales canarias es el aprovisionamiento de materias primas y productos semielaborados, que representa más de la mitad de la cifra de ventas del sector (54,7%). Con estos datos, no es difícil concluir que una variación en el precio de esos inputs puede alterar significativamente la competitividad y los resultados.

El Gobierno, como indicaba anteriormente, es consciente, de

la situación sobrevenida, consecuencia de la situación bélica en Europa, y los efectos en la UE en la que estamos integrados, con un marco definido de actuación en evolución constante, como hemos podido comprobar en las últimas semanas. En cualquier caso, se están activando los mecanismos previstos en el REF a efectos de amortiguar dichos sobrecostos derivados de los problemas logísticos y los costes energéticos.

**Necesitamos un marco jurídico estable para pasar de una economía carbonizada y**

“Tenemos el objetivo de que la participación del sector industrial en la economía canaria evolucione hasta posicionarse en el 7,7% del PIB en 5 años, esto es un crecimiento del 25%”

**lineal a una economía descarbonizada y circular, así como un buen uso de los fondos europeos que están por llegar. ¿Se están teniendo en cuenta estos ítems de cara a la mejora de la industria canaria?**



promover la introducción del consumo de las renovables en todos los subsectores industriales, así como impulsar mejoras en las tecnologías energéticas y la implantación de sistemas de gestión energética de procesos industriales.

En Canarias concretamente, estamos trabajando el proyecto de “Ley Canaria de Cambio Climático y Transición Energética”; además de varios documentos de planificación estratégica en los que el sector industrial canario tendrá un papel importante. Hablamos del Plan de Transición Energética de Canarias (PTECan-2030), de la Estrategia Canaria de Economía Circular, la Estrategia Canaria de Economía Azul, las estrategias de autoconsumo y almacenamiento energético, la electrificación de la movilidad, etc. El objetivo de todo este esfuerzo planificador es contribuir a que las Islas puedan alcanzar la neutralidad climática en el año 2040, y para alcanzar este ambicioso objetivo, la industria es uno de los pilares importantes.

En este camino, en el Gobierno de Canarias, se mantiene una estrecha colaboración entre sus diferentes unidades organizativas para favorecer la implementación de medidas en este campo y para que sus efectos alcancen a la industria. Esto se refleja claramente en las actuaciones recogidas en la EDIC 2022-2027, con medidas específicas enfocadas en la eficiencia energética y las energías renovables y la economía circular.

**El Gobierno de Canarias está apostando por la implantación de procesos de transformación tecnológica en las empresas industriales de Canarias, ¿en qué líneas estratégicas se enmarcan los mismos?**

En efecto, como comentaba anteriormente, desde esta Dirección General de Industria, se están implementando medidas de apoyo, vía subvenciones, para modernizar el sector industrial en las Islas y en el marco de la EDIC. En concreto, el Eje 1 de este documento está dedicado a la innovación y la transformación digital del sector industrial, en el que se desarrollan entre otras medidas acciones de impulso a la digitalización de las empresas industriales. Además, con ASINCA en este año 2022 se está desarrollando la Campaña de Promoción de la Industria 4.0 en el Sector Industrial, proyecto subvencionado por nuestro departamento, con el objetivo de potenciar la capacitación de las industrias de Canarias en este ámbito, favoreciendo con ello el entendimiento y la incorporación de las tecnologías englobadas dentro de la industria conectada, así como el conocimiento de proveedores especializados que les ayuden a implantarlas.

**¿Su Dirección General tiene previsto algún tipo de medidas especiales de apoyo al sector**

**industrial que se está viendo afectado?**

Tanto el Gobierno, como los empresarios, están siguiendo muy de cerca la evolución de la situación y monitorizando los efectos que tiene para la industria canaria. Para ello se vigila de forma permanente la evolución de los mercados, los precios de las materias primas, el aprovisionamiento y alternativas de proveedores, los costes de transporte, etc.; con la finalidad de utilizar los instrumentos disponibles en las distintas áreas de impacto. En este sentido, se trabaja en defender los ajustes pertinentes del REA (Régimen Específico de Abastecimiento) que permitan la actualización e incremento de las ayudas de consumo industrial, de forma que, se compense el incremento de los costes energéticos, de las materias primas y del transporte que arrastra el sector desde hace 14 meses, cifrado ya en un promedio de 20% y 30% de media y con una clara perspectiva de mayor afección por la guerra y por la gran dependencia de las islas del exterior.

También, de forma coordinada, se están valorando otras medidas que puedan ser aplicadas a corto plazo destinadas a amortiguar los efectos e impacto en el tejido productivo regional.

**¿Le gustaría transmitir desde la Dirección General algún mensaje al sector?**

El primer mensaje que podemos mandar al sector, es que en estos momentos disponemos de una estrategia nueva que mira al futuro con optimismo, la Estrategia de Desarrollo Industrial de Canarias para el periodo 2022-2027, sustentada en un análisis riguroso y actualizado del sector industrial, que requerirá de algún reajuste como consecuencia de la crisis bélica sobrevenida, pero que marca la ruta de futuro y los retos que hemos de conseguir, nacida de un amplio proceso participativo de todo el ecosistema industrial.

Es obvio que el proceso de recuperación gradual en el que la economía se encontraba inmersa en los últimos trimestres va a verse negativamente afectado por el conflicto bélico en Europa. Dada la incertidumbre y evolución de los acontecimientos, en estos momentos estamos muy limitados para determinar la magnitud de estos efectos adversos, que dependerán de la severidad y duración del conflicto.

El repunte de los precios de la energía y de algunas otras materias primas que se ha producido a escala global, y que se ha intensificado como consecuencia de la situación bélica en Ucrania, supone para la economía, importadora neta de estos productos, un efecto negativo que eleva las presiones inflacionistas en el corto plazo. A pesar de esta situación, tenemos que tirar de optimismo porque reconocemos



que esta es una crisis global y por lo tanto, no estamos solos en las respuestas que ya se están planteando desde los distintos niveles de gobierno, europeo, estatal y autonómico. Desde esta DG, se está trabajando permanentemente y se promoverán y defenderán las medidas necesarias para que los efectos negativos derivados de la situación actual sean los mínimos posibles y para ello, contamos con la colaboración estrecha y permanente del sector.

Por tanto, se hace más que nunca imprescindible concentrarnos en la transformación de nuestra industria, siguiendo las palancas de cambio que impulsan la EDIC, y poniendo por bandera la visión que la arroja hacia un desarrollo sostenible: “Canarias aspira a que la industria sea una pieza importante para el modelo de desarrollo sostenible del archipiélago, integrando las esferas ambiental, social y económica y contribuyendo a fortalecer el nivel de resiliencia de dicho modelo desarrollo”.



*Desde esta Dirección General de Industria, se están implementando medidas de apoyo, vía subvenciones, para modernizar el sector industrial en las Islas y en el marco de la EDIC*

Las referencias al proceso de transición energética en el sector industrial las tenemos en los objetivos energéticos que para el sector han sido establecidos por el Gobierno de España en el horizonte del año 2030, que se exponen en el PNIEC (Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030), documento remitido por el Gobierno de España a la Comisión Europea. Este Plan, se ha diseñado de acuerdo al marco de las directrices establecidas por la Unión Europea para el cumplimiento de los compromisos internacionales para luchar contra el cambio climático. En concreto, para la industria se identifican líneas de actuación destinadas a avanzar en la descarbonización del sector, con objetivos en la reducción del consumo energético, incrementar la participación de las energías renovables, y en definitiva, disminuir las emisiones de los Gases de Efecto Invernadero para el año 2030. Las medidas de política energética 2021-2030, para el sector industrial, incluyen actuaciones en eficiencia energética,



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**Vivimos en una era impredecible. La industria se enfrenta a cambios constantemente y su actitud frente a los diversos problemas debe ser proactiva. ¿Cómo están visualizando, desde la Consejería de Industria y Comercio del Cabildo de Gran Canaria, los meses que están por venir?**

Ahora estamos en una situación algo complicada, porque no solo estamos tratando de salir de una pandemia, sino que estamos en una guerra en Europa entre Rusia y Ucrania, lo cual está afectando indudablemente no solo a Gran Canaria, sino a Canarias y al resto de Europa.

La subida de precios de carburantes que afecta a los transportes, también a nuestros transportes en Gran Canaria, a las zonas industriales, a nuestras actividades económicas, a la producción de materiales y a todo lo que tenga que ver con el producto y la alimentación. Por lo tanto, no estamos fuera de esas circunstancias, las vivimos día a día, son situaciones que no dependen directamente de nosotros, ni podemos influir directamente en ellas, pero sí dar respuesta a las diversas situaciones dentro de nuestras posibilidades y competencias.

Ya anunciaba el presidente esta semana una ayuda de 2 millones de euros para los ganaderos de Gran Canaria y eso es lo que vamos a hacer. Lo hicimos también en la pandemia con ayudas a autónomos en dos ocasiones, 12 millones en una ocasión y 7 en otra, por lo tanto, ese es el papel de la institución insular: apoyar a los sectores económicos para ir saliendo, poco a poco, de estas dificultades como he dicho provocadas, no solo por la crisis de salud pública sino también por el conflicto bélico.

**Al final, nos encontramos con que 2021 iba a ser el año de la recuperación, no lo fue del todo. 2022 se creía el año de la consolidación de la recuperación y nos encontramos con una situación impredecible, a la par que caótica, ¿no es así?**

Indudablemente, sí. Desde las instituciones estábamos preparados para ese despegue, pero se van sumando situaciones que no dependen de las Islas Canarias, ni de Gran Canaria, pero que debemos afrontar. En líneas generales, da lugar a realidades que no son propicias a ese despegue que nosotros pretendíamos.

**Lo importante, en este sentido, va a ser que los sectores se sientan arropados por las administraciones.**

Sí, ya lo estábamos planteando. Hace unas semanas fuimos a Berlín en una acción de promoción de la isla de Gran Canaria y de su Semana de la Moda de Baño. También mantuve reuniones con Dinamarca y con Bélgica para establecer un marco de cooperación, que se va a ampliar a Alemania y a otros países. Ello constituye un ejemplo que desde la institución no podemos parar, debemos seguir trabajando en apoyar a las empresas de la isla porque son las que generan empleo y economía.

**¿Qué cambios considera usted que son necesarios para que mejore el modelo productivo de la isla?**

Nuestro PIB está basado en el turismo, es nuestra principal actividad, sí es cierto que es muy importante, no sólo en el ámbito de turismo sino en cualquier ámbito, tener muy en cuenta la cualificación y la formación profesional en los trabajadores y trabajadoras.



ENTREVISTA

**MINERVA ALONSO SANTANA**  
CONSEJERA DE INDUSTRIA Y  
COMERCIO DEL CABILDO DE  
GRAN CANARIA

## Minerva Alonso Santana: “En ‘Moda Cálida’ tenemos relación con distintos países europeos para crear un marco de cooperación en moda”

Y otro aspecto importante es trabajar en la diversificación de la economía. Desde el Cabildo de Gran Canaria estamos centrados en las energías limpias, en generar economía a través del sector primario, el cine y también el programa “Gran Canaria Moda Cálida” es otra línea de trabajo para diversificar la economía de la isla.

Tenemos que dirigirnos hacia un modelo productivo que posibilite la generación de empleo y por ende el bienestar de la ciudadanía de Gran Canaria.

**Asimismo, vivimos inmersos en el cambio tecnológico. Las empresas se mueven cada vez más en un ámbito digital y transformar los procesos tecnológicos de la industria se ha convertido en un hecho vital de cara a evitar su fracaso y mejorar la rentabilidad de las mismas. ¿Existen ayudas que promuevan e incentiven estas transformaciones tecnológicas?**



Sí, lo estamos haciendo en la Consejería a través de distintos incentivos. A través de las convocatorias de subvenciones a asociaciones empresariales de zonas comerciales abiertas, valorando proyectos de modernización de áreas industriales de la isla de Gran Canaria, proyectos de modernización de obras de zonas comerciales abiertas, donde tenemos muy en cuenta las nuevas tecnologías y todo lo que tenga que ver con el producto local, de ahí que hayamos creado en el año 2020 la plataforma online “Gran Canaria me gusta”, donde a distintos productores de empresas

locales se les ha ayudado, se les ha abierto esa ventana de comercio online a través de esta plataforma que es una ayuda del Cabildo. También hemos puesto a disposición de las pymes de Gran Canaria el “Market Place”, un espacio virtual de venta que gestiona Ccapyme a través de una subvención del área de comercio insular.

Por tanto, la consejería intenta incentivar y promover que las empresas se sumen a la modernización tecnológica y a la transformación digital.



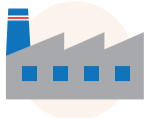
*Desde la institución debemos seguir trabajando en apoyar a las empresas de la isla porque son las que generan empleo y economía*

**¿Hacia dónde se van a dirigir los esfuerzos de la Consejería de Industria y Comercio del Cabildo de Gran Canaria este año 2022?**

En “Moda Cálida”, ya comentaba antes que por primera vez en la historia tenemos relación con distintos países europeos, con Alemania, Italia, Bélgica y Dinamarca, pretendemos sumar Reino Unido y Suecia para crear ese marco de cooperación de moda y que Gran Canaria sea una plataforma para distintas empresas de toda Europa y nosotros también poder ir a mostrar nuestro trabajo a esos países.

En cuanto a las áreas industriales, tenemos que culminar el Plan Estratégico de Áreas Industriales a través de un plan de obras que continuamos en 2022, al igual que plan de modernización de zonas comerciales abiertas, actuando en zonas de la isla donde no lo habíamos hecho antes. Desde el año 2015 hemos invertido en ambos planes casi 30 millones de euros que han supuesto una puesta a punto de nuestras zonas comerciales y una transformación profunda de las áreas industriales y parques empresariales de la isla.

Y, por último, enfatizar en “Gran Canaria Me Gusta”, que es un programa dirigido a la promoción y comercialización del producto local y este año pretendemos apoyar a los mercados, para incentivar el consumo del producto local, generar economía a través del sector primario siendo, a su vez, una manera de respetar el medioambiente.



## ENTREVISTA

**PEDRO MELGAREJO**  
DIRECTOR GENERAL  
DE EVERSIA

## Pedro Melgarejo: “Nuestra industria en Canarias está preparada para atender la fuerte demanda de envases sostenibles”

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS  
**El camino hacia la economía circular pasa por cambiar el modelo de producción y de consumo. Basados en su experiencia y en la tendencia en la demanda de sus productos, ¿cree que en el caso del consumidor ha habido grandes cambios en los últimos años?**

Sí. En el consumidor se ha producido un gran cambio, el modelo ha cambiado gracias a una serie de medidas que aprobó la Comisión Europea ante su apuesta por la economía circular y envases sostenibles, y esto ha sido muy bien acogido por el consumidor en general.

No obstante, tenemos que seguir apostando por el modelo y tensionarlo porque, aunque el cambio ha sido muy fuerte e intenso, el mantenimiento en el tiempo es el que va a dar el éxito en lo que es la aplicación de la economía circular. Ahora faltaría incentivar al consumidor, por parte de las administraciones, para que siga consumiendo productos sostenibles y penalizar de alguna manera a aquellos agentes económicos que no están alineados con el cumplimiento de la legislación.

**¿Apuesta la empresa Canaria por dar un paso más allá?**

En general, lo que estamos detectando en las islas Canarias es una apuesta firme de la gran distribución por el cumplimiento de la legislación en materia de desarrollo sostenible, no obstante el pequeño comercio todavía está un paso por detrás y falta concienciación por su parte e, incluso, control por parte de las autoridades para que se cumpla esta transición con éxito.

**¿Y en cuanto a la producción? ¿Cómo ha sido la evolución en sus procesos de fabricación y productos que ofrecen?**

En Eversia estamos preparándonos desde el 2010 en el plano de los productos sostenibles. Hemos realizado una adquisición de nuevos materiales más sostenibles para el planeta, que han venido de la mano de nuestros departamentos de desarrollo de producto y hemos implementado una transición hacia procesos de fabricación más idóneos para producir envases sostenibles.

Esto ha supuesto hasta día de hoy unos 30 millones de euros invertidos en esos nuevos equipos que procesan mejor este tipo de materiales con mayor contenido



reciclado, compostables...

Por último y más importante, el conocimiento que se necesita, porque son materiales totalmente diferentes.

**¿Qué peso tiene el ecodiseño para Eversia?**

Hoy en día es la piedra angular de todos nuestros desarrollos, es donde se apoyan todas las innovaciones y nuevos productos de Eversia. Esto ha cambiado en toda la cadena de valor, anteriormente las empresas industriales cuando proyectábamos un desarrollo junto con el gran distribuidor, siempre pensábamos en la funcionalidad del producto, que se conservara en el envase, que éste a su vez fuera atractivo o que fuera fácil de usar. Todos

estos eran atributos que se buscaban a la hora de diseñar un envase y en muy poquitas ocasiones se pensaba en qué iba a pasar con ese envase una vez se consumiera el producto que llevaba dentro. Ahora, el paradigma ha cambiado.

Hoy en día pensamos primero qué va a pasar con ese envase una vez que se consuma el producto y, partir de ahí, empezamos a diseñar. Por lo tanto, el concepto ecodiseño está incidiendo de manera importante en todos los grupos de desarrollo de producto.

**¿Qué ventajas, en términos de sostenibilidad, ofrecen los productos de Eversia al mercado?**

Nosotros, en términos de sos-

tenibilidad, tenemos dos líneas de producto diferenciadas y cada una tiene una serie de ventajas que aportan al medioambiente y a la sociedad.

La primera línea son envases que tienen un alto porcentaje de material reciclado. Las dos ventajas principales que tienen estos envases ante la sociedad es que son envases que ya en su confección están recuperando residuos para convertirlos en recursos, residuos que anteriormente iban a vertederos, hoy se rescatan y los volvemos a integrar en el proceso de fabricación; y otra ventaja es que, gestionados correctamente, se convierten en envases con infinitos ciclos, esto provoca que un envase que ponemos en el mercado con alto contenido en reciclado, si vuelve a la recogida selectiva volverá a la industria como recurso para volver a fabricar.

Luego tenemos la segunda línea de productos, que son los productos biocompostables. Estos productos son aquellos envases que, una vez que cumplen la funcionalidad de mantener un producto, correctamente gestionados, van a una planta de compostaje para producir abono o compost para volver a ser integrado en el ciclo de la vida.

**¿En qué proyectos de innovación se halla inmersa su compañía?**

Los proyectos de innovación en los que estamos inmersos se cen-

tran en aumentar, cada día, el porcentaje reciclado en los envases, lo cual es complicado, siendo el gran reto que tenemos las empresas que empleamos este tipo de material aumentar este porcentaje y depender menos de los combustibles fósiles.

Y, con respecto a los envases biocompostables, también estamos aumentando el ratio de incorporación de envases biocompostables en la cadena de alimentación, sustituyendo a los envases convencionales. Nuestra industria en Canarias está preparada para atender la fuerte demanda de envases sostenibles.

Por lo tanto, estamos en diversas vías de desarrollo para conseguir que esos envases biocompostables tengan las mismas propiedades que los envases convencionales: propiedades de conservación, sellabilidad, de resistencia, permeabilidad al agua...

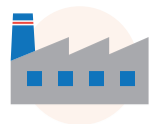
**¿De qué manera aporta y ayuda la compañía para que se cumplan los ODS enmarcados en la Agenda 2030?**

La compañía ha elaborado, dentro de su plan estratégico, una agenda con los ODS donde seguimos una hoja de ruta y medimos mediante indicadores el seguimiento de estos.

Por ejemplo, para el ODS de “Fin de la pobreza”, hemos colaborado con ACNUR, una asociación que centra su trabajo en los refugiados de guerra; en el “hambre 0” colaboramos con diversos bancos de alimentos; en “salud y bienestar” hemos participado en la iniciativa de Obra Social La Caixa, facilitando vacunas al tercer mundo; en “educación de calidad” organizamos diversas jornadas medioambientales en institutos; en “igualdad de género”, tenemos objetivos de crecimiento en trabajo para mujeres dentro de nuestra organización; en “agua limpia”, hemos reducido un 20% el consumo en agua en la producción de nuestros productos;

en “energías asequibles y no contaminantes”, estamos trabajando para producir todos nuestros productos con energía 100% verde; a nivel de industria e innovación, como le he comentado, hemos hecho alrededor de 30 millones de euros de inversiones y, en concreto, en Canarias hemos aumentado un 50% la plantilla, montando dos líneas de producción y apostando fuertemente por el crecimiento a través de la fabricación de productos sostenibles.





## Abraham Guzmán: “Hacemos que el retail llegue a todos los bolsillos”

### ENTREVISTA

ABRAHAM GUZMÁN  
CEO DE FACTORII

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**Factorii, una compañía especializada en fabricación de mobiliario comercial que abarca todos los sectores. Actualmente, ha consolidado su crecimiento con unas nuevas**

**instalaciones de más de 11.000 m2. ¿Qué objetivo persigue este crecimiento? ¿Hacia dónde se dirige la compañía?**

Hacemos que el retail llegue a todos los bolsillos. Queremos que, desde la disponibilidad de un pequeño comercio a una gran superficie o un hotel, Factorii pueda cubrir toda la línea de mobiliario que requiera. Lo importante es que podamos tener el abanico completo, desde el pequeño comercio hasta el gran hotel, en todo lo que se refiere al mobiliario.

Movemos todo el campo de

retail en Canarias: supermercados, joyerías, tiendas de deporte, tiendas textil... incluso abarcamos líneas de restauración.

En caso de que el cliente así lo disponga, nosotros tenemos la posibilidad de hacer la obra en conjunto, en coordinación con un equipo de obras externo que tenemos, nosotros le haríamos absolutamente todo en el punto de venta.

**Esta nueva infraestructura supone un paso adelante dentro de la estrategia de la compañía para abarcar grandes proyectos, ¿no es así?**

Las nuevas infraestructuras muestran la imagen que queremos dar, que el cliente pueda apreciar la realidad de un proyecto, del resultado final, del equipo de diseño que va a tener a su disposición y demás.

Destaca que tendremos una gran exposición en los próximos meses, la cual hemos atrasado por el alza de precios, pero dentro de unos meses contaremos con una muestra de cómo sería esa posible joyería que quiere el cliente, ese pequeño supermercado o esas habitaciones de hotel. Tendremos un showroom de una línea de proyectos que nosotros realizamos, donde el cliente va a coger ideas, va a coger recortes de toda esa información, de materiales que nosotros le podremos ofrecer.

**Un edificio que está hecho para el cliente, con todas las comodidades y facilidades...**

El edificio cuenta con 11.000 m2 en los que el cliente dispone de una cafetería, hasta 140 aparcamientos, en definitiva, aporta una facilidad tremenda al consumidor que nos visita.

Con respecto a los proyectos, después de varios trabajos que hemos realizado en Mauritania y otras partes de África vamos a seguir dándole facilidad a esa parte

de la costa africana y también daremos un salto a península. Si todo va bien, a finales de año, vamos tener a través de un colaborador un punto físico en península.

“2022 será el año de nuestra exposición”

**¿Tienen algún proyecto importante sobre la mesa?**

Tenemos proyectos muy importantes, aunque por privacidad no podemos desvelar ciertos datos, pero hay operaciones grandes que abarcan Canarias, península e, incluso, Baleares.

**Asimismo, han apostado por la fabricación propia desde Canarias, ¿qué supone este hecho?**

Supone fabricar igual o mejor que la competencia en península teniéndolo aquí en todo momento, controlando los costes, los materia-





les, los tiempos de llegada. Tenemos stock aquí, lo que nos aporta rapidez en la transformación de proyectos.

Asimismo, la fabricación está en manos de profesionales cualificados que tienen a su disposición maquinaria de alta tecnología que aporta una asombrosa calidad al producto final.

**Cabe recordar que este hecho favorece de igual modo a la diversificación de la econo-**

**mía del archipiélago, ¿no cree?**

Exacto. Industrias como la nuestra generan empleo local directo e indirecto.

Nosotros compramos, por ejemplo, la pintura a un proveedor local, no solo ponemos en marcha la fabricación aquí, que conlleva una mejora del empleo, sino toda la trazabilidad del producto viene de la mano de proveedores locales. Por lo que generamos riqueza y economía local.

**¿Se están viendo afectados por el aumento de costes generalizado junto con el desabastecimiento?**

Sí, y mucho. Estamos teniendo grandes problemas, sobre todo con el precio del combustible. Nosotros tenemos muchos vehículos en diferentes islas, lo cual supone un encareciendo en torno a un 30% y, hasta ahora mismo, no hemos repercutido sobre los clientes estos costes, pero sí lo tendremos que hacer si

esta situación se prolonga uno o dos meses más. No lo queremos hacer por respeto a nuestros clientes y por criterio de garantía, pero lógicamente no podremos aguantar más si la situación se prevé duradera.

**¿Qué objetivos se marcan para este 2022?**

Seguir creciendo y mejorando la estructura. 2022 será el año de nuestra exposición, estamos muy centrados en este aspecto, creemos que va a suponer un antes y un des-

pues en la imagen de la compañía.

Pretendemos seguir mejorando los resultados con respecto a años anteriores, el único año en el que no hubo un crecimiento fue en el año de la pandemia, pero los años posteriores hemos crecido, la línea de crecimiento no ha descendido ni se ha frenado a pesar de estos sucesos.

Por lo tanto, queremos seguir creciendo en número y tener la exposición de cara al cliente a finales de este 2022.

## Factorii comienza una nueva etapa en unas instalaciones de más de 11.000 m<sup>2</sup>

**F**actorii, empresa líder en el segmento del retail en Canarias, ha comenzado su actividad en sus nuevas instalaciones situadas en C. Ibaute, número 27 en Acorán, Santa Cruz de Tenerife.

En esta primera fase, ya ha comenzado a operar toda la operativa de operaciones, administración y equipo comercial.

Mientras tanto, Factorii continuará su adecuación en las nuevas instalaciones durante los próximos meses, tiempo

en el cual, seguirá manteniendo su fábrica propia en sus instalaciones de la calle Jesús Hernández Guzmán, situadas en el Polígono Industrial El Mayorazgo.

**Adecuación de una exposición por sectores**

Además, Factorii trabajará durante el 2022 en la fabricación y adecuación de una gran exposición multisectorial de mobiliario comercial para que todos los clientes puedan acudir a sus nuevas instalaciones y comprobar in

situ demostraciones de mobiliario especializado según el sector en el que opere el cliente, además dispondrán de un aparcamiento de 140 plazas para clientes.

Factorii, con esta nueva infraestructura, realiza un paso adelante en su estrategia productiva y comercial para abarcar grandes proyectos a nivel regional, nacional e internacional, los cuales darán posibilidad de crecimiento a una empresa 100% canaria, una compañía que en 10 años ha pasado a ser un referente del sector en las islas.



# Christophe Gobert: “Trabajamos para devolver a la tierra todo lo que nos ofrece”

## ENTREVISTA

**CHRISTOPHE GOBERT**  
DIRECTOR FLORETTE CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS  
**El camino hacia la economía circular pasa por cambiar el modelo de producción y de consumo. Basados en su experiencia y en la tendencia en la demanda de sus productos, ¿cree que en el caso del consumidor ha habido grandes cambios en los últimos años?**

La sostenibilidad, junto a las personas, la innovación y la digitalización, es uno de los ejes estratégicos de Florette. Por ello, estamos muy enfocados en llevar a cabo una actividad que promueva la economía circular desde nuestros inicios.

En cuanto al consumidor, en efecto, cada vez está más interesado en el cuidado del medioambiente y algunos aspectos de los productos que adquiere: procedencia, frescura, reciclabilidad del envase en el que se comercializa... En nuestro caso, y dada la naturaleza agrícola de Florette, trabajamos constantemente para tratar de devolver a la tierra todo lo que nos ofrece. Por ello, contribuimos al desarrollo sostenible en todos los ámbitos de influencia de nuestra actividad y llevamos a cabo prácticas respetuosas con el medioambiente que van más allá de los campos de cultivo.

Además, trabajamos para generar y trasladar los valores nuestra marca con la que los consumidores se sienten identificados (sostenibilidad, vida saludable, productos de cercanía...) a través de los distintos canales. Un hecho que hace que la fidelidad sea mayor, además de poder sentirse parte de una comunidad con la que se identifican.

**¿Y en cuanto a la producción? ¿Cómo ha sido la evolución en sus procesos de fabricación y productos que ofrecen?**

Desde hace años, desarrollamos nuestra propia Política de Gestión con el fin de minimizar nuestro impacto ambiental, en una dinámica de mejora continua. En este sentido, cultivamos siguiendo varios referenciales: GLOBAL GAP, GRASP, LEAF y Referencial FLORETTE. Estos referenciales aseguran que los productos se cultivan de acuerdo a buenas prácticas agrícolas que garantizan la seguridad alimentaria de los mismos y el respeto al medioambiente, trabajadores y entorno, imponiéndonos mayores limitaciones que las que exigen las regulaciones legales. Recientemente, hemos sido reconocidos como la primera empresa de IV gama que recibe la certificación de AENOR de Producción de Cultivo Sostenible, sello que reconoce el trabajo diario y constante de



los profesionales que conformamos Florette y también la responsabilidad de continuar produciendo vegetales agrosostenibles por el bien de nuestros consumidores y por ende, de nuestro planeta, ya que contempla aspectos sociales, ambientales y económicos en el modelo de producción agraria.

Por otro lado, garantizamos la producción de alimentos minimizando la presión sobre los recursos naturales, al realizar un adecuado manejo y conservación de la biodiversidad y reduciendo el uso de insumos nocivos para el

medioambiente. De este modo, proporcionamos alimentos sanos, manteniendo la productividad, aumentando la biodiversidad y la fertilidad del suelo y reduciendo la huella de carbono. Algunos ejemplos es que reutilizamos el agua de lluvia en nuestros cultivos o que en los centros de producción en los que nos apoyamos se utiliza energía 100% renovable.

**¿Qué ventajas, en términos de sostenibilidad, ofrecen los productos de Florette al mercado?**

Florette trabaja para ayudar a las personas a alimentarse mejor y para ello, ofrece opciones frescas, de calidad y con la mayor garantía de consumo, respetando el medioambiente durante todo el proceso productivo. Al tratarse de alimentos cultivados en territorio nacional, no solo garantizamos una mayor sostenibilidad y promovemos la economía

circular, sino que también aseguramos la máxima frescura y calidad del producto. Por otro lado, los boles de nuestras Ensaladas Completas son de origen 100% reciclado y reciclable, lo que ha supuesto un ahorro ambiental del 20% de las emisiones de CO<sub>2</sub>. Asimismo, hemos reducido el contenido en plástico de las bolsas de ensalada listas para consumir en un 15%, lo que se traduce en una reducción de 160 toneladas de plástico al año en el mercado. No solo eso, sino que en nuestros envases se incluye la cantidad idónea de producto para evitar el desperdicio alimentario.

**¿En qué proyectos de innovación se halla inmersa su compañía?**

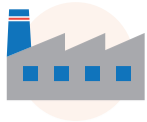
Tenemos en marcha el proyecto europeo Agropaper, cuyo objetivo es sustituir el plástico utilizado para el acolchado agrícola por papel en todos sus campos, contribuyendo así al cuidado del medioambiente. Por su parte, Zero Plastic es un consorcio con empresas navarras para viabilizar una solución de envasado sin plástico de producto al consumidor. Otro ejemplo es COFRESH, que tiene como meta proporcionar técnicas, herramientas y conocimientos sobre cómo hacer que las cadenas de valor agroalimentarias sean más sostenibles desde el punto de vista medioambiental, así como socioeconómicamente equilibradas y económicamente competitivas. También participamos en IAFOOD, cuya meta es impulsar la transformación digital de la industria alimentaria a través de la integración de automatización y gestión inteligente de la información.

**¿De qué manera aporta y ayuda la compañía para que se cumplan los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) enmarcados en la Agenda 2030?**

Incorporamos los criterios de trabajo de los Objetivos de desarrollo sostenible y del Pacto Verde (Green Deal), impulsado por la Unión Europea, donde se detallan acciones entre las que se encuentran: De la Granja a la Mesa. En Florette damos la máxima prioridad a la frescura de nuestros productos, dada la naturaleza de los mismos: vegetales frescos, de cercanía, y listos para consumir, que contribuyen a mantener hábitos de consumo saludables a través de la alimentación saludable. Esta es una de nuestras principales señas de identidad y claves de éxito, por lo que los vegetales que utilizamos son de cercanía y cultivados en territorio nacional. En definitiva, nos volcamos en llevar la frescura del producto al consumidor. Estrategia de la UE sobre Biodiversidad para 2030. Por nuestra parte, lo que ha quedado patente en este 2021 es la creciente preocupación por el medioambiente por parte de todas las personas que conformamos Florette, por lo que la sostenibilidad es uno de nuestros ejes estratégicos. Nosotros aplicamos multitud de medidas que cuidan del medioambiente en los campos y centros de producción que revisamos constantemente y actualizamos mediante procesos de mejora continua tanto en materia de energía, agua, gestión de residuos o emisiones.

**“Desarrollamos nuestra propia Política de Gestión con el fin de minimizar nuestro impacto ambiental”**





## Domingo Pérez: “Una bajada de los impuestos sería favorable para el desarrollo del sector”

### ENTREVISTA

**DOMINGO PÉREZ**  
CONSEJERO DE INDUSTRIA  
CABILDO FUERTEVENTURA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**La industria se está enfrentando a situaciones que no favorecen su desarrollo. El incremento del coste de la electricidad, junto con el de las materias primas, está impidiendo el desarrollo económico de la misma. ¿En qué posición se encuentra la industria de la isla de Fuerteventura?**

La realidad es que, en estos momentos, se encuentra en la misma situación que todas las industrias de Canarias, lo vemos por ejemplo en el sector ganadero y agrícola, lo vemos en el sector del transporte con la subida del gasoil y lo vemos con la propia subida de la luz.

Yo espero que el Gobierno sea consciente y sea capaz de bajarle los impuestos en las energías. Las mismas administraciones están cobrando la doble cantidad en impuestos, una bajada de los impuestos sería favorable de cara al desarrollo del sector. Al Gobierno no le quedará otro remedio si queremos salvar el sector industrial.

**¿Está el Cabildo de Fuerteventura poniendo medidas sobre la mesa de cara a ayudar a los afectados?**

en estos momentos.

**El Cabildo ya ha lanzado las subvenciones de Energía, ¿qué presupuesto tienen las mismas y, en caso de concederse en su totalidad, cuántas personas, empresas o comercios se podrían beneficiar de ellas?**

En estos momentos, la subvención que tenemos en relación a las energías renovables ronda los 350.000 euros, pero sí es verdad que este año podemos tirar del remanente y vamos a tirar de él como hicimos el año pasado. El año pasado teníamos unos 100.000 euros en autoconsumo de viviendas y al final dimos unos 450.000 euros. Este año vamos a superar esa cifra.

Yo llevo exactamente un año en la Consejería de Industria y el año pasado tuvimos muchísimas solicitudes, cuando firmé todas las subvenciones de autoconsumo, vi el tema con bastante tristeza y preocupación, porque el 90% de los que pedían subvenciones eran extranjero residentes que, por cierto, tienen el mismo derecho que los residentes españoles, con lo cual, esa no es la cuestión. La cuestión es que apenas el 10% de residentes españoles solicitaron esas subvenciones y en estos momentos estamos yendo pueblo por pueblo en la isla de Fuerteventura explicando las ventajas del autoconsumo para que la gente vaya cambiando sus preferencias en cuanto a energías, que opte por energías limpias.

Se hace hincapié en explicar también las ventajas de la movilidad eléctrica, hay subvenciones de 4.000 euros que damos para

Nosotros, en relación al tema energético, estamos centrados y trabajando fuertemente en el autoconsumo. En la compra de coches eléctricos, termos solares, el autoconsumo en ganadería y agricultura, y en la eficiencia energética de instalaciones luminarias de pequeñas y medianas empresas. Esa es la gran apuesta que estamos haciendo

coches y furgonetas 100% eléctricas, siendo esta subvención compatible con cualquier otra de carácter regional o estatal.

**Realmente se está haciendo una apuesta muy importante en este sentido, ¿no?**

En estos momentos en la isla de Fuerteventura tenemos instalados, desde el Cabildo, 8 puntos de recarga y tenemos presupuestados este año un total de 26 puntos de recarga, pero lo más importante es que cada 25 km vamos a colocar un punto de recarga rápida con el objetivo de animar a la gente a que compre el vehículo eléctrico.

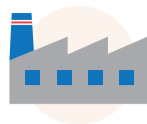
“Estamos yendo pueblo por pueblo en la isla de Fuerteventura explicando las ventajas del autoconsumo”

**Una persona que solicita el autoconsumo para su vivienda, ¿cuánto puede recibir y cuánto se puede ahorrar?**

Todo depende, nosotros la subvención que tenemos para el autoconsumo en viviendas cubre el 50% con un máximo de 4.000 euros. El ahorro va a depender de la compra, existen diversos sistemas de autoconsumo, con batería, sin batería, compartido con la red...

**¿Qué objetivos se marca la consejería de industria del Cabildo de Fuerteventura para este 2022?**

El objetivo es llegar al máximo número de viviendas posible con el autoconsumo y el termo solar, así como con el vehículo eléctrico. Cabe citar que de aquí a final de año tendremos la red de recarga pública más importante de Canarias. Estamos trabajando para tener lo antes posible una isla sostenible.



## Fran Contreras: “Vamos a llevar la marca “elaborado en Canarias” por todo el mundo”

**¿Cómo se encuentra en estos momentos el mercado de las puertas y la automatización en España? ¿Cuáles son los principales déficits y problemas que sufre?**

En España el crecimiento natural desde 2021 ha sido de un 10,8%, nosotros hemos crecido un 8,3%. Los problemas que hemos encontrado estos años vienen relacionados con el incremento del coste de las materias primas, lo que para nosotros es un lastre importante. En los últimos años el acero y el aluminio en productos tecnológicos se han encarecido entre un 100% y un 300%, lo que nos ha impedido ser lo suficientemente competitivos en el mercado.

Aún así, nosotros estamos en crecimiento y el sector va en ascenso, pero no cabe duda de que el crecimiento sería más efectivo y más rápido sin problemas como la pandemia y la guerra.

**En este sentido, con el aumento de costes y la situación bélica que está teniendo lugar en Europa, ¿cómo prevén el desarrollo de este año?**

Nosotros estos tres primeros meses del año hemos tenido un crecimiento bastante correcto, parecido al del año pasado. Donde nosotros estamos creciendo exponencialmente es en las exportaciones, ahí sí que estamos notando un crecimiento importante, sobre todo en el ámbito de blindaje arquitectónico en el sector africano. Son países en los que existe mucha desigualdad, hay revueltas, terrorismo... y nuestro producto encaja muy bien en ese tipo de mercados.

### ENTREVISTA

**FRAN CONTRERAS**  
GENERAL MANAGER DE  
COLLBAIX



M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Collbaix, ¿en qué se diferencia esta empresa?**

Collbaix es una empresa especializada en el diseño, fabricación e instalación de todo tipo de puertas automáticas y sobretodo blindaje arquitectónico. Somos una empresa especializada en vender productos de alta seguridad y automáticos para el mundo arquitectónico.

**¿Cómo ha influido la aparición de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los productos actuales?**

Nuestra empresa tiene una gran gama de productos y somos un referente en cuanto a tecnología. Hemos implantado la nueva tecnología 4.0 para poder fabricar más rápido, más ágil y reduciendo al 100% el uso de documentos y papales, lo que nos hace estar a la vanguardia.



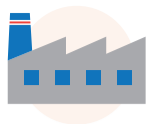
**“Estamos creciendo exponencialmente en las exportaciones”**

**¿A qué países están exportando actualmente?**

Estamos exportando a Gana, Nigeria, Costa de Marfil, Mauritania, Marruecos, México, Colombia, Perú, Nicaragua, Guatemala..., este año que viene abriremos nueva sede en el mercado americano.

**¿En qué nuevos proyectos está trabajando en la actualidad Collbaix?**

Estamos trabajando en nuevas divisiones y productos de alto blindaje arquitectónico. Seremos un referente a nivel nacional e internacional con el orgullo de poder decir que todos los productos estarán sellados y certificados con los pajaritos de “elaborado en Canarias”, vamos a llevar la marca “elaborado en Canarias” por todo el mundo con mucho orgullo.



## Raúl Morales: “Somos la única empresa canaria que tenemos el agua en cajas de cartón”



### ENTREVISTA

**RAÚL MORALES**

ADMINISTRADOR DE AGUARIA WATER

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Aguaria Water, una empresa 100% canaria, envasadora y distribuidora de agua situada en el municipio de Guía de Isora. ¿En qué posición se encuentra actualmente tras los acontecimientos de los últimos tiempos?**

Pasando dificultades, como casi todas las empresas de los diferentes sectores. Todo ello consecuencia de la escalada en la subida de precios a causa de la tormenta que hay provocada en Europa.

Nosotros embotellamos nuestra agua y fabricamos aquí la botella, con el coste que eso supone ante la subida de la electricidad, la cual cada vez está más cara. Al subir el precio de la energía, los costes de producción aumentan, a lo que le sumamos el coste del petróleo, la inflación... En definitiva, estamos atravesando una situación difícil.

**¿Han puesto medidas sobre la mesa de cara a paliar esta situación?**

Hemos puesto medidas de cara a paliar el consumo de electricidad. Ahora mismo intentamos fabricar en aquellas franjas horarias que nos permitan reducir el coste y, con el resto de situaciones, como van cambiando día a día, vamos adaptándonos a las circunstancias.

En este sentido, menos mal que no ha afectado aún al turismo, ahora que estábamos recuperándonos de la crisis económica procedente de la pandemia, llega esta situación.

**Ofrecen distintos tipos de agua. ¿En qué se diferencian?**

Son tipos de agua distinta. Una de mi-

neralización débil, otra menos débil que es la sport, la artesana, de uso doméstico, y la luxury, para restaurantes y hoteles. Cada una de ellas está enfocada a un cliente y un acontecimiento diferente. La sport es para deportistas por su alto contenido en sales, la de mineralización débil es para el consumo diario y en la luxury tiene más presencia la botella y la presentación en general.

**Tu agua en casa. Rápido, sin gastos de envío y con comunicación directa con los repartidores. Un servicio de calidad que aporta un valor añadido a la empresa, ¿no es así?**

Sí. Ponemos el agua en tu casa, porque hemos visto y con la pandemia lo corroboramos, que uno de los mayores retos y donde más llenamos la cesta de la compra es con el agua, más bulto y más peso. Es por ello que ponemos el agua al alcance del cliente y le facilitamos el traslado del agua a su casa sin ningún esfuerzo, con la novedad de que somos la única empresa canaria que tenemos el agua en cajas de cartón.

**¿Por qué zonas de la isla se distribuye el agua?**

Ahora mismo estamos en toda la isla con distintos distribuidores. Expandimos hacia la Gomera, pero nos falló un poco. Y en el resto de islas hay un problema: el transporte. El transporte en estos tiempos se ha encarecido y la apuesta es complicada. El primer salto deberíamos darlo a Gran Canaria, pero en Gran Canaria sabemos que hay 5 empresas de agua y a eso le añadimos el costo del transporte. Se nos está haciendo difícil, pero la idea es expandirnos al resto de islas.

**¿Qué proyectos plantean para este 2022?**

El objetivo principal es aumentar las ventas y comenzar a expandirnos al resto de islas. Asimismo, otro reto con el que contamos es el de hacer sostenible la fábrica con la adquisición de placas fotovoltaicas.

Mezquita-Catedral de Córdoba | Córdoba

Más tradiciones, lugares y celebraciones apasionantes en [andalucia.org](http://andalucia.org)

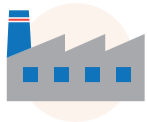
# NO HAY PASIÓN PEQUEÑA

ESTA SEMANA SANTA,  
VIVE LA PASIÓN.  
VEN A ANDALUCÍA

Andalucía



Andalucía  
se mueve con Europa



# Axel González: “La gente quiere menos azúcar, menos grasa y tenemos que evolucionar hacia ese sentido”

## ENTREVISTA

**AXEL GONZÁLEZ**  
GERENTE DE PRODUCTOS  
TRABEL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Productos Trabel, una empresa que cuenta con varias líneas de productos. ¿En qué punto se encuentra el mercado? ¿Están en una buena etapa?**

Ahora mismo, en la situación de crisis en la que estamos, tras la pandemia y ahora la guerra, se está notando un cambio bastante grande sobre todo en los precios y las ventas. Nos estamos viendo afectados por los costes de producción, no se nos puede olvidar que vivimos en Canarias y, en consecuencia, hay unos costes de transporte y de suministros que están aumentando, lo cual nos afecta en gran medida.

La pandemia ya ha aflojado, pero hasta que no acabe la guerra nos persigue un momento de incertidumbre.

**¿Han añadido productos a los ya existentes en los últimos años?**

Hemos intentado sacar nuevos productos, de la misma familia, pero con ingredientes distintos, más sanos, y poco a poco los vamos introduciendo. En este sentido, nos estamos orientando a productos sin azúcares. Trabajando para hacer productos sin gluten, como galletas sin gluten, conos sin gluten... estamos en ello.

**¿Cuál es, en líneas generales, el producto más demandado?**

Fabricamos muchos productos en varias líneas de producción, pero podemos destacar los conos y barquillos que vendemos todo el año entre 9 modelos distintos. Luego en campañas como la navidad, nuestro dulce de batata y el de cabello de ángel son muy demandados. Y como productos industriales podríamos destacar nuestra línea de cerezas confitadas

y gelatinas.

**En la fabricación de los mismos, ¿trabajan con productos 100% canarios?**

Solo con productos canarios no podemos trabajar, ojala tuviéramos esta opción. 100% canario trabajamos con batata de cosecha en Lanzarote, harina de plátano elaborada en la palma, y gofio de aquí. El resto de materias primas lamentablemente se deben traer de fuera de canarias.

**¿Han apostado por la innovación en la producción de sus productos?**

Sí. Hemos añadido algunas máquinas para mejorar la producción, ser más productivos, bajar un poco los costes en cuanto a personal y aprovechar a ese personal en otras tareas.

Hemos invertido más específicamente en máquinas de envasado y de etiquetado.

**Aquí en Canarias, ¿dónde podemos encontrar Productos Trabel?**

Los productos como galletas, pastas, ambrosías, rellenos de cabello y batata se pueden encontrar



en supermercados y grandes superficies. Una gran parte de nuestra producción es a línea industrial, a pastelerías y heladerías.

**¿Exportan sus productos?**

Sí, ahora algo menos pero ya se están recuperando exportaciones y estamos recuperando mercados y ventas. Tuvimos una época en la que exportamos mucho, ahora estamos intentando recuperar mercado en el continente africano.

**¿En qué líneas de trabajo están focalizados este año 2022?**

En mejorar las pastas que hacemos de avena, haciéndolas sin gluten, sin azúcares añadidos y, en la gama de los conos, comenzar a hacerlos sin gluten. Adaptarnos a aquello que demanda actualmente el mercado, la gente quiere menos azúcar, menos grasa, y tenemos que evolucionar en ese sentido.

## Historia

A finales de los años treinta se instalaron en Gran Canaria unas familias de Alicante, de apellido muy conocido en el sector de la heladería, como son la familia Verdú y la familia Beltra. Estas familias empiezan a abrir heladerías en Las Palmas y establecen una sociedad para montar una pequeña fábrica de conos (cucuruchos) que surtiera a todas las heladerías, ese es el nacimiento de TRABEL, aunque todavía no fuera ese su nombre.

Al principio solo se hacían modelos de conos pequeños para luego pasar a hacer algún modelo de galleta, siempre para los helados. Con el tiempo empezó su andadura con la producción de turrón, haciendo helado de turrón y poco tiempo después hacían toda la variedad de turrón de Navidad. Debido a la demanda, montaron la primera industria que se montó en esa zona industrial de Las Torres. La primera y única industria totalmente canaria que a día de hoy fabrica conos en las islas.

En esos años la propiedad de la familia Beltra, paso a la familia Beneyto Bornai, donde continuó creciendo

realizando más modelos de conos e invirtiendo en una maquina semiautomática para un mayor rendimiento y productividad de conos y una de las primeras dragas automáticas que vinieron a Canarias para hacer la oblea para la galleta de corte.

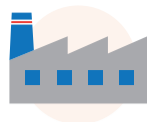
Año 1974, Es el año en que Isidro González Gil emprende al comprar la fábrica un proyecto nuevo, lleno de ilusión y como reto personal, al dar el paso de su andadura profesional en solitario, sin socios, con 45 años y 7 hijos que sacar adelante. Lleno de entusiasmo desarrolla y amplía el surtido de productos que se hacían en la Industria. En 1982 se produce la primera ampliación de la fábrica con sus nuevas instalaciones en el sur de la isla. Así, se traslada una parte de la fábrica al sur de la isla a la zona de Las Majoreras en el municipio de Ingenio, donde se construye una nave de 1000 metros. La fábrica se divide en dos, se queda en Las Palmas la sección de galletas y en el sur la sección de conos para helado. En el año 1983, Isidro González, crea la sociedad anónima PRODUCTOS TRABEL S.A.

Años 90 se cierra la fábrica en Las Palmas y se construye en ese mismo verano una nave anexa a la existente

para iniciar el traslado de toda la producción a dos naves adosadas. Desde esa fecha la capacidad productiva incrementa a medida que se incorpora nueva maquinaria y nuevos procesos productivos. La renovación constante del activo fijo de la empresa hizo que Productos Trabel S.A. se convirtiera en líder del mercado de la heladería vendiendo conos y barquillos en todas las islas. Con la ampliación realizada, se empiezan a fabricar productos para pastelería como cremas, gelatinas, y rellenos de distinto tipos.

Ya en el nuevo siglo, con la compra de un horno de tambor cilíndrico de última generación, para la elaboración de virutones y abanicos de galleta, se moderniza esta gama de productos dando una gran versatilidad en cuanto a nuevos formatos y capacidad de producción. Destacar de esta nueva máquina la capacidad para rellenar el virutón con diversas cremas. (Chocolate, Turrón, Fresa, Gofio, Naranja) además de tener la posibilidad de añadir varias tiras de color a la lámina de galleta.

Año 2010 con la compra de otro horno, se amplía la familia de conos. Esta máquina nos brinda la posibilidad de realizar 8 modelos de barquillos.



# Marcos Manzanares: “Somos uno de los grupos líderes del sector en España”



## ENTREVISTA

**MARCOS MANZANARES**  
CEO DE ALFAMETAL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Alfametal presta un servicio integral de gestión de residuos metálicos, ¿en qué se centra la actividad de la empresa? ¿Cuáles son sus objetivos?**

Alfametal se dedica al reciclaje de metales férricos y no férricos a escala industrial. Tenemos varias plantas en España y somos proveedores de las más importantes fundiciones del sur de Europa y del norte de África

**En 2020, Alfametal ha sido reconocida como una de las empresas PYMES líderes en crecimiento de nuestro país, ¿no es así?**

La empresa ha recibido diferentes reconocimientos debidos al rápido crecimiento de los últimos años. Gracias al trabajo y esfuerzo de nuestro equipo humano estamos logrando grandes resultados. El año 2021 ha sido un gran año también donde hemos logrado una facturación de 165 millones de euros situándonos entre unos de los grupos líderes en España en la industria del reciclaje de metales férricos y no férricos.

**Por otra parte, están concienciados con la sociedad, apoyando a la infancia a través de su aportación a la Fundación Ronald McDonald, ¿en qué se basa esta fundación?**

Destinamos una parte de nuestros beneficios a dar soporte a la Fundación Ronald McDonald que proporciona asistencia y alojamiento a familias con niños hospitalizados para que puedan disponer de una vivienda al lado de los hospitales donde están ingresados sus hijos/as. También apadrinamos una parte de la Sala Familiar que la Fundación ha abierto recientemente dentro del Hospital Vall d'Hebron.

Estamos convencidos de que debemos ir más allá de nuestra contribución económica y por ello trabajamos nuestra responsabilidad social aportando valor a nuestro entorno más próximo.

**El cuidado del medioambiente es uno de los ámbitos a los que más importancia se le brinda en el sector empre-**

**sarial, ¿de qué manera ayuda ALFAMETAL a este hecho?**

Nuestra actividad de por sí ya contribuye al medio ambiente. Nos dedicamos al reciclaje de metales, y somos capaces de incidir de manera muy eficiente a la economía circular del sector. Los metales que recuperamos deben recogerse, ser clasificados y ser valorizados para introducirlos de nuevo en el mercado secundario de metales. En algunos casos, también pasan por un proceso industrial para poder separarlos (como en los vehículos fuera de uso). Nuestra actividad contribuye a la sostenibilidad de ciertas actividades que requieren de nuestra labor para poder beneficiarse de unas materias primas mucho más competitivas.

El hecho de recuperar los metales e introducirlos de nuevo en el mercado como materia primera implica que éstos se consideran un recurso. Nuestra función es valorizarlos y que nuestros clientes los introduzcan en las fundiciones consiguiendo impactar en la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>, la no explotación de recursos primarios y la minimización del impacto ambiental.

“Este año 2022 podemos llegar a los 200 millones de facturación tan sólo considerando nuestro crecimiento orgánico”

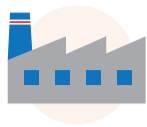
**¿En qué líneas estratégicas va a centrarse la compañía en este año 2022?**

Este año 2022 podemos llegar a los 200 millones de facturación tan sólo considerando nuestro crecimiento orgánico. Adicionalmente siempre tenemos abiertos varios procesos de crecimiento inorgánico.

**¿En qué consiste la actividad de Alfametal en las Islas Canarias?**

Tenemos plantas en Gran Canaria y Tenerife. En las Palmas es donde está ubicada la única planta de fragmentación de vehículos fuera de uso de las islas Canarias. Hemos consolidado nuestra posición también con dos adquisiciones que hicimos en julio del año pasado como el operador de hierros y metales de referencia en el archipiélago canario.





## Francisco Bencomo: “En alimentación, por norma general, las empresas se han mantenido”

### ENTREVISTA

**FRANCISCO BENCOMO**  
GERENTE ARGODEY FORTALEZA S.L

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Argodey Fortaleza, una empresa dedicada a la elaboración de salsas y mojos canarios, ¿cuándo y cómo surge esta empresa?**

Esta empresa surge en el año 1989 con la idea de mi hermano Ramón Bencomo de hacer el almogrote para comercializarlo. Era un producto que consumíamos en casa habi-

tualmente y la intención era producirlo para el sector hostelero. Empezamos con varios restaurantes y, en vista del éxito que tuvo, nos animamos a hacer una pequeña empresa a nombre de mi madre donde comenzamos a producir otros productos como mojos: mojo picón, verde, mojo gomero... sacando variedades de productos canarios con recetas culinarias antiguas de la familia.

**Además de distribuir sus productos por las islas y el territorio nacional, la marca Argodey Fortaleza está presente en el resto del mundo, ¿a qué países exportan sus productos?**

Desde el 2007 ya trabajamos en Estados Unidos, en la costa este, y luego también hemos estado presentes en países europeos, hemos exportado a 11 países europeos como

Alemania, Reino Unido o Francia. Con la cuestión de la venta online y el negocio en Internet estamos consiguiendo llegar a más países.

**¿Venden directamente a través de su página web?**

Sí, tenemos venta directa a través de nuestra web. Tenemos también colaboración con otras plataformas como Canarian Market, una plataforma canaria con sede en Madrid, y se está llevando sobre todo al territorio nacional y al europeo.

**¿De qué manera percibieron la demanda de los productos canarios fuera de nuestras fronteras?**

Pues por una cuestión lógica y es que el visitante turístico por excelencia en Canarias es principalmente europeo, consume el producto en Canarias, le gusta, se lo lleva a su país de origen y demanda ese producto en su mercado. A través de ello se fueron abriendo diferentes líneas de venta, tanto en grandes superficies como en tiendas especializadas.

**Una de sus líneas de venta se centra en el turismo y la restauración, ¿cómo vivieron en este sentido la época covid?**

Durante 2020 estuvimos trabajando, no cerramos en ningún momento, porque estábamos dentro de las empresas estratégicas de alimentación y trabajamos bastante. Tuvimos la suerte de que en el año 2019 ya teníamos planificadas una serie de exportaciones de cara al 2020, tanto a nivel nacional como europeo, y con esas exportaciones cubrimos la caída de la venta en el mercado regional que cayó aproximadamente un 35-40%, principalmente en las zonas turísticas.

Cerramos el 2020 con un 17% de caída en las ventas que, dentro de lo que sufrieron

los sectores, ha sido un buen resultado.

En alimentación, por norma general, las empresas se han mantenido a pesar de que les ha afectado la caída del turismo.

**¿De qué manera se producen los productos? ¿Han adquirido tecnología alimentaria en este sentido?**

Nosotros, en la elaboración, tenemos 120 referencias entre suaves y picantes. Hacemos mojos, mermeladas, ahora estamos desarrollando una nueva referencia de paté de jamón que se llama “Diablito” y es muy conocido en Venezuela, vendemos siropes de miel..., en fin, tenemos un surtido bastante amplio de productos, lo que nos obliga a tener pequeñas producciones.

Los mojos, al producirse en enormes cantidades dada la exportación, sí que se produce de manera industrial, en líneas más potentes, pero básicamente trabajamos con pequeños lotes de producción para que el producto esté lo más fresco posible, aunque son productos de conservas que duran una media de año y medio, dos años. Casi que se trabaja sobre pedido.

“Tenemos un surtido bastante amplio de productos que nos obliga a tener pequeñas producciones”

“Trabajamos con pequeños lotes de producción para que el producto esté lo más fresco posible”

**¿Cuál es el próximo objetivo de esta compañía?**

En este año 2022 lo que estamos es normalización el tema de costes, porque estamos teniendo problemas en el sector con el tema de la subida de precios generalizada que están superando los dos dígitos, estamos hablando de un 19% a un 30% de subida en algunas materias primas y eso nos está obligando a revisar continuamente los costes de producción y los costes generales, como son el consumo eléctrico y el combustible.

Y, básicamente, intentar sobrevivir este año revisando los costes y los márgenes para no entrar en pérdidas y poder negociar con los clientes para no llegar a vender bajo coste. Asimismo, pretendemos aumentar las exportaciones para diversificar nuestra cartera de clientes.



## Andrea Polato: “Nuestro objetivo este año es que nuestro producto llegue a toda España”

### ENTREVISTA

**ANDREA POLATO**  
DIRECTOR DE  
PANNA&POMODORO

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Panna&Pomodoro se dedica a la producción de masas artesanales de pizzas, ¿cuándo y cómo surge este proyecto?**

Cuando llegué a la isla, el mercado de la pizza italiana estaba todavía subdesarrolla-

do. Tras detectar ese hueco comercial, nació en 2001 Panna & Pomodoro con la primera pizzería en Puerto del Rosario, Fuerteventura. El éxito fue notable, tanto que otros empresarios se interesaron en el proyecto. Se abrieron varios establecimientos en la isla con el mismo nombre, a los cuales se

suministraba el producto fresco y artesanal. Todos los establecimientos tenían las mismas características y calidad de producto. En 2005 comenzó entonces el proyecto actual de producción industrial.

#### ¿En qué se diferencian sus masas?

Somos una industria que respeta la materia prima, manteniendo un proceso de producción artesanal. Nuestra industria es como si fuera una pizzería a gran escala; de cada bola de masa nace una sola pizza. No empleamos aditivos químicos ni conservantes, un producto 100% natural.

#### Asimismo, ofrecen al mercado diferentes tipos de masas, ¿no es así?

Exactamente. Además de nuestra masa de pizza tradicional de 30cms de diámetro, crujiente y sabrosa, que sale a la venta solo con la salsa de tomate, y que deja al consumidor la libertad de añadir sus ingredientes favoritos. Hemos creado ahora un nuevo producto: La Pinsa Romana; lanzada recientemente en el Salón Gourmet de Madrid; se abrió paso siendo seleccionada desde Blogger especializado “Directo al Paladar” como uno de los mejores productos del evento. Aunque el nombre “PINSA” suene parecido a “Pizza”, es un producto muy diferente. A la vista es una masa y de forma alargada ovalada, al paladar es crujiente en el exterior y esponjosa en el interior, originaria de la cultura gastronómica romana. El producto se caracteriza por la elaboración a partir de masa madre con 48hs de fermentación. La manipulación artesanal, el horno de piedra refractaria, le permite a cada unidad de producto llegar a conseguir la característica de alveolización interior, única por fragancia y textura.

“Hemos creado ahora un nuevo producto: La Pinsa Romana; lanzada recientemente en el Salón Gourmet de Madrid”

#### ¿Cómo de importante están siendo las redes sociales para la empresa?

Las redes sociales son un punto que tenemos que reforzar. Estamos trabajando en ellas, pero nos damos cuenta de que tenemos que ser mucho más activos. Cada día buscamos las maneras de conectar, pero sí es verdad que estamos más centrados en el producto, en nuestra producción, en la distribución.

#### ¿Qué objetivos se proponen cumplir en este 2022?

Nuestro objetivo es seguir consolidando y ofreciendo novedades a nuestro primer mercado que es el Archipiélago Canario y seguir expandiendo nuestra presencia en el mercado nacional Peninsular. A principio 2022 conseguimos certificarnos en la norma de seguridad alimentaria IFS “food V.7” que garantiza a nuestros consumidores los máximos estándares en seguridad y calidad de todos nuestros productos.

# La Federación Turística de Lanzarote apoya a la alcaldesa de Arrecife al exigir celeridad al Gobierno de Canarias en la aprobación del Plan Supletorio

► Consideran que la ausencia de planificación urbanística paraliza las inversiones y obliga a desarrollar actividades propias de zonas industriales en el centro de la ciudad



La Federación Turística de Lanzarote (FTL) ha trasladado al gobierno de Arrecife su apoyo a la hora de exigir al Gobierno de Canarias la necesidad urgente de contar con el Plan Supletorio de ordenación de la ciudad que defina el uso del suelo y ponga fin al estancamiento urbanístico en que se encuentra actualmente la capital, por la falta de diligencia del Gobierno autonómico a la hora de aprobar inicialmente el planeamiento urbanístico.

Así lo han manifestado en un encuentro con la alcaldesa de

Arrecife, Astrid Pérez, en el que han mostrado también su preocupación por el negativo impacto de la futura Planta de reciclaje de hormigón prevista en el Muelle de los Mármoles, una actividad que tiene el visto bueno de la Autoridad Portuaria de Las Palmas, entidad que ha concedido el suelo para esta instalación.

“La ausencia de planificación urbanística no solo ralentiza el desarrollo y la ejecución de proyectos que mejorarían la calidad de vida en la ciudad, generando una pérdida significativa de oportunidades para Arrecife, sino que además

empuja a la implantación de actividades industriales en el centro de la ciudad, con la consiguiente molestia que provoca tanto a residentes como a turistas que visitan la capital”, advierten desde la patronal, aspecto en el que coinciden con las exigencias que la alcaldesa ha reiterado repetidas veces al ejecutivo canario, también en su condición de parlamentaria regional.

Desde la Federación Turística insular se pide a la Consejería de Transición Ecológica, Lucha contra el Cambio Climático y Medio Ambiente que agilice la tramitación del documento, dado que

desde el año 2013 el Plan Supletorio fue encomendado a ese departamento del Gobierno de Canarias sin que de momento se haya aprobado inicialmente.

La FTL comparte la preocupación de la alcaldesa de Arrecife cuando manifiesta que “el Gobierno de Canarias no debe aprobar un Plan que no cuenta con el respaldo del gobierno de Arrecife, al intentar aprobar unilateralmente modificaciones sobre la ordenación urbanística que no han sido consensuadas con el Ayuntamiento”.

Patronal y Ayuntamiento han hablado también sobre la polémica instalación de una planta de tratamiento de residuos y hormigón en el Muelle de Los Mármoles, tal como está previsto por parte de la Autoridad Portuaria. Ambas partes han coincidido en señalar que una instalación de este tipo generaría un impacto negativo en la capital, especialmente como imagen de bienvenida a los visitantes. La alcaldesa de Arrecife, como miembro del Consejo de Administración de la Autoridad Portuaria ya ha requerido toda la información sobre la instalación de esa actividad.

Desde la FTL se han mostrado favorables a la promoción de industrias y actividades que sean limpias y compatibles con una acti-

vidad que ya está instalada, pero se rechaza «que se ubique una planta de esas características justamente en una de las puertas principales de entrada de turistas que llegan en cruceros, más de 500.000 al año».

Por último, la patronal se ha interesado por las inversiones y proyectos previstos para el embellecimiento de la capital, ya que Arrecife recibe miles de cruceristas durante el año.

A este respecto la alcaldesa ha destacado la transformación del frente marítimo de Arrecife, con el inicio de las obras en las calles El Greco y Valencia, el proyecto de semipeatonalización de la calle Canalejas, la adecuación y mejora de casi un centenar de parques infantiles y zonas biosaludables de la ciudad, o la política de rehabilitación del patrimonio municipal.

En este sentido, la FTL ha lamentado que el Cabildo de Lanzarote optara por incoar un expediente en una zona de la Calle Real, que afecta al antiguo Hotel Oriental, lo que supone una paralización de licencias que estaban en tramitación para rehabilitar y mejorar los edificios colindantes de esta área, “un mazazo para los propietarios del lugar que buscan acondicionar sus establecimientos mejorando a su vez la imagen de la ciudad”.

## El sector alojativo en la provincia tinerfeña cerró febrero a un 25% de recuperar las pernoctaciones de 2020

Pernoctaciones febrero provincia de Santa Cruz de Tenerife



Fuente: ISTAC. Encuestas de Alojamiento Turístico



La planta hotelera y extrahotelera de la provincia de Santa Cruz de Tenerife cerró el pasado mes de febrero con 2,3

millones de pernoctaciones y dista todavía un 24,6% de febrero de 2020, mes en el que aún no se había decretado el confinamiento, ni el estado de alarma ni el cierre hotelero nacional que pro-

vocó el cero turístico. Estos datos de la Encuesta de Alojamiento Turístico del Istac, analizados por el Observatorio de Competitividad Turística y Sostenibilidad de Ashotel, sí mejoran conside-

rablemente respecto a febrero de 2021 (714%), un mes en el que se registraron solo 286.380 pernoctaciones en la provincia.

Por islas, todas mejoran sustancialmente los datos de febrero de 2021, pero ninguna los del mismo mes de 2020. La Palma fue la que mayor caída experimentó frente a 2020, con un -75,5% de pernoctaciones, seguida de La Gomera (-28,8%) y Tenerife (-22,2%). El Hierro fue la de mejor comportamiento, una isla en la que febrero cerró solo con -2,28% de pernoctaciones frente al mes anterior al inicio de esta crisis en 2020.

En lo referente a los viajeros alojados, la tendencia es la misma que en las pernoctaciones en tres de las cuatro islas de la provincia: se mejoran sustancialmente los datos de 2021, pero aún a cierta distancia de 2020. Tan solo El Hierro, con 1.292 alojados en febrero 2022, mejora en casi un 32% los del mismo mes de 2020. Mientras tanto, La Palma volvió a ser en este indicador la isla que peores cifras registró con res-

pecto a febrero 2020 (-67,9%), aunque supera en un 127% los datos de febrero de 2021. La isla con mejor comportamiento en este indicador con respecto al año pasado fue Tenerife, que alojó a más de 401.000 viajeros en establecimientos hoteleros y extrahoteleros, un 541% más que el mismo mes de 2021, pero un -17,6% que el de 2020. Por último, La Gomera experimentó una mejora del 158%, al alojar a más de 11.300 viajeros el pasado febrero y El Hierro lo hizo un 70% respecto a 2021.

En cuanto a las tasas medias de ocupación por plazas, solo La Gomera mejora respecto a febrero de 2020, al registrar el mes pasado una media del 67% frente al 59% de 2020. El resto de las islas aún no alcanza los porcentajes medios de febrero de 2020, pero obviamente mejora cuantitativamente los de 2021. La Palma (23%) y El Hierro (21%) fueron las de menor ocupación el mes pasado, mientras que la media de Tenerife se situó en el 66,9%.



# Semana Santa en Andalucía, Pasión y Emoción

Entre los meses de marzo y abril, Andalucía despierta emociones en aquellos que desean caminar por sus calles, vivir sus tradiciones y respirar el aire que mezcla olor a azahar e incienso. La Semana Santa en Andalucía invita a dejarse seducir por los sentidos con una mezcla de tradición y cultura; mantillas, saetas y procesiones; silencio, arte y torrijas.

Desde el Domingo de Ramos hasta el Domingo de Resurrección, las calles y rincones de toda la región se convierten en el escenario de la representación de la semana de la "Pasión", donde las principales ciudades y cientos de pueblos llenos de encanto recogen cada año la tradición que nos transporta a la Semana Santa más auténtica con devoción. Imágenes centenarias que arrastran a

una multitud con fervor detienen el tiempo mientras son custodiadas y posesionadas por nazarenos bajo el resplandor de las velas, acompañadas por el sonido de bandas de cornetas y tambores.

En esta tierra, la Semana Santa se vive con intensidad, y solo aquí podrás disfrutar de la emoción de la tradicional "madrugá" sevillana; vivir la pasión de El Cautivo, el "Señor" de Málaga, ir tras el paso del Cristo de los Gitanos en las colinas del Sacromonte de Granada; ser testigo de la solemnidad del Viernes Santo con el "Santo Entierro" en Huelva; presenciar la salida de "El Abuelo" en Jaén desde el Camarín de Jesús; sentir la pasión y entrega de los cofrades y hermandades de Cádiz; recorrer las calles de Córdoba entre sus silencios, el canto de una saeta o el sonar de las campanillas del capataz; o ser testigos de excepción de

los encuentros de las hermandades de Almería.

Cada provincia y cada ciudad aportan un toque distintivo a estos días de "Pasión" que convierte cada zona de Andalucía en única y especial, rincones con encanto y esencia.

## Sevilla y su multitudinaria "madrugá" 2021

La Semana Santa es la fiesta grande de Sevilla, celebración que alcanza una intensidad, tanto estética como espiritual, única en su estilo. Entre el Domingo de Ramos y el de Resurrección salen a la calle cerca de sesenta cofradías que dan vida a la pasión y muerte de Cristo.

Considerada como auténtico arte y motor de un profundo senti-



miento espiritual, la Semana Santa en Sevilla constituye un fenómeno complejo, auténticamente popular en el que participa el pueblo entero, sin distinción de clases, pero que es a la vez religioso y artístico, serio y jubiloso, sencillo y voluptuoso.

Por tanto, la Semana Santa sevillana no es sólo una fiesta católica con más de cuatrocientos años de tradición, sino la síntesis de toda una cultura centrada en la esencia del ser humano.

El visitante que se encuentre en la ciudad en estos días sólo debe dejarse seducir por sus propios sentidos, emocionarse con el silencio de una multitud que discurre por las calles y que siempre nos

conducirá al discurrir de alguna cofradía, a una salida o a su recogida.

Para poder contemplar de mejor modo las imágenes y los pasos es recomendable buscar zonas alejadas de la carrera oficial, por donde pasan obligatoriamente todas las cofradías, camino de la catedral.

La luz tenue de los cirios permitirá ver acentuado el barroquismo de algunas imágenes, ya de por sí expresivas y convulsas como la del Cachorro, para muchos una obra cumbre en la representación de la agonía de Cristo.

Es quizás precisamente ese día, Viernes Santo, junto al Sábado, el



mejor momento para disfrutar de Sevilla. Tras la multitudinaria 'madrugada', son los días más relajados, pero aún llenos de momentos emotivos.

Resaltan por tanto de la Semana Santa sevillana la procesión de La Marcarena y La Esperanza de Triana. También destaca La Borriquita, que tiene lugar el Domingo de Ramos y donde llama la atención especialmente la salida, siendo los niños los protagonistas.

Es digno de mención el Besamanos del Gran Poder, que comienza el Domingo de Ramos y que acaba el Miércoles Santo. Lo apropiado es visitarlo el mismo Domingo para así comprender de verdad lo que significa para Sevilla la devoción al Gran Poder y de paso cerciorarse de lo profundo de todas estas creencias y de lo ale-

jadas que están del tópico al uso.

Cobran especial relevancia la Semana Santa de los municipios de Alcalá de Guadaíra, Alcalá del Río, Carmona, Morón de la Frontera, Coria del Río, Utrera, Écija, Marchena, Estepa, Osuna, Guadalcanal y las Cabezas de San Juan, declaradas Fiestas de Interés Turístico Nacional de Andalucía.

El que se acerque a Sevilla en Semana Santa seguro que tendrá tiempo para disfrutar de algunas de las maravillas que ofrece esta provincia. Si lo que el visitante busca es combinar las procesiones con la tranquilidad del campo, a pocos kilómetros se encuentra la Sierra Norte donde la oferta de turismo de interior es muy amplia ofreciendo rutas para caminantes de enorme belleza paisajística y también pueblos como Cazalla de



la Sierra, Guadalcanal, Las Navas de la Concepción, Alanís, Constantina, Almadén de la Plata o El Pedroso. Se trata de localidades llenas de historia y donde se puede degustar una magnífica gastronomía serrana.

Otra opción es visitar la monumental ciudad de Carmona y sus calles empinadas para acabar comiendo o tomando un café en su Parador nacional desde donde se divisan unas increíbles vistas de toda su vega agrícola.

Y si no desea moverse de Sevilla capital es más que recomendable una visita al Museo de Bellas artes de la capital, considerado una

de las pinacotecas más importantes de España y donde se puede ver la más importante colección de pintura del Barroco con obras de Murillo, Zurbarán y Valdés Leal.

#### Cádiz, Semana Santa cerca del mar

Cádiz se prepara cada año para conmemorar la Pasión y Muerte de Jesús en el entorno de una ciudad cercada amorosamente por el mar, que la abraza y venera desde el principio de los tiempos.

La Semana Santa gaditana se caracteriza por la pasión y entrega de sus cofrades y hermandades, unida a la devoción por parte de los espectadores. Ello, junto al enga-

lanamiento de las calles de Cádiz, hacen de esta celebración una de las más atractivas del país.

La ciudad arropa a todas y cada una de sus Hermandades, Cofradías y Congregaciones y cientos de penitentes que cargan su cruz y siguen al Nazareno o a la Dolorosa. La carrera oficial comprende la Plaza de Candelaria, calle Montañés, Plaza del Palillero, calle Novena y calle Ancha, aunque la calle Compañía es otro punto por el que también pasan todas las hermandades.

El encuentro de las imágenes con los devotos simboliza los momentos de rezo en silencio, de la saeta cantada desde un balcón, del ruido de las cadenas en los tobillos y de los tambores, trompetas y cornetas marcando el paso de una procesión cuando se adentra en las calles de los distritos.



Cascadas del Huéznar, Sevilla.



Cádiz.

En esta ciudad encontramos procesiones antiquísimas como la Veracruz, que data de 1566 y se celebra el Lunes Santo, destacando su sobriedad y elegancia por la carrera oficial. La Palma es por su parte una de las más multitudinarias de Cádiz y también se celebra el Lunes, con saluda y recogida en el barrio de La Viña y el paso por el Campo del Sur como uno de sus momentos más emocionantes.

Tampoco hay que perderse El Nazareno y el Cristo de la Buena Muerte. La primera tiene lugar el Jueves Santo en Santa María, con la bajada por la calle Jabonaría como momento culmen. La procesión del Cristo de la Buena Muerte se realiza el Viernes Santo, haciendo prácticamente todo su recorrido a oscuras.

Dentro de la provincia de Cádiz están catalogadas como Fiestas de Interés Turístico Nacional de Andalucía las Semana Santa de los municipios de Alcalá del Valle, Arcos de la Frontera, Jerez de la Frontera, San Fernando, Sanlúcar de Barrameda, San Roque y Setenil de las Bodegas.

Las celebraciones que se desarrollan en los Pueblos Blancos de la Sierra de Cádiz son un buen reflejo de las raíces y tradiciones conservadas en la comarca durante siglos y la celebración de su Semana Santa atrae a multitud de visitantes y ejerce un potente poder de seducción.

En Cádiz un buen complemento para los visitantes que se acerquen a visitar su Semana Santa es, sin duda, una escapada a sus playas infinitas de área fina donde se puede disfrutar del sol y del relax en una amplísima red hotelera ajustada a todos los gustos y bolsillos. Desde Sanlúcar de Barrameda nombrada capital española de la gastronomía, donde es obligatorio degustar sus famosos langostinos regados con Manzanilla, hasta las playas más salvajes de los Caños de Meca o Zahara de los atunes donde se puede disfrutar de deportes de viento con el surf o el kite-surf.

Otra buena opción es hacer una visita por las bodegas de Jerez de la Frontera para probar sus famosos vinos y hacer una visita a la Real Escuela de arte ecuestre para disfrutar del “baile” de los caballos andaluces.

#### El Cristo de los Gitanos en las colinas del Sacromonte de Granada

La Semana Santa de Granada, considerada de Interés Turístico Internacional comienza entre palmas y olivos el Domingo de Ramos para despertar con el primer redoble de tambor y recibir los días significativos de Pasión,



Muerte y Resurrección que restan. Granada desprende una belleza y encanto especiales en esta semana.

Pero, si hay algo espectacular, excepcional y emocionante es la noche del Miércoles Santo en Granada, que se pinta de tonos morados, rojos y dorados con los dos pasos que forman esta procesión, El Cristo del Consuelo y María Santísima del Sacromonte.

Además, en las colinas del Sacromonte, al paso del Cristo de los Gitanos, se prenden fogatas inmensas entre las “cuevas”, viviendas y moradas de los gitanos, donde se desarrollan las zambras llenas de duende. También es mágica la noche del Jueves Santo del Albaycín, donde, en casi un mismo espacio, es posible encontrar el sabor popular de las tres Vírgenes del Barrio: La Virgen de la Concha, la Estrella y la Aurora.

La procesión del Cristo del Silencio hace cómplice absoluto al espectador con su redoble de tambor, guardando un respetuoso y escalofriante silencio. Pasada la medianoche, el barrio del Albaycín se convierte en un relicario de imágenes entre las calles estrechas que le dan color y olor especial.

Ya en el Viernes Santo, miles de granadinos forman un manto que no deja espacio alguno mientras rezan y hacen las tres peticiones de rigor. En ese mismo anochecer, en el Convento de los Jerónimos tiene lugar un acto singular y estremecedor. ‘Las Chías’ son personajes que ocupaban cargos en la antigua inquisición y que aparecen ataviados con plumas, bordados, haciendo tocar fanfarrias y timbales mientras encabezan el desfile de la más antigua de las cofradías, la de la Soledad de San Jerónimo.

Este cortejo resulta espectacular, con puntiagudos capirotos de intensos amarillos, escuadra y



Alhambra, Granada.

tropa de soldados romanos que golpean el suelo con sus lanzas. Aparecen también personajes vivos que representan a las tres Marías, a la Virgen, a San José, a José Nicodemos, y a José de Arimatea, quienes se ocuparon de trasladar a Jesús al sepulcro.

En la provincia de Granada, cobran especial relevancia la Semana Santa de los municipios de Almuñécar y Loja, ambas catalogadas como Fiestas de Interés Turístico Nacional de Andalucía.

Granada es provincia de contrastes y la Semana Santa es una excusa perfecta para disfrutar de Sierra Nevada y su oferta tanto de esquí como de excursiones por la sierra si la nieve ya se ha retirado. El camino nos depara un paisaje espectacular salpicado de pequeños pueblos con gran encanto y una magnífica gastronomía.

Pero además en Granada podemos disfrutar también de una costa tropical con aguas muy apreciadas con los aficionados al submarinismo, además de todos aquellos que buscan el sol en un ambiente más familiar. Almuñécar, Salobreña, La Herradura son destinos perfectos para descansar después de haber disfrutado de las procesiones de la capital o de alguno de los pueblos de la provincia.

No se puede uno ir de Granada sin visitar la Alhambra o por lo menos verla al atardecer desde el Mirador de San Nicolás en el barrio del Albaicín.

#### Jaén y su majestuosidad escultórica

La Semana Santa de Jaén se caracteriza por su historia, tradición, arte, liturgia y religiosidad popu-

lar. Las cofradías y hermandades jienenses constituyen hoy por hoy un rico y precioso legado, parte esencial del Patrimonio Cultural de la capital de la provincia.

Tiene, por un lado, la sobriedad de Castilla y, por otro, el esplendor de Andalucía. Sus grandiosas procesiones, llenas de solemnidad y de colorido, con densas y apretadas muchedumbres, convierten las calles en prolongación de los templos.

Resalta la notable majestuosidad y belleza

de la calidad escultórica de la imagerie de la Semana Santa jienense. Entre los principales momentos de interés, destaca la madrugada del Viernes Santo, con la salida desde la Catedral, de una de las procesiones más esperadas, la de Nuestro Padre Jesús Nazareno, a quien la voz popular llama cariñosamente "El Abuelo".

El Viernes Santo la ciudad saluda al venerado Nazareno acompañado por más de 7.000 penitentes y se estremece



Hospital de Santiago, Úbeda, Jaén.

al contemplar el encuentro, en la calle Amargura, de Nuestro Padre Jesús con la Virgen de los Dolores, uno de los momentos más emotivos de esta manifestación religiosa que desde hace cuatro siglos recorre las calles de la capital.

También en estos días es obligado degustar 'el hornazo' o huevo santo, típico por estas fechas en la ciudad. En la provincia, destacan

la Semana Santa de los municipios de Alcalá la Real, Baeza, Linares, Martos y Úbeda, todas catalogadas como Fiestas de Interés Turístico Nacional de Andalucía.

Y precisamente la monumentalidad tanto de Jaén capital como de Úbeda y Baeza merecen toda la atención de los visitantes. Úbeda posee hasta nueve edificios declarados Monumento Nacional y die-



Mezquita Catedral de Córdoba.

cinco Bien de Interés Cultural, casi todos de estilo renacentista y perfectamente conservados para poder apreciar detalles excepcionales en muchos de sus rincones. Es Patrimonio de la Humanidad junto con Baeza donde se han hallado vestigios de habitantes desde la Edad de Bronce con lo que en su patrimonio cultural están representados todos los períodos históricos. Romanos, visigodos, islámicos y cristianos han dejado su huella en este rincón de Jaén donde el románico, el gótico, el renacimiento, el manierismo, el barroco y el neoclasicismo se dan la mano para ofrecer a los visitantes un conjunto único en el mundo.

Pero Jaén también dispone de los espacios naturales más increíbles ya que tiene cuatro parques naturales: el de Cazorla, Segura y las Villas, el de la Sierra de Andújar, el de Sierra Mágina y el de Despeñaperros donde se ubica el Paraje Natural de la Cascada de la Cimbarra. Un auténtico paraíso para los amantes de la naturaleza.

#### Córdoba, costaleros entre tintilleos

Las cofradías cordobesas hacen estación de penitencia desde el Domingo de Ramos hasta el de Resurrección entre el fragor de las bandas de cornetas y tambores. Aromas de cera quemada fundidos con incienso, azahares, las llamadas con el tintillineante sonar de la campanilla de capataz, el golpe seco y del grito de '¡Arriba con ella!' que rompe los silencios

al recogimiento respetuoso de los creyentes.

Tan sólo está predefinido el recorrido de las cofradías, pero los silencios, la música, la saeta y el caminar tintillineante de los pasos parecen hechos a un ritmo no escrito ni ensayado que acompaña el

largo recorrido procesional.

Dignas de elogio son las proezas de los costaleros que, de rodillas, agazapados, en pie, ajustan el paso a la puerta del templo. Y si bello es presenciarlo a la salida, inenarrable son las entradas después de largas horas de portar la

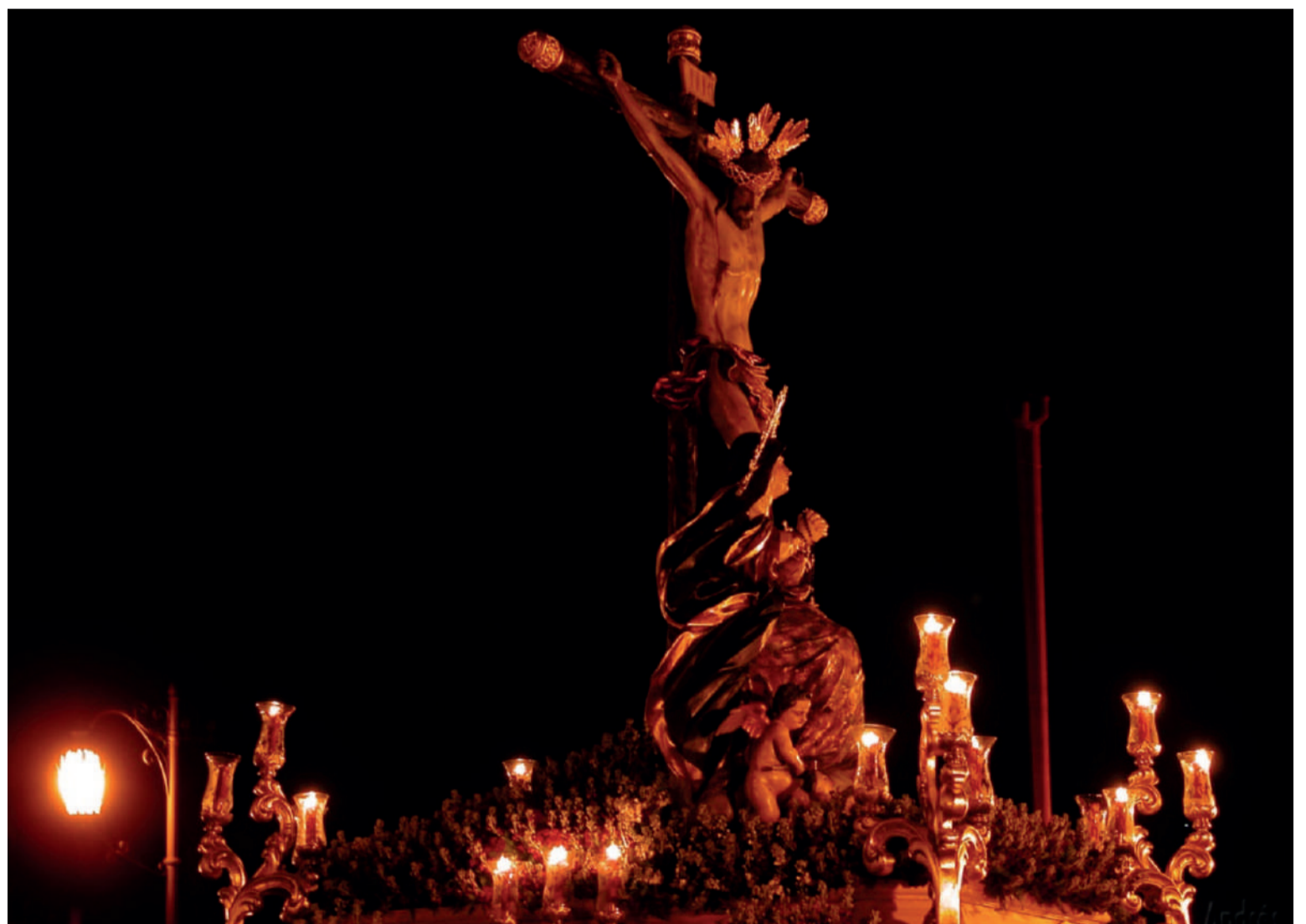
pesada carga. El Rescatado da inicio a la Semana Santa de Córdoba y se desarrolla el Domingo de Ramos empezando su recorrido en la plaza Cristo de la Concordia. Las Ánimas es otra de las más multitudinarias, especialmente en la plaza San Lorenzo.

También destaca Las Angustias, una de las hermandades más antiguas de la ciudad. Su recorrido empieza y finaliza en Capitulares, siendo el paso por el barrio de San Agustín una de las zonas más significativas de la procesión, ya que en dicho punto estuvo establecida la cofradía durante siglos.

Destacan también en la provincia de Córdoba la Semana Santa de los municipios de Aguilar de la Frontera, Bujalance, Cabra, Castro del Río, Hinojosa del Duque, Lucena, Montoro, Moriles, Pozoblanco, Priego de Córdoba y Puento Genil, todas ellas catalogadas como Fiestas de Interés Turístico Nacional de Andalucía.

Entre procesión y procesión en Córdoba es obligatoria la visita a la Mezquita-Catedral uno de los máximos exponentes, junto con la Alhambra de Granada, de la arquitectura andalusí. Es Patrimonio cultural de la Humanidad, un auténtico deleite para los sentidos y una lección de historia en vivo si deciden hacer una de las visitas guiadas por su interior. Su ubicación en pleno centro urbano de la ciudad les permitirá transitar por las alegres y floridas calles cordobesas en donde se enclavan sus famosos patios que compiten entre ellos por ser los más bellos y mejor cuidados.

Y otra buena alternativa es desplazarse a Sierra Morena a ver las estrellas, ya que los cielos de







esta zona están entre los mejores del mundo para esta práctica, por su limpieza y poca contaminación lumínica.

### Málaga y su fervor

La Semana Santa malagueña destaca por unos pasos de grandes dimensiones y peso, necesitan un amplio número de personas para cargar con ellos y sacarlos en procesión.

En la Semana Santa de Málaga el recorrido oficial de las Cofradías malagueñas goza de una variedad, sobriedad, respeto y perfecto desfile que merece la pena contemplar. Es especialmente admirable el clamor popular y fervor de los habitantes de los barrios de Málaga, quienes se entregan a sus Cristos y Vírgenes de una manera especial en el momento de las salidas y encierros procesionales.

La mayor parte de las Cofradías y Hermandades de Pasión cuentan con su propia Casa-Hermandad, verdaderos museos en

los que el visitante puede observar de cerca y con detalle el lujo y belleza de sus tronos, mantos de Vírgenes, equipos y enseres de liturgia y procesión.

En Málaga, algunas mañanas tienen lugar tradicionales traslados, en los que las imágenes son llevadas del templo hasta los tronos, con un avance de lo que será la procesión de la tarde, limitada al barrio.

Así, cuando aún no ha terminado de despuntar el alba del Lunes Santo, miles de malagueños se agrupan dentro y alrededor

de la parroquia de San Pablo para participar en el traslado de las imágenes de la Cofradía de Jesús Cautivo y María Santísima de la Trinidad desde su capilla a sus tronos procesionales.

No se trata en este caso de un traslado de imágenes cualquiera, sino 'el traslado' por antonomasia. Espectacular es ver el número de promesas que acompañan a Jesús Cautivo en la procesión del Lunes Santo como muestra de fe del barrio trinitario, que ha llegado a alcanzar las treinta mil personas.

En la noche del Lunes Santo hay otra imagen de Cristo que arrastra tras de sí el espíritu de una raza, cuando la Hermandad de Jesús de la Columna y María Santísima de la O, la cofradía de "Los Gitanos", sale con su cortejo alegre y heterodoxo desde la calle Frailes. Otro momento principal es la liberación de un preso sin delito de sangre por Nuestro Padre Jesús el Rico cada Miércoles Santo, privilegio concedido por Carlos III, cuando, atravesando una epidemia de cólera en Málaga y sin poder salir a la calle, los presos se escaparon de la cárcel y llevaron al Cristo, regresando todos al finalizar sin aprovechar la ocasión para fugarse.

También hay que destacar los acompañamientos militares en las procesiones de aquellas Cofradías



Museo Picasso, Málaga.

con las que, por diferentes motivos, se encuentran vinculadas. Este es el caso de Los Regulares con el Cautivo, La Legión con el Cristo de la Buena Muerte o Ánimas de Ciegos con los Paracaidistas, La Marina con la Soledad o la Caballería con la Zamarra.

Debe hacerse una especial referencia a la llegada de la Legión, cuyo barco desembarca en el puerto de Málaga el Jueves Santo, aunque una representación de legionarios hace guardia al Cristo de Mena desde el Miércoles Santo.

Tampoco hay que dejar de mencionar a la Cofradía de la Expiración, acompañada por la Guardia Civil, por su sobriedad; a la Virgen de la Esperanza por el clamor popular que despierta en los malagueños; y al Santo Sepulcro por su seriedad y ejemplar desfile.

En la provincia de Málaga, cobran especial relevancia la Semana Santa de los municipios de Alhaurín de la Torre, Antequera, Archidona, Arriate, Campillos, Riogordo, Ronda y Vélez-Málaga, catalogadas como Fiestas de Interés Turístico Nacional de Andalucía.

En Málaga capital, sin duda, una opción para ocupar esos ratos en los que las procesiones descansan, es visitar algunos de los numerosos museos, hasta 40, que alberga esta capital. El Museo Picasso, el Pompidou, el Tyssen, el Museo Ruso, el catedralicio, el de arte contemporáneo. Arte para todos los gustos en una ciudad que además tiene una enorme oferta comercial y gastronómica mirando al mar. No se pierdan los espetos de sardinas cocinados en la misma playa con brasas avivadas por brisa marina.

Y por supuesto la Semana Santa es una magnífica oportunidad para conocer la famosa Costa del Sol y sus playas. Desde Torremolinos a Marbella y sol, arena y los mejores campos de golf de Europa donde se dan cita durante todo el año los aficionados a este deporte.

## Huelva

En Huelva se conmemora litúrgica y tradicionalmente la celebración de la Semana Santa con desfiles desde el Domingo de Ramos al Domingo de Resurrección, cuando las cofradías realizan sus estaciones de penitencia por las calles de la ciudad.

Se trata de siete días dedicados a una de las fiestas que los ciudadanos onubenses viven con especial tradición, jornadas mezcladas con el olor del incienso y de los dulces y postres artesanos, tipismo cofrade que nunca falta.



Entre los momentos de interés de la Semana Santa onubense destacan las Cofradías que salen en la madrugada del Viernes Santo, como son 'El Perdón', 'Misericordia' y 'El Nazareno'. Esta última, de gran devoción popular, es una de las más antiguas de la ciudad, ya

que nació a finales del siglo XVI.

También merecen especial atención el júbilo del Domingo de Ramos, 'La Borriquita', la solemnidad del Viernes Santo con el 'Santo Entierro' y el fervor mariano del Miércoles Santo con las Virgenes de la Victoria y la Esperanza,

por las que los onubenses sienten gran devoción.

También en la provincia de Huelva es de un especial interés la Semana Santa de la localidad de Ayamonte, que se encuentra catalogada como Fiesta de Interés Turístico Nacional de Andalucía.

Hablar de Huelva es hablar de gastronomía, de sus gambas blancas y de su jamón ibérico seña de identidad española en el mundo entero. Huelva tiene una enorme oferta de playas kilométricas donde descansar después de disfrutar de las procesiones de Semana Santa.



Sierra de Huelva.



Playa de los Muertos, Almería.

Tiene uno de los parques naturales con mayor riqueza vegetal y animal como es Doñana donde se pueden realizar visitas a caballo o en jeep y que incluyen la aldea del Rocío famosa por su romería y su devoción.

Y también tiene una sierra, que acoge al Parque natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche donde se cría el famoso cerdo negro y donde se puede visitar la famosa Gruta de las Maravillas una cueva subterránea de gran belleza que también ha sido escenario cinematográfico.

### Almería, Hermandades y música

Las Hermandades almerienses recorren durante los días Santos las calles de la ciudad mientras miles de hombres y mujeres participan de este rito procesional ataviados con el hábito nazareno como acólitos, costaleros, mantillas, promesas o como meros espectadores.

El origen de la Semana Santa de Almería no se remonta a cofradías o hermandades de los siglos XIII y XIV, por estar en pleno dominio musulmán, siendo en el siglo XVI cuando surgen las primeras manifestaciones cristianas en esta tierra.

La Semana Santa almeriense destaca por su singularidad, donde destacan los encuentros de las hermandades o el Domingo de Resurrección, con subastas o con

gastronomía de la zona. Destaca también el aspecto musical, que a veces se hace incluso más importante que el Cortejo; los Cantos Gregorianos, el Viernes Santo y la rivalidad entre las Hermandades.

Entre las cofradías, la más antigua de ellas es La Soledad, fundada en el siglo XVI y que realiza su procesión el Viernes Santo, siendo especialmente emocionante su paso por José Ángel Valente y la puerta del convento de las puras. Entre las cofradías creadas en el siglo XX destaca La Macarena, que sale el Lunes Santo y tiene su mejor instante en el paso por la Iglesia de San Ildefonso.

También son especialmente populares El Encuentro del Jueves Santo, en el que resalta el cruce de los tres pasos de la cofradía en la plaza Emilio Pérez; y el Cristo de la Escucha, en la tradicional madrugada con principio y fin en la Catedral. Es además recomendable ser madrugador y observar el aspecto de la plaza de la Catedral a la salida del Vía Crucis.

En la provincia, tienen especial relevancia la Semana Santa de los municipios de Cuevas de Almanzora y de Huerca-Overa, ambas catalogadas como Fiestas de Interés Turístico Nacional de Andalucía, lo que da una idea de su mérito y belleza.

Sin duda uno de los mayores atractivos turísticos de la provincia de Almería son sus playas del Parque Natural Cabo de Gata Nijar, 63 kilómetros de costa con acantilados y unos fondos marinos catalogados como los mejores de todo el



litoral mediterráneo español.

Almería es una provincia de contrastes, considerada la despensa de Europa por sus cultivos en invernaderos, tiene una gran extensión de desierto en la que se ubica Tabernas, enclave famoso por ser escenario del rodaje de numerosas películas de Hollywood y donde todavía se puede visitar un poblado del oeste y asistir a una representación con indios y vaqueros.

Y justo en la otra punta de su geografía se esconde uno de los tesoros más bellos de la tierra. En

Mina Rica en la localidad de Pulpí se haya la mayor geoda visitable del mundo. No se la pierdan.

### La Semana Santa y sus dulces

La Semana Santa andaluza no se entiende sin el sabor dulce que dejan las elaboraciones de repostería típicas de esta época del año. El dulce por excelencia de la

Semana Santa es, sin duda, la torrija, una delicia habitual en nuestros días pero que en tiempos anteriores era un postre humilde para cuya elaboración solo se necesita pan, leche, huevo y azúcar y que cualquiera puede hacer en casa.

Los pestiños y los buñuelos también pueden encontrarse en todos los rincones y hogares.

*Contenido ofrecido en colaboración con la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía.*

# Rotundo éxito de Tecnológica Santa Cruz

## Alfonso Cabello: “En esta edición hemos destacado el papel de la mujer dentro del sector de las TIC”

### ENTREVISTA

**ALFONSO CABELLO**  
CONSEJERO DELEGADO DE LA  
SOCIEDAD DE DESARROLLO

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

**Un año más, Tecnológica Santa Cruz y todos los eventos a su alrededor han sido todo un éxito. ¿Está satisfecho?**

Estoy realmente satisfecho y muy contento con los resultados obtenidos. Ha sido un éxito total de público, en Late Fight, Tecnológica Santa Cruz, con el teatro lleno, y de TecnoCon Worten, por donde pasaron alrededor de 5.000 personas a lo largo de los 3 días, con lo que podemos estar hablando que el evento en su conjunto pudo haber movilizó a unas 7.000 – 8.000 personas de manera presencial, por lo que el balance es tremendamente positivo, y sin duda, nos han permitido ser capital de las TIC a nivel a nivel estatal.

Aún estamos recabando datos e indicadores de impacto pero lo visto hasta ahora es que esta edición ha sido una de las mejores. También me gustaría destacar el alto grado de participación de grupos en TecnoCon, con más de 60 inscritos en el concurso de K-pop y que llenaron la Sala de Arte La Recova durante todo el fin de semana.

La afluencia de personas ha sido constante durante todo el fin de semana, siendo las fases individuales y de grupos de K-pop las que despertaron mayor interés y las que hicieron que la Sala de Arte La Recova presentara un lleno absoluto, especialmente en la tarde del sábado y durante este domingo, por lo que no descartamos estudiar otros espacios más amplios para próximas ediciones.

Por otra parte, también me gustaría agradecer la implicación y colaboración de las marcas y empresas que nos han apoyado para llevar a cabo esta edición de ‘Tecnológica Santa Cruz’, sin ellos no sería posible. Así me gustaría reconocer el trabajo del equipo de la Sociedad de Desarrollo, así como de los sponsors Oro de Worten, y de la Fundación ‘la Caixa’, a través de CaixaBank; de Mutua Tinerfeña en la modalidad Bronce. Igualmente, Worten se incorporó a TecnoCon a través del naming del evento y que pasó a llamarse ‘TecnoCon Worten’, mientras



que Mutua Tinerfeña también apostó por el ‘Late Fight Tecnológica’. Por último, quisiera hacer extensible el reconocimiento a nuestros colaboradores como la Universidad Europea de Canarias, Grupo Rahn, +LED, Fred. Olsen Express, Libbys, peluquería Bravoure, Fuente Alta y CIP.

**Ya son muchas las ediciones que encadena este evento llegando a consolidarse como una cita ineludible. ¿Cómo se consigue mantener tan en buena forma?**

Innovar y proponer temáticas que resulten de interés, al tiempo de conseguir buenos ponentes que sean protagonistas de Tecnológica Santa Cruz es un importante reto para la Sociedad de Desarrollo. Siempre queremos innovar y profundizar en temas que son de especial relevancia. Estamos ante uno de los eventos dedicados a las TICs más longevos de España y que ha conseguido mantenerse,

alcanzando ya los 11 años de antigüedad.

Nuestra idea es crecer sumando, y con esa idea hemos incorporado, al igual que en la última edición otras iniciativas como son ‘Late Fight’ y ‘Tecnocon Worten’, las cuales aportaron cuestiones muy interesantes y que el público recibió satisfactoriamente, especialmente desde las ópticas del del emprendimiento y el mundo de los negocios en el caso de ‘Late Fight’, o del gaming y la cultura de internet en el caso de ‘Tecnocon Worten’.

**Además, este evento ha coincidido con una relajación de las restricciones, ¿ha favorecido aún más si cabe a su éxito?**

Claro, el relajar las restricciones, convertirse en el primero de los eventos grandes que se celebran en Santa Cruz, en este nuevo contexto, nos ha permitido lograr ya no sólo una mayor concentración de personas, sino también un ambiente más relajado. Sin duda, con

todo el proceso desescalada, la gente tenía ganas y creo que, al final, al ser una de las primeras acciones que han podido celebrarse, la gente se ha sumado.

**¿Por qué tal éxito? ¿Qué tiene Tecnológica Santa Cruz que no tengan otros eventos o espacios similares?**

Asistir a Tecnológica Santa Cruz supone la oportunidad de conocer de primera mano las principales novedades en el mundo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y lo puedes conseguir escuchando a personas relevantes que están en el día a día buscando la innovación y creando disrupciones dentro del mundo de las TICs y los negocios en diferentes sectores. Escuchar para aprender sobre un futuro, que prácticamente se encuentra ya entre nosotros.

Además, un evento de estas características conlleva una serie de actividades que hacen de imán, atrayendo agentes claves para el desarrollo económico. Empresas y marcas de distintos sectores tienen un punto de encuentro del que pueden surgir alianzas y proyectos que favorezcan el fortalecimiento del tejido productivo de la ciudad.

Al mismo tiempo, como consecuencia, la celebración de un evento de casi una semana de duración supone un flujo de personas para negocios de la zona, así como esos nuevos proyectos que pueden ser motores para la generación de empleo.

**¿Qué destacaría de esta edición?**

En esta edición hemos buscado destacar algunas cuestiones como el papel de la mujer dentro del sector de las TICs. De hecho, el porcentaje de mujeres que participaron o presentaron alguna de las actividades de Tecnológica Santa Cruz alcanza el 62,5%, mientras que los hombres suponen el 37,5%. Un porcentaje que llegó a ser del 100% si miramos por ejemplo el Late Fight, donde 3 mujeres emprendedoras canarias contaron su experiencia.

Otras novedades que presentamos en esta edición es que tuvimos un amplio espacio en el que artistas digitales canarios y tiendas de la capital expusieron sus productos y los cuales se pudieron comprar, con lo que además de promocionar el comercio y el talento local también fue un elemento de generación de negocio. Por tanto, el objetivo fue generar economía además de celebrar actividades, ya que se podían adquirir los productos expuestos.

Por otro lado, destacaría el alto nivel de los ponentes de este año. La transmisión de conocimiento a través de las historias de los protagonistas es un gran atractivo. El formato de microcharlas de 20 minutos supone una forma muy dinámica de conocer las principales tendencias de un sector que tanto nos aporta y al que nos hemos tenido que acostumbrar a marchas forzadas debido a la aceleración en materia tecnológica que ha supuesto la pandemia.

Así, conocer cómo se trabaja en Newtral a través de la Inteligencia Artificial para lugar contra la desinformación, descubrir qué está haciendo Telefónica en el metaverso, des-

cubrir las historias humanas que nos contó David Callejo con su afán de divulgación sanitaria, o acercarnos al mundo de los influencers canarios fueron las cuestiones que más interés me despertaron, aunque bien es cierto que El Chojín me encantó, así como la historia que nos contó Lorena Heredia, quien nos descubrió cómo una empresa como Tomaticket ha sabido adaptarse y reinvertirse tras cada crisis. Son sólo algunos de los ejemplos, por todos estuvieron realmente interesantes.

En cuanto a TecnoCon, comentar que es-

tamos encantados con este proyecto, que nos hace crecer sumando. Y sin duda le vamos a dar continuidad, ya que vamos a contar con ellos para tener sorpresas con un evento especial en el mes de octubre, en el contexto de Plenilunio, y que se denominará “El corazón de Oro”. Es una iniciativa que nos tiene muy ilusionados porque participarán miles de jóvenes chicharreros, y de la isla de Tenerife, y con el que esperamos que Santa Cruz se convierta en la capital del K-pop.

**Sin lugar a dudas, esta es una verda-**

**dera apuesta del ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife por la innovación, la cultura, la tecnología... ¿seguirá esta línea el consistorio?**

Por supuesto. De hecho puedo confirmar ya la celebración Tecnológica Santa Cruz en su duodécima edición para el mes de marzo de 2023. Ya estamos trabajando en esa edición, y les aseguro que contará con multitud de sorpresas.

**Sin embargo, esto no acaba aquí, ya ha confirmado usted que pronto ten-**

**dremos noticias, ¿podría adelantarnos algo?**

Santa Cruz de Tenerife va a proponer un calendario de actividades sin precedentes en su historia a realizar a lo largo de los próximos meses. Tendremos noticias próximamente, ya que vamos a tener acciones vinculadas a “Tecnológica Santa Cruz” y a “TecnoCon” dentro del contexto de Plenilunio, y probablemente algunas cosas más. Todo ello, antes de la celebración del Tecnológica tradicional del próximo mes de marzo de 2023.

## Jota Ypunto: “Entrepreneurs Fight Club nació para contar las historias y golpes que nos ha dado la vida”

### ENTREVISTA

#### JOTA YPUNTO

PRESENTADOR Y EMPRESARIO CREATIVO

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

**#LateFight, una vez más, ha roto los esquemas. ¿Contento?**

Más que contento, cada edición vamos mejorando y puliendo el formato y, sin duda, esta edición ha sido una de las mejores, todo un éxito, dicho por el público que asistió.

**Este es un formato por el que usted ha apostado indiscutiblemente, fighters deja huella. ¿Por qué gusta tanto este formato? ¿Qué tiene de diferente?**

Por eso mismo que acabas de comentar, dejamos huella, no te creerías la de personas que después de terminar el evento se acercó a las ponentes a decirles... GRACIAS, por contar lo que has contado... por inspirarme... porque a mí me pasó algo similar... por ser un ejemplo...

Ya existen muchos eventos en los que te cuentan lo bien que van sus proyectos, métricas, funcionalidades, etc... pero no existen casi espacios en los que te cuenten lo que significa emprender de verdad, montar una empresa, espacios donde puedan contar sus experiencias, decisiones, errores, fracasos, éxitos... por eso nació hace tiempo Entrepreneurs Fight Club, para contar todas estas historias y golpes que nos ha dado la vida. Quizá así, otras personas puedan aprender de nuestros errores y éxitos.

Pensamos el evento como una experiencia educativa, para que la gente salga del mismo pensando, dándole vueltas a sus vidas, a su proyecto, dándole fuerzas para seguir adelante. Late Fight, que viene del anglicismo Late Night, formatos televisivos como el de Buenafuente o la resistencia y por eso mismo queríamos ser muy dinámicos, con tiempos y ritmos de televisión, con un importante toque de humor desenfadado y momentos muy emotivos.

**En esta ocasión, además, 3 mujeres...**

Hacía y hace falta visibilizar a las grandes mujeres y referentes que tenemos en España y Canarias en particular.

Hay muchas grandes directivas que deberían contar sus historias de éxito y fracaso para inspirar a nuevas generaciones, en este caso hemos contado con 3 líderes francamente maravillosas, Monserrat Hernández, Azucena Hernández y Elena Corchero que nos dejaron muchas lecciones empresariales y de vida que nunca antes habían contado o echo público.

**La apuesta del ayuntamiento de Santa Cruz por seguir manteniendo Tecnológica es toda una declaración de intenciones, ¿qué le ha parecido esta edición?**

Estoy muy agradecido porque desde el Ayuntamiento de Santa Cruz, y de la mano de Alfonso Cabello, me hayan dejado formar parte de este gran evento que es Tecnológica Santa Cruz.

Este evento es un referente a nivel nacional, casi una semana de innovación que muy pocas provincias tienen, cada año vienen y participan personas muy influyentes y líderes de sus temáticas que podemos ver e interactuar con ellas durante unos días.

**Por suerte, la pandemia va quedando atrás y la normalidad va llegando. ¿Será el momento en el que, por fin, retomemos la presencialidad en los eventos?**

Ojalá, el 100% nunca lo tendremos en estos tiempos tan inciertos, la pandemia sigue, nos metemos en una guerra más...

Pero hay que seguir adelante, planificando espacios y eventos presenciales y virtuales que hagan mejorar el ecosistema, el modelo productivo de la isla, es la única manera que conozco de seguir adelante.

**Sin duda, no es lo mismo un evento online que con el calor del público, ¿no es cierto?**

La presencialidad tiene algo mágico que lo online, por ahora, no puede igualar, ya teníamos muchas ganas de volver a vernos las caras, aunque sea con mascarilla.

Y, sobre todo, si podemos disfrutar de un momento juntos, tomando algo, contándonos la vida, proyectos, somos Latinos, nos gusta relacionarnos, vernos cara a cara y a día de hoy, lo de tomarse una cerveza o café virtual no es lo mismo.

**El gran Jotaypunto siempre nos tiene acostumbrados a la innovación, eventos diferentes. Tal vez esto es lo que necesita el mundo del networking, ¿no cree?**

Totalmente, si no corremos el GRAN riesgo de ser uno más, los formatos tienen



que evolucionar para llegar a conectar con las personas que están sentadas consumiendo tú contenido.

Hay que hacer una profunda reflexión en el sector de cómo las personas han cambiado, cómo se comportan, cómo están interactuando con la información, medios digitales, offline, lo que está muy claro es que no podemos seguir haciendo lo mismo que hace 10 ó 20 años, porque no somos los mismos (pandemia incluida).

Dicho esto, no paro de ver los mismos formatos una y otra vez, mesas redondas de 6 a 10 ponentes, charlas o talks de 20, 30 o una hora que son altamente densas de contenido, sin ritmo, una y otra vez incluso de personas que cobran mucho dinero por dar charlas, es hora de darle entrada a nuevos formatos, a personas que ayudan a crear charlas y experiencias como las que impulso o dinamizo.

**¿El mundo del “empresariado” cada vez va siendo más consciente de lo necesario de estos eventos y del networking del que hablamos?**

Más o menos, llevamos años transformando el sector, dinamizándolo, creando nuevos formatos y cada vez tenemos la agenda más llena de eventos, charlas, pero aún queda mucho recorrido.

Es algo que tienen que ver y experimentar para creer, siempre, en cada evento que hago alguien se me acerca y me dice, “Gracias, se

me ha pasado el evento volando y me ha gustado mucho” y de cada evento suelen contactarme viarias personas para hacer más cosas con empresas, instituciones, marcas... descubren que los eventos de emprendimiento, foros de inversión, mesas redondas, eventos empresariales... pueden ser amenos y divertidos, algo con lo que no contaban.

**¿Qué eventos y proyectos pasan por esa cabeza tan creativa?**

Pasa de todo por esta cabeza, y es algo con lo que lucho, porque si impulsara cada nueva idea no podría centrarme en ninguna o no dormiría nunca intentando llegar a todo.

Por suerte, tengo personas que me ayudan a elegir y decidir las mejores ideas y en las que quiero centrarme este año.

¿Qué se viene? Pues estamos viendo la posibilidad de crear un libro único en su especie, formatos audiovisuales, experiencias dentro de los eventos, blogs, redes sociales.

Nos encantaría llevar este formato a Televisión o plataformas digitales, no te voy a engañar, somos muy consciente de lo complejo que es y también sabemos que llegando a más gente podremos visibilizar a grandes referentes de este país y de esa manera ayudar a muchas más personas a aprender de los errores y éxitos que han tenido.

Buscamos patrocinadores, cadenas, medios, plataformas que se unan a nuestra visión y ayudemos a cumplir sus objetivos.

Elaborado  
en Canarias

NO ES UNA MARCA, ES NUESTRA FORMA

**DE VER LA VIDA,**

DE SUPERARNOS, DE PONER TODOS  
LOS RECURSOS AL SERVICIO DE NUESTRAS ISLAS.

NO SE TRATA DE NEGOCIOS,

**SINO DE IDENTIDAD,**

DE TALENTO, DE IDIOSINCRASIA.

NO HABLAMOS DE TI, NI DE MI, NI DE ELLOS.

**HABLAMOS DE NOSOTROS.**

MÁS ALLÁ DE UN TERRITORIO O DE UNA BANDERA.

**SOMOS PERSONAS CON UN MISMO SUEÑO,**

LUCHANDO UNIDOS PARA CREAR UN FUTURO SOSTENIBLE EN EL QUE EL BENEFICIO

**SEA PARA TODOS.**

NO ES UN DISTINTIVO, ES NUESTRA FORMA DE TRANSMITIR

**NUESTROS VALORES,**

RESPETAR NUESTRO ENTORNO

Y MANTENER INTACTA NUESTRA CALIDAD DE VIDA.

PORQUE HAY MUCHAS MANERAS DE HACER LAS COSAS,

PERO SÓLO UNA QUE NOS REPRESENTA,

**LA NUESTRA.**



elaboradoencanarias.com



## Enorritmos: vinos, música, arte y literatura

► Un festival cultural que lleva por objetivo consolidar las tradiciones vitivinícolas del municipio de Fuencaliente, ubicado al sur de la isla de La Palma

**E**norritmos es un evento que surgió en noviembre de 2019, imponiéndose a las dificultades a las que se enfrentan aquellos

que desarrollan las principales actividades económicas de parajes rurales como lo es Fuencaliente, municipio en el que se desarrolla el evento. Actualmente y, dado su éxito, se ha consolidado como un

evento primordial en el calendario cultural del sur de la isla.

Las situaciones sin precedentes que han acontecido obligaron a la paralización de diversos actos culturales, entre ellos Enorritmos. En primera instancia, la cultura se vio amenazada por la pandemia. La producción cultural careció de importancia por una larga temporada, estando los esfuerzos del país orientados a salvar vidas. En este sentido, cuando se comenzó a recuperar la normalidad cultural a la que acostumbraba la sociedad, tuvo presencia en La Palma otro acontecimiento que dejaría a la sociedad que allí vive totalmente paralizada en el tiempo: la erupción de un volcán.

Su tercera edición, celebrada en este 2022 e impulsada por el Ayuntamiento de Fuencaliente, a través de su Concejalía de Cultura, ha llevado por objetivo generar



múltiples sinergias económicas y de promoción, tanto del paraje como de las actividades que allí se desarrollan, llevando por bandera la defensa y la puesta en valor de la cultura agrícola. Un evento que se extiende a diferentes localizaciones del municipio en las que cobran importancia el disfrute al aire libre de diferentes zonas paisajísticas, ligadas al ámbito vitivinícola allí desarrollado. Todo ello con el objetivo de generar múltiples sinergias que apoyen la promoción, tanto del municipio como de la riqueza que en él se despliega. Un municipio repleto de cultura con una gastronomía e identidad artesanal muy arraigada.

Es, asimismo, un evento que incentivó a todos sus asistentes a disfrutar de los vinos, la música, el arte y la literatura que allí se desarrolló, todo ello bajo la defensa de una cultura segura, siguiendo todas las medidas sanitarias pertinentes de cara a garantizar la protección, tanto de artistas como de asistentes.

Esta tercera edición, que ha finalizado con un éxito rotundo, ha apostado por incluir el ámbito gastronómico. Una apuesta por la gastronomía local, dejando cabida al disfrute de los aromas, gustos y sensaciones, todo ello acompañado por un universo sonoro que ha permitido al público deleitarse en todos los sentidos. Entre otras de sus novedades destaca su celebración entre plataneras, una iniciativa que se había puesto en valor desde el año 2020, pero que,

a causa del Covid, no había sido posible desarrollar.

Entre las propuestas artísticas que han participado en el evento en sus múltiples ediciones cabe mencionar a Antonio Arias, líder de Lagartija Nick, Juantón, el humor de Ramón Araujo, el músico palmero Carlos Catana, el investigador y musicólogo Vicente Martín Abreu, entre otros. Este año, la responsable de la Concejalía de Cultura, Celia Santos, destaca la actuación del pianista y compositor malagueño JJ Machuca, quien, acompañado por Francis López, técnico en audiovisuales, interpretó ante un Centro Cultural de Los Canarios con el aforo completo su obra «La danza de los mundos». JJ Machuca fue el encargado de dar el pistoletazo de salida a la programación prevista para Enorritmos 2022.

Se trata de un reconocido y premiado artista, miembro de grupos como Lori Meyers, Lagartija Nick, Soleá Morente o Eskorzo. Actualmente, está nominado a los Premios del Cine Español Independiente 2022 en la categoría de Mejor Banda Sonora Original por la composición «La danza de los mundos», que interpretó en Fuencaliente. Una composición con la que quiere simbolizar la belleza y la danza de la naturaleza.

En definitiva, Enorritmos se ha convertido en todo un referente cultural en la isla de La Palma, dejando cabida a múltiples sinergias culturales, gastronómicas y económicas.



  
Ayuntamiento  
VILLA DE LA OROTAVA  
Concejalía de Igualdad



## La Orotava celebró el Día de la Mujer durante todo el mes

**E**l Día Internacional de la Mujer se celebra cada 8 de marzo, pero para el Ayuntamiento de La Orotava es una singular efeméride por lo que desarrolló un amplio programa de actos a lo largo del mes de marzo. Visitas, concentraciones, talleres, exposiciones, presentaciones de libros o una ruta teatralizada fueron algunas de las actividades, y a ello se suma el proyecto 'Integra' que se desarrollará hasta junio y está orientado a la sensibilización y formación de la comunidad educativa villera como acción positiva en prevención de la violencia de género.

El programa arrancó el jueves día 3 con una visita guiada de las diferentes asociaciones de mujeres del municipio a la exposición Dalí, Sueños Literarios que se encuentra en el Espacio Cultural de la Fundación CajaCanarias en la capital tinerfeña.

Y ya el propio día 8 de marzo se participó activamente en la concentración y lectura de Manifiesto en la Plaza de la Igualdad del Parque Natural El Montillo, en La Matanza, organizado por la Red de Municipios por la Igualdad de Género del Norte de Tenerife.

El programa continuó el día 10 con la charla "La igualdad un objetivo de todas y todos" que impartió Patricia Ojeda en el Centro municipal de Mayores, donde también tuvo lugar el taller Mujer Ámate, una actividad de confección donde se crearon almohadas con forma de corazón. Este proyecto surge de la propia necesidad de pacientes oncológicos de mama ya que esta almohada, con forma de corazón, mejora el bienestar postural del paciente tras el proceso operatorio. En este mismo centro se presentó el día 24 el libro "Como un eco del Cielo" de la escritora Hilda Hernández Rodríguez.

El viernes 25 se pudo disfrutar de la ruta teatralizada ¡Valientes! a cargo del Burka Teatro y dentro de los Jardines del Marquesado de la Quinta Roja.

Esta actividad fue un emocionante y divertido viaje hacia la historia de muchas mujeres que desde la antigüedad lucharon por la igualdad de género. Se hizo un repaso histórico del movimiento feminista hasta nuestros días, las actrices guiaron de manera lúdica y amena por la vida y el legado de estas importantes y transgresoras mujeres. Mientras que el 31 de marzo tuvo lugar en el propio ayuntamiento la clausura del proyecto "Quiérete + Mujer".

El Parque Cultural doña Chana acoge desde el viernes 18 hasta el 3 de abril la muestra de fotografías "Vidas Calladas", mientras que la exposición itinerante "Mujeres en el deporte de Tenerife" hizo un recorrido a lo largo del mes por la Plaza de la Constitución, el centro Municipal de Servicios Sociales y el ayuntamiento.

La concejala del área de Políticas de Igualdad, María Belén González, apunta que desde la concejalía se llevan a cabo, a lo largo del año, muchas actividades dirigidas especialmente al colectivo de la mujer para apoyarlas y ofrecer acciones que les benefician y enriquecen personalmente y en múltiples valores, también se trabaja con la sensibilización, formación e información, educación, equidad y se complementa con actividades lúdico, culturales, deportivas, entre otras muchas cosas.





# Un mes de eventos en Hermigua

## Día de la Mujer

El Ayuntamiento de Hermigua conmemoró el día 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, con la celebración de una serie de actividades que se llevarán a cabo a lo largo de esta semana en el municipio.

El alcalde del municipio, Yordán Piñero, señaló que “con la puesta en marcha de este tipo de acciones, queremos recordar el compromiso del Consistorio con la

## ► El Día de la Mujer, El Carnaval o la IX edición del Torneo Fútbol 8 Hermigua CUP fueron algunos de los eventos que tuvieron lugar en el municipio

igualdad y los derechos de la mujer, así como nuestro interés en fomentar una sociedad más inclusiva”.

Por su parte, la concejal de Servicios Sociales, María Encarnación Herrera, explicó que “con el desarrollo de estas actividades conmemoramos un día clave en el calendario anual, a través de la concienciación sobre la igualdad de género”. Asimismo, Herrera adelantó que “este programa es el punto de partida de una serie de actividades y proyectos que se llevarán a cabo durante el resto del año en el municipio y en las cuales estamos trabajando desde el Consistorio para su puesta en marcha”.

“sin embargo, podremos disfrutar de las actuaciones de varios grupos del carnaval, que nos harán vivir una tarde llena de color, música y diversión”.

## IX edición del Torneo Fútbol 8 Hermigua CUP

Este encuentro deportivo de nivel regional se retoma después de haberse aplazado el pasado mes de diciembre a causa de la pandemia

“Se trata de un evento deportivo consolidado en el municipio que estaba previsto que se celebrara el pasado mes de diciembre, pero que debido a las restricciones a causa de la pandemia no se pudo llevar a cabo y que ahora retomamos con muchas ganas”, explicó el alcalde del municipio Yordán Piñero.

Por su parte, el concejal de Deportes del municipio Jacob Piñero, pone en valor este torneo que, cada año, congrega a diferentes equipos de todas las Islas Canarias, aunque en esta ocasión la isla de Fuerteventura no podrá estar presente por problemas de horario de conectividad entre islas. “En esta ocasión, contaremos con equipos procedentes de las islas de La Gomera, el Hierro, La Palma, Tenerife, Lanzarote y Gran Canaria”, explica.

## Carnaval

El Ayuntamiento de Hermigua celebró unas fiestas que, un año más, se adaptaron a la situación sanitaria ocasionada por la Covid-19 y que se llevó a cabo el viernes, 25 de marzo en la Plaza de la Encarnación.

“Desde el Ayuntamiento de Hermigua queremos acercar estas fiestas a todos los vecinos y vecinas, a pesar de que nuevamente no podemos contar con un carnaval en la calle, tal y como lo conocemos”, explicó el alcalde del municipio, Yordán Piñero, quien añadió que

# Cepsa invertirá hasta 8.000 millones de euros en su transformación a lo largo de la década para liderar la transición energética en España y Portugal



Cepsa, en su compromiso con el medioambiente y la sociedad que nos rodea, lanza su Nueva Estrategia 2030. Una estrategia que pone el foco en una sociedad que aúna sus esfuerzos y apuesta por la descarbonización de sus actividades. En este sentido, la compañía busca alcanzar el liderazgo en movilidad y energía sostenible.

Maarten Wetselaar, consejero delegado de Cepsa, dejó constancia del ambicioso plan que plantea para los años venideros. Unos años en los que la transición energética estará más presente que nunca y en los que Cepsa abordará una ventaja competitiva que ayudará al desarrollo de un mundo en „Positive Motion“. Así comentaba el consejero la importancia de la que gozará su Nueva Estrategia 2030:

“Iniciamos un ambicioso viaje para transformar nuestra compañía y ser un motor clave y facilitador de la transición energética. Cepsa es lo suficientemente pequeña para moverse con rapidez, a la vez que lo suficientemente grande para ser un líder en la creación de una economía más verde, justa y sostenible.

Nos asociaremos con nuestros clientes para desarrollar soluciones de descarbonización para su demanda energética y, por supuesto, también abordaremos nuestra propia huella de carbono. Las moléculas verdes son esenciales para la descarbonización de sectores complejos, como el transporte pesado, la aviación o el tráfico marítimo, y Cepsa tiene una ventaja competitiva gracias a sus muchos años de experiencia en la producción y manejo de esta fuente de energía.

Además, contamos con un equipo altamente cualificado y comprometido, y con enclaves estratégicos en el sur de España que presentan unas condiciones óptimas para el desarrollo de moléculas y electrones verdes que ayudarán a crear un mundo en “Positive Motion”.

No cabe duda de que atravesamos tiempos inciertos, con la guerra de Ucrania trastocando la vida de millones de personas y desestabilizando los mercados energéticos a nivel global. Sin embargo, la estrategia que hemos presentado es un plan a largo plazo que refleja

la oportunidad histórica que tienen España y sus empresas energéticas para convertirse en actores clave en la promoción y producción de energías limpias. Esto ayudará a reforzar la seguridad e independencia energéticas de Europa, y confío en que Cepsa pueda asumir un papel de liderazgo en este proceso”.

Cepsa presentó su nueva Estrategia 2030, “Positive Motion”, para convertirse en líder de la movilidad y la energía sostenibles en España y Portugal, y ser un referente de la transición energética. Para ello, se transformará en una empresa más enfocada a las necesidades de sus clientes, que también afrontan sus propios desafíos en la descarbonización de sus actividades.

La compañía invertirá en esta década entre 7.000 y 8.000 millones de euros, de los cuales, un 60% se destinará a negocios sostenibles a partir de 2023. Todo ello, se traducirá en una mayor contribución de los negocios sostenibles al EBITDA, pasando del 14% en 2022 a más de la mitad en 2030.

Asimismo, Cepsa quiere ir más allá de las cero emisiones netas (net zero) y llegar al Net Positive, permitiendo a los clientes y a la sociedad avanzar en la dirección correcta. La compañía ha establecido una ambiciosa hoja de ruta para recortar sus emisiones, situándose entre las compañías referentes de su sector. En concreto, en 2030, reducirá sus emisiones de CO<sub>2</sub> (alcance 1 y 2) en un 55% respecto a 2019, y aspira a alcanzar cero emisiones netas en 2050 e ir más allá, contribuyendo positivamente (Net Positive). En cuanto al alcance 3, la intensidad de carbono de sus productos se reducirá entre un 15 y un 20% en 2030.

La nueva visión de negocio de la compañía („Positive motion“) estará formada por dos ecosistemas: movilidad sostenible y new commerce, y energía sostenible. Todo ello alimentado por los Energy Parks y las alianzas con otros socios estratégicos.

## ► Soluciones de movilidad sostenible y new commerce

En la nueva estrategia de Cepsa, la descarbonización del transporte por carretera y la movilidad del cliente final tendrán un papel fundamental. La compañía desarrollará el mayor ecosistema de movilidad eléctrica en España y Portugal, junto a Endesa,

desarrollando la más amplia red de recarga ultrarrápida en carretera, que alcanzará una ratio mínima de un cargador de 150 kW cada 200 kilómetros en las principales carreteras y vías interurbanas.

Asimismo, impulsará la demanda de hidrógeno verde en el transporte por carretera, para lo que se ha fijado la meta de establecer en 2030 una estación de repostaje cada 300 kilómetros, en los corredores que conectan España con Europa.

Las estaciones de servicio de Cepsa, la segunda mayor red de España y Portugal, se transformarán en espacios digitalizados que ofrecerán una amplia variedad de servicios de ultraconveniencia y restauración, que incluirán alimentos frescos, parafarmacia, comercio electrónico, puntos de recogida de paquetería y servicio de lavado sostenible de vehículos, así como soluciones multienergía para el repostaje en carretera.

Además, Cepsa creará una cultura impulsada por los datos, utilizando analítica avanzada para transformar la experiencia de cliente e impulsar su programa de fidelización. Y, a través de la toma de decisiones basada en la inteligencia artificial, la compañía será capaz de ofrecer servicios integrales en tiempo real.

## ► Energía sostenible

El segundo gran ecosistema de la nueva estrategia de Cepsa se centrará en acelerar la descarbonización de los clientes industriales, el transporte aéreo y marítimo, así como de la propia compañía, a través de la producción de moléculas verdes, principalmente hidrógeno renovable y biocombustibles.

Cepsa, que actualmente es uno de los principales productores españoles de hidrógeno, liderará en 2030 la producción de hidrógeno verde en España y Portugal, con una capacidad de producción equivalente de 2 GW. De este modo, se convertirá en un referente en la importación y exportación de esta energía al continente europeo, África y Oriente Medio, gracias a la localización privilegiada de sus instalaciones en la Península Ibérica.

Paralelamente, su amplia experiencia en la producción y suministro energético y su conocimiento técnico permitirán a la compañía liderar la producción de biocombustibles de segunda generación, con una producción de 2,5 millones de toneladas al año en 2030, fomentando así la economía circular. En este ámbito, Cepsa se convertirá en un proveedor de referencia de combustible sostenible para la aviación (SAF), con una producción anual de 800.000 de toneladas. La compañía representa a día de hoy el 35% del mercado de suministro energético para el sector aéreo en España.

## ► Transformación de las refinerías en Energy Parks

Para llevar a cabo esta nueva estrategia, Cepsa apostará por convertir sus refinerías en parques energéticos diversificados y sostenibles. Estas instalaciones están estratégicamente situadas en el sur de Europa, junto

a los principales puertos, lo que proporciona a los grandes clientes industriales un acceso privilegiado a los mercados clave.

Asimismo, la compañía implementará tecnologías basadas en la inteligencia artificial y analítica avanzada para optimizar sus procesos y reducir el impacto ambiental de la actividad de sus centros industriales.

En el ámbito de las energías renovables, Cepsa desarrollará una cartera de proyectos de energía solar y eólica para su propio consumo, con una capacidad de 7 GW, de los cuales 1,5 GW ya tienen conexión a la red.

## ► Acelerar la creación de valor de los negocios de Química y E&P

Por su parte, la estrategia de los negocios de Química y Exploración y Producción permanece sin cambios. Cepsa dotará de mayor autonomía a estas divisiones con el objetivo de maximizar la creación de valor y permitir un mayor enfoque y una toma de decisiones más rápida.

La división de Química reforzará su liderazgo global en los mercados de LAB (materia prima para la fabricación de detergentes biodegradables) y fenol (utilizado para la producción de plásticos de alta tecnología), mediante el desarrollo y producción de productos químicos a partir de materias primas renovables y recicladas. En este sentido, el negocio de Química aspira a que hasta un 30% de sus ventas en 2026 proceda de productos bajos en carbono.

Por otro lado, la mayor autonomía en la gestión del negocio de Exploración y Producción resultará clave para generar flujos de caja que faciliten la transformación del grupo. Asimismo, la compañía continuará optimizando su actividad de E&P para reducir la intensidad de emisiones de CO<sub>2</sub>, a través de distintas medidas de eficiencia y la producción de bajo coste y bajo contenido en carbono.

## ► ESG

Cepsa tiene un firme compromiso con las políticas ambientales, sociales y de buen gobierno. Para reforzar este compromiso, la compañía ha vinculado la retribución de sus directivos a los objetivos de ESG: un 15-20% de su salario variable dependerá del cumplimiento de estos objetivos.

En cuanto a la Agenda 2030 de Naciones Unidas, Cepsa ha establecido como prioritarios cuatro Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): ODS 7 (Acceso a una energía asequible y limpia), ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), ODS 12 (Producción y consumo responsables), y ODS 13 (Acción por el clima).

Recientemente algunas de las principales agencias de calificación en materia de sostenibilidad han reconocido a Cepsa como referente en su industria. En concreto, Sustainalytics, ha otorgado a la compañía el primer puesto como empresa independiente de petróleo y gas a nivel global, y S&P CSA (Corporate Sustainability Assessment) la ha situado en el primer cuartil del sector energético.

Los establecimientos Hotel Taimar, Gloria Palace San Agustín, Nautilus Lanzarote y Hotel Hi Suites han sido los ganadores de la sexta edición del Premio CaixaBank de Innovación y Modernización de Empresas Turísticas Hotels & Tourism Canarias, unos galardones que cada año reconocen las actuaciones más relevantes de las empresas turísticas de las islas.

La entrega de estos premios que otorga CaixaBank, conjuntamente con las cuatro principales patronales turísticas de las islas, tuvo lugar el pasado 29 de marzo, en un acto que contó con la participación de la consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla; el director territorial de CaixaBank en Canarias, Juan Ramón Fuertes; el director comercial de Banca de Empresas de la entidad, Andrés Guerra; el responsable de Hotels & Tourism, Marcos Oliván; y los máximos representantes de las cuatro patronales turísticas de las islas: Jorge Marichal, presidente de Ashotel; Tom Smulders, vicepresidente de FEHT; Susana Pérez, presidenta de Asolan; y Antonio Hormiga, presidente de Asofuer.

En la categoría de "Mejor Responsabilidad Social Corporativa" el premio ha sido para el Hotel Taimar, ubicado en Costa Calma, Fuerteventura, en reconocimiento a su modelo de universalidad y la puesta a disposición de numerosas facilidades para personas con todo tipo de capacidades. El establecimiento dispone de bucle magnético para las personas con discapacidad auditiva, ascensores con voz y braille y pavimentos podotáctiles para guiar a personas invidentes y un diez por ciento de sus habitaciones están totalmente adaptadas.

En la modalidad de "Mejor Reposicionamiento o Reforma", Gloria Palace San Agustín, ubicado en el municipio grancanario de San Bartolomé de Tirajana, se ha alzado con la distinción en la categoría de establecimientos de más de 100 habitaciones. El jurado de los premios ha destacado el proyecto de modernización integral de las instalaciones del hotel siguiendo criterios energéticos y ambientales, cuyo objetivo ha sido garantizar la sostenibilidad del negocio ofreciendo al destino un producto moderno, atractivo y competitivo.

El premio al "Mejor Reposicionamiento o Reforma" en establecimientos de hasta 100 habitaciones ha recaído en Nautilus Lanzarote, ubicado en Puerto del Carmen. Su candidatura ha destacado por la originalidad de su apuesta por integrar la naturaleza en la arquitectura. Nautilus se concibe además como un espacio para el arte y cuenta con una residencia para artistas desde 2005, que a lo largo de los años han ido conformando con sus obras un jardín escultórico de gran valor

## Hotel Taimar, Gloria Palace San Agustín, Nautilus Lanzarote y Hotel Hi Suites ganan los premios Hotels & Tourism de CaixaBank en Canarias



Ganadores Premios CaixaBank de Innovación y Modernización de Empresas Turísticas Hotels & Tourism Canarias



► Esta convocatoria reconoce las mejores actuaciones del sector en las categorías de "Mejor Responsabilidad Social Corporativa", "Mejor Reposicionamiento o Reforma" y "Mejor Transformación Digital"

paisajístico en el entorno del establecimiento.

La "Mejor Transformación Digital" ha recalcado en esta edición de los premios en el Hotel Hi Suites, ubicado en Santa Cruz de Tenerife, en reconocimiento a la aplicación innovadora de la tecnología en su operatividad diaria. El establecimiento ofrece la opción del check in automatizado si el cliente lo desea, con control inteligente de acceso a todas las estancias. Sus habitaciones están equipadas con tecnología Chromecast y Apple TV, así como fibra óptica para navegar con la

máxima velocidad. Asimismo, los servicios en general del hotel, como puede ser el desayuno, pueden gestionarse directamente por parte del cliente desde su teléfono móvil.

CaixaBank también ha otorgado un reconocimiento especial a la "Mejor Trayectoria Empresarial" a Theo Gerlach, propietario del grupo Seaside Hotels, por su contribución al desarrollo del sector turístico del archipiélago. La proyección en las últimas décadas ha convertido a Seaside en un grupo internacional de prestigio, con una amplia experiencia en diversos sectores. En la

actualidad, cuenta en su actividad hotelera con 11 complejos, con más de 2.100 habitaciones y una plantilla en España de 900 empleados.

### Apoyo al sector turístico y hotelero

El Premio CaixaBank de Innovación y Modernización de Empresas Turísticas Canarias tiene una vertiente formativa. Los ganadores tendrán la oportunidad de conocer, de la mano de otros directivos hote-

leros referentes a nivel mundial, sus experiencias y métodos de trabajo, y aplicar los conocimientos obtenidos en la mejora de su negocio.

Este galardón es una muestra más de la apuesta de CaixaBank por el mercado turístico, un apoyo que se materializa a través de su línea de negocio especializada CaixaBank Hotels & Tourism, que tiene como objetivo el impulso del mercado turístico a través de un modelo de proximidad con las empresas y negocios hoteleros.

Esta especialización y conocimiento del ámbito del turismo ha permitido que CaixaBank, durante la crisis derivada de la COVID-19, haya puesto a disposición de los clientes del sector turístico medidas específicas de apoyo, entre las que destacan la concesión de líneas de liquidez y la moratoria o carencias en los créditos hipotecarios, con el fin de preservar al máximo la liquidez de las empresas.

CaixaBank Hotels & Tourism cuenta con más de 11.700 clientes del sector del alojamiento turístico a nivel nacional y está posicionada como un referente para este segmento de empresas con capacidad para detectar las necesidades del sector y apoyarlo con el servicio personalizado que requiere a través de un equipo de 30 profesionales especializados en el mercado hotelero y de más de 1.500 asesores de CaixaBank Empresas. A través de esta división especializada, CaixaBank pone a disposición del mercado hotelero una oferta de productos y servicios diferenciales para ayudar a optimizar la rentabilidad de su negocio y a simplificar su actividad diaria, teniendo en cuenta las necesidades de los diferentes subsectores: hoteles, alojamientos turísticos y campings.

Además, CaixaBank Hotels & Tourism tiene una sensibilidad especial con los proyectos socialmente responsables, como por ejemplo aquellos que incorporan mejoras en eficiencia energética, accesibilidad, gestión del agua y residuos, o que promuevan la incorporación laboral de personas en riesgo de exclusión. En este contexto, CaixaBank destaca por su actuación responsable y así se lo reconocen los principales organismos internacionales. El índice de sostenibilidad mundial Dow Jones Sustainability Index la sitúa entre los mejores bancos mundiales en términos de sostenibilidad.

Hotels & Tourism tiene convenios con más de 40 federaciones y asociaciones hoteleras, y organiza periódicamente encuentros con empresarios referentes del sector por toda la geografía española. Además, la entidad financiera es miembro de la Organización Mundial del Turismo, el organismo de Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

# American Humane anuncia el “Premio Internacional para la Conservación de Especies Wolfgang Kiessling”

► Las solicitudes se encuentran ya abiertas y el galardonado de esta primera edición, que se anunciará en mayo, recibirá una subvención de 80.000 dólares



**A**merican Humane ha anunciado esta semana el “Premio Internacional para la Conservación de Especies Wolfgang Kiessling”, un galardón que se entregará cada año para premiar la labor de personas que dedican su vida a la

conservación. Las solicitudes ya están abiertas y podrán presentarse hasta el 15 de abril, y será en mayo cuando se nombre al ganador de esta primera edición.

El premio ha sido creado en honor a Wolfgang Kiessling, fundador y presidente de Loro Parque y conservacionista reconocido en todo el mundo. “No hay propósito

más elevado que el de proteger y preservar el bien más preciado de nuestro mundo, la vida animal, y para mí es un gran honor otorgar este premio a aquellos que lideran el campo de la conservación”, ha asegurado el también fundador de Loro Parque Fundación.

Por su parte, la Dra. Robin Ganzert, presidenta y CEO de



American Humane, ha afirmado que “Wolfgang Kiessling es un renombrado conservacionista y fundador de Loro Parque, una de las instituciones zoológicas más respetadas del mundo por su belleza, la excelencia de sus instalaciones y su increíble trabajo para salvar especies al borde de la extinción”. “Estamos encantados de establecer este prestigioso premio de conservación en su honor y esperamos inspirar a generaciones de compañeros conservacionistas para que continúen su legado de liderazgo”, ha añadido.

El comité que otorga el galardón estará compuesto por el propio Wolfgang Kiessling; el vicepresidente de Loro Parque, Christoph Kiessling; la directora de Administración de la Compañía, Cybell Kiessling; el director de Loro Parque Fundación, el Dr. Javier Almunia; la presidenta de American Humane, la Dra. Robin Ganzert, y el director global de esta asociación, Brad Andrews.

Así, será este comité el que seleccione y vote a los candidatos, eligiendo un único ganador que recibirá el premio y, con él, una subvención de 80.000 dólares para que siga trabajando y haga contribuciones significativas a la protección y la conservación de especies desde la aplicación práctica, la investigación o la teoría.

La creación de este galardón cobra especial importancia en un

contexto como el actual, en el que los animales del mundo se enfrentan a lo que los científicos ya denominan la “sexta extinción masiva”, con hasta un millón de especies en potencial peligro de desaparecer para siempre. Hoy, los esfuerzos para preservar la biodiversidad del planeta son más importantes que nunca, así como lo son también los científicos, investigadores y defensores de la naturaleza que dedican su vida a estos esfuerzos.

Teniendo esto como premisa, y mientras miles de millones de seres humanos agotan los recursos de la Tierra, Loro Parque lleva décadas desempeñando un papel fundamental en la educación, la investigación y la conservación de las especies salvajes y sus hábitats naturales. Además, en 2017, se convirtió en el primer zoológico de Europa en recibir la certificación American Humane, reforzando su liderazgo mundial en materia de bienestar animal.

Más información sobre el premio y la presentación de solicitudes en: <https://humaneconservation.org/kiessling/>

Más información sobre Loro Parque en: <https://www.loroparque.com/>

Sigue a Loro Parque en: <https://www.facebook.com/loroparque/> / <https://www.instagram.com/loroparque/> / <https://twitter.com/LoroParque>.

# Loro Parque celebra el 50 cumpleaños del gorila Schorsch

► Este emblemático animal alcanza el medio siglo en el mismo año en que el reconocido como mejor zoológico del mundo celebra también su 50 aniversario



Loro Parque ha celebrado esta semana el 50 cumpleaños del emblemático gorila Schorsch, el más longevo del grupo que habita en las instalaciones del reconocido como mejor zoológico del mundo. Para celebrarlo, sus cuidadores le han preparado una deliciosa tarta de frutas y gelatina y un banquete de verduras.

Desde el punto de vista del bienestar animal, es todo un hito que Schorsch haya alcanzado el medio siglo, pues la esperanza de vida media para esta especie en la naturaleza es de unos 37 años y hay muy pocos ejemplares que alcanzan esta edad bajo cuidado humano. Además, el gorila de llanura occidental está críticamente amenazado y sus poblaciones se encuentran en declive debido, entre otras razones, a la caza furtiva y a enfermedades como el virus del ébola.

Schorsch nació el 3 de marzo de 1972 y es hijo de Fritz, el gorila más viejo de Europa, que falleció en 2018 a la edad de 55 años. Llegó a Loro Parque en 1994 desde el zoo de Nuremberg y, en Tenerife, se ganó el cariño y la simpatía de todos los visitantes al Parque gracias a su carisma.

Debido a su avanzada edad, Schorsch ha perdido agudeza visual, pero esto no le impide seguir localizando su enriquecimiento ambiental gracias al tacto.

## 50 años de Loro Parque

Fundado el 17 de diciembre de 1972, Loro Parque fue concebido inicialmente como un paraíso para papagayos e inició su andadura con tan solo 25 personas, 150 loros y un espacio de 13 000 cuadrados. Con el transcurso de los años, se convirtió en una de las instituciones zoológicas y reservas genéticas más respetadas y reconocidas del mundo, tanto por su belleza, como por la excelencia de sus instalaciones, el cuidado a los animales y su respeto a la naturaleza. Junto a Loro Parque Fundación, posee actualmente, en sus diferentes centros, la reserva de especies y subespecies de loros más grande y diversa del mundo y, por tanto, se ha convertido en la entidad líder a nivel internacional en la cría y el manejo de psitácidas.

A lo largo de su historia, se ha convertido en visita obligada, el “must” de Canarias, y en uno de los imanes más potentes para los turistas de las islas Canarias, con 50 millones de visitantes desde su inauguración. La excelencia, la calidad de sus instalaciones, el amor por los animales y su compromiso medioambiental le han convertido en el mejor zoológico del mundo.

# El tinerfeño más leído del mundo



mundo y ha sido traducido a idiomas como el chino, el búlgaro, el ruso o el árabe. Hablamos del tinerfeño Alberto Vázquez-Figueroa, uno de los escritores hispanoamericanos más leídos de las últimas décadas.

Vázquez nace el 11 de octubre de 1936 en Santa Cruz de Tenerife, sin embargo, cuando contaba con tan solo un año de edad y tras el inicio de la Guerra civil española, su familia es exiliada a África. A muy temprana edad Alberto queda huérfano y es criado por su tío en el norte del continente, el joven muchacho crece entre Marruecos y el Sáhara y es aquí donde empieza su andadura literaria.

Apasionado de las historias que encontraba en la biblioteca de su tío, desarrolla un gusto especial por el relato de aventuras, entre sus favoritos se encontraban Joseph Conrad, Julio Verne, Herman Melville y Robert Louis Stevenson. Es después de volver a Tenerife a cursar el bachillerato cuando escribe su primera novela *Arena y viento*, en la que relata de manera autobiográfica la vida de un joven en el desierto, lugar al que regresaría años más tarde y que guarda en un lugar especial en su corazón.

Después de terminar sus estudios en Tenerife se traslada a Madrid. Movidado por su pasión literaria decide matricularse en la Escuela Oficial de periodismo, asegurándose con ello una profesión que le permitiera dedicarse a escribir de una u otra manera.

Pero, para escribir, hace falta vivir, y la búsqueda de aventura es algo que moverá al autor por el mundo entero durante toda su vida. Desde dar la vuelta al mundo en un velero a enrolarse en el buque insignia de Jacques-Yves Cousteau para aprender buceo. Fue profesor de buceo en el buque-escuela de la Marina española y encabezó el grupo de buzos que ayudó a rescatar los cadáveres de la catástrofe de Ribadelago en el año 1959.

No queda aquí su sed de aventuras, aunque posiblemente él lo llamaría sed de recopilar experiencias. Es esto lo que lo lleva a convertirse en corresponsal de guerra, siente el deseo de contar aquello que experimenta el ser humano en una de las situaciones más límite que puede llegar a vivir. Cubrió guerras y revoluciones como la de Bolivia, Chad, Congo, Guatemala, Guinea o República Dominicana. Trabajó para *La Vanguardia* y RTVE sin dejar de lado sus novelas que ya por aquel entonces gozaban de notable éxito. Para él, lo más importante es “escribir para uno mismo, no pensando en el público, quién hace esto, nunca llegará a ser buen escritor”.

Llegado el momento, Vázquez deja a un lado el periodismo para formar una familia, “ser corresponsal de guerra y ser padre de familia no son compatibles” afirmaba el autor en una entrevista. Pero su espíritu curioso, del que declara que no hay que deshacerse nunca, lo lleva a convertirse en inventor, aunque el prefiere decir que “no inventa nada, solo usa la lógica”. Desarrolla así una serie de ideas, entre ellas, una nueva forma de desalinizar el agua o el uso de placas de horno en el desierto para obtener agua durante la noche y calentar la comida durante el día.

A pesar de compaginar su vida de periodista primero e inventor después con la escritura siempre se ha considerado ante todo escritor de profesión. *Ébano*, es la novela que en 1975 lo dio a conocer en el mundo entero. Trata el tráfico de esclavos en África y es

la primera en saltar a la gran pantalla. Alrededor de unas 15 de sus novelas han sido llevadas al cine, algo que ha disfrutado enormemente como apasionado de este género.

El haber recorrido medio mundo y conocer de primera mano los problemas más graves de la humanidad le ha hecho dar voz a muchos conflictos. En sus más de 90 libros publicados trata temas como la explotación del coltán, el terrorismo internacional, o incluso, en su última novela *La Vacuna*, el coronavirus. Podríamos destacar títulos como *Océano*, *Tuerreg* o *Cienfuegos*; en el que narra la historia de un cabrero de La Gomera embarcado por error en una de las naves de Cristóbal Colón rumbo al Nuevo Mundo en su paso por la isla colombiana.

Pero el éxito del canario no lo ha hecho cambiar, ha tenido muy claro en su vida que es, y debe seguir siendo, la misma persona. Para él, el éxito no es vender millones de libros y repele la palabra “triunfar”.

En una entrevista afirmaba que no quiere estar de moda “porque eso significa pasar luego de moda. Lo que menos le interesa a un escritor es eso, estar de paso.” Añadía también con gran orgullo: “me satisface mucho que libros que se publicaron hace ya 70 años se sigan reeditando y comprando”. Lo que si podemos tener claro es que Vázquez-Figueroa se ha hecho con una gran cantidad de lectores fieles y sigue atrayendo a nuevos apasionados de sus historias novela tras novela.

Sirvan estas palabras para resaltar la figura de un hombre que nos ha dado (y nos sigue dando) historias y momentos inolvidables. Un hombre que nos ha hecho dar la vuelta al mundo y abrazar las alegrías y las penas de diferentes culturas. Un hombre que desde el sofá de casa nos ha hecho ser parte de la humanidad entera. Un hombre que, a día de hoy, es el tinerfeño más leído del mundo.

BÁRBARA MÉNDEZ | TENERIFE

Los canarios tenemos como referente literario al gran Benito Pérez Galdós. Es difícil superar su buen hacer con la pluma,

pero, no por ello dejamos de tener o haber tenido mucho talento en nuestras Islas Afortunadas.

Se acerca el día del libro y qué mejor que hablar hoy de un canario que ha vendido más de 32 millones de ejemplares en todo el

**INCAPOL**

Colchones de calidad fabricados en Canarias

La fábrica de tus sueños

Elaborado en CANARIAS

Visita nuestra nueva tienda online: [www.incapol.es](http://www.incapol.es)

# Legna Otero: “El talento tiene acento cubano”

► La joven artista, acompañada de su flauta, ha querido acercar su corazón a las Islas Canarias, desde La Habana, a ritmo de jazz



Legna Otero posando en la ciudad de La Habana.

de nivel medio-superior en el Conservatorio de Música José White. Otero nació hace 25 años en el municipio de Nuevitas, en la provincia de Camagüey, en el seno de una familia que siempre la apoyó en su deseo de convertirse en artista y de involucrarse en el ambiente cultural de su país. “El arte ya nació conmigo. Mi padre era el director de la casa de la cultura de Nuevitas y yo siempre quería participar en todas las actividades que se programaban”, afirma. “Recuerdo que mis juegos consistían fundamentalmente en bailar y cantar, hasta que con nueve años empecé a estudiar música de manera profesional”, añade. La nuevitera –gentilicio de las personas nacidas en Nuevitas– sintió una fuerte inclinación a muy temprana edad por la música, pero especialmente por el jazz. “Mi sueño era ser cantante de jazz. Sin embargo, un quiste me afectó a las cuerdas vocales... Ahora, lo que siempre quise hacer con mi voz, lo hago con la flauta”, asegura.

**“Un quiste me afectó a las cuerdas vocales... Ahora, lo que siempre quise hacer con mi voz, lo hago con la flauta”**

A pesar de mostrarse muy agradecida por la oportunidad que Cuba le ha dado de formarse musicalmente, la artista lamenta que en su país no haya escuelas de jazz. “Yo aprendí por mi cuenta, buscando libros y preguntándole a la gente”, reconoce. No obstante, a la isla se le atribuyen grandes profesionales de la música que han sido reconocidos a nivel internacional. “Los músicos en Cuba tenemos muy buena formación académica, pero quizás se insiste demasiado en la música clásica y nos olvidamos de otros géneros musicales como es el caso del jazz”, apunta. La compleja situación político-económica de la isla caribeña obligó a Otero, principalmente cuando comenzó la pandemia, a reinventarse y a recurrir a otro medio de vida para ganar dinero y poder subsistir. “Los músicos no tuvimos trabajo en ese período y tuve que trabajar en una panadería para salir adelante. Además, yo vivo sola en La Habana pero no sentí ningún miedo y tampoco me preocupé por el qué dirán.... En definitiva, es un trabajo muy digno y tuve que hacerlo por pura necesidad”, dice.

La artista ha aprovechado para hacer una crítica constructiva sobre el machismo que aún predomina en la sociedad, en general, y en el mundo de la música en

concreto. “A las mujeres nos cuesta mucho más conseguir el reconocimiento artístico que se le puede otorgar a un hombre. En el mundo del jazz, por ejemplo, para formar un grupo se suele buscar una chica que cumpla con unos determinados cánones de belleza...” afirma. “Como mujer desearía elevar el poder femenino, que sea admirado y respetado, demostrar todo lo que podemos hacer las mujeres con la gran sensibilidad que tenemos. Son muy pocos los hombres que admiran a las mujeres.... De algún modo me gustaría lograr esto”, subraya. No obstante, a pesar de que este es un asunto que le preocupa especialmente a la artista, no es el foco en el que diariamente pone su atención. Realmente, Otero se centra en su público, es decir, en todas aquellas personas que la siguen y la apoyan para que continúe compartiendo su arte en los escenarios. “El escenario es mi mundo, es sagrado. Una vez que me subo al escenario olvido todos los problemas. Ese espacio es mi burbuja.”, reconoce.

**“Como mujer desearía elevar el poder femenino”**

La joven cubana se define como un alma libre, reivindicativa y volcada con las causas sociales. Otero, un derroche de cercanía y humildad, entiende también la música como “un medio para ayudar emocional y psicológicamente a las personas”. “Me gustaría que la gente viniera a verme no tanto por lo buena artista que pueda ser, sino por la ayuda que pueda brindarle a la sociedad con mi trabajo”, recalca. Por otro lado, la nuevitera ha aprovechado para reivindicar que “no se debe valorar a un artista por su ideología política, sino por el talento que la persona posea”. Al ser preguntada por la realidad en la que su país está sumido, Otero no duda en abrirse en canal para asegurar, con la voz entrecortada, que “Cuba está destruida”. “Es muy triste caminar por sus calles, hablar con las personas.... Es muy duro vivir la Cuba que conocemos actualmente”, suspira.

**“Sería un sueño poder actuar en Canarias”**

En lo que a nuestro archipiélago respecta, la artista nunca ha podido viajar a ninguna de las islas, pero la idea de conocerlas le resulta irresistible. “Sería un sueño poder actuar en Canarias. España es un país que me encanta y al que quisiera ir pronto. Además me gusta mucho la calidez de su gente”, confiesa.

Legna Otero no se separa de su flauta ni para dormir. La música corre por sus venas. En estos momentos capitanea un proyecto llamado *Equally*, con el que recorre espacios culturales emblemáticos de La Habana. La joven artista ensaya cada día con más esmero con el objetivo de hacer un poco más felices a las personas que van a disfrutar de sus actuaciones. “Mi mayor meta a nivel profesional es unir la música con el poder de ayudar a las personas”, concluye.

**L** DAILOS PÉREZ | MADRID a música, aparte de ser el idioma universal con el que todo el mundo se puede comunicar, ha sido siempre un vehículo democrático que ha servido para difundir mensa-

jes impregnados de derechos y libertades. Este medio se ha transportado al otro lado del océano Atlántico para dar a conocer a nuestro archipiélago la realidad social y cultural de *La Perla del Caribe*. Desde la isla de Cuba nos atiende, sin despegarse de su flauta, la artista Legna Otero, graduada

# 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

ABRIL MMXXII



## “ TAMBIÉN SOMOS LA SOSTENIBILIDAD ”

CANARIAS  
2030

AGENDA CANARIA 2030  
CONÓCELA Y PARTICIPA EN  
[CANARIAS2030.ORG](http://CANARIAS2030.ORG)

