

José Valle: "El Círculo presentará proyectos transformadores para Lanzarote" P30



Laura Castro: "Este año Tenerife se consolidará como destino sostenible y digital, con un presupuesto volcado en la promoción y la conectividad" P32



Francisco Rodríguez: "Buscamos expandir el conocimiento de nuestra marca" P35



Campofrío presenta: "Vivir es acojonante" P60



Tribuna de Canarias

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

ENERO MMXXII | 1,20€ | Islas Canarias

TRIBUNADECANARIAS.ES



Agustín Manrique de Lara:
"Si queremos atraer economía digital, tenemos que tener una legislación absolutamente actual" P10

ENTREVISTA.
PRESIDENTE DE LA CONFEDERACIÓN CANARIA DE EMPRESARIOS Y DEL CÍRCULO DE EMPRESARIOS DE GRAN CANARIA

Manuel Domínguez: "Canarias necesita un REF fuerte que aporte seguridad jurídica" P2

NUEVA ECONOMÍA

Jorge Alonso. CIO de Velorcios Group
Ciberseguridad y el arte del engaño P14



Sebastián Martínez. CEO de Green Efficient Solutions
La reconstrucción verde por el volcán que NO será P17



Carmen Pérez. Socia área legal AP Consultores
La sucesión, ¿testada o intestada? P18



Luis Abeledo. Abogado
¿Qué pasa con las mascarillas? P20



Miguel Borges. Tour Operation & Sales Manager Smy Hotels
2021.....2022 P22



ENTREVISTA.
CANDIDATO A LA PRESIDENCIA DEL PP DE CANARIAS



Loro Parque Fundación dedicará 1,45 millones de dólares a la conservación de la biodiversidad durante el año 2022 P62

González muestra su asombro por los procedimientos del Estado ante otra modificación del REF P9



El Cabildo ayuda a las ONG a implementar la Agenda 2030 en proyectos de cooperación P49

ESPECIAL TURISMO



Manuel Domínguez: “Canarias necesita un REF fuerte que aporte seguridad jurídica”

ENTREVISTA

MANUEL DOMÍNGUEZ
CANDIDATO A LA PRESIDENCIA
DEL PP DE CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Si nada cambia, usted presidirá en breve el Partido Popular en Canarias. ¿Cómo asume este gran reto? Porque, si bien usted lleva años en política, el reto es grande.

La verdad es que el reto es sumamente importante, un reto nada sencillo, pero que ilusiona. A mí particularmente me ilusiona mucho. He visto en estas últimas semanas cómo los distintos órganos del partido, extrapolados a personas, están muy ilusionados, tienen muchas ganas, están dándolo todo y esto te lleva casi en volandas a asumir ese día.

El reto además es grande porque la situación económica y social de Canarias es tremendamente delicada teniendo en cuenta que ya llevamos dos años de crisis. El trabajo va a ser arduo, ¿no?

Como alcalde, he aprendido que uno entra en política para resolver problemas y he visto cómo en los últimos tiempos el Presidente del Gobierno de Canarias, Ángel Víctor Torres, se ha basado en lamentarse de todo lo que ha venido sucediendo a Canarias.

Y es verdad, Canarias está en una situación muy difícil, pero para eso nos presentamos a las elecciones, para eso asumimos retos, para eso estamos en política, para resolver los problemas, en este caso, de todos y cada uno de los canarios, que es para lo que uno va a trabajar intensamente.

Hablemos internamente a nivel de partido, ¿hay unidad en el Partido Popular en estos momentos?

Yo he arrancado mi campaña con un eslogan que es “Juntos”, y he conseguido que en esas seis letras se sientan todos identificados, por eso ahora sí podemos hablar de un partido que está empezando a estar unido, que empieza a estar cohesionado y quizá ese es el primer objetivo para luego presentar a la ciudadanía un proyecto, un equipo, un programa, una idea de Canarias.

¿Va a haber una profunda reestructuración después de que comience la andadura como presidente o será una línea un poco más continuada?

En cuanto a personas, sí es verdad que voy a hacer mi equipo, aquel equipo con el que entiendo uno que las cosas pueden salir bien o pueden salir mal, con el que uno puede dar la cara y con el que uno cree que puede cumplir los máximos objetivos posibles. Con lo cual, no sé si eso significa reestructuración, renovación, impulso y demás, pero sí es cierto que las caras que veremos conformando ese organigrama será un equipo pensado, meditado y en el que yo voy a depositar toda la confianza del mundo.

La ciudadanía busca también caras nuevas y caras profesionales, busca que quienes nos gobiernen sean personas cualificadas con actitud y aptitud, me imagino que también esa será una labor, el que la ciudadanía se sienta representada con las personas que usted elija para conformar ese equipo.

Soy un hombre que cree en el municipalismo, de hecho, será ese mi programa, mi

idea, mi puesta en escena porque creo que la política se hace de abajo hacia arriba y lo que sí voy a plantear en ese nuevo equipo es que haya personas que han vivido el municipalismo, creo que para ser director de hotel primero hay que ser recepcionista y para llegar a ser algún miembro importante de un Gobierno, como el de Canarias, uno tiene que haber sufrido, vivido, empatizado la política local, porque ciertamente es la que te enseña, la que te demuestra cómo hay que hacer las cosas.

Dos años de crisis, ¿cree usted que Ángel Víctor Torres y su gobierno ha hecho una buena gestión de la misma?

Tras dos años de crisis, que son dos años de Gobierno, podemos ver que no han aprendido.

Estamos en el año 2022 improvisando, una vez más, ante una situación como la pandemia en la que vemos que quizá van a toque de silbato, si hay una crisis como la de Thomas Cook giran todos sus esfuerzos hacia allí y se olvidan del resto, si hay una crisis como la de La Palma giran toda su mirada y se olvidan del resto y con la pandemia, tras dos años, vuelven a improvisar una vez más sin saber cómo son los niveles, cuál es el mensaje que hay que enviar a la ciudadanía.

Si uno sale a la calle ve a unos canarios que están absolutamente confundidos.

¿Se debía haber posicionado el Gobierno de Canarias más a favor de los intereses de Canarias a pesar que el Gobierno Nacional sea también del Partido Socialista?

Voy a mencionar tres cuestiones que demuestran que ciertamente Ángel Víctor Torres ha sido sumiso a Pedro Sánchez: inmigración, transferencias en carretera y la pandemia.

Creo que en estos tres asuntos las medidas que se han ido adoptando han venido marcadas por el Gobierno nacional y, desde Canarias, el Presidente del Gobierno, para no ofender al Gobierno Central, ha antepuesto los intereses de su partido a los intereses de los canarios.

¿Cuáles son los pasos que se deberían dar en Canarias, bajo vuestro punto de vista, para que de verdad empezara a verse una recuperación? Es cierto que el paro va bajando, pero una cosa es que el paro baje y otra es que se genere empleo de calidad.

El próximo día 23 tenemos una ponencia donde se hablará de economía vinculada, indiscutiblemente, al turismo, porque el Partido Popular de Canarias y yo, personalmente, no creemos en ese mensaje de que la economía canaria se tiene que modificar.

Es cierto que en los distintos sectores quizá haya que darle más peso a algunos, por ejemplo la industria, pero nunca nos podemos olvidar del turismo. Ese mensaje que he escuchado en el Parlamento de Canarias de la diversificación de la economía y que la economía canaria tiene que dejar de pensar en tener un peso específico en el turismo es un grave error, y creo que lo que tiene que hacer un gobierno serio es potenciar nuestro turismo y vincularlo a muchos otros sectores que quizá dibujen el Producto Interior Bruto de distinta manera y que cree empleo de mayor



estabilidad, de mayor seguridad para el empleado como puede ser en el sector industrial.

Nuestros puertos, por ejemplo, son los grandes olvidados, yo creo que Canarias vive de espaldas al mar y este es uno de los claros ejemplos que hay que tener en cuenta. En esa ponencia dibujaremos cuál es la idea del Partido Popular en Canarias para nuestra economía.

“He arrancado mi campaña con un eslogan que es “Juntos”, y he conseguido que en esas seis letras se sientan todos identificados, por eso ahora sí podemos hablar de un partido que está empezando a estar unido, que empieza a estar cohesionado”

Sin lugar a dudas, cabe recordar que la que crea empleo es el sector privado, la administración tiene una limitación importante, la riqueza y el empleo lo crean las empresas, ¿cree usted que ha estado apoyado el empresariado canario con medidas valientes y contundentes tanto para crear nuevas empresas como puestos de trabajo?

Como este es un mensaje para el empresario podemos aprovechar para mencionar algunas palabrotas y digo palabrotas no porque sean ofensivas sino porque son difíciles de entender como puede ser: el REF y, dentro del mismo, la RIC.

En estas últimas semanas hemos visto como el Parlamento de Canarias ha mantenido una posición distinta entre los grupos del Partido Popular y los grupos del Gobierno, porque entendemos que no se están defendiendo posiciones ventajosas que den especialmente seguridad jurídica al sector empresarial y sí, el sector empresarial es el único que crea empleo. La administración pone elementos ventajosos o no, para que ese sector empresarial cree empleo. Y esa es la gran diferencia de los que pueden gobernar en un momento u otro. En comunidades autónomas como Andalucía o Madrid están creando riqueza con políticas más liberales que las que se están desarrollando actualmente en Canarias.

Andalucía se ha posicionado como la cabeza de España ahora mismo en la creación de empleo y ahí está el Partido Popular liderando una comunidad que con políticas económicas valientes está repuntando. ¿Le gusta el modelo?

Cada uno debe mantener su idiosincrasia, su forma de ser, sus condiciones específicas, nosotros somos un territorio fragmentado, separado del resto del territorio nacional, pero es cierto que hay que hacer una mayor apuesta por unas políticas más liberales económicamente hablando.

Lógicamente, en un gobierno en el que participa Podemos, en el que participa Nueva Canarias es inviable pensar que esto vaya a ser así, ellos quieren que todo este intervinido, que nada se escape de su poder de gestión o de mala gestión, y por tanto, así no hay futuro. Hay que dejar que las empresas sean las que creen esa economía y ese desarrollo en nuestra tierra.

Queda un año y medio, ¿cuáles van a ser esos pilares de la campaña que usted pretende arrancar?

Sin lugar a dudas, nosotros tenemos que hablar de la mejor política social que se puede hacer que no es otra que la creación de empleo. Ya he dicho cómo se crea empleo, que es apostando, apoyando firmemente al sector privado, luego tenemos que hablar de la inmigración, creo que la inmigración la han acallado intencionalmente, no se quiere hablar de inmigración porque saben que estamos sufriendo un grave problema. Hay cientos de personas muriendo diariamente queriendo conseguir un futuro mejor y, además, a Canarias no le está viniendo nada bien por

imagen lo que estamos sufriendo, pero no quieren hablar de eso.

Por lo tanto, empleo e inmigración y, lógicamente, tenemos que hablar del turismo. El turismo es nuestra niña bonita, nuestra fuente de ingresos principal y creo que en los últimos tiempos no solo no se ha hablado de ello, sino que se ha hecho poco y es ahí donde el Partido Popular tiene que trabajar intensamente. Insisto en lo que dije antes, nunca nos olvidaremos de las políticas locales.

Hay un tema importantísimo para la economía canaria: el REF. En la misma edición de este periódico, Manrique de Lara menciona que tenemos que mirar hacia un REF de 15 años, no podemos estar modificando cada 5 años el REF, sino crear un marco normativo estable que nos permita desarrollar la economía. ¿Qué opina usted?

Yo siempre he dicho que el dinero y el empresario es miedoso. Lógicamente es miedoso porque tiene sus intereses y sus pérdidas o ganancias, y allí donde no hay seguridad jurídica no hay inversión.

Por lo tanto, Canarias necesita seguridad jurídica y para que haya seguridad jurídica hace falta un REF fuerte y para que sea fuerte hay que creer en él. ¿A alguien se le ocurriría pensar que Pedro Sánchez debatiría en el Congreso de los Diputados sobre el fuero vasco? ¿De verdad cree alguien que sería capaz? No, no sería capaz. No sería capaz porque allí hay unión, porque allí hay fuerza y porque allí se lo creen. En Canarias no se lo creen, la ciudadanía no sabe de lo que estamos hablando y por lo tanto, Pedro Sánchez se ha atrevido a hacer lo que ha hecho en los últimos años que es poner en duda esa seguridad jurídica.

Entrar en el Parlamento de Canarias es la prioridad. Es cierto que una mayoría absoluta, dada la ley electoral tenemos, es complicada. El Partido Popular, llegado ese momento, ¿va a estar abierto a dialogar con todas las fuerzas? ¿Cómo plantea usted la situación?

El que me conoce sabe que soy un hombre de diálogo, que me gusta tratar las cosas de tú a tú. Es cierto que no habrán líneas rojas exceptuando esa posibilidad de pactar con Podemos, lógicamente ahí no nos van a encontrar. Yo creo que es absolutamente demostrable el por qué. En los últimos años hemos visto esa pésima gestión que se ha llevado a cabo. Es un partido populista, ha nacido para crear o mantener el problema, es su fuente de vida, es su alimento, es su gasolina, si no hay problemas no saben vivir y desde el gobierno no saben vivir. Exceptuando esa situación, el Partido Popular está dispuesto a oír, a hablar de pactos globales y parciales.

¿Tiene más futuro esta comunidad autónoma con el Partido Popular?

Yo no tengo la menor duda, si no, no estaría en el Partido Popular. Cuando uno cree que la política se hace de forma voluntaria y yo creo que la política se hace de forma voluntaria, elige y, yo he elegido estar voluntariamente en el Partido Popular, porque creo que es la mejor para poder llevar a cabo una gestión de mi tierra donde vive mi gente, mis hijos, mi familia y creo que es el que puede presentar ese proyecto de futuro para que esta tierra, con políticas mucho más sensatas y claras, pueda salir a adelante.



CEOE-Tenerife asesora en materia de orientación laboral a más de 1.300 usuarios durante 2021

El Servicio de Orientación Laboral de CEOE-Tenerife, cofinanciado por el Servicio Canario de Empleo (S.C.E.) y Servicio Público de Empleo Estatal (S.E.P.E.), se consolida como punto de referencia para personas en búsqueda de empleo de la provincia de Santa Cruz de Tenerife.

El principal objetivo del servicio es contribuir a la mejora de la empleabilidad de las personas, como parte del Servicio Integral de Empleo (S.I.E) de CEOE-Tenerife, ofreciendo de manera gratuita a aquellos usuarios/as inscritos como demandantes

o en mejora de empleo y ocupados que lo requieran toda la orientación relativa a la búsqueda de empleo y formación.

Los servicios se han desarrollado tanto de manera presencial, telemática como mixta, facilitando así su acceso, y trabajando de forma coordinada con las oficinas de Empleo del S.C.E. Además se ofrece información sobre el mercado de trabajo no sólo a nivel provincial, sino también en todos los países del Espacio Económico Europeo a través de la Red Eures, lo que contribuye y facilita la movilidad laboral.

Durante este proceso y para que esa búsqueda sea lo más eficaz posible, se

asesora de forma especializada e individual mediante Itinerarios Personalizados de Empleo. Dichos itinerarios consisten en una entrevista inicial con el usuario/a que ayude a detectar tanto las aptitudes y/o carencias formativas que faciliten el acceso al mercado de trabajo. Así mismo, se desarrollan talleres grupales de diferentes materias, tales como enfrentarse a una entrevista de trabajo con éxito, facilitar herramientas para la búsqueda de empleo o cómo elaborar un Curriculum Vitae. Complementado al mismo tiempo estas actuaciones con un seguimiento y acompañamiento durante todo el proceso

del desarrollo de su itinerario.

En este año un total de 1365 usuarios/as han solicitado nuestro servicio, muy por encima de las estimaciones calculadas a principio de año, de los cuales 930 han completado sus itinerarios de empleo. Cabe destacar el apoyo brindado desde nuestro departamento a aquellas personas que solicitaban la Renta Activa de Inserción (R.A.I) con un total de 265 atendidas.

El Servicio de Orientación Laboral de CEOE-Tenerife a lo largo de este año 2021 ha participado de forma activa en diferentes eventos y ferias como:

-Salón de empleo portuario de Canarias "PORT2EMPLEO", organizado Factoría de Cohesión (FACOCIP.COM).

-Feria Insular de Empleo "Emplealnd" organizada por el Cabildo Insular de Tenerife.

Además, se han impartido diversas charlas informativas en diferentes medios como Canal 4, Asociaciones y Lanzaderas de Empleo de diferentes puntos de Tenerife.

Para solicitar más información o cita con nuestro servicio contactar por teléfono 922 280 880 o correo electrónico sie@ceoe-tenerife.com.

La Confederación Canaria de Empresarios hizo entrega del Premio emprendedor 2021



La Confederación Canaria de Empresarios, en el marco de actuaciones del Servicio Integral de Empleo, celebró el VII Congreso de Emprendimiento 2021 los días 30 de noviembre y 1 de diciembre, en colaboración con el Ministerio de Tra-

bajo y Economía Social y el Servicio Canario de Empleo.

La séptima edición de este Congreso se organizó en el Centro de Iniciativas Culturales CICCAs de Las Palmas de Gran Canaria, y en esta ocasión el evento versó sobre el "Momento de Emprender".

Este tipo de actos que organiza la Confederación de manera periódica, pretenden servir de escenario para compartir con los participantes de estas jornadas, el conocimiento que atesoran profesionales y emprendedores que han iniciado con éxito un nuevo proyecto empresarial.

En la edición de este año, y en palabras del Presidente de la Confederación, D. Agustín Manrique de Lara y Benítez de Lugo, se quería poner en valor el momento personal de cada emprendedor que decide a dar el paso de crear una empresa, máxime en un momentos como los actuales, donde los nuevos proyectos empresariales cobran especial importancia para el conjunto de nuestra economía y el desarrollo de nuestra sociedad.

El evento pudo seguirse en directo a través de las redes sociales de la CCE y por streaming, de manera totalmente gratuita, y también contó con la asistencia presencial de un nutrido público, con todas las medidas de prevención y seguridad necesarias.

En la inauguración también estuvo presente el Viceconsejero de Empleo del Gobierno de Canarias, Ilmo. Sr. D. Gustavo Santana

Martel, y el Director de la Fundación La Caja de Canarias, D. Fernando Fernández Morales, que este año colaboró con la Confederación en el patrocinio y entrega del Premio Emprendedor 2021.

La ronda de ponencias se inició con la intervención de D. Antonio Elías López Gulías, en representación de la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información, del Gobierno de Canarias, que informó sobre las líneas de financiación que dispone la Agencia dirigidas a proyectos innovadores y de alto valor añadido.

En el Congreso también intervino Dña. Rosa Batista Canino, profesora e investigadora de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria, y miembro del equipo de Global Entrepreneurship Monitor en Canarias, quien reveló los hitos más importantes de la actividad emprendedora en los últimos 20 años.

Otra de las intervenciones estuvo a cargo de D. Elliot Martín Alejandro, director de la Asociación de Trabajadores Autónomos de Canarias, (ATA CANARIAS), quien informó de los errores más comunes a la hora de emprender y aportó valiosos consejos a nuevos emprendedores.

En el segundo día del Congreso, intervino el Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE Canarias), D. Agoney Melián Sosa, abordando conceptos como la marca y el desarrollo personal y emocional.

La ronda de conferencias finalizó con D. Norberto Morales Sosa, quien presentó soluciones para que una marca pueda ampliar sus ventas.

En el Congreso también intervinieron Dña. Yukonda Esparragoza Jiménez, CEO de "Lavandería Romeral, y D. Yeray Rivero Santana," de "Link Soluciones" quienes expusieron las claves que explican el éxito de sus proyectos empresariales.

En el seno de este Congreso también se celebró la final del "Premio Emprendedor 2021" dotado con 4.000 euros, y se hizo entrega de un accésit para el segundo mejor proyecto dotado con 2.000 euros.

A esta final llegaron cinco proyectos y tras realizar una exposición y una larga deliberación, el jurado acordó hacer entrega de una mención especial, en forma de ACCESIT, al proyecto "Creaciones C&H", de Da Cristina González Machado, y otorgar el Premio Emprendedor 2021 al proyecto "Komité, cocina itinerante", del Chef Luis Ortiz Díaz.

La clausura del acto corrió a cargo del Vicepresidente de la Confederación Canaria de Empresarios, D. José Cristóbal García García, quien recalzó que eventos como ese deben servir de estímulo a los futuros emprendedores, y recordó que la Confederación Canaria de Empresarios dispone de un área de apoyo y asesoramiento totalmente gratuito dirigido a emprendedores y personas interesadas en dar el primer paso, financiado por el Ministerio de Trabajo y Economía Social y el Servicio Canario de Empleo.

En la clausura también estuvo presente la Directora del Servicio Canario de Empleo, Ilma. Sra. Da. Dúnnia Rodríguez Viera, y D. Fernando Fernández Morales, Director de la Fundación La Caja de Canarias, quienes hicieron entrega de los galardones.

El Servicio Integral de Empleo de la Confederación Canaria de Empresarios lo integra un grupo de profesionales volcados en resolver las dudas que surgen al pergeñar una idea de negocio, y acompañarles en la tarea de hacer realidad un proyecto empresarial.



SERVICIO DE ASESORAMIENTO
para emprender en los ámbitos
ECONOMÍA VERDE Y AZUL SOSTENIBLE

Contrasta tu idea con nosotros e identifica los condicionantes de la actividad que deseas emprender.

922 100 418
medioambiente@camaratenerife.es

Cámara Santa Cruz de Tenerife

Desarrollo Sostenible y Lucha contra el Cambio Climático

La Cámara y el Cabildo de Tenerife asesoran en 2021 a 900 empresas en materia medioambiental para abrir su negocio

► Con más de 13.600 asesoramientos desde su creación hace diecisiete años, el servicio de asesoramiento empresarial medioambiental continúa contribuyendo a la sostenibilidad del sistema económico de la isla de Tenerife ofreciendo información sobre el emprendimiento en los ámbitos de la Economía Verde y Azul sostenible

El Servicio de Asesoramiento Ambiental es un proyecto gestionado por la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, con el impulso y la financiación del Área de Desarrollo Sostenible y Lucha contra el Cambio Climático del Cabildo de Tenerife, que se ha consolidado como un referente en el asesoramiento a empresarios y emprendedores en todas las cuestiones ambientales que puedan afectar al funcionamiento de un negocio, además de desarrollar y apostar por ideas innovadoras que promuevan la sostenibilidad y los empleos verdes.

Esta colaboración entre ambas instituciones se inicia en el año 2004, con la programación conjunta de jornadas y la edición de las pri-

meras guías para la adecuada gestión de residuos, incorporándose en el año 2012 al conjunto de acciones previstas dentro del Convenio Marco para la mejora e impulso de la productividad y la competitividad del tejido empresarial en la isla de Tenerife.

Su finalidad es promover la creación de empresas y los empleos verdes o azules sostenibles, al tiempo que se asesora a empresarios y emprendedores en materia de sostenibilidad, contribuyendo directamente a que la isla de Tenerife implemente 11 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, especialmente los de Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible y Garantizar modelos de consumo y producción sostenibles.

La gestión que se pretende in-

culcar desde el Servicio de Asesoramiento Ambiental supone múltiples ventajas, no solo ambientales, sino económicas, ya que supone un ahorro en dinero, economizando en gasto energético, de agua o en el uso de materiales, además de contribuir con ello a la disminución de la generación de residuos y a gestionarlos de manera correcta; o un aumento de los ingresos al captar y fidelizar a los clientes más sensibilizados.

Gracias a este servicio, los emprendedores y empresas conocen las buenas prácticas ambientales a incorporar y sus obligaciones específicas en función de la actividad que desarrollan o que quieren poner en marcha, además de otras de cuestiones relacionadas como, por ejemplo: oportunidades de negocio, subvenciones y ayudas, formación, certificaciones ambien-

tales, etc.

Del mismo modo, con este servicio se promueve la responsabilidad social empresarial, divulgando el modelo alternativo de la Economía del Bien Común.

Economía Verde y Azul sostenible

El Servicio facilita el alta como autónomos, a través de Documento Único Electrónico (DUE), en la Tesorería General de la Seguridad Social, Agencia Tributaria del Estado y Agencia Tributaria Canaria, a los usuarios que inician su actividad en los ámbitos de la Economía Verde y Azul sostenible.

Las altas vinculadas a estos ámbitos supusieron 47 en el caso de la Economía Verde y 7 de la Economía Azul, representando un aumento del 88% y 75€ respectivamente, en relación con el año anterior.

Un referente insular en asesoramiento medioambiental

En los últimos diecisiete años 13.600 empresarios, emprendedores, trabajadores y profesionales se han beneficiado de un asesoramiento medioambiental, siendo 900 los atendidos durante el año 2021. Este asesoramiento ha sido mayoritariamente correo electrónico (54%), seguido del presencial (43%), representado el telefónico un 3%.

En cuanto al contenido de los asesoramientos, los usuarios han sido informados en mayor proporción sobre la gestión de los residuos peligrosos y no peligrosos que genera su actividad (78%); seguido por las buenas prácticas ambientales (56%) y las obligaciones (30%) vinculadas a esta; la formación (17%), principalmente en eficiencia energética y textil sostenible; y la necesidad de contratar gestores autorizados para los residuos generados (8%). Asimismo, al 42% de los usuarios se les entregó una guía para la adecuada gestión de los residuos o buenas prácticas que se correspondían con la actividad a desarrollar, siendo mayoritarias las actividades empresariales vinculadas a los servicios profesionales, que representaron el 53%.

Cualquier interesado en concertar una cita para recibir este tipo de asesoramiento se puede dirigir a la 4ª planta de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife o contactar vía e-mail medioambiente@camaratenerife.es o llamando al teléfono 922 100 418.



La Ruta del Vino de Gran Canaria se hizo con el galardón de la primera edición del Premio Turismo Innova Gran Canaria, que premia a los proyectos colaborativos de innovación del sector turístico. Este premio es una iniciativa del Clúster de Turismo Gran Canaria, junto a la Cámara de Comercio de Gran Canaria y su centro Red CIDE, financiado por el Cabildo de Gran Canaria.

El vicepresidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria y presidente de Turismo Innova Gran Canaria, Santiago de Armas, afirmó que “este premio pone el énfasis en el factor de la colaboración, que sea un proyecto colaborativo con una base tecnológica importante y con una firme apuesta por la sostenibilidad”. Asimismo, destacó que “este premio ha nacido para tener una continuidad y seguir premiando el esfuerzo de las empresas turísticas por innovar y adaptarse a los nuevos tiempos”.

La Ruta del Vino de Gran Canaria es una asociación que trabaja en la promoción y desarrollo del turismo y de la cultura del vino y su paisaje vitivinícola en el ámbito

La Cámara de Comercio de Gran Canaria impulsa el premio Turismo Innova Gran Canaria

► Se trata de la primera edición de un galardón que premia a los proyectos colaborativos de innovación del sector turístico

territorial de la Denominación de Origen Vinos de Gran Canaria. Su presidenta, Sandra Armas, y el gerente, Álvaro González, coincidieron al afirmar que este premio es recibido como un reconocimiento a tanto trabajo, que aporta muchas energías para comenzar nuevas iniciativas y proyectos.

Impulso a los proyectos colaborativos

Durante el acto se hizo una mención especial a NutriHotel, una aplicación que permite informar al cliente sobre todos los aspectos de la oferta gastronómica de un buffet de hotel, así como gestionar internamente las recetas de alimentación y bebidas de forma fácil y dinámica. También recibió mención especial Hotel Catalina Plaza junto a Smartleaf, una consultoría tecnológica, creadores de un hotel 360°, en el que los clientes pueden gestionar servicios automatizados.

El acto se celebró en Expomeloneras y la inauguración corrió a cargo de la concejala de Turismo del Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana, Inés Rodríguez; y el presidente del Clúster Turismo Innova Gran Canaria y vicepresidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria, Santiago de Armas.

En el transcurso del acto se celebró una mesa redonda moderada por la directora del departamento de Turismo de la Cámara de Comercio de Gran Canaria, Anabel

Rivero, sobre la Importancia de los proyectos colaborativos para la competitividad del sector turístico, en la que se habló de los aspectos que hay que considerar a la hora de impulsar un proyecto de esta naturaleza, y que éste logre alcanzar el éxito. Además, se destacó la necesidad de avanzar por esta vía colaborativa para responder a los retos de la transformación que necesita el sector.

En la mesa participaron el coordinador técnico de Desarrollo Económico, Soberanía Energética, Clima y Conocimiento del Cabildo de Gran Canaria, Raúl García; el director del Suites Hotel Santa Mónica, Manuel Florido Mayor; y el director Comercial del Grupo HD, Armando Rodríguez.



Economía priorizará los empleos 'verdes' y estratégicos en los nuevos fondos para cualificación de población activa

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El Boletín Oficial del Estado ha publicado el último Acuerdo adoptado en la Conferencia Sectorial del Sistema de Cualificaciones

y Formación Profesional para el Empleo, para la distribución de los fondos destinados a cualificar y recualificar a la población activa. En esta ocasión, la partida comprometida está vinculada a cualificaciones profesionales en sectores estratégicos,

cuidado de las personas y zonas en riesgo de despoblación.

Del total de 87,7 millones de euros, que se distribuyen con cargo al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, 6.930.261,56 euros vendrán al Archipiélago y la

Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo los destinará en un 40% a la recualificación o a la mejora de la formación relacionadas con empleos calificados como 'verdes' y el resto se empleará en su mayor parte en mejorar la cuali-

ficación en los sectores estratégicos de Hostelería y Comercio.

Al respecto, la consejera del área, Elena Máñez, destacó cómo su Departamento, a través del Servicio Canario de Empleo, está realizando una labor "ingente", para "localizar nichos, planificar acciones y diseñar formación" en todos aquellos sectores que puedan contribuir a diversificar de forma paulatina el tejido productivo canario y a acompañar la necesaria reconversión hacia un modelo sostenible acorde a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030.

De ahí que se prevea completar ese cuarenta por ciento de inversión en formación para empleos 'verdes' con la cualificación y recualificación en los sectores estratégicos para las Islas de Hostelería y Comercio, hasta alcanzar 6.417.748,11 euros en esa imprescindible formación para todos aquellos trabajos que se prevé que incrementen la demanda en un futuro inmediato.

Del resto de fondos, 464.000 euros se destinarán a la formación en el área de cuidado de personas y 48.500 euros irán destinados a abordar medidas concretas relacionadas con el combate de la despoblación.

A estos 6,9 millones de euros provenientes del Ministerio de Educación y Formación Profesional y vinculados a la formación no formal, se sumará la gestión por el Servicio Canario de Empleo de otros 40,5 millones de euros provenientes del Ministerio de Trabajo, dentro del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, a lo largo de este año 2022.

Comercio destina 600.000 euros a 26 acciones de mejora de imagen y dinamización de zonas comerciales abiertas

► La Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, que dirige Yaiza Castilla, acaba de destinar un total de 600.000 euros para proyectos de dinamización en las Zonas Comerciales Abiertas (ZCA) del Archipiélago, lo que permitirá mejorar la competitividad de los pequeños y medianos comercios, así como promover una imagen unitaria y mejorada, además de organizar actividades que aumenten el atractivo de estos espacios, logrando una mayor afluencia de visitantes

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Yaiza Castilla justifica esta iniciativa en la necesidad de realizar en torno al comercio local actuaciones que atraigan

a los clientes, a través de actividades que complementen la oferta de estos emplazamientos, redundando así en la actividad económica local.

Estas ayudas, que se promueven a través de la Dirección General de Comercio y Consumo,

están enfocadas, según explica el responsable de este departamento, David Mille, a la creación y potenciación de unidades gerenciales, a la constitución de marcas o el diseño común de productos o establecimientos, y a la promoción y

dinamización de las ZCA.

Estos 600.000 euros se concretan en 26 proyectos presentados por sendos organismos de gestión de las ZCA o federaciones y asociaciones del sector de las distintas islas.

En concreto, destacan las ayudas destinadas a la Asociación Mesa y López, la Asociación de Empresarios de Triana, la Asociación de Empresarios de Santa Catalina, la Federación de Empresarios de Vegueta o la Asociación de Empresarios y Profesionales de Vecindario (Ascoive), en Gran Canaria. La Asociación Zona Centro Santa Cruz, la Asociación de Empresa-

rios, Comerciantes y Profesionales de Arona y su homónima de Adeje o la Asociación de Empresarios y Comerciantes Zona Comercial Abierta de Los Cristianos, en Tenerife, también recibirán ayudas para llevar a cabo sus proyectos, enmarcados en la mejora de la dinamización y de las unidades gerenciales.

Además, en la Isla Bonita se verán beneficiadas la Asociación de Empresarios Casco Histórico de Santa Cruz de La Palma y la Asociación de Comerciantes Zona Abierta Los Llanos de Aridane, mientras que, en La Gomera, la ayuda llegará a la Asociación de Empresarios, Comerciantes y Profesionales de la isla.

Por su parte, algunas de las federaciones que recibirán una ayuda para dinamizar las ZCA o potenciar las unidades gerenciales son: la Federación de Empresarios de La Palma (Fedepalma), la Federación Interinsular de la Pyme (Felapyme) y la Federación Gran Canaria de Zonas Comerciales Abiertas, Cascos Históricos y Entidades Afines (Fecogranca).



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La portavoz económica de Nueva Canarias (NC) y vicepresidenta primera de la Mesa, Esther González, ha mostrado su asombro por los procedimientos empleados “nuevamente” por las instituciones del Estado ante otra modificación del Régimen Económico y Fiscal (REF). González se refirió a la petición del Congreso de los Diputados para que el Legislativo canario emita el informe a un proyecto de ley “aprobado ya”, que contiene la ampliación en un año de los plazos de materialización de la Reserva de Inversiones (RIC) por los efectos de la pandemia en 2020. La portavoz económica subrayó que el citado informe debe ser previo a la aprobación de las normas que afectan al REF, tramitadas por las Cortes Generales y el Consejo de Ministros.

Esther González manifestó su estupefacción por el contenido de la comunicación de la presidenta del Congreso de los Diputados, Meritxell Batet, firmada el pasado 23 de diciembre y registrada ayer

González muestra su asombro por los procedimientos del Estado ante otra modificación del REF

martes, 4 de enero, en el Parlamento de Canarias.

Unas fechas que la vicepresidenta primera de la Mesa quiso remarcar porque, el pasado 5 de noviembre, el Tribunal Constitucional (TC) admitió a trámite el recurso de inconstitucional del Legislativo canario contra una disposición de la ley de medidas contra el fraude fiscal de las Cortes Generales y, el pasado 29 de diciembre, se tuvo conocimiento de que el TC adoptó la misma decisión con respecto a la segunda demanda de inconstitucionalidad relativa al real decreto ley sobre la fiscalidad energética.

En ambos casos, tal y como recordó la diputada de NC, el Legislativo por unanimidad decidió impugnar la vulneración de los procedimientos establecidos en el artículo 167 del Estatuto de 2018 y la disposición tercera de la Constitución.

La presidenta de la Cámara Baja, en su escrito, pone en conocimiento de la Cámara que la comisión de Hacienda y Función Pública, con competencias legislativas plenas, “aprobó” el pasado 21 de diciembre el Proyecto de Ley (PL) de Medidas Financieras de Apoyo Social y Económico y de Cumpli-

miento de la Ejecución de Sentencias. Una norma que procede del Real decreto Ley 39/2020 de 29 de diciembre.

Traslada así al Parlamento, añadió Esther González, las modificaciones del citado PL, introducidas como consecuencia de enmiendas aprobadas en la tramitación, “de conformidad a lo previsto” en la Constitución y en el Estatuto de 2018 para la modificación del REF.

Se trata, según la portavoz económica de NC, de la ampliación en un año los plazos para efectuar la materialización de la RIC dotada con beneficios obtenidos en perío-

dos impositivos iniciados en 2016 y la dotación a dicha reserva relativa a las inversiones anticipadas realizadas en 2017 por los graves efectos de la pandemia en las inversiones y resultados económicos en 2020.

También a la disposición final tercera del PL que modifica el Impuesto General Indirecto Canario (IGIC) en lo relativo a las reglas de localización de determinadas prestaciones de servicios para evitar supuestos de doble imposición y coordinar su regulación con lo establecido en la ley del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).



Agustín Manrique de Lara: “Si queremos atraer economía digital, tenemos que tener una legislación absolutamente actual”



ENTREVISTA

AGUSTÍN MANRIQUE DE LARA
PRESIDENTE DE LA
CONFEDERACIÓN CANARIA DE
EMPRESARIOS Y DEL CÍRCULO DE
EMPRESARIOS DE
GRAN CANARIA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Hace unos meses, usted vaticinaba que la recuperación, previsiblemente, llegaría en este primer trimestre del año 2022. Las circunstancias han cambiado un poco respecto a la situación sanitaria, ¿sigue viendo el 2022 con el mismo grado de optimismo?

Sí. El 2022 lo sigo viendo con optimismo a pesar de que el cierre del 2021 no ha sido el que esperábamos. La llegada de Ómicron ha desajustado considerablemente las cifras turísticas para los que iban a ser los meses de recuperación turística de Canarias.

Aún así, todos esperamos que en el mes de febrero se recupere la tendencia que llevábamos al alza de visitantes turísticos para que podamos operar el próximo invierno con normalidad, así como tener un verano razonablemente bueno.

No podemos obviar que, sin duda, el sector turístico ha sido y es el que está imperando en Canarias, es nuestro motor y debemos cuidarlo, ¿no?

Renunciar al sector en el que Canarias tiene una mayor ventaja competitiva y comparativa respecto a otros destinos alternativos, un sector en el que somos líderes mundiales en el segmento de sol y playa y un sector que se ha desarrollado a lo largo de los últimos 60 años a base de un tremendo esfuerzo de la iniciativa privada, sería algo difícilmente entendible.

En estos momentos, Canarias sigue apostando fuertemente por el turismo y, además, aplicándole dosis de innovación. Creo firmemente en que la llegada de Amadeus al sector privado de Canarias va a marcar tendencia mundial.

En los próximos años se incorporará la inteligencia artificial, así como el Big Data al servicio del sector turístico para ir ajustando



nuestra oferta a los gustos de la demanda, colocando en el centro al cliente con la finalidad de definir nuestro producto turístico en base a lo que se va demandando a nivel global.

Es un buen momento para seguir perfeccionando nuestro modelo turístico, tenemos que aprovechar la ventaja competitiva que tenemos, pero ahora debemos incorporar todo lo que ha nombrado usted: las nuevas tendencias y colocar al cliente en el centro. ¿Todavía le quedan retos al sector turístico por conseguir?

Los retos no se acaban nunca y menos en un mundo tan cambiante al que te tienes que adaptar de una forma muy rápida y ágil. Por eso es bueno que, de entrada, también participen las administraciones públicas que tienen tendencia a querer influir en la definición de los sectores de actividad. Yo creo que ha llegado el momento en el que todos tenemos claro, y el sector público lo ha puesto de manifiesto con su apoyo al Travel Tech School by Amadeus, que lo que hay que tener en cuenta es el cliente.

Canarias tiene la suerte de contar con clientes de un alto nivel de formación, que vienen de un entorno europeo donde valores como el respeto al medioambiente están muy arraigados y donde precisamente esos valores recogidos en los objetivos de desarrollo sostenible tienen mucho que ver con las decisiones de consumo de estos países emisores.

Ante esta crisis en la que estamos inmersos, el Gobierno pudo haber estado más o menos acertado en un intento por paliar los efectos de la crisis. Lo verdaderamente cierto es que ha habido un compromiso rotundo por parte del empresariado canario en



querer seguir luchando. Yo creo que sacamos algo positivo de todo esto, ¿no es así?

El esfuerzo del sector privado ha sido sumamente importante, especialmente el del sector turístico por ser el más impactado ante las restricciones de movilidad. En definitiva, el sector que se ha visto afectado ante esta situación ha sido todo el sector servicios.

El esfuerzo que ha hecho el sector durante los dos años de pandemia, de mantenerse actualizado, de cerrar de forma ordenada, de rehabilitarse o actualizarse durante el cierre y volver a abrir a pesar de las enormes incertidumbres que se producían ante cada apertura, de arriesgarse a asumir un enorme riesgo, es lo que ha permitido una recuperación progresiva.

Se está avanzando con cierta resiliencia hacia adelante hasta alcanzar la normalidad que todos ansiamos.

¿Qué valoración hace usted del impulso que ha intentado dar el Gobierno en este último año respecto a la crisis?

Si me hablas del Gobierno de España, el impulso dado a la economía a lo largo de la pandemia está basado en los fondos aportados por la Unión Europea y ha habido una buena gestión en la búsqueda de estos fondos. España ha sabido posicionarse como país altamente dañado por la crisis sanitaria y ha sido un buen receptor de fondos que ahora debe gestionar y para los que, además, debe completar las reformas que nos pide la Unión Europea. Yo creo que las necesidades de inversiones ven buenas expectativas en la llegada de fondos europeos y echan de menos que se apueste por la capacidad inversora en el sector privado.

En concreto, en Canarias, contamos con una magnífica herramienta, la Reserva para Inversiones en Canarias dentro de nuestro

Régimen Económico y Fiscal, que no ha estado especialmente bien tratada a lo largo de la pandemia por el Gobierno de España, y esa es una capacidad inversora a la que estamos renunciando en la Comunidad Autónoma por la falta de flexibilidad del Gobierno de España de entender la herramienta y las necesidades de inversión que tiene la comunidad, la cual ha sufrido un gran impacto económico tras las crisis sanitaria.

Hablamos de unos fondos ansiados y absolutamente necesarios para dar ese siguiente paso, pero justamente usted lo mencionó, y está en boca de todos, ¿tendrá el Gobierno la capacidad para transformar ese dinero en realidad, distribuirlo y sacar proyectos adelante?

Ya hemos constatado que el sector privado está dispuesto a invertir, se han puesto proyectos encima de la mesa que tienen que ver con las líneas de los fondos europeos y hay proyectos más que suficientes para recibir los mismos.

Ahora falta, primero, que la administración sea capaz de colocar los fondos en los proyectos y, segundo, que las administraciones públicas competentes sean capaces de tramitar las licencias que requiere cualquier tipo de inicio de actividad, especialmente todo lo que tiene que ver con el suelo en España y especialmente en la Comunidad Canaria.

Tenemos que avanzar muy rápido en este asunto y no es que lo diga únicamente el sector privado, el sector público reconoce que no está preparado para tramitar esta ingente cantidad de fondos que podrían llegar a España y que, desde luego, sería el gran revulsivo para la recuperación económica de las próximas décadas.

¿Dónde colocaría usted estratégi-

camente estos fondos? ¿Qué sectores están más necesitados o serían más interesantes a nivel de desarrollo económico?

Canarias necesita fondos en todas las infraestructuras que guardan relación con el sector turístico, el apoyo al sector turístico garantizaría la competitividad del sector en los próximos años.

Las infraestructuras públicas que tienen que ver con el sector turístico en Canarias están muy deterioradas y necesitan inversión, hablamos de infraestructuras de recepción de turistas como pueden ser puertos y aeropuertos, hablamos de las vías de comunicación, tanto interurbanas como dentro de las ciudades turísticas, y hablamos de todo lo que tiene que ver con la transición energética y la digitalización del sector, toda esa infraestructura digital que se necesita para que las empresas se puedan acoger a la revolución digital en una máxima posición dentro de las posibilidades tecnológicas que existen en el mundo más desarrollado.

Y, sin duda alguna, añadir muchísima formación, hay enormes necesidades de una formación diferente que nada tiene que ver con la formación reglada universitaria e incluso pre universitaria. Ir a unos estándares de formación mucho más flexibles en los que se forme a personas en función de lo que en cada momento va demandando la economía, lo que supone avanzar y evolucionar con rapidez.

Mientras que los planes de formación reglada tardan una década en establecerse y cuando se ponen encima de la mesa, para poder atraer alumnos hacia ellos, ya no existe esa demanda, estamos viendo como en lugares como el País Vasco o Málaga están haciendo esa tremenda apuesta de formación acercándose a la empresa, es decir, de trabajar de forma conjunta con la empresa para ver en qué hay que formar a personas para incorporarlas al mundo laboral y, por supuesto, de poner esos planes a disposición en un periodo de 6-9 meses.

Hay un asunto importante: la tecnología y la innovación, ¿puede ser Canarias ese punto diferencial en este sentido para España y para Europa?

Canarias está preparada para serlo y una vez más nos encontramos con las dificultades de comunicación con el Gobierno de España, lo que tiene mucho que ver con nuestro Régimen Económico y Fiscal y con nuestra Zona Especial Canaria.

Si queremos atraer economía digital a Canarias tenemos que tener una legislación absolutamente actual que compita con Estonia, Irlanda, Puerto Rico, que compita con los países que poseen economía digital y Canarias está con regulación, en muchos aspectos, del año 94 en el que todavía ni siquiera existía el iPhone, por lo que necesitamos actualizar.

Si existe una apuesta de verdad por la diversificación de la economía, de la que se llena la boca hablando el sector público, necesitamos que se adapte la legislación aplicable a nuestro Régimen Económico y Fiscal y nuestra Zona Especial Canaria para competir con los principales destinos digitales del mundo, no de España porque no queremos competir con otras comunidades españolas.

Habla usted, además, de que debemos pensar en el REF de los próximos 15 años, no podemos ir año por año, Canarias y el Gobierno Estatal tiene

que mirar hacia adelante, hay que crear un marco normativo estable, no para los próximos 5, hablamos de un plazo más largo, ¿verdad?

Sí, lo decía antes con la formación. El mundo está evolucionando muy rápido, la actividad económica evoluciona muy rápidamente, no podemos enfrentarnos a los problemas como lo hacíamos hace 40 años cuando nuestro REF era estable por 15-20 años. Ahora las cosas hay que actualizarlas, prácticamente, año a año y para eso necesitamos a personas que estén viendo lo que va a ocurrir en la economía futura.

Por ello, hemos propuesto la figura del Comisionado del REF en las estructuras del Gobierno de Canarias, para que haya un equipo potente de personas que analice la economía, los entornos competidores y su evolución con la finalidad de que el REF se vaya actualizando antes de que llegue la actividad económica, que se actualice para atraer actividad económica no para darle cobertura a lo que ya existe o a lo que se ha quedado obsoleto.

Estamos en los primeros días del 2022, es un año esperanzador, pero también de trabajo, un año bastante agitado, ¿cuáles son los desafíos a los que se enfrenta la economía canaria durante este año y que serían de obligado cumplimiento?

“Hemos propuesto la figura del Comisionado del REF en las estructuras del Gobierno de Canarias, para que haya un equipo potente de personas que analice la economía, los entornos competidores y su evolución”

A mí me gustaría que en 2022 la economía privada volviese a recuperar el pulso. Tenemos que volver a que el sector privado, el sector que es capaz de generar recursos públicos para sostener esa economía del bienestar que todos pedimos y a la que no queremos renunciar, crezca y, para eso, el sector público tiene que tejer el marco necesario.

Yo le pido al 2022 que sea el año del regreso de la economía privada a la actividad de forma preponderante, que volvamos a tirar de la economía desde el sector privado y que no tengamos que seguir utilizando el tirón del sector público que supone hipotecar el futuro de todos los canarios.



El restablecimiento de servicios básicos y de la red de carreteras centran el Comité Director del Plan PEVOLCA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El restablecimiento de servicios básicos como el agua y de la red de carreteras en las zonas afectadas por la erupción de La Palma centraron la reunión de este viernes del Comité Director del Plan Especial de Protección Civil y Atención de Emergencias por Riesgo Volcánico de Canarias (PEVOLCA), dirigida por el consejero de Administraciones Públicas, Justicia y Seguridad del Gobierno de Canarias y responsable del plan, Julio Pérez.

En este sentido, se resaltó que a lo largo de este mes está prevista la restitución de la red de agua potable en la zona sur de la colada. Desde el Cabildo de La Palma se indicó que en las próximas semanas estiman finalizar tanto la obra de traslado de agua desde el norte al sur, a través de la red contra incendios de la zona de El Pilar, como la conexión de esta red con los depósitos situados en Fátima y Las Norias. Mientras estos trabajos finalizan y para los casos que sean necesarios, se estudia el traslado de agua, para ser usada en

la limpieza, mediante cubas, hasta las viviendas afectadas.

Por otro lado, en el Comité Director se expuso que los trabajos en la carretera de acceso a Puerto Naos están próximos a finalizar, después de que esta obra se haya visto afectada por la presencia de gases en la zona, y que el embarcadero que se construirá en la zona de Punta del Negro está pendiente de que se realicen los estudios de batimetría para establecer las profundidades y estado real del lecho marino con objeto de concretar las actuaciones a realizar.

Este viernes se permitió el regreso a las viviendas de residentes de núcleos poblacionales tanto al norte como al sur de la colada. Así mismo, se ha habilitado la recogida de enseres en la JTI para que las personas puedan volver a habitar con sus pertenencias sus propiedades.

En estos momentos, hay 539 personas albergadas en hoteles, nueve menos que el último dato disponible. De ellas, 344 están en Fuencaliente, 125 en Breña Baja y 70 en Los Llanos de Aridane. Cruz Roja, organismo encargado de la atención de estos evacuados, estima

en 90 las personas que podrían dejar los hoteles para volver a sus hogares tras el realojo autorizado desde este viernes.

En el Comité Director también se analizó la posibilidad de que en las próximas fechas se permita la vuelta a los hogares de residentes en otros núcleos situados al sur de la colada.

Sin registro de terremotos a lo largo del día

Este viernes ha sido el primer día que, desde que se inició la crisis volcánica en La Palma, no se ha registrado ningún terremoto en el visualizador del Instituto Geográfico Nacional. El último sismo corresponde a las 22:20 horas del día 6 de enero, con magnitud 1.6 mbLg y 10 kilómetros de profundidad.

Sobre este asunto, el dictamen del Comité Científico celebrado previo a la reunión de hoy refleja que la sismicidad en estos momentos es de baja magnitud y está en niveles muy bajos en todas

las profundidades, aunque pese a ello, todavía no se puede descartar la ocurrencia de sismos sentidos. Tampoco se constata la presencia de tremor volcánico en las señales sísmicas.

Además, dada la reducción de la zona de exclusión, el Comité Científico insiste en la recomendación de no aproximarse a las coladas de lava por el grave riesgo de exponerse a los gases emitidos, desprendimientos y altas temperaturas que, en algunos puntos de las coladas, alcanzan hasta 300 grados.

Desde el día 4 de enero, fecha del último informe, la calidad del aire debida al dióxido de azufre (SO₂), contaminante asociado al proceso eruptivo, se ha mantenido en niveles buenos en todas las estaciones. Con respecto a las partículas menores de 10 micras (PM₁₀), desde el día 4 de enero se han mantenido los niveles de calidad del aire entre buenos y razonablemente buenos en todas las estaciones, sin nuevas superaciones del valor límite diario (establecido en 50 µg/m³).

En cuanto a la previsión meteorológica, la tendencia para los próximos días es tiempo estable y flujo del este a sureste que inducirá la intrusión de polvo sahariano a partir del final de mañana sábado. La operatividad del aeropuerto queda sujeta a las condiciones puramente meteorológicas, debido a la no presencia de ceniza volcánica en la troposfera.

Dictamen del Comité Científico

Previamente al Comité Director tuvo lugar la reunión del Comité Científico del Plan. Este Comité Científico está coordinado por la Dirección General de Seguridad y Emergencias del Gobierno de Canarias y lo integran representantes del Instituto Geográfico Nacional (IGN), Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Instituto Volcanológico de Canarias (Involcan), Instituto Geológico y Minero de España (IGME), Agencia Estatal de Meteorología (AEMET), Instituto Español de Oceanografía (IEO), Universidad de La Laguna y Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Desde el 13 de diciembre estamos en fase post-eruptiva. En esta fase post-eruptiva persisten algunos peligros volcánicos, y no conlleva necesariamente el final de la reactivación magmática en Cumbre Vieja.

No hay presencia de tremor volcánico en las señales sísmicas. La sismicidad, que es de baja magnitud, está en niveles muy bajos en todas las profundidades. Pese al bajo nivel de sismicidad actual, todavía no se puede descartar la ocurrencia de sismos sentidos.

Respecto a deformaciones, sin

tendencia en todas las estaciones de la red.

La emisión de dióxido de azufre (SO₂) ha sido BAJA durante los últimos 7 días. Esta emisión NO está relacionada con ascenso magma, sino con un proceso de solidificación del magma superficial todavía existente en los conductos del centro eruptivo.

La emisión difusa de dióxido de carbono (CO₂), asociada a los 220 km² del sistema volcánico de Cumbre Vieja, refleja una tendencia descendente durante los últimos 7 días, aunque continúan siendo superiores al rango de valores considerados normales para el edificio de Cumbre Vieja. En algunas zonas concretas de Cumbre Vieja estas emanaciones difusas de CO₂ pueden representar un peligro para las personas siempre y cuando se registren valores altos de flujo difuso de CO₂ en zonas no muy bien ventiladas y/o a alturas por debajo de un metro del suelo como consecuencia de la posible acumulación de CO₂ y descenso del oxígeno (O₂) en el aire. Concretamente en la zona de La Bombilla las emanaciones difusas CO₂ tienen claramente un origen volcánico llegando a alcanzarse concentraciones de CO₂ en el aire relativamente altas.

Viento del NE moderado a fuerte con rachas que pueden alcanzar los 75 km/h en la zona de El Paso, cumbres y en extremos NO y SE de La Palma. Hoy probables lluvias débiles en el N y E. Se han emitido avisos FMA nivel amarillo por fenómenos costeros y por racha máxima (los avisos y sus futuras actualizaciones pueden consultarse en www.aemet.es). La tendencia para los próximos días es tiempo estable y flujo del E a SE que inducirá la intrusión de polvo sahariano a partir del final de mañana sábado. La operatividad del aeropuerto queda sujeta a las condiciones puramente meteorológicas, debido a la no presencia de ceniza volcánica en la troposfera.

Desde el día 4 de enero, fecha del último informe, la calidad del aire debida al dióxido de azufre (SO₂), contaminante asociado al proceso eruptivo, se ha mantenido en niveles buenos en todas las estaciones, por lo que no se han registrado nuevas superaciones de los valores límite horarios ni diarios en ninguna estación desde el día 13 de diciembre. Durante el día de hoy se mantienen los niveles buenos en todas las estaciones de la isla.

Con respecto a las partículas menores de 10 micras (PM₁₀), desde el día 4 de enero se han mantenido los niveles de calidad del aire entre buenos y razonablemente buenos en todas las estaciones, sin nuevas superaciones del valor límite diario (establecido en 50 µg/m³). Durante la mañana de hoy se mantienen los niveles entre buenos y razonablemente buenos en todas las estaciones de la red.

Cada año, con la llegada de enero, los buenos propósitos hacen también su aparición. Como si de un contador a cero se tratara, comenzamos la andadura por el 2022 prometiendo aquello que debemos cambiar o alcanzar estableciendo, además, un orden de prioridades; como si el primer mes del año nos permitiera borrar y olvidar aquello que torpemente hicimos los 12 meses anteriores. Los políticos hacen lo propio y los mensajes de año nuevo, así como sus propias redes sociales, se llenan de pactos, bendiciones y predisposición.

2022 se presenta, con esos buenos propósitos, como el año de la esperanza (como el 2021). Ciertamente es que, si nada cambia, recibiremos más fondos de los que nunca antes hayamos visto. A priori, mejor arranque de año no se ha visto pero, ¿será capaz la administración pública de dar salida a todo ese dinero? ¿Llegará el salvavidas a las empresas o, por el contrario, se perderán gran parte de esos fondos por la incapacidad de gestión de los gobiernos? El primer propósito, perdóneme, pero ya parte en la cuerda floja. Ante tal escenario, ¿no debería ayudarse la administración de, por ejemplo, organizaciones empresariales para gestionar proyectos y darle viabilidad a toda esa ayuda que envía Europa? Tarea casi hercúlea.

La segunda promesa es: "2022, el año de la recuperación". Con una pandemia que, tras dos años, parece lejos de abandonarnos, con unos créditos ICO acechando, aplazamientos de deudas que habrá que empezar a pagar en algún momento, con una presión fiscal que aparentemente no va a bajar, con el precio de la luz asfixiando a autónomos y hogares, problemas de desabastecimiento de ciertos

Buenos propósitos

materiales y con una reforma de pensiones que... mejor no hablar de la reforma de las pensiones ni de la reforma laboral. Van a tener que cambiar de argumentos para que creamos, de verdad, que este es el año del oxígeno. ¿Será que es, posiblemente, año de elecciones generales y hay que hacer juramentos que se traduzcan en votos?

Es posible que, si los representantes públicos visitaran a los pequeños empresarios o charlaran con una familia donde todos sus miembros siguen en ERTES 24 meses después, se dieran baño de realidad (y humildad). De nada vale vivir al margen de la realidad, afirmar con contundencia que estamos saliendo de la crisis cuando la realidad a la que se enfrentan miles de españoles y canarios es radicalmente distinta.

Teniendo en cuenta el contexto económico por el que discurren aquellos que generan empleo y riqueza en este país, y en este archipiélago, la única promesa que pedimos a los que hemos elegido para que nos gobiernen es transparencia y empatía. Así como que pongan todas las

herramientas para no perder ni un céntimo del dinero que envía el viejo continente y que pretende impulsar nuestras empresas y nuestra sociedad. Hemos hecho un gran ejercicio de resiliencia, hemos perdido nuestros ahorros, hemos cerrado incluso nuestras empresas, sin embargo, ahora toca florecer y están obligados a ayudarnos a mejorar nuestra competitividad, a alcanzar una verdadera digitalización, a hacer más sostenibles nuestras compañías y a desarrollar proyectos verdaderamente innovadores.

Canarias tiene una oportunidad para posicionarse como un archipiélago moderno, competitivo y tecnológico, donde por fin se desarrolle la industria, una tierra que retenga y atraiga el talento, una plataforma tricontinental, sostenible, conectada e innovadora; no podemos perder el tren.

2022: menos promesas y más hechos.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Canarias

Se nos va un año de luces y sombras

Y sin darnos cuenta el 2021 se nos va dejando atrás un año en donde la montaña rusa nos iba enseñando lo que es estar en cada una de sus subidas y bajadas.

La covid19 nos ha estado y sigue pasando lo que significa saltarse a la torera las normas para evitar contagiarnos. Culpano al gobierno, incluso a médicos y personal sanitario. Porque lo que no estábamos dispuestos a reconocer que cuanto más nos pedían precaución más adrede saltaban las normas.

Fiestas en las calles, mascarillas que ya podíamos prescindir de ellas manteniendo las distancias muchos se adjudicaron el quitársela para todo.

Pedíamos a gritos se abriesen los restaurantes, y se hizo. Pero eso sí el personal de hostelería le tocó y le sigue tocando hacer de policías antes quienes hasta para ir al baño iban si las mascarillas.

Los geles hidroalcohólicos ya aburrían y... sorpresa, nuestras manos se iban poniendo más ásperas. En fin, un desastre en



OPINIÓN
ANA VEGA

el que, a día de hoy, el aumento de positivos en todo el país y en el extranjero deja cifras desorbitantes. Y a nivel insular creo que no debo añadir nada.

No, esto no es culpa del gobierno, esto es culpa de algo que se llama falta de civismo, egoísmo donde debe ser que los familiares más vulnerables les importan un pimiento por no utilizar las medidas que nos marcaban.

Pero también hemos vivido momentos entrañables, cuando al fin pudimos abrazar y besar a las personas que nos importan. Esos abrazos que tanto echábamos de menos al igual que los besos. Sobre todo los que, como yo, somos quizás excesivamente cariñosos.

Hemos vivido nacimientos de niñas y niños que han hecho que todo fuese más llevadero.

También hemos podido viajar, aunque fuesen viajes relámpago para reencontrarnos con los nuestros.

Pero esa montaña rusa volvió a meternos el miedo en una subida y bajada de infarto. Apareció un nuevo enemigo: en La Palma el volcán de Cumbre Vieja despertaba en el

mes de septiembre y sus lenguas arrasaban gran parte de la isla. Tres meses intensos llenos de dolor, miedo, cementerios que hacían desaparecer a los seres queridos de familias que saben que no podrán volver allí a verlos porque el volcá se tragó todo lo que estaba a su alcance. Decían que era un verdadero espectáculo y fueron muchos visitantes quienes iban para lo que ellos eran un auténtico espectáculo. Pero yo no pude sentir eso en absoluto. Puede que mi unión hacia esa isla donde habitan grandes amigos me hiciera sentir el horror y el dolor que yo compartía con ellos.

¿Cómo reconstruyes parte de una isla, en donde el trabajo de muchos desaparece, las plataneras, piñas y las zonas de cultivo han sido víctimas de algo que es incontrolable y además algo normal en zonas volcánicas?

Esas casas que tanto costó construir a tantos palmeros y palmeras. Esos recuerdos que guardaban como tesoros... Sí, tarde lo que tarde La Palma seguirá siendo la Isla Bonita, pero hay cosas y sentimientos que no podrán ser ya reemplazados.

Lo más importante, desear que el 2022 sea el año cargado de cosas bonitas, proyectos que se puedan realizar, y como dice Carlos Vives, que tengamos un año en el que el color sea el de la esperanza.

Feliz Año mis queridos lectores.

Tribuna de Canarias

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

Edición: Grupo de Comunicación TDC S.L.
Directora: Montserrat Hernández
Secretaria de gerencias: Loly Hernández
Desarrollo Tecnológico: Sociment Agencia
Maquetación: Amidi Agencia

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

nº 20 | Depósito Legal TF 231-2020
Imprime: TFPRIINT, S. L.




Ciberseguridad y el arte del engaño



OPINIÓN

JORGE ALONSO
CIO de Velorcios Group

 Jorge Alonso

 @jalonso_VG

Que el mundo está lleno de “espabilados” y “buscavidas” es una realidad que aprendemos muy pronto, casi desde niños, y con la que nuestros padres nos enseñan a vivir. Incluso en la literatura clásica reconocemos estas figuras con facilidad. Basta con leer “Los Miserables” de Victor Hugo o el “Lazarillo de Tormes” para darnos cuenta que el timador o el pícaro, como se conocía antiguamente, son personajes que históricamente han estado presentes en la sociedad.

Y es que, desde siempre, han existido personas que han hecho del engaño su manera de ganarse la vida. Pensemos, por ejemplo, en el famoso timo de la estampita. ¿Cuántas víctimas no habrán caído en la trampa pensando que estaban haciendo el negocio de su vida? Y aunque nos parezca mentira, a día de hoy, inexplicablemente muchas personas siguen cayendo en la misma trampa.

En el siglo XXI, donde estamos rodeados de tecnología las 24 horas al día, este rol y sus artimañas han evolucionado para adaptarse al nuevo escenario digital. A los ciberataques que persiguen engañar a los internautas con fines fraudulentos se les conoce como ataques de ingeniería social.

Seguro que todos conocemos a alguien que se ha llevado un buen disgusto después de abrir un correo electrónico malintencionado o a alguna empresa que ha terminado

pagando una buena suma de dinero para recuperar los datos que los hackers hábilmente le habían secuestrado.

Poco a poco, las empresas van tomando medidas para protegerse de los ciberdelincuentes y hoy en día, cualquier plan de ciberseguridad que se precie contempla la protección de los tres elementos críticos presentes en cualquier compañía: la información, la infraestructura y los usuarios. De estos tres factores el más débil, sin lugar a dudas, es el tercero: las personas.

Existen multitud de soluciones en el mercado para securizar nuestra información e impedir, en la medida de lo posible, que si llega a caer en manos no deseadas el daño sea mínimo. Lo mismo ocurre con la infraestructura de la empresa. Un buen plan de contingencia, por ejemplo, puede reducir en horas, o incluso en minutos, un ataque de denegación de servicio (DDoS) que comprometa nuestro negocio.

Las empresas, a fuerza de sufrir incidentes de seguridad en primera persona, han ido aprendiendo a proteger su información y sus infraestructuras y cada vez son más los ataques que se detienen gracias a una buena seguridad perimetral o al uso adecuado de un endpoint, entre algunas de las medidas que normalmente se suelen implementar.

Pero, ¿qué podemos hacer para proteger a nuestros usuarios y evitar que sigan siendo el eslabón más débil de la seguridad de la

empresa? Desde luego, el reto no es sencillo.

Sabemos que existe una fórmula que funciona en la mayoría de los casos. Consiste en informar, formar y concienciar a los usuarios para conseguir que sean nuestra primera línea de defensa. Ese sería el objetivo ideal aunque no es sencillo de conseguir.

Saber moverse en el mundo digital no es fácil. Nos han soltado en esta selva de 1 y 0 sin manual de instrucciones y expuestos a multitud de amenazas que ni tan siquiera conocemos.

Pongamos un símil que nos ayude a entender lo complicado del asunto. A los niños les “informamos”, desde muy pequeños, que pueden cruzar la calle cuando el muñequito está en verde. Poco a poco, los vamos “formando” y, con el tiempo como parte de su entrenamiento, hasta les llegamos a soltar la mano. Confiamos que este aprendizaje derive en una “concienciación” que haga que cuando, más adelante, salgan solos a la calle sigan respetando el semáforo y no cometan imprudencias.

Información, formación y concienciación. Está más que demostrado que esta mecánica siempre da buenos resultados. Y entonces, ¿por qué no hacemos lo mismo en el mundo digital? En la práctica nadie nos ha enseñado las normas que se manejan en internet y lo único cierto es que las aprendemos a base de equivocarnos una y otra vez en una espiral de ensayo y error que les cuesta mucho dinero y muchos disgustos a las empresas.

Los ciberdelincuentes saben del grado de vulnerabilidad de nuestros usuarios y no dudan en aprovecharse de ello para conseguir sus objetivos.

En estos últimos meses hemos visto cómo ha aumentado de manera alarmante el número de ciberataques de ingeniería social. A veces no alcanzamos a comprender por qué los usuarios siguen cayendo en los mismos engaños que se repiten cada cierto tiempo una y otra vez: el ataque del CEO, el fraude de las facturas... Casi siempre todo comienza con un robo de credenciales y termina con un agujero en la cuenta corriente de la empresa.

Ha llegado el momento de tomarse este tema bien en serio si queremos doblegar la curva de los ciberataques. Para ello es preciso que pongamos en marcha actuaciones enfocadas a trabajar la ingeniería social para que mantengamos a nuestros usuarios informados de las amenazas que van surgiendo en la red, formados para saber cómo actuar en cada momento y concienciados para que estén vigilantes en un entorno que, de por sí, es cada vez más hostil.

Las empresas que han implementado este tipo de programas de concienciación se suelen sorprender de lo rápido que aprenden los usuarios y de lo pronto que se visibilizan los resultados. Acciones preventivas de este tipo hacen que un incidente de seguridad tenga consecuencias mucho menores que las que cabría esperar de no haberse realizado.

En todo este proceso de transformación digital que estamos viviendo de manera acelerada, las personas siempre deben estar en el centro, y cuando hablemos de ciberseguridad nunca olvidemos que nuestros usuarios son el objetivo prioritario de los ciberdelincuentes, por eso debemos prestar la máxima atención y mantenerlos informados, formados y concienciados. Si no has empezado todavía, quizás hoy puede ser un buen momento para ponerte en marcha.

El sueño de Sira

OPINIÓN

Igor Suárez

POLITÓLOGO,
MARKETING, ESTRATEGIA,
COMUNICACIÓN

in Igor Suárez

Esta es una historia ficticia que cuenta hechos reales, un cuento que esconde reivindicaciones, sueños cumplidos y pesadillas a partes iguales. Una historia que no debería contarse, sobre un asunto horroroso sobre el que casi nadie pone interés. Sería fácil comenzar el 2022 deseándoles a todos felicidad, pero he preferido obligarles a reflexionar y enfrentarse a la dura realidad que nos rodea. Trabajemos por revertirla.

El sueño de Sira

Como cada día, Mariam se levanta a las 5 de la madrugada para poder ir a trabajar junto a Sira, su madre... Son casi diecisiete los kilómetros que deben caminar entre su aldea y Taoudení, un centro minero de sal de la región desértica del norte de Malí. En la mina, la sal se extrae a mano del lecho de un antiguo lago salado, para luego ser cortada en bloques y ser comercializada en Tombuctú.

Mariam tiene alrededor de 5 años, y sus callosas manos curtidas por la sal y el trabajo, se asemejan más a las de una anciana que a los de una niña... Sus ojos, apagados por la crudeza de sus labores, hace tiempo que han perdido el brillo de la infancia. Pero los casi tres euros diarios que consigue ganar, tras más de diez horas extrayendo sal con sus propias manos, son imprescindibles para llevar el sueño de Sira a cabo.

Su madre hace años que lleva planeando la huida, harta de las agresiones sexuales a las que se ha visto sometida y deseando regalar una vida mejor para su pequeña. Son muchos años, guardando Francos en aquella vieja lata oxidada, para poder afrontar el viaje en Cayuco desde las proximidades de Tarfaya (Marruecos) hacia Fuerteventura. Esas 60 millas de agua que separan África del paraíso.

Lo que Mariam no sabe, es que al día siguiente ya no deberá volver a la mina. Ese día deberá comenzar un viaje aún más largo que la llevará a atravesar más de 1000 kilómetros a través de las desérticas fronteras que separan Mauritania, Argelia y el Sáhara Occidental. Muchos meses de viaje donde deberán evitar las zonas habitadas, y esconderse de los milicianos y de los miembros de Al-Qaeda, Daesh, Boko Haram y Al-Shabaab que operan en territorio africano.

No han sido pocas las veces que Mariam

ha tenido que dormir en un cobertizo, o al raso, mientras su madre desaparecía dentro de alguna casucha, acompañando a algunos hombres del pueblo, para saciar su hambre. Lo que Mariam no sabe, es que en muchas ocasiones Sira tuvo que enfrentarse a esos hombres para evitar que su hija la acompañara.

El viaje ha ido mermando sus resistencias, faltas de la suficiente comida y agua, y atacadas por los mosquitos, los gusanos y los múltiples insectos que pueblan las zonas marginales. Cada día que pasa, Mariam se encuentra más débil... sus pocos años de vida, malnutridos y llenos de vicisitudes no le han permitido acumular grandes defensas, y aquella pequeña llaga que le había salido en sus pies descalzos, se ha ido complicando con el transcurso del viaje, generando un infecto olor a su paso.

El trayecto por el desierto del Sáhara, ha mermando la resistencia de ambas, poniendo en serio riesgo la salud de la joven madre, antes del comienzo del viaje por mar hacia la tierra prometida. Con cada paso, la pequeña Mariam ha ido recobrando poco a poco el brillo de sus ojos, y no resulta raro verla cantar y reírse, mientras que siguen devorando metros con sus pies descalzos por las angostas tierras africanas.

Hace dos días que Mariam ha cumplido siete años, y por fin llegan a Tafarya donde intentan localizar al "Shamán" que garantice su embarco. Los ahorros se han ido mermando durante el trayecto, y no podrán optar a un viaje seguro, pero Sira sigue empeñada en intentar dar el salto. Los poco más de 600.000 francos CFA que le quedan solo les permitirán optar a embarcarse en un viejo cayuco sin provisiones ni ningún tipo de seguridad.

El Shamán, un amable hombre de amplia sonrisa, les dice que vengan a la noche siguiente, que aparentemente el mar estará en calma, y que intenten aligerar al máximo las pocas pertenencias que tienen, puesto que el viaje será corto y que necesitan optimizar la carga.

El día transcurre con nervios, pero con una enorme alegría, puesto que por fin se acerca cada vez más el sueño de pisar territorio europeo. Sira ha oído que en Europa nunca se separa a una madre de su hija, y que al no tener pasaporte y desconocer a donde tienen que devolverlas, el Estado se acabará haciendo cargo de ellas, dándoles una casa, una ayuda económica y un lugar donde Mariam pueda ir al colegio. Su infecto pie cada vez huele peor, y el calor que lo recorre no trasmite buenas noticias, pero está segura de que al día siguiente, cuando estén en tierras españolas, los servicios médicos la ayudarán a ponerse bien.

Mariam se ha querido poner guapa, porque su madre le ha contado, que en cuanto lleguen a territorio español, un barco con militares los sacará del agua, y ella quiere estar muy reluciente para ese momento, así que le pide a su madre que le haga unas trenzas con su cabello, y entre trenzas y sueños, al fin llega la noche.

Al intentar subir al cayuco, el Shamán,



que ha dejado de lado su sonrisa, para convertirse en un despiadado ganadero de personas, azota con una vara a los asustados tripulantes, golpeándoles para que se vayan acomodando en la vieja barca. Un espacio pensado para acoger a no más de 4 personas, que soporta en esta ocasión a más de 30.

Mariam no puede dejar de llorar, asustada en los brazos de su madre quien la intenta consolar, rodeadas por el frío de la noche, mientras la barca se va alejando de la costa. Con el cansancio del viaje, el mecer de las olas, y entre lágrimas y llantos, Mariam se consigue dormir ayudada por el ligero ruido del motor de la barca. Según les han explicado en menos de 12 horas deberán estar en aguas de Fuerteventura, así que no les han permitido subir ni alimentos ni agua.

De repente un grito sordo la despierta, y es que las olas han golpeado la barca, provocando un enorme movimiento que casi provoca su hundimiento. El pánico se ha apoderado de todos, mientras el embravecido océano Atlántico intenta engullir la vieja patera que a duras penas resiste los embates de Neptuno.

Tras varios días de enormes olas, atados unos con otros, para que nadie caiga al agua, el mar comienza a calmarse, y comienzan a florecer los olores de los restos fecales de los tripulantes de la barcaza, que no

han podido recurrir a quitarse la ropa para aliviar sus necesidades más primarias. El pie de la niña está cada vez peor, tras días mezclándose con los restos orgánicos del resto, y la fiebre le ha subido provocando delirios y llantos. El haber tenido que recurrir a su propia orina, como única manera de mantenerse hidratada no ayuda a mejorar la situación y a las pocas horas muere... Sira, abatida por la pérdida y el agotamiento cae inconsciente, hasta que la sirena de un barco de rescate la despierta.

Es el año 2021. El cayuco ha sido localizado a casi 500 kilómetros de la isla de El Hierro con 29 cadáveres a bordo, de los cuales 7 son niñas. Por fin están en aguas canarias. Y Sira ha visto cumplido su sueño...

Este es un relato ficticio que intenta transmitir la dura realidad a la que se enfrentan aquellos que deciden abandonar su hogar en busca de un futuro incierto poniendo en riesgo su vida, y la de sus hijos. Este es un relato ficticio que intenta dar voz a los más de 930 fallecidos en nuestras aguas en este 2021 (a fecha de 3 de diciembre). Una muerte cada 8 horas. 80 niños en lo que va de año. Más de uno a la semana.

Para este 2022 pido al Gobierno de Canarias que aumente la dotación destinada a Salvamento Marítimo, para que no muera ni un solo migrante más en nuestras costas.

Ómicron 1 - Turismo 0

OPINIÓN

ALBERTO BERNABÉ

Asesor Turístico y
Senior Advisor en PwC
España

 Alberto Bernabé Teja



Es evidente que la variante ómicron a cogido a propios y extraños con el pie cambiado, ni global ni localmente se ha podido reaccionar mejor a su extraordinaria

capacidad de contagio; sin embargo, hay países, fundamentales para nuestro desarrollo turístico, como Reino Unido, que ya nos han acostumbrado a sus medidas severas y en ocasiones ilógicas, muy dañinas para favorecer la recuperación turística.

Ahora los británicos se están planteando la exigencia de tests previos al retorno al país, pues se han percatado que el avance de la nueva variante es superior al cortafuegos que se pretende con esa medida. Pero es que tampoco han ayudado medidas del gobierno español como la exigencia de vacunación para niños entre 12 y 16 años procedentes del Reino Unido, cuando apenas había comenzado la vacunación de esos tramos de edad...

Así las cosas, al lobby turístico EXCELTUR no le ha quedado otro remedio que

solicitar al gobierno de nuestro país, una ampliación de los Erte hasta que finalice la pandemia, los cuales, por el momento, ampliación tras ampliación se extienden hasta finales de febrero de 2022.

En Canarias hemos resistido mejor de lo que yo podría imaginar, y básicamente lo hemos hecho por la combinación de la existencia de los benditos ERTE, la financiación blanda tipo ICO, las ayudas multimillonarias y directas otorgadas recientemente por el Gobierno de Canarias y el hecho de que hemos logrado mantener un cierto flujo turístico que ha ido a más con el paso de los meses, sin olvidar que alguno de los grandes operadores turísticos están siendo rescatados por mecanismos públicos como la SEPI o COFIDES).

De hecho, los datos nacionales nos dicen que el turismo es la actividad más beneficiada por los ERTE y la más perjudicada por la pandemia, en lógica correspondencia. Y en esa lógica, tenemos que ser conscientes de un dato dramático, que es el impacto en el PIB de las diferentes CCAA; si en España, la media nacional de caída del PIB en 2020 se situó en un 9.80%, en Canarias lo hizo un 17.50% y, en Baleares un 21,60%, los farolillos del país en razón de nuestro peso turístico. No hay que olvidar que el peso del turismo en el conjunto de la economía nacional era de un 12%, habiendo bajado el año 20, con cero turístico incluido, al 5%.

Llama la atención que en esta ya larga, larguísima crisis mundial, contra todo pronóstico y previsión, han sido más bien pocas las transacciones de activos hoteleros, desde luego, mucho menores que las anunciadas y

esperadas, fruto de la incursión de infinidad de fondos de inversión preparados para comprar a precio de derribo y salir a los 4 o 5 años con la máxima ganancia posible. No ha ocurrido, las empresas alojativas, en general, han aguantado el tirón y se han hecho las transacciones habituales de cualquier otro periodo. Es una buena noticia para los propietarios que podrán vender, si lo desean, en un contexto de crecimiento donde puedan obtener las plusvalías que seguro se merecen.

Lo que es probable, es que tras esta pandemia, se produzca un paulatino proceso de integración, de diversificación y de especialización. Los grandes serán más grandes, irán captando nuevos activos, bajo su marca, bajo la figura de la franquicia, de la afiliación o simplemente la gestión de nuevas oportunidades. Y en ese proceso, coexistirá la estrategia, para aquellos pequeños hoteles o pequeñas cadenas, normalmente familiares, que tendrán que especializarse en algún producto en que puedan competir por justo la vía de ser los mejores en algo o para alguien.

A buen seguro, será también una buena idea asociarse, agruparse o, en definitiva, buscar sinergias con empresarios de la zona que permitan extraer sinergias de dicha cooperación, bajar los costes, mejorar la comercialización y digitalizarse urgentemente.

La competencia de dentro va a ser fuerte, y la de fuera, ni les cuento.

En breve, hasta el dichoso ómicron tendrá que dejarnos paso, porque este partido, lo tenemos que ganar.

Yo firmo un ómicron 1, turismo 3.

Impulsa tu negocio

 **KIT
DIGITAL**

Solicita tu subvención

conectasoftware.com
922014341

 **conecta**
SOFTWARE

La reconstrucción verde por el volcán que NO será

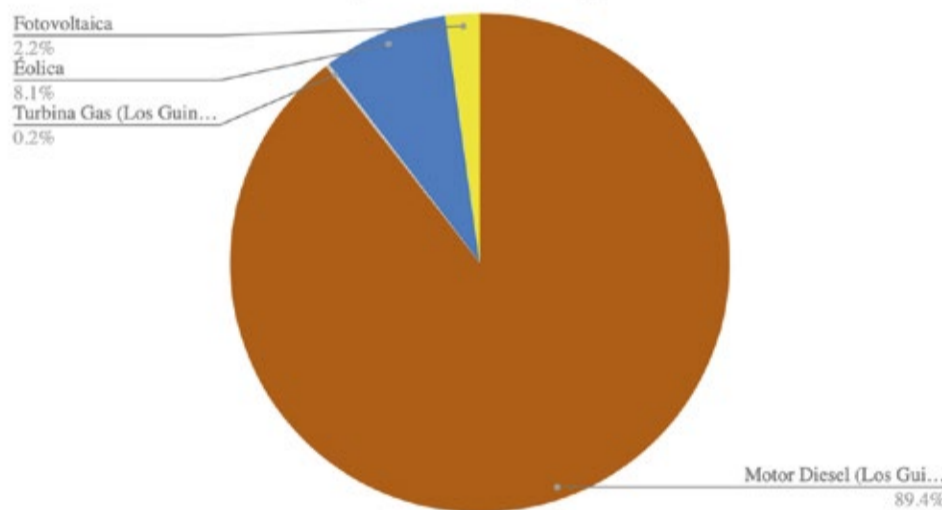


OPINIÓN
SEBASTIÁN MARTÍNEZ
 CEO DE GREEN EFFICIENT SOLUTIONS

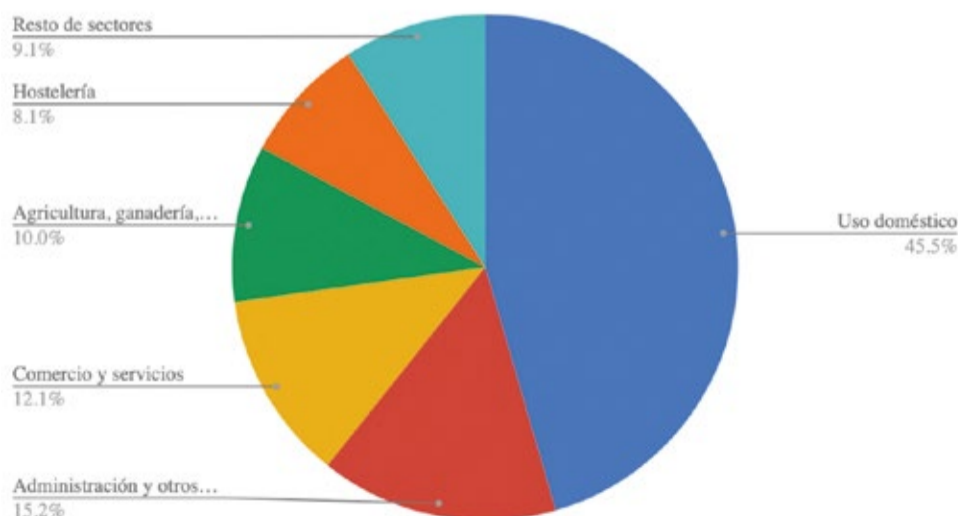
Sebastian Martinez
 @Sebas_pvsolar

	Cantidad	Coste FV Aislada + Baterías	Total	Nº de Trabajos directos
Viviendas	1.200	25.000 €	30.000.000 €	300
Edif. Uso Público	13	200.000 €	2.600.000 €	25
Viv. Agrícolas	161	35.000 €	5.635.000 €	10
Cuartos de aperos	68	10.000,00 €	680.000 €	5
Total	1.442		38.915.000 €	340

Cobertura de la demanda por fuentes (2019)



Demanda por usos (2019) (%)



Gráficos: lapalmarenovable.es

La isla de La Palma comienza a despertar de la primera gran catástrofe de este siglo. La cuantificación de las pérdidas por el Gobierno de Canarias ronda los 900 millones de euros. La partida presupuestaria para volver a llevar energía a los hogares afectados es de, aproximadamente, 50 millones de euros, presupuesto que se ha estimado para suministrar energía a más de 1.500 edificaciones, donde unas 1.200 son viviendas. Evidentemente, una vez reconstruidas, los palmeros tendrán que volver a pagar la energía cada mes religiosamente a Endesa.

Endesa, la compañía eléctrica con una posición monopolista en todas las islas, genera la energía eléctrica quemando diesel, la distribuye a través de su propio tendido eléctrico y luego la comercializa en el mercado.

Parece que tenemos en el Gobierno de Canarias (PSOE) y en el del Cabildo de La Palma (PP) una amnesia selectiva severa. Ambas administraciones no paran de hablar de la transición ecológica, las energías renovables y la independencia

energética. Iniciativas como el proyecto La Palma Renovable (lapalmarenovable.es), donde sus objetivos son alcanzar una isla 100% renovable para ser soberanos, la

estrategia de autoconsumo fotovoltaico de Canarias gobiernodecanarias.org/energia/temas/planificacion/) son ejemplos claros de que, cuando se les presenta la gran oportu-

nidad de plasmar el modelo energético sostenible que tanto anuncian a bombo y platillo, se les olvida.

Como comenté, el presupuesto asignado a Endesa es de 50 millones de euros para volver a llevar el tendido eléctrico, instalar transformadores y realizar todos los trabajos de media y baja tensión para que las casi 1.500 edificaciones vuelvan a tener electricidad.

Los costes que presento en la tabla, son costes reales de instalaciones funcionando con paneles solares fotovoltaicos y con baterías de litio en sistemas donde la red eléctrica convencional no llega. Cabe destacar que estas tecnologías además de tener una vida útil superior a 20 años son actualmente subvencionadas por el Gobierno de Canarias.

Resulta que, con la tecnología actual, se puede conseguir varios objetivos a la vez:

- Generación eléctrica libre de emisiones de CO2.
- Ahorro de costes de 11 millones de euros solo en la inversión inicial.
- Democratizar la energía.
- Provocar que los damnificados no paguen facturas eléctricas nunca más.
- Olvidarse de las subidas de la energía.
- Generar empleo de calidad y cualificado.
- Cumplir todos los objetivos marcados por Europa en un paso.
- Especializar a desempleados en mantenimientos de estas instalaciones.

Viendo el mix energético de La Palma que depende casi a un 90% de gasóleo y que el uso de ese combustible es mayoritariamente doméstico creo que es imperativo que toda la sociedad palmera, y sobre todos los municipios perjudicados por la erupción volcánica, exijan desde el minuto cero de la reconstrucción medidas acorde con las estipulaciones medioambientales europeas, los objetivos de desarrollo sostenible y con las hojas de rutas de las diferentes administraciones públicas que nos gobiernan.



OPINIÓN
CARMEN PÉREZ
 SOCIA ÁREA LEGAL
 AP CONSULTORES

✉ Carmenperez@ap-consultores.com

La sucesión, ¿testada o intestada?

del fallecido son llamados para que lo sucedan en sus derechos y bienes. Pero, ¿quiénes son los llamados a la herencia si quien ha fallecido no tiene testamento? Para determinar el orden de llamamientos, el Código Civil establece tres criterios escalonados de preferencia: la clase, el orden y el grado de parentesco.

Las clases son las categorías de personas llamadas a la sucesión en virtud de una vinculación especial con el causante; estos son: en primer lugar, los parientes del difunto; luego, el viudo o viuda y, finalmente, el Estado – aunque este último solo es llamado en defecto de las otras dos-.

¿Quiénes serán los parientes que van a heredar en primer lugar? Pues bien, para determinar la preferencia se utilizarán los órdenes y grados. Existen tres órdenes: el de los descendientes, el de los ascendientes, y el de los colaterales, que, a su vez, se subdividen en colaterales privilegiados (hermanos e hijos de hermanos), y colaterales no privilegiados, que son los demás parientes hasta el cuarto grado.

Lo que nos dice la Ley es que, en términos generales, si fallezco sin testamento, mis herederos serán mis hijos; si no tengo hijos, serán mis padres, y, en defecto de estos, mis hermanos. No obstante, debe tenerse en cuenta la figura del cónyuge viudo, ya que, si concurre con descendientes y ascendientes, tendrá derecho a una cuota legal usufructuaria sobre la herencia, pero en defecto de descendientes y ascendientes, el cónyuge será quien herede antes que los colaterales.

Ahora bien, ¿cómo se distribuye la herencia al fallecer sin testamento? La forma habitual es dividir la herencia por partes iguales entre tantas partes como personas sean llamadas a la sucesión, sin distinción.

De ahí la necesidad de hacer testamento para poder disponer de nuestro patrimonio y del destino de este conforme nuestra voluntad. La herramienta legal más conocida para garantizar que se cumple la voluntad de una persona es el testamento. Este documento permite determinar, de acuerdo con nuestra última voluntad, quién será el propietario o beneficiario de nuestros

bienes, o cómo debe hacerse uso de ellos, cuando nosotros ya no estemos. Es la mejor manera de ordenar los deseos, ya que se hace constar de forma legal la voluntad, facilitando la transmisión de los bienes y evitando problemas a familiares y allegados.

El testamento permite dividir el patrimonio en tercios: el primer tercio irá destinado a la legítima (que se distribuye a los herederos forzosos por partes iguales), el segundo tercio irá destinado a la mejora (que podrá mejorar a cualquiera de sus herederos legítimos), y el tercer tercio a la libre disposición (y podrá ser destinado de forma libre a quien estime el testador sin necesidad de ser o no heredero).

Pero además, el testador no solo está facultado para distribuir su patrimonio entre sus herederos de la manera antes señalada, sino que, incluso, podrá nombrar un albacea y un contador partididor, figuras importantísimas para proteger y brindar la voluntad del fallecido, o incluso otorgar legados (es decir, dejar bienes concretos a unas personas determinadas), y designar las personas que puedan ser tutores de sus hijos en caso de fallecimiento o el administrador de sus bienes que puedan heredar ellos.

A modo de conclusión, no podemos olvidar que el testamento es un documento personal, y siempre es revocable, es decir, que podrá ser cambiado siempre por otro posterior, cuantas veces se quiera. Por ello, la importancia de realizarlo con el asesoramiento jurídico oportuno, ya que, si bien no le impide al testador seguir disponiendo de sus bienes, igual que si no lo hubiera hecho, le da la seguridad de que se va a cumplir su voluntad una vez que él ya no esté, evitando más que un quebradero de cabeza a sus herederos.


La juventud empresaria comienza su REVOLUCIÓN

OPINIÓN

AGONEY MELIÁN

PRESIDENTE DE AJE
CANARIAS

 Agoney Melián Sosa

 @agoney_melian

Dos años hace ya que comenzó esta pandemia y esto nos ha hecho la vida bastante compleja a uno de los grupos más vulnerables de la economía, los jóvenes empresarios de Canarias.

Con menos consolidación que las empresas tradicionales, por una cuestión lógica de tiempo, y una legislación en la que no se nos tiene en cuenta de ninguna de las maneras, hemos tenido que tirar de ingenio y optimismo para sacar adelante nuestras empresas, en medio de una economía de guerra. Pero por desgracia, hay muchos compañeros y compañeras a los que he visto tener que abandonar sus sueños con lágrimas en los ojos. Esto ha sido devastador, lo peor que me ha tocado vivir como presidente.

Yo mismo he visto la destrucción de este maldito virus en mis empresas, teniéndome que poner seriamente a trabajar en reinventar el modelo de negocio, tirando de ayuda financiera y a veces, encomendándome a algún que otro rezo. Todo ello sin contar con carísimos asesores, departamentos específicos o cualquier otro recurso, sólo somos un grupo de personas con buena voluntad.

No sé si a ustedes les pasa, pero muchas veces me enfado y empiezo a discutir sólo mientras me ducho. Me imagino diciéndole a las personas que gobiernan lo perdidos que están en cuanto a nuestro sector se refiere. Me gustaría decirles lo duro que es ver a un compañero que ha hipotecado la casa de sus padres para abrir un pequeño bar que le han cerrado una y otra vez. O contarles lo difícil que lo ha pasado la chica del gimnasio al que voy, que ha tenido que seguir pagando sus gastos, a veces no teniendo ni como sostener a su familia. Lo estoy escribiendo y me enfado, no les voy a mentir.

En tierra de nadie...

La juventud empresaria vive en tierra de nadie, y esto no es una queja sin argumentos para victimizarnos, lo digo porque es absolutamente real y les pongo algunos ejemplos que he vivido en este último año. Hace poco el INJUVE sacó su estrategia para la juventud de nuestro país, pero cuando me llegó el documento no había ni una sola página que hablase de los jóvenes empresarios. También pude participar en un programa de televisión donde hablaban sobre desempleo juvenil, pero para mi sorpresa, tampoco hacían referencia a nuestro colectivo durante toda la presentación de los argumentos. No formamos parte del Consejo de la Juventud de Canarias, a pesar de haber mostrado interés por estar, y casi no nos dejan participar en el Plan de emprendimiento de Canarias, recientemente aprobado. Sí, parece un chiste, pero no lo es... estamos en tierra de nadie.

Hago autocrítica. Probablemente, tenemos un colectivo frágil por la casuística que supone el inicio de cualquier empresa. Es difícil sacar tiempo para las organizaciones, sobre cuando estás empezando, porque no se nos olvide lo difícil y mal visto que está ser empresario en nuestro país. No tenemos formación para lo que se nos viene encima y tampoco tenemos la solución que supone la consolidación de las empresas, algo que deberíamos reflexionar debido a la alta mortalidad de estas. Pero no vamos a poder quedarnos quietos si queremos que esta realidad que les planteo cambie de alguna manera.

Después del calentamiento que ha supuesto este último año en AJE Canarias, he llamado a la acción a toda la comunidad de la juventud empresaria para poner en marcha un movimiento transformador. Les he pedido que saquemos un poquito de nuestro tiempo para cambiar las cosas a través de una revolución de ideas, de propuestas reales que nos sitúen en el mapa. Le he pedido a mi gente que esté presente y sea comprometida con el presente y el futuro de nuestra tierra, porque el desempleo juvenil y los altísimos índices de pobreza que tiene nuestro territorio, son el síntoma de un problema mayor: cada vez hay menos gente que abre empresas que generen valor y riqueza en Canarias.

Tenemos que estar con las personas que quieren emprender y con aquellas que ya lo han hecho. Tendremos que presentarnos ante la sociedad como la vacuna económica que puede ayudar a solucionar esta crisis que ya se deja ver.

Si no nos escuchan, tendremos que hablar más alto. Si no nos ven, tendremos que estar más cerca para que nos vean y si no nos hacen caso no pasa nada, porque haremos nuestra propia REVOLUCIÓN.



¿Qué pasa con las mascarillas?



OPINIÓN

LUIS ABELEDO
ABOGADO

 Luis Abeledo Iglesias

 @luisabeledo



El 23 de diciembre de 2021 el gobierno de España modificó la Ley 2/2021 de 29 de marzo, en cuyo artículo 6 regulaba el uso obligatorio de mascarillas.

En esta columna vamos a intentar desentrañar un poco de donde venimos y qué derechos y obligaciones tenemos con el tema. Por otro lado, vamos a explicar el modo en que a la vista de todo el mundo se incumple a diario esta obligación sin que nada suceda como los jugadores de fútbol, baloncesto, todos y cada uno de los presentadores de televisión y los políticos cuando dan sus ruedas de prensa.

Como expuse, la Ley 2/2021 de 29 de marzo, entre otras muchas cosas impuso la obligación de llevar mascarillas en los siguientes supuestos:

Las personas de seis años en adelante quedan obligadas al uso de mascarillas en los siguientes supuestos:

En la vía pública, en espacios al aire libre y en cualquier espacio cerrado de uso público o que se encuentre abierto al público.

En los medios de transporte aéreo, marítimo, en autobús, o por ferrocarril, así como en los transportes públicos y privados complementarios de viajeros en vehículos de hasta nueve plazas, incluido el conductor, si los ocupantes de los vehículos de turismo no conviven en el mismo domicilio. En el caso de los pasajeros de buques y embarcaciones, no será necesario el uso de mascarillas cuando se encuentren dentro de su camarote.

2La obligación contenida en el apartado anterior no será exigible para las personas que presenten algún tipo de enfermedad o dificultad respiratoria que pueda verse agravada por

el uso de la mascarilla o que, por su situación de discapacidad o dependencia, no dispongan de autonomía para quitarse la mascarilla, o bien presenten alteraciones de conducta que hagan inviable su utilización.

Tampoco será exigible en el caso de ejercicio de deporte individual al aire libre, ni en los supuestos de fuerza mayor o situación de necesidad o cuando, por la propia naturaleza de las actividades, el uso de la mascarilla resulte incompatible, con arreglo a las indicaciones de las autoridades sanitarias.

Esta norma fue modificada en junio de 2021 quedando regulada así:

1. Las personas de seis años en adelante quedan obligadas al uso de mascarillas en los siguientes supuestos:

a) En cualquier espacio cerrado de uso público o que se encuentre abierto al público.

b) En cualquier espacio al aire libre en el que por la aglomeración de personas, no resulte posible mantener una distancia mínima de 1,5 metros entre las mismas, salvo grupos de convivientes.

c) En los medios de transporte aéreo, marítimo, en autobús, o por ferrocarril, incluyendo los andenes y estaciones de viajeros, o en teleférico, así como en los transportes públicos y privados complementarios de viajeros en vehículos de hasta nueve plazas, incluido el conductor, si los ocupantes de los vehículos de turismo no conviven en el mismo domicilio. En el caso de los pasajeros de buques y embarcaciones, no será necesario el uso de mascarillas cuando se encuentren dentro de su camarote, ni en espacios exteriores de la nave cuando se pueda mantener la distancia de seguridad de 1,5 metros.

d) En los eventos multitudinarios al aire libre, cuando los asistentes estén de pie o si están sentados cuando no se pueda mantener 1,5 metros de distancia entre personas, salvo grupos de convivientes.

2. La obligación contenida en el apartado anterior no será exigible en los siguientes supuestos:

a) A las personas que presenten algún tipo

de enfermedad o dificultad respiratoria que pueda verse agravada por el uso de la mascarilla o que, por su situación de discapacidad o dependencia, no dispongan de autonomía para quitarse la mascarilla, o bien presenten alteraciones de conducta que hagan inviable su utilización.

b) En el caso de que, por la propia naturaleza de las actividades, el uso de la mascarilla resulte incompatible, con arreglo a las indicaciones de las autoridades sanitarias.

c) En aquellos lugares o espacios cerrados de uso público que formen parte del lugar de residencia de los colectivos que allí se reúnan, como son las instituciones para la atención de personas mayores o con discapacidad, las dependencias destinadas a residencia colectiva de trabajadores esenciales u otros colectivos que reúnan características similares, siempre y cuando dichos colectivos y los trabajadores que allí ejerzan sus funciones, tengan coberturas de vacunación contra el SARS-CoV-2 superiores al 80 % con pauta completa, acreditado por la autoridad sanitaria competente.

Esta última excepción no será de aplicación a los visitantes externos, ni a los trabajadores de los centros residenciales de personas mayores o con diversidad funcional.

Con la reforma de 23 de diciembre quedó, en la actualidad, regulada así:

Artículo 6. Uso obligatorio de mascarillas.

1. Las personas de seis años en adelante quedan obligadas al uso de mascarillas en los siguientes supuestos:

1. En cualquier espacio cerrado de uso público o que se encuentre abierto al público.

2. En cualquier espacio al aire libre de uso público o que se encuentre abierto al público.

3. En los medios de transporte aéreo, marítimo, en autobús, o por ferrocarril, incluyendo los andenes y estaciones de viajeros, o en teleférico, así como en los transportes públicos y privados complementarios de viajeros en vehículos de hasta nueve plazas,

incluido el conductor, si los ocupantes de los vehículos de turismo no conviven en el mismo domicilio. En el caso de los pasajeros de buques y embarcaciones, no será necesario el uso de mascarillas cuando se encuentren dentro de su camarote.

2. La obligación contenida en el apartado anterior no será exigible en los siguientes supuestos:

1. A las personas que presenten algún tipo de enfermedad o dificultad respiratoria que pueda verse agravada por el uso de la mascarilla o que, por su situación de discapacidad o dependencia, no dispongan de autonomía para quitarse la mascarilla, o bien, presenten alteraciones de conducta que hagan inviable su utilización.

• En el caso de que, por la propia naturaleza de las actividades, el uso de la mascarilla resulte incompatible, con arreglo a las indicaciones de las autoridades sanitarias.

• En aquellos lugares o espacios cerrados de uso público que formen parte del lugar de residencia de los colectivos que allí se reúnan, como son las instituciones para la atención de personas mayores o con discapacidad, las dependencias destinadas a residencia colectiva de trabajadores esenciales u otros colectivos que reúnan características similares, siempre y cuando dichos colectivos y los trabajadores que allí ejerzan sus funciones, tengan coberturas de vacunación contra el SARS-CoV-2 superiores al 80 % con pauta completa y de la dosis de recuerdo, acreditado por la autoridad sanitaria competente.

Esta última excepción no será de aplicación a los visitantes externos, ni a los trabajadores de los centros residenciales de personas mayores o con diversidad funcional, ya que en este caso sí es obligatorio el uso de mascarilla.

d) En el exterior, durante la práctica de deporte individual, así como durante la realización de actividades de carácter no deportivo que se realicen en espacios naturales y manteniendo, en todo caso, la distancia mínima de 1,5 metros con otras personas que no sean convivientes.

Elementos que no varían en la obligación del uso

1. Obligados niños de seis años en adelante.

2. En cualquier espacio cerrado de uso público o que se encuentre abierto al público.

3. En medios de transporte aéreo, marítimo, autobús o ferrocarril, transportes públicos o privados hasta 9 plazas si no conviven.

Elementos de la norma o su redacción que sí han variado desde un inicio que nos interesan a estos efectos:

En la norma de marzo fue obligatorio el uso en la vía pública en espacios al aire libre. En la norma de junio fue obligatorio el uso en cualquier espacio al aire libre en el que por aglomeración de personas no resulte posible mantener 1,5 metros.

En la modificación de diciembre es obligatorio el uso de mascarillas en cualquier espacio al aire libre de uso público o que se encuentre abierto al público.

Preguntas:

1. ¿Es lo mismo “la vía pública en espacios al aire libre” que “cualquier espacio al

aire libre de uso público o que se encuentre abierto al público?”

2. ¿Por qué cambian la redacción de marzo a la de diciembre?

Las nuevas excepciones.

La nueva regulación establece una serie de excepciones:

1. Menores de 6 años no están obligados (no es una excepción pero lo menciono)

2. Personas con enfermedad o dificultad respiratoria, etc.. no varía desde marzo esta excepción.

3. Por la naturaleza de las actividades sea incompatible por indicaciones de autoridades sanitarias. No varía.

4. Residencias y hogares de mayores con sus particularidades con más de 80% de vacunación. No varía.

Aquí llega el tema, el turrón, la salsa, la pomadita. Adelanto que en junio no había excepción por tema deporte individual (nunca hubo excepción con el deporte en equipo) con lo que si estabas haciendo cualquier deporte en un espacio cerrado o aire libre con menos de 1,5 m (fútbol es deporte en equipo) era obligatorio. Al menos eso entiendo yo, con polémica, sin duda, pero es lo que entiendo. Baloncesto, deporte en equipo, siempre mascarilla. Atletismo, si no hay más de 1,5 metros, por ejemplo, igual.

d) En el exterior, durante la práctica de deporte individual, así como durante la realización de actividades de carácter no deportivo que se realicen en espacios naturales y manteniendo, en todo caso, la distancia mínima de 1,5 metros con otras personas que no sean convivientes.

Les presento la excepción de marzo, que fue derogada en junio:

Tampoco será exigible en el caso de ejercicio de deporte individual al aire libre, ni en los supuestos de fuerza mayor o situación de necesidad o cuando, por la propia naturaleza de las actividades, el uso de la mascarilla resulte incompatible, con arreglo a las indicaciones de las autoridades sanitarias.

En junio no existía excepción exigible en caso de ejercicio de deporte individual ni al aire libre, ni en espacios cerrados. Por lo que si no podías mantener 1,5 metros entre personas era obligatorio mascarilla. ¡Preciosos saques de esquina en la Liga Santander!

Como decía, el turrón, la polémica opinión de este blog de corta y pega. La norma vigente desde el día 24 de diciembre establece la siguiente excepción:

• La obligación contenida en el apartado anterior no será exigible en los siguientes supuestos:

d) En el exterior, durante la práctica de deporte individual, así como durante la realización de actividades de carácter no deportivo que se realicen en espacios naturales y manteniendo, en todo caso, la distancia mínima de 1,5 metros con otras personas que no sean convivientes.

En mi opinión, así redactada, regula dos excepciones claramente diferenciadas, para las actividades en el exterior:

1. Durante la práctica de deporte individual. En los deportes de equipo son obligatorios. ¿Vamos a ver a Benzema, miao, con mascarilla celebrando los goles? ¿Baloncesto?

• Durante la realización de actividades de carácter no deportivo que se realicen en espacios naturales.

Vamos a conceder el “y” como enlace a la practica de deporte individual y actividades no deportivos para establecer el requisito común de mantener la distancia de 1,5 entre no convivientes.

Ahora vamos a analizar otro elemento común, el concepto: “exterior” y “espacios naturales” que voy a realizar con mis conclusiones.

¿Qué es un espacio natural?

Estoy seguro que quien redactó esta norma está pensando en la montaña, en los desiertos, en las playas de Canarias, en las dehesas, en el campo de la España vaciada.

Pero como pensar no es regular, lo que tenemos es una norma que habla de espacio naturales. ¿Qué es un espacio natural? ¿Dónde se regula? En la Ley del Suelo de cada Comunidad Autónoma? ¿En el PGOU de cada municipio?

La ley del suelo de Canarias, por ejemplo, arts 176 y ss, regula el régimen jurídico de los espacios naturales protegidos. En su art 176, regula la protección de los espacios naturales y su declaración como tales a efectos de ser protegidos pero no define que es un espacio natural “a secas”. Nos dice que un espacio natural es una reserva natural, por ejemplo. ¿El Retiro es un espacio natural exterior y se pueden hacer actividades no deportivas allí?

Pero dicha norma también nos dice que es diferente un parque natural que una reserva natural. ¿Qué hacemos entonces?

En Canarias, ¿los recursos naturales que

deben ser ordenados a través del PGOU son espacios naturales?. Parece que no es lógico no es lo mismo un espacio que un recurso. No es lo mismo un parque o una reserva que un espacio.

En consecuencia, desconozco la ley del suelo de Madrid, Comunidad del origen de todos los males y 9 circulo del infierno de Dante, si nos guiamos por algunas informaciones, pero me da a mi que no regula qué es un espacio natural exterior.

Por último. ¿Los presentadores de televisión y políticos en rueda de prensa en el interior? ¿Hay excepciones para ellos si se hacen todos PCR antes de los programas? Rotundamente, no.

Todos, absolutamente todos, incumplen el artículo 6 de la Ley 2/2021 y deberían ser sancionados.

En consecuencia:

1. Voy haciendo running hasta el super: sin mascarilla.

2. Voy jugando a e-games hasta el super: sin mascarilla.

3. Voy jugando al yo-yo hasta el super: sin mascarilla.

4. Estoy en una plaza, que es un espacio natural exterior tocándome los.. durante la realización de una actividad de carácter no deportivo: sin mascarilla.

5. Botellón en una plaza que es un espacio natural exterior: sin mascarilla.

6. Políticos en rueda de prensa/congreso sin mascarillas: multa.

7. Deportes de equipo sin mascarilla: multa

8. Presentadores de televisión: multa.



LINEAS ROMERO

ESPECIALISTAS EN EXCURSIONES Y
TRANSPORTE MARÍTIMO DESDE 1970

Consulta horarios y precios en:
www.lineasromero.com

☎ 928 596 107



NEVER STOP EXPLORING



Con todas las medidas
de seguridad e higiene

OPINIÓN

MIGUEL BORGES

PAREJO

TOUR OPERATION &
SALES MANAGER SMY
HOTELS

Se ve que no voy a poder escapar del tópico y no me he podido resistir en un año de película como este a hacer balance en lo económico de un 2021 que cerramos, y un 2022 que comienza, para ello voy a coger como referencia un artículo publicado el 04.01.2021 en un blog económico de una importante entidad financiera.

En él se abordaban los que a su criterio serían los 7 temas económicos que marcarían 2021 y veamos que ha sucedido con ellos y en qué estado se encuentran una vez comenzamos 2022:

1. Brexit: A lo largo de 2021 y en medio de los vaivenes de la pandemia, Reino Unido se ha tenido que enfrentar a problemas de suministro y escasez de mano de obra que sumada a una inflación en ascenso que ha obligado al Banco de Inglaterra a subir tipos, provocando todo ello un mix de variables que hacen que nadie sea capaz de vaticinar la incidencia que tendrá el Brexit en el economía del país, así que esperemos a que los meses venideros arrojen más luz sobre las consecuencias reales de este descuelgue de UK de la UE.

2. Gestión de los fondos europeos de recuperación (fondos Next Generation): A pesar de que la Comisión Europea dio a principios de Diciembre de 2021 su visto bueno a activar la obtención del primer tramo de los fondos de recuperación (10.000 millones), el ritmo de ejecución de los mismos está actualmente en cifras muy bajas por lo que esperemos que a lo largo de 2022 se dinamice su gestión, de manera que lo prioritario sea su reparto y la consecución de los objetivos que se hayan marcado en su uso y no el cálculo y el tacticismo político.

3. Vacunas: Dado que en 2021 los países occidentales junto con Rusia y China se lanzaron a una carrera para asegurar que toda su población pudiera quedar cubierta, se fue generando a lo largo del ya pasado año una



2021.....2022

suerte de seguridad sanitaria que ha sido algo engañosa ya que la epidemia no acaba cuando baja la transmisión o gravedad en un país, si no cuando se consigue en todos.

4. Economía mundial post-covid: A mitad del año 2021 se leían titulares como: “la recuperación económica post-covid avanza con paso firme”, y esto es verdad si comparamos los datos con los de 2020 pero las variantes Delta y sobre todo Ómicron a final de año han hecho que las previsiones de crecimiento sean revisadas a nivel mundial y estemos aún lejos de las cifras prepandemia en muchos indicadores.

Como ha sido normal en los dos últimos años habrá que seguir la evolución de la derivada sanitaria para poder ir actualizando los datos económicos y sus variaciones.

5. Era Biden: En este pasado año, el nuevo Presidente ha dejado aparte de la caótica salida de Afganistán unas tensiones con China, que si bien venían ya del pasado sólo han cambiado en medio de ellas las formas grandilocuentes de su predecesor Donald Trump, pero el fondo ha seguido siendo el mismo, así que la fuerte rivalidad comercial continúa y podrá tener consecuencias en muchos casos impredecibles.

Otros frentes abiertos en esta Era Biden son las tensiones con Rusia en la frontera con Ucrania, así como la relación con Latinoamérica tras una penetración cada vez más apabullante de la inversión China en ese continente, la inmigración.....etc, etc.

6. China: Tras un crecimiento de la tasa intertrimestral entre el 1er y el 2º Trimestre de 2021,

el país sufrió una desaceleración a partir del tercer trimestre debido a la variante Delta, sumado a que veremos los datos del último trimestre del año con el impacto de la variante Ómicron en ascenso y la previsible ralentización que esta habrá provocado también en la economía China.

7. Cambio climático: La Cumbre del clima 2021 (COP 26) ha dejado un acuerdo con pocos grandes compromisos y muchas vaguedades que han pospuesto de nuevo la cuestión para otra cita, en la que esperamos, esta vez sí, contemos con un acuerdo de máximos que frene las consecuencias de este fenómeno natural de gran impacto social, económico y ambiental.

A grandes rasgos y con una visión general nos damos cuenta de que todos estos temas han quedado en mayor o menor medida prolongados y en algunos casos hasta postergados debido a la urgencia e importancia de la pandemia y su evolución.

Y si bien todos y cada uno de estos puntos son de una importancia capital, faltó uno que los economistas podían prever pero del que la ciudadanía no tuvo constancia hasta que empezó a hacerse notar en el día a día y este no es otro que la crisis de suministros provocada por el parón pandémico cuyo origen proviene del desajuste entre producción – distribución versus oferta – demanda generado a partir de Marzo 2020.

El devenir económico de nuestro archipiélago en 2022 dependerá también de estas variables en mayor o menor medida, y esperamos que sea el año en el que definitivamente la crisis sanitaria esté resuelta y podamos abordar “las cosas del comer” y las variables que le afectan prescindiendo ya del factor Covid y todo lo relacionado con él.

Ojalá acabemos este nuevo año con seguridad sanitaria, pero también jurídica y más libertad económica que den más estabilidad y certidumbre a la inversión, aumentos de la productividad por la mejora en formación del capital humano, mejora tecnológica y con un robusto crecimiento económico derivado de todo ello.

Que al acabar 2022 podamos hacer un buen balance será la mejor de las noticias.

El Pinar de El Hierro

monte, mar, volcanes y más





www.aytoelpinar.org



OPINIÓN

CRISTINA

AGUILERA ARDILA

PROFESORA INSTITUTO
CANARIO DE TURISMO Cristina Aguilera Ardila

Estamos viviendo tiempos difíciles en el turismo, pero la historia nos ha demostrado que las crisis también traen consigo nuevas oportunidades. Así, podemos hablar de un nuevo nicho de mercado que ha aparecido en nuestras islas: los trabajadores remotos o remote workers, donde nuestro archipiélago está consiguiendo ser un destino de referencia no solo en Europa sino también a nivel mundial.

Con las nuevas tecnologías surge el teletrabajo, una fórmula que viene pisando fuerte y que trae consigo un cambio empresarial al que cada vez más compañías se están adaptando. Concretamente, el confinamiento hizo que muchos rompieran la barrera que lo limitaba, y así, a la fuerza, descubrimos que sí es posible trabajar desde cualquier lugar y ser tanto o más productivos que en nuestra oficina tradicional. Y es que, consultoras como McKinsey estiman que más del 20% de la fuerza laboral de los países desarrollados podrá seguir trabajando desde su casa entre tres y cinco días por semana; casi el cuádruple que antes de la pandemia.

Canarias tiene ventajas para competir con éxito como destino para trabajadores remotos gracias a: una conectividad envidiable, un coste de vida más bajo que en muchas ciudades europeas, su seguridad, su compatibilidad horaria laboral con Europa y América, sus beneficios fiscales, sus recursos naturales y, ¿cómo no?, a sus dulces temperaturas durante todo el año. Así, en la Nomad List – Best places to live for a Digital Nomad, la principal referencia para tele-



La oficina más soleada de Europa

trabajadores, se sitúa a las islas de Tenerife y Gran Canaria entre los mejores destinos para teletrabajar del mundo.

Hablamos de un grupo estratégico para nuestro destino, pues trae consigo estancias más largas, realizadas normalmente a través de la venta directa, con niveles socioeconómicos elevados que permiten un mayor gasto, el cual se extiende directamente a toda la economía canaria. Quienes, además, aportan al archipiélago talento y nuevas profesiones, aumentando así nuestra economía del conocimiento y permitiéndonos estar en el punto de mira de muchas compañías internacionales.

Un nuevo ecosistema con el que se nos plantea un reto: ya que las reglas de juego que bien conocíamos en el sector han cambiado por completo y nos encontramos ante un nuevo tipo de cliente, siendo fundamental ofrecer servicios y experiencias que se adapten a sus necesidades.

Los remote workers valoran poder trabajar no solo desde sus habitaciones o salas de coworking, sino desde cualquier punto; necesitan wifi de alta velocidad, servicios de custodia para sus dispositivos; disponer de cocinas o de una amplia variedad gastronómica teniendo en cuenta que van a estar largos períodos alojados. También, los eventos y las actividades serán muy importantes para socializar con la comunidad local. Hablamos de una línea de hybrid hospitality, con recepciones abiertas, experiencia digital y espacios flexibles de trabajo, que ayudará a posicionarnos en este segmento.

Un nuevo nicho y nuevos mercados, destacando la nueva ruta aérea directa que tendrá este año la isla de Tenerife con la Gran Manzana, Nueva York, que será un añadido más para acercar nuestro paraíso del workcation al mercado norteamericano.

Así, para el desarrollo de este segmento está siendo clave la alta implicación pública y privada, donde un cero turístico nos hizo defender nuevas soluciones y gracias a una reformulación junto al desarrollo de espacios de coworking y coliving podemos hablar de casos de éxito de complejos alojativos que lograron altas ocupaciones en plena crisis turística con trabajadores en remoto.

Comenzamos un nuevo año sabiendo que el futuro no está escrito, pero que, sin duda, la pandemia ha modificado muchos hábitos y ha obligado a abrazar otros sin discusión.



GRUPO
Innovaris
CONSULTORES

Especialistas en implantación de sistemas de gestión bajo normas ISO (calidad, medio ambiente y seguridad, entre otras), modelos de innovación y excelencia y, realización de auditorías de primera y segunda parte

www.grupoinnovaris.com

Lucha de Gigantes

OPINIÓN

ÓSCAR MIGUEL ZÁRATE

DIRECTOR EN POOL DE EXCURSIONES Y CODIRECTOR DE EL PARAGÜITA PODCAST

 Óscar Miguel Zárate

 elparaguita_podcast



unos niveles en verano que hacían respirar un aire de optimismo que hizo soñar a hoteles, agencias y a empresas de ocio y restauración con volver a las cifras de 2019. Pero, quién iba a decir

que tras ese gran ascenso íbamos a encontrar una rampa de bajada tan grande como colofón de fin de 2021; sin duda una montaña rusa de las buenas. Este final de año ha sentado un jarro de agua fría a los ánimos, a las cuentas y a las previsiones de un sector turístico que aún no se había recuperado de un fatídico 2020.

Cada empresa y cada persona ha vivido de una forma distinta este año que acabamos de cerrar. Hay casos de todo tipo ¡e incluso de éxito!, pero en líneas generales podemos decir que hemos vivido en un clima de incertidumbre, desconfianza y crispación. Que se lo pregunten a los palmeros que vieron cómo la lava engullía sus casas, fincas, trabajos y recuerdos. O a esos empresarios que han tenido que cerrar sus empresas o a las personas que casi han perdido la esperanza de encontrar un empleo. Sin lugar a dudas, este 2021 y desde el inicio de la pandemia, todos y cada uno de nosotros estamos librando una lucha de

Cerramos un 2021 que para el turismo ha sido un año en el que por momentos parecía ser el del inicio de la recuperación, pero que en cómputos globales ha sido lo más parecido a una montaña rusa. Sí, la típica montaña rusa de parque de atracciones, a saber: arrancó con niveles bajos de turismo, con muchas empresas cerradas y poco a poco fue subiendo hasta llegar a



gigantes por diversos motivos. Porque no está siendo fácil aceptar que un virus ha cambiado el mundo tal y como lo conocíamos, tanto que donde antes nos extrañaba ver a un asiático con mascarilla, hoy lo que nos extraña es ver a alguien sin ella. Y porque, en el peor de los casos, hay quienes jamás lo olvidarán porque el virus le ha dejado secuelas tras pasar por su cuerpo o por haber perdido a un ser querido.

Por todo ello es una lucha de gigantes, pero también lo es porque creemos, porque confiamos y porque estamos seguros. Creemos en que esto no va a durar para siempre, confiamos que pronto habrá una era post covid y porque estamos seguros que cada día queda menos para volver a estrechamos la mano, a besarnos y abrazarnos con las mismas ganas

y despreocupación que antes.

A este 2022 que acaba de empezar no le pedimos mucho. Sólo le pedimos que nos deje volver a ser los de siempre y que podamos volver a trabajar con más certidumbre, más confianza y más armonía que nunca. Y no, no con ello estamos pidiendo mucho porque ya está bien, ya hemos sufrido suficiente y ya nos toca volver a la carga. A nivel turístico confiamos plenamente en que en este 2022 vamos a volver a ver overbookings, cierres de ventas, tarifas no reembolsables, colas en museos y parques temáticos. Y de los únicos semáforos que vamos a tener que estar pendientes serán los de unas ciudades coloreadas por visitantes, guaguas y coches de alquiler. ¡2022 allá vamos!

VALLE GRAN REY

UN REINO DE MARAVILLAS

www.vallegranrey.es

OPINIÓN

DANIEL MORIN

Vivimos tiempos convulsos, de gran incertidumbre, donde debemos saber adaptarnos con facilidad y rapidez a los cambios que se suceden cada día e incluso cada minuto. En una sola década hemos vivido dos grandes crisis, la primera una crisis eminentemente económica, producida por el modelo económico capitalista llevado al extremo, y la segunda crisis, de origen sanitaria, pero como todo en la vida afectando a la economía de tal manera que ha provocado otra crisis económica. Pues en tan solo estos 10 años las sacudidas económicas han dejado una gran huella en el modelo económico predominante, un modelo que se tercia agotado y sin capacidad de respuesta adecuada, y esto ha sido provocado por llevar al extremo el capitalismo, haciéndolo descarrilar de su probable objetivo matriz para el cual fue creado, por lo tanto queda suficientemente demostrado que los extremos no son buenos, hay que tener algo más de mesura, de capacidad analítica y empática, y amplia visión social para poder entender lo que



sucede en cada momento en el entorno y de esta manera tomar las decisiones más adecuadas, pero siempre con un profundo carácter social.

Pues bien, ahora nos encontramos con una economía prácticamente parada o muy ralentizada, una sociedad perdida sin saber qué camino tomar, una despoblación interior que ha vaciado al sector primario (pero eso sí, todos queremos productos naturales de la huerta), unos gobiernos ausentes en algunos casos y en otros trabajando a trompicones por no saber exactamente como proceder de la mejor manera posible, pero

Economía Social

lo que sí está meridianamente claro es que el actual modelo económico, el capitalismo llevado al extremo, está agotado, está desfasado, y sobre todo carente de soluciones, y es aquí donde debe salir a debate de forma clara la tenencia de un modelo con mayor carácter social, que sea inclusivo, que cohesione a una sociedad dividida y perdida. Hablamos de economía social, pero hablar de esto no es hablar de comunismo como muchos piensan, hablar de economía social es hablar de un modelo económico preocupado no solo por el capital monetario sino también por las personas, por el medioambiente, por la solidaridad como sociedad, básicamente es hablar de una economía nacida para una evolución social que llegue a todas las personas, que nadie se quede atrás (pero esta vez de verdad), porque al final todos necesitamos de todos, las empresas necesitan clientes y también trabajadores, los clientes necesitan empresas y personas capacitadas para atenderles en su proceso de compra, los trabajadores necesitan empresas para trabajar y también para comprar productos y servicios porque los trabajadores también son clientes, y las instituciones públicas necesitan a todos, porque todos aportan dinero a las arcas públicas con las que poder financiar y desarrollar proyectos para la sociedad en

general. La economía social es la iniciativa económica que busca una mejor redistribución de la riqueza, porque cuantas más personas puedan tener ingresos decentes y sostenibles más consumirán y por lo tanto más podrán las empresas vender, y más ingresos podrán tener los gobiernos para reinvertir en la sociedad, al final es un círculo que debe ser virtuoso y que sea capaz de empoderar a toda la sociedad para crear un desarrollo sostenible e inclusivo.

El mundo necesita un modelo económico que se preocupe por las personas, por los recursos naturales, por el medioambiente en su globalidad, por la eficiencia, por el conocimiento y la formación, por la unidad y el entendimiento, por factores que promuevan el bienestar social y el desarrollo sostenible e inclusivo, en definitiva por un crecimiento homogéneo, y es aquí donde juega un papel importante la economía social como modelo económico basado en valores sociales firmes como la democracia, la colaboración y cooperación, la primacía de las personas sobre el capital monetario, la inclusión, la mejora del mercado laboral, la preocupación por el territorio, etc.

Pero todo esto no será posible si los que pueden no quieren y los que quieren no pueden. Mirar al futuro con valentía es pensar en el desarrollo de toda la sociedad.

Cada destino es un momento único, diferente, especial...

Canarias y Baleares: donde te gustaría estarR2



Innovaris, líderes en mejora de los Sistemas de Gestión



Alba Liberal, área de Sistemas de Gestión.



son, sin duda alguna, una forma universal de proceder con éxito contrastado a la mejora de la competitividad, permitiendo a las organizaciones poder sistematizar prácticas eficientes sobre sus procesos y garantizar a terceros, como un nuevo cliente, una entidad de financiación o una administración competente, el cumplimiento de todos los requisitos legales y la adopción de buenas prácticas en procesos concretos.

de los trabajadores, la mejora de los procesos internos, la reducción de los costos por menor generación de residuos y emisiones, la reducción de los costos asociados a accidentes y enfermedades, mejores relaciones con la comunidad y la reducción de los costos por menor consumo de recursos naturales para sus procesos productivos.

Garantía de éxito

En el 100% de los casos, la implantación de sistemas de mejora de la Calidad basados en la norma ISO 9001 de Sistemas de Gestión de la Calidad o el Modelo de Excelencia EFQM entre otros, generan importantes cambios que se traducen en mejoras transversales de mayor nivel. Mientras tanto, su posterior certificación permite el acceso a nuevos recursos y mercados, así como el acceso a licitaciones y concursos. Algunos de las ventajas positivas que ofrecen los Sistemas de Gestión son: la satisfacción de sus clientes, la mejora en las condiciones de ambiente de trabajo, la fidelización

Rentabilidad

La rentabilidad de los Modelos de gestión es un aspecto clave a la hora de abordar un proyecto de mejora en este campo. Un estudio de ISO (International Organization for Standardization) demuestra que las organizaciones que implantan normas técnicas experimentan beneficios económicos, suponiendo hasta el 5% de sus ingresos anuales por ventas, según un estudio realizado entre empresas de varios países. Además, reducen un 7% los costes empresariales.

En definitiva, los Modelos de gestión son un elemento generador de mayor rentabilidad para todo tipo de organizaciones, tanto públicas como privadas.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Grupo Innovaris se ha especializado en conocer bien los procesos de sus clientes para mejorarlos y gene-

rar mayores niveles de competitividad. Todos los servicios que ofrece la compañía se enfocan en todo tipo de empresas, tanto empresas privadas como entidades del sector público, que se verán beneficiadas de menores riesgos y

costes, menores tiempos de actuación y mayores niveles de calidad, entre otras ventajas en forma de herramientas completamente personalizables.

Esto se traduce en una mejora en los Sistemas de Gestión que



Javier Molowny: “Nosotros apostamos por una arquitectura sincera”

ENTREVISTA

JAVIER MOLOWNY
ARQUITECTO
SOCIO DE MAKIN
MOLOWNY PORTELA,
ARQUITECTURA E
INGENIERÍA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo está la situación de este sector en Canarias bajo vuestra perspectiva profesional?

Bajo nuestra perspectiva, como estudio de arquitectura, hemos notado que en los últimos años el volumen de negocio ha aumentado. En el estudio han entrado proyectos de mayor envergadura estos últimos 4 años, sobre todo proyectos residenciales o residencial-turístico en el sur de la isla.

La mayor parte de ellos son clientes de península que invierten en Canarias y, paradójicamente, el cliente final muchas veces no es canario, es peninsular o extranjero.

La arquitectura también ha evolucionado en Canarias en los últimos tiempos, asistimos ahora a nuevas formas de construir, a nuevas tendencias, ¿se adapta bien el archipiélago a esas tendencias o somos un poco reticentes?

Yo creo que, en cierta manera, hay una arquitectura de Canarias, no vinculada a lo tradicional sino a las condiciones insulares y a los materiales a los que tenemos alcance. Se trabaja mucho con hormigón en sus diferentes texturas, con materiales locales, con bloque, no tanto con otros materiales como puede ser en península el ladrillo. Y yo creo que eso junto con el clima que tenemos que puede ser incluso un condicionante del proyecto, casi como un material más.

Se ha generado de hace unos años una forma de construir en Canarias que se reconoce, no solo en las islas sino también a nivel nacional e, incluso, internacional con premios constatados por diferentes compañeros de renombre.

¿Ha llegado el sistema de construcción modular a las islas?

Hay varias empresas que están fomentando la construcción me-



dante sistemas modulares, es decir, arquitectura en seco, viviendas prefabricadas. Eso facilita la rapidez de ejecución de la vivienda, la limpieza de obra, pero también es cierto que el cliente tiene que confiar en ese sistema constructivo novedoso que muchas veces no es sencillo.

Es cierto que hay novedades constructivas y cada día todo mejora.

¿Por qué tipo de arquitectura apuesta este estudio?

Nosotros apostamos por una arquitectura sincera, nos gusta que el hormigón sea hormigón, el vidrio sea vidrio, la pureza del material junto con todas sus posibilidades y las diferentes texturas con las que se puede acabar. Nos gustan los proyectos sencillos y, sobre todo, dar respuestas a las demandas del cliente en cuanto a programa de usos, siempre nos gusta sorprenderle de alguna manera y darle más de lo que él pide.

Hacemos alusión al programa de usos que el cliente pide como el número de habitaciones, pero

también tenemos en cuenta otros factores que quizá el cliente, por inexperiencia, no tiene en cuenta como la orientación, si hay viento en la zona, las vistas y una serie de circunstancias para que el proyecto final sea de la satisfacción del mismo pero que a su vez, a nosotros, como estudio de arquitectura, nos sume.

¿Hay problemas para encontrar a profesionales cualificados o esta profesión se ha nutrido en Canarias de profesionales capacitados a la altura de un estudio como este?

Yo creo que sí hay compañeros con estudios de primer nivel, no solo en Tenerife, sino en las islas en general. En su momento, años atrás, la crisis hizo cierta limpieza y muchos compañeros se derivaron a otros sectores totalmente diferentes de lo que es la arquitectura y los estudios que se han consolidado con el tiempo y han progresado entiendo que ya tienen cierta consistencia y son capaces de desarrollar proyectos de una envergadura consi-

derable.

Las tendencias han variado a lo largo de los años, hemos pasado de emplear líneas futuristas a combinar lo tradicional con lo nuevo, ¿hacia dónde está evolucionando la arquitectura?

Yo creo que cada estudio de arquitectura tiene su línea proyectual vinculada a cada persona que forma parte de ese estudio y está claro que cada proyecto es diferente.

No es lo mismo una intervención en un edificio histórico que en una obra nueva. Como te comenté con anterioridad, hay que analizar cada proyecto y dar la mejor respuesta al cliente. Por ejemplo, en una intervención de un edificio histórico yo no creo en la mimesis con lo antiguo sino en intervenciones con materiales contemporáneos y que se diferencie lo antiguo de lo nuevo poniendo en valor lo antiguo.

La obra nueva tiene que atender a los estándares contemporáneos de construcción y visión arquitectónica.

Por suerte, vemos como

prolifera los estudios en Canarias, no hay que ir fuera para encontrar a buenos arquitectos, pero, ¿cuáles dirías que son los puntos fuertes de este estudio para llegar a convertirse en la referencia en la que se están convirtiendo actualmente en las islas?

Uno de nuestros puntos fuertes es analizar muy bien el proyecto en primera instancia para ir aportando ideas con el fin de que el producto final sea de la máxima satisfacción. Siempre nos gusta sorprender al cliente con algo novedoso que mejore las expectativas iniciales del proyecto.

El trato cercano y la profesionalidad queremos pensar que son dos cualidades que hacen que este estudio se posicione a día de hoy y que pueda tener acceso a los proyectos que tenemos.

¿Están preocupados por la crisis de desabastecimiento de algunos productos que puede afectar a la actividad?

La verdad que sí. Es un problema bastante importante que nos está afectando de cara a la ejecución de obras. Tenemos casos en los que se ha pedido una licencia de obra bajo un presupuesto, dicha licencia se ha demorado y, actualmente, al recibir la licencia a la constructora no le interesa la obra porque los costes se han disparado y no obtiene beneficio alguno.

También otro problema es la demora en conceder las licencias municipales, no es de recibo que se demore una licencia más de dos años. Tiene que haber más apoyo desde las entidades municipales, quizá el personal es insuficiente, tienen un colapso de años atrás, pero sea cual sea el problema hay que solucionarlo de cara a la construcción y a la arquitectura en las islas.

¿Qué proyectos vislumbra este estudio para el año que viene?

Actualmente estamos trabajando en varios proyectos residenciales de cierta envergadura. Estamos redactando un proyecto de 60 viviendas en El Médano, un hotel de obra nueva en la zona de Amarilla Golf que cuenta con 88 apartamentos y un proyecto de 67 viviendas en Adeje. La mayoría de proyectos importantes a los que estamos vinculados son residenciales o residencial-turístico.

¿Está experimentando la zona sur un mayor impulso en lo que a viviendas de calidad se refiere?

Sí, es cierto que el sur desde hace unos años se ha convertido en el motor de la isla y en el lugar donde se genera la actividad económica más importante. Es por ello que inversores nacionales e internacionales apuestan por esa zona de la isla para ofrecer ya no solo sol y playa, sino otros elementos como la gastronomía.





Fuencaliente será sede del Encuentro Starlight 2022

► Entre las 23 propuestas recibidas de numerosas Reservas y Destinos Turísticos Starlight, y de otras acreditaciones Starlight, el municipio palmero de Fuencaliente ha salido designado como dese de este importante evento

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Fuencaliente de La Palma vuelve a estar de enhorabuena y sigue manteniéndose como uno de los municipios de referencia a nivel turístico innovador del archipiélago. Hace pocos días, recibía la extraordinaria noticia de que sus calles serán la sede física para albergar el V Encuentro Starlight y III Encuentro de Guías y Monitores Starlight.

La Fundación Starlight ha recibido 23 propuestas procedentes de numerosas Reservas y Destinos Turísticos Starlight, y de otras acreditaciones Starlight (alojamientos, parques estelares, etc.) de gran parte del territorio certificado, todas fabulosas y muy atractivas, de lugares Starlight veteranos y de otros más jóvenes, todas óptimas para albergar esta sede que es la máxima referencia



en astroturismo y un evento excepcional para conocerse la familia Starlight y crear sinergias.

El jurado constituido por los patronos de la Fundación Starlight y por la directora ha decidido por unanimidad que la sede para albergar el próximo encuentro Starlight sea la isla de La Palma, y que sea un encuentro co-organizado por

la Fundación Starlight con las tres entidades de la isla que presentaron su candidatura. El encuentro incluirá una visita al Observatorio del Roque de los Muchachos y al recién inaugurado Centro de Visitantes, visita histórico-cultural a Santa Cruz de La Palma y al volcán de Cumbre Vieja, entre otras actividades.

Este reconocimiento es el fruto a un arduo trabajo del consistorio para certificar a Fuencaliente de La Palma como pueblo Starlight debido a la calidad de sus cielos, un turismo en auge y que, sumado a sus espectaculares paisajes y atractivos, hacen de esta pequeña parte del mundo, un lugar singular y atractivo para un turismo que busca belleza, tranquilidad y sostenibilidad.

Apuesta por un Plan de Desarrollo Turístico innovador científico y sostenible

Este no es sino uno de los logros más que suma el municipio tras una innovadora campaña turística desarrollada por el área de Promoción Turística, liderada por la incansable Celia Santos la cual, desde su llegada al cargo, ha llevado el nombre del municipio por todos los congresos y eventos del territorio regional, nacional e internacional.

De esta manera, Santo formuló su apuesta para unificar y multiplicar las diferentes iniciativas que se desarrollan en Fuencaliente y que precisan de un hilo conductor. El gobierno local apostó por diversificar la economía y fortalecer el tejido empresarial a través de la ciencia, el conocimiento y el respeto a sus valores naturales. Se trata de conseguir un turismo “con ciencia y con conciencia”.

El gobierno local pretende seguir mostrando, allá donde vaya, su trabajo continuo en la apuesta por un turismo respetuoso con el medio ambiente y en aras de potenciar el reconocimiento como ‘Municipio Starlight’, fruto de la apuesta del municipio por el Turismo de Estrellas, además de permitir la divulgación científica entre vecinos y visitantes.

Asimismo, cabe resalta el trabajo que se impulsa desde el Ayuntamiento para la protección del patrimonio histórico, así como la gastronomía, el enoturismo dando a conocer la importancia del malvasía y las bodegas, así como la oferta alojativa de Fuencaliente. Se trata, en definitiva, de conjugar todos y cada uno de los atractivos que posee esta zona de la isla para atraer un turismo consciente y de calidad, que no solo disfrute del territorio sino que, incluso, lo mejore.

Además del cielo el Ayuntamiento apoya a la protección del volcán de Teneguía así como de la costa, ya que son reservas, por lo que apuesta firmemente por esa unidad entre cielo, mar y tierra.



Gran Canaria refuerza su promoción en Polonia mediante un press trip organizado en colaboración con la OET de Varsovia

► En los últimos días del año visitó la Isla un grupo de cinco periodistas de los más destacados medios de comunicación polacos que han podido conocer las múltiples facetas y atractivos de Gran Canaria

turalza y los atractivos de Gran Canaria. Entre las múltiples actividades realizadas se priorizaron las visitas a los lugares que destacan por su belleza y las historias relacionadas con cada uno de ellos, teniendo en cuenta el alto grado de profesionalización del grupo, tanto a nivel fotográfico como periodístico.

Durante su estancia estuvieron alojados en diferentes hoteles del sur, pudiendo disfrutar de los espectaculares amaneceres y atardeceres que ofrecen la playa San Agustín y Taurito desde las magníficas instalaciones de los establecimientos que colaboraron con este press trip.

Este grupo de periodistas recorrió diferentes puntos de la geografía insular, empezando por la zona de La Cumbre, con Roque Nublo como espacio destacado, y espectaculares pueblos con encanto entre los que se incluyen Fataga y San Bartolomé de Tirajana. En la parte norte visitaron Arucas y Agaete, así como Las Palmas de Gran Canaria. Las excursiones y visitas programadas se centraron en mostrar la cultura, tradiciones y aspecto medioambiental de la Isla, ofreciéndoles la oportunidad de familiarizarse con la Gran Canaria más desconocida y sorprendente.

Su primer día de estancia coincidió con la reapertura del Cenobio de Valerón, lo que permitió que estos periodistas conocieran de primera mano el pasado grancanario, completándolo con la visita a la Cueva Pintada de Gáldar.

Además, en su primera jornada de visitas también disfrutaron de algunos productos locales característicos de Gran Canaria como son sus vinos, frutas frescas y de uno de los cafés más exótico del mundo, el que se cultiva en el Valle de Agaete.

Además, gracias a la colaboración de la asociación Gran Canaria Blue los periodistas polacos vivieron una única experiencia náutica en Crazy Boat que consideraron uno de los puntos estrella del programa, resaltándola junto a la visita a las espectaculares piscinas naturales de Agaete. En una ruta organizada para descubrir los sabores más sorprendentes de la Isla también conocieron la fábrica de Ron Arehucas, una de las fábricas de ron más grandes y antiguas de Europa, y la Finca El Mocanal, con su la Bodega de San Juan, ejemplo de la tradición vinícola grancanaria.

Según han destacado los propios periodistas, el viaje les ha confirmado que Gran Canaria tiene un enorme potencial para atraer a los turistas polacos interesados en el turismo cultural, patrimonial y gastronómico.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Turismo de Gran Canaria en colaboración con la OET de Varsovia organizó a principios del pasado mes de diciembre un viaje de prensa en el que participaron cinco periodistas de los principales medios de comunicación polacos, al que también se sumó la representante de prensa de este organismo, Anna Szenk.

Los periodistas invitados, Natalia Gomu?ka, Marek D?ugopolski, Robert Pawe?ek, Pawe? Zapa?a y Zenon ?ybertowicz, han podido conocer las múltiples facetas de nuestra Isla mediante un completo programa de visitas diseñado para mostrarles la na-



José Valle: “El Círculo presentará proyectos transformadores para Lanzarote”

ENTREVISTA

JOSÉ VALLE
PRESIDENTE
DEL CÍRCULO DE
EMPRESARIOS DE
LANZAROTE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS 2021 ha sido un año con un final agridulce debido a la situación sanitaria que nos vuelve a colocar en mala posición, especialmente a Lanzarote. ¿Qué balance puede hacer usted, sobre todo de esta última parte del año?

A comienzos de año teníamos muy buenas perspectivas del control y final de la pandemia, al menos eran las sensaciones que todos teníamos. Desde finales de verano, notábamos una mejor en los datos, el COVID estaba controlado más allá de algunos casos que se iban dando, y existían unas

buenas expectativas de cara a la temporada de invierno y, a su vez, todo esperábamos que el año 2022 se posicionara como el año en el que se consolidaría la recuperación. ¿Qué nos ha pasado? Ha venido una ola devastadora que contagia mucho, pero cuya incidencia en hospitales es menor. Por

lo tanto, estamos contentos porque la situación en los centros sanitarios está controlada, pero no con lo que está sucediendo económicamente.

En una región como Canarias, en la que dependemos mayoritariamente del turismo, todas estas fluctuaciones hacen que dicho sector se paralice ante la incertidumbre social y las restricciones en las entradas y salidas del resto de países. El turismo de masas, guiado por turoperadores, se ha parado por completo.

La reflexión que obtenemos de semejante situación es que es absolutamente necesario comenzar a trabajar en otros modelos de turismo. Debemos poner nuestro empeño en localizar un turista un tanto más Premium, que dependa menos del paquete del turoperador y se centre en la venta directa. Con este modelo, ganamos todos.

La apuesta por un turismo premium ha sido fomentada firmemente por el Círculo de Empresarios, quienes lo han venido diciendo durante todo el 2021 e incluso antes. Lanzarote tiene que tender al turismo de calidad como fuente de supervivencia y diferenciación, ¿no es así?



Exactamente. El primer verano tras el confinamiento, exactamente en el verano de 2020, todos los establecimientos que ofrecían una calidad media-alta estuvieron llenos, así como en el verano de 2021 y en estas fechas.

Lanzarote tiene ingredientes suficientes para apostar por un turismo que dé valor, posicionado en una posición tranquila sin dependencia de la touroperación. Alcanzaremos dicha situación en el momento en el que mejoremos nuestros servicios complementarios, así como nuestras ofertas hoteleras y gastronómicas. Además de ello, es una isla con una cultura latente iniciada y desarrollada por César Manrique, con parajes turísticos como los Jameos del Agua o la Cueva de Los Verdes y eso hay que aprovecharlo. Tenemos todos los ingredientes a nuestra disposición.

Tenemos que buscar esa excelencia, ese turista que nos dé valor. La alineación del sector público y el sector privado harán de los próximos años un turismo enriquecedor. Sin la estrecha colaboración público-privada, no saldremos adelante. En este sentido, todos debemos estar comprometidos.

¿Qué necesitan los empresarios de Lanzarote, por parte de las instituciones, para que arranque todo este plan y haya una verdadera consolidación de la recuperación económica?

Lo primero que tenemos que hacer es planificar una Agenda 20-30 de lo que nos planteamos desarrollar en los próximos años y donde, tanto lo público como lo privado, vayan en una gobernanza de la mano. En el momento en el que se comiencen a activar todos estos planes se agilizará el camino que tendremos que recorrer.

Asimismo, necesitamos que las administraciones doten de ayudas al empresariado para comenzar con esa reconversión, por ejemplo, para modernizar

la planta alojativa. En la misma línea, la administración debe mejorar las críticas infraestructuras con las que contamos y que están al uso del residente y del turista. No podemos pretender que venga un turismo Premium si nuestras infraestructuras turísticas distan mucho de esa calidad.

Los resultados determinan que, en el momento en el que hemos comenzado a apostar por una oferta positiva y diferente, la demanda ha comenzado a ser muy potente. Si seguimos en esta línea, con la modificación de los servicios, la misma touroperación que gestionamos a día de hoy la podremos ofertar a un precio más competitivo.

¿Serán los fondos Next Generation un buen impulso para Lanzarote? ¿Tienen confianza en que serán generadores de proyectos atractivos para la isla?

Hay mucha incertidumbre con respecto a dichos fondos en todas las regiones porque no es un ingreso a fondo perdido que los gobiernos y las administraciones gestionen, todos tienen que ir reglados bajo proyectos importantes.

Nosotros, desde el Círculo de Empresarios, aportamos proyectos que sirvan de transformación para la isla y que sean ventajosos de cara a la sostenibilidad, la movilidad y de cara a hacer nuestro modelo económico mucho más rentable y atractivo.

El hecho de no acogernos a esos fondos supondría el dejar de desarrollar parte de la economía a nivel local y, consecuentemente, no posicionarla en otro nivel, por lo que al ser fondos dirigidos a toda la comunidad europea, si no los aprovechamos nosotros, posiblemente nuestros vecinos europeos sí lo harán y nos quedaremos en una posición inferior con respecto a otros países.

Por lo tanto, yo espero y deseo que las administraciones tengan claras las líneas estrategias que hay que desarrollar. Además, ne-



cesitamos que las instituciones sean ágiles a la hora de gestionar los proyectos y los fondos. Sinceramente, no podemos permitirnos fallar porque estos proyectos, si se convierten en realidad, pueden suponer un aumento de calidad y competitividad para la isla.

¿Qué objetivos se marca usted como presidente del Círculo de Empresarios para este 2022?

El Círculo de Empresarios consiguió, en 2021, consolidarse como institución, siendo la organización empresarial líder en Lanzarote. Vamos a seguir con la misma línea de gestión que hemos trabajado hasta el día de hoy y nos centraremos en proyectos ambiciosos en los que prime el interés general de la isla por encima del interés personal.

Nos gustaría, sobre todo, una transformación de los puntos dé-

“Desde el Círculo de Empresarios, aportamos proyectos que sirvan de transformación para la isla y que sean ventajosos de cara a la sostenibilidad, la movilidad y de cara a hacer nuestro modelo económico mucho más rentable y atractivo”

biles de Lanzarote como puede ser su capital, Arrecife. Haremos un esfuerzo para presentar Planes de cara a este 2022, de los que daremos noticias públicamente en breve, con la finalidad de plantear un Arrecife que aporte valor al ciudadano y al turista, dejando de ser el patito feo de la isla. Tenemos una isla maravillosa, el fallo de la capital ha sido que todas las inversiones se han desarrollado fuera de su entorno, por lo que esta se ha quedado rezagada, pero estoy convencido de que va a ser el gran proyecto del Círculo de Empresarios en 2022.

En relación directa con el turismo, nos espera un trabajo de muchos años en el que mejoraremos nuestro modelo económico, afianzándolo y atrayendo a turistas que nos den valor y que posicionen a Lanzarote como el gran referente del turismo en Canarias.

CÍRCULO DE EMPRESARIOS DE LANZAROTE | ÁREAS DE ACTUACIÓN

Responsabilidad Social Corporativa. Estamos comprometidos con la sociedad, la economía y el planeta, valorando el impacto de la toma de decisiones de nuestros socios en las comunidades, trabajadores y el medioambiente, e incorporando los intereses de estos a los procesos y resultados de la asociación.

Economía. La economía de libre mercado y la competencia benefician a la sociedad y fomentan el crecimiento de un país, el progreso, la creación de puestos de trabajo y el bienestar social.

Empleo. Lanzarote cuenta con 6.207 empresas registradas, según el Observatorio del Gobierno de Canarias. Desde el Círculo de Empresarios contribuimos a la generación de empleo entre la población de la isla en aras de ofrecer una mejor calidad de vida a nuestros vecinos.

Emprendimiento y empresa. El Círculo de Empresarios de Lanzarote colabora y apoya las actividades encaminadas a la creación de vocaciones empresariales y del espíritu del riesgo entre los jóvenes.

Turismo. El sector turístico canario es el motor de la economía en el Archipiélago, que supone el 35% del PIB y genera el 40% del empleo en las Islas. Ejemplo de ello es la distribución de las empresas en Lanzarote, en donde la mayoría pertenecen al sector servicios, comercio y hostelería.

Educación y cultura. Desde la Asociación facilitamos y apoyamos el acercamiento entre el ámbito educativo y el ámbito empresarial a fin de mejorar el capital humano susceptible de ser contratado por las empresas españolas.



ENTREVISTA

LAURA CASTRO
DIRECTORA INSULAR DE
TURISMO DEL CABILDO DE
TENERIFE

Laura Castro: “Este año Tenerife se consolidará como destino sostenible y digital, con un presupuesto volcado en la promoción y la conectividad”

LM.H. | TRIBUNA DE CANARIAS a directora insular de Turismo del Cabildo de Tenerife, Laura Castro, hace balance del año turístico recién terminado, marcado todavía por las consecuencias de la pandemia, y apunta las principales claves que marcarán la estrategia para 2022. Entre las prioridades, la consolidación de la isla como destino sostenible y digital, que se reforzará con un presupuesto volcado en la promoción y en el impulso a la conectividad.

¿Qué balance hace de 2021?

Este año, marcado nuevamente por la pandemia, ha afectado enormemente a toda la actividad económica, sometiéndonos a una continua incertidumbre, no solo a nosotros sino, obviamente, también a los países emisores de viajeros, algo que ha repercutido en las cifras de turistas pero que nos ha permitido, por otra parte, trabajar en captar perfiles de potenciales viajeros de calidad. Para la isla de Tenerife ha sido también un año con elementos muy positivos que vamos a ver reforzados a lo largo de 2022 y en los

que llevamos meses trabajando.

¿Qué expectativas tiene la isla para este año?

Desde el Cabildo insular vamos a seguir incidiendo en la sostenibilidad y la digitalización como elementos clave de nuestra estrategia. A partir de ahí, será un año en el que emplearemos todos nuestros esfuerzos promocionales y de conectividad en volver a recuperar esos viajeros que, por la pandemia, se han tenido que quedar en casa en 2020 y también en 2021. En definitiva, el destino entra en 2022 con clara vocación sosteni-

ble, digital, renovado en imagen, objetivos y conceptos. El Cabildo ha efectuado este año un importante incremento presupuestario para el área de Turismo, que dispondrá este año de 27,5 millones de euros, de los que 16 millones serán para promoción y conectividad. Además, pondremos especial énfasis en las inversiones en equipamientos e infraestructuras del destino turístico, por ejemplo, a través de los proyectos de mejora del litoral incluidos en el programa Tenerife y el Mar o las nuevas oficinas de información turística previstas en la isla. Todo ello servirá para



reforzar los objetivos en los que venimos trabajando desde el inicio del mandato y que se están ya concretando en importantes logros.

¿Podría destacarnos algunos de ellos?

Como resultado de un trabajo intenso y continuado en el tiempo con turoperadores, aerolíneas y redes de agencias de viajes, hemos conseguido la puesta en marcha de nuevas rutas, en especial, por parte de aerolíneas de bandera como Air France, Brussels Airlines, TAP Air Portugal o Aeroflot. También hemos desarrollado importantes acciones promocionales, entre las que destacan, por ejemplo, la campaña con National Geographic en el centro de Moscú y San Petersburgo o en los prestigiosos almacenes BHV de París, por citar solo dos de ellas. Además de nuestra presencia destacada en las grandes ferias como FITUR o WTM de Londres, donde en este último caso patrocinamos la gala de la British Guild Travel Writers, que reúne a los principales comunicadores de viajes británicos. En el mercado alemán hemos desplegado una estrategia promocional específica, en la que se incluye la celebración de eventos de primer nivel con la industria germana en la isla, desde el Aviation Event 2021 al evento FVW, que congregó en diciembre a los líderes del sector turístico de ese país en Tenerife. La nueva ruta directa entre Tenerife y Nueva York a partir de junio de este año con United Airlines es fruto de ese trabajo intenso y es uno de los hitos para este año 2022.

También entre esos hitos, uno muy importante fue la presentación de la

nueva marca en abril, que implicó un impulso a la isla como destino.

Desde luego, como resultado de un gran trabajo de todo el equipo de Turismo de Tenerife, ha supuesto un antes y un después en la promoción de la isla. Con el nuevo lema Tenerife despierta emociones que la isla es un destino turístico para sentirlo y para vivirlo, no solo para visitarlo. Con ello ponemos el foco en la enorme diversidad de experiencias que pueden vivir quienes nos visitan y que hacen que quieran volver para disfrutar de nuevo de esas emociones. Por otro lado, el plan de marketing, que busca reforzar a la isla como destino de referente turístico internacional, que contribuye a generar riqueza y bienestar social a sus habitantes y para ello, se centra en comunicar las virtudes de Tenerife, más allá del sol y la playa, mediante un mensaje más emocional, con mayor presencia en soportes digitales, más cercana y personal, y con el foco en nuevos segmentos de viajeros.

En ese reposicionamiento del destino enmarcamos el ingreso de Turismo de Tenerife en la OMT, ¿qué supone para la isla?

Efectivamente. Hemos ingresado en el mes de diciembre en la OMT como nuevo miembro afiliado. Se trata de un hecho de gran importancia que nos va a permitir estar presentes en los organismos internacionales y decisivos turísticos para poder aportar valor añadido, pero también para aprender del intercambio de experiencias con otros destinos.

La certificación Biosphere obtenida

por Tenerife supone el reconocimiento de la apuesta de la isla por un turismo sostenible.

En materia de sostenibilidad, podemos decir que Tenerife es un destino puntero. La obtención de la certificación Biosphere, otorgada por el Instituto de Turismo Responsable, no solo ha valorado el esfuerzo de la isla en materia de sostenibilidad, sino que supone un compromiso de futuro en la dirección marcada por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. En este sentido, desarrollamos una acción transversal dirigida desde Turismo de Tenerife para mejorar los indicadores ODS turísticos en la isla a través de esa certificación, y que implica también a las empresas del sector. Además, esa certificación Biosphere es un reconocimiento que permite al viajero conocer lo que hace un destino como Tenerife, dado que el visitante está cada vez más preocupado por la sostenibilidad.

El nuevo vuelo a Nueva York que operará United Airlines a partir de junio abre las puertas a un mercado muy atractivo como es el estadounidense.

Supone todo un reto para la isla que tengamos a partir de mediados del año que viene esa conexión con Nueva York, con tres frecuencias semanales entre el aeropuerto internacional Libertad de Newark, y el de Tenerife Sur. Nos abre las puertas a un nuevo mercado turístico, con un gran potencial, como son Estados Unidos y Canadá, donde además también se nos amplían enormemente las posibilidades de negocio. Justamente con ese objetivo acabamos de participar en

congreso anual de la Asociación de Operadores Turísticos de los Estados Unidos, USTOA. Un foro en el que hemos establecido contactos con el sector y puesto las bases de la promoción de la isla en el mercado norteamericano, y en que estamos poniendo

“La certificación Biosphere es un reconocimiento que permite al viajero conocer lo que hace un destino como Tenerife, dado que el visitante está cada vez más preocupado por la sostenibilidad”

ya en marcha acciones promocionales.

Justo hace un año, Tenerife fue reconocida como Destino Turístico Inteligente, ¿qué implicaciones tiene para la isla?

Junto con la certificación Biosphere, el reconocimiento de Tenerife como Destino Turístico Inteligente, otorgado por SEGITUR, forma parte de la nueva estrategia de la isla: sostenibilidad y digitalización. En este segundo caso, somos la primera isla de toda España en obtenerlo, lo que es una gran satisfacción, y a la vez una responsabilidad. Si queremos seguir siendo un destino turístico de referencia, necesitamos estar preparados para el futuro y ser capaces de adaptarnos para aplicar y extraer todo lo que de positivo tiene la digitalización.

Una apuesta por la digitalización a la que se suma el Plan Director Turístico de Inteligencia Artificial de Tenerife, pionero en España.

Así es. Tenerife está liderando la planificación y la transformación digital de los destinos turísticos, y en ese contexto se enmarca la presentación Plan Director Turístico de Inteligencia Artificial que tuvo lugar hace unas semanas. Se trata de un documento fruto del trabajo que se está realizando desde el Cabildo para hacer de Tenerife un ecosistema inteligente que sirva de palanca de atracción para los nuevos perfiles de visitantes, aunando el talento de empresas, startups e instituciones. Un Plan Director Turístico de Inteligencia Artificial para Tenerife, el primero de estas características que se aprueba en España, con el que queremos ahondar en la mejora de la competitividad del sector y en el desarrollo de la isla como Destino Turístico Inteligente. Gracias a él, por ejemplo, podremos conocer e identificar los gustos y demandas de potenciales clientes de cualquier rincón del mundo, y vamos a ser más efectivos y competitivos en la medida en que conectemos esos deseos con nuestro destino.





ENTREVISTA

JESSICA DE LEÓN
CONSEJERA DE
TURISMO CABILDO
FUERTEVENTURA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
FITUR está a la vuelta de la esquina. Este año la feria de turismo se torna más importante que en años atrás. En Canarias vivimos del turismo como sector esencial, un turismo que se ha visto afectado en los últimos años y que ahora parece que comienza a remontar. ¿Qué campañas pondrán en marcha para promocionar Fuerteventura?

Nosotros seguimos apostando por una isla en la que el espacio abierto ha sido y sigue siendo la clave de nuestro éxito. Lo fue el verano pasado y lo es actualmente en invierno con un crecimiento

sostenido en torno al 15-20% en el mercado nacional. Vamos a seguir apostando por esa Fuerteventura sin aglomeraciones, con un turismo seguro y conectado con las principales ciudades españolas.

El reto que nos marcamos en FITUR es conseguir aumentar la conectividad del destino con ciudades como Zaragoza o Valladolid. Intentaremos materializar esa conectividad de cara a la campaña de verano y seguir apostando por la venta de un destino seguro, con un clima suave, abierto, sin aglomeraciones y con atributos potentes. En este caso, promocionaremos 3 de ellos: la naturaleza, el turismo activo y la gastronomía.

Una campaña potente va a abrir las puertas a nuevas rutas turísticas por el archipiélago. En el último año se ha hablado de la diversificación de la demanda. Canarias siempre va a ser un referente en el turismo de sol y playa, sin embargo se ha incrementado la oferta y demanda del turismo rural y gastronómico. Nuestra manera de viajar ha cambiado, se denota una mayor preferencia por los espacios abiertos, en la naturaleza y sin masificación de gente. ¿Cree usted que esta nueva forma de turismo seguirá creciendo?

Sí. Además es lo que esperamos desde Fuerteventura. Todas esas demandas responden perfectamente a lo que es Fuerteventura con respecto al cliente. Ofrecemos espacios abiertos, tenemos más de 150 km de playa y 3.000 horas de sol al año, además del posicionamiento de dos segmentos turísticos que vienen pisando fuerte, entre ellos: el cuidado por la sostenibilidad. El turista quiere saber cómo



Jessica de León: “Queremos aumentar la conectividad con ciudades como Zaragoza o Valladolid”

Fuerteventura cuida de su entorno y es por ello que queremos aprovechar para posicionarla como un destino de naturaleza. Gozamos de ser Reserva de la Biosfera y Reserva Starlite.

En el ámbito gastronómico, esperamos que en FITUR Fuerteventura pueda entrar dentro del Club de Sabores España, para el que presentaremos candidatura en los próximos días. Con lo cual, en esos dos segmentos está trabajando Fuerteventura para posicionar su marca y esperamos que en FITUR podamos desplegar todo el interés que tiene la isla y que puede ser de interés para los nuevos viajeros.

Como usted ha comentado, la eficiencia energética y la huella de carbono van a ser factores con un gran peso a la hora de elegir un destino turístico por parte del futuro cliente. ¿Se ha aprovechado la recuperación del sector tras

la pandemia para evolucionar hacia las nuevas tendencias y demandas de consumo sostenible?

En Fuerteventura hemos aprovechado ese tiempo y los fondos europeos que vienen por parte del Gobierno de España y de la propia Unión Europea, los fondos Next Generation, para presentar propuestas a los planes de sostenibilidad turística en la isla de Fuerteventura.

Entre las propuestas se buscaba revisar los hábitos de consumo, la medición de la huella de carbono por parte del turista y trabajar en la concienciación colectiva, no solo del turista, sino de la población local. Estamos a la espera de saber si nuestro plan estratégico de sostenibilidad ha recibido fondos, pero en él planteábamos actuaciones como la gestión de los residuos en las playas, la gestión del agua en los establecimientos hoteleros

y el aumento del autoconsumo en restaurantes, bares y edificios públicos.

Fuerteventura está iniciando los trámites para obtener sellos de este tipo, además del sello que ya nos audita cada 4 años de Reserva de la Biosfera. Buscamos el trabajo del sector en su conjunto, trabajar unidos hacia un sistema de certificación que permita a turoperadores y clientes saber cuál es su huella de carbono, así como los trabajos que está poniendo en marcha Fuerteventura en materia de sostenibilidad.

Por otra parte, ¿se han aprovechado las épocas de poca actividad turística para realizar mejoras en las infraestructuras?

Yo llevo 8 meses al cargo de la consejería de turismo. Pasé prácticamente toda la pandemia fuera del Gobierno, pero sí tengo que decir que lo que hemos hecho en estos 8 meses ha sido llenar el cajón de proyectos para todas esas convocatorias y, precisamente, encaminados a mejorar lo que en la isla de Fuerteventura durante tantos años se abandonó. Estamos hablando de la red de museos, miradores, la ruta de las estrellas y la puesta en marcha de nuevas infraestructuras o rutas que pongan en valor la isla para todo ese cliente potencial.

“Infraestructuras” parece que suena a inversiones millonarias y solamente son intervenciones en un territorio que ayudan a potenciar y a posicionar a un segmento. En ese sentido, durante estos 8 meses hemos estado trabajando sobre distintas rutas que pondremos en valor el próximo año 2022.

En muchos ámbitos se ha comenzado a apostar por la digitalización, ¿es el sector turístico de Fuerteventura uno de ellos?

Sí. Nosotros en materia de digitalización hemos dado pasos de gigante. Por un lado, hemos aunado los activos turísticos de Fuerteventura, no solamente en materia del sector público, sino también en colaboración con el sector privado. En estos momentos estamos procediendo a la digitalización de más de 9.000 recursos turísticos de la isla.

Por otro lado, hemos comenzado el proyecto de Big Data turístico para conocer cómo están las reservas en la isla de Fuerteventura actualmente, cómo estarán en los próximos seis meses, además de cómo evolucionan los asientos programados para la isla segmentados por aerolínea, países, grupos de edad... Es decir, el turismo actualmente tiene más datos que hace 8 meses de cómo está el sector. El próximo mes de enero tendremos a disposición una nueva web mucho más interactiva, donde se pueda hacer uso no solamente de los recursos públicos sino también de la parte privada, además desa-

rollaremos nuevas aplicaciones que permitan al turista orientarse y consumir esos nuevos segmentos de los que antes hablábamos.



Intentaremos materializar esa conectividad de cara a la campaña de verano y seguir apostando por la venta de un destino seguro, con un clima suave, abierto, sin aglomeraciones y con atributos potentes

Entre otros aspectos, mostrar que Canarias es un destino seguro es fundamental. ¿Qué campañas pondrá en marcha Fuerteventura para atraer al turismo de cara al próximo año 2022?

Nosotros estamos iniciando desde hace 8 meses la repotenciación de la marca como destino abierto en el que disfrutar no solo del sol y la playa, sino de la naturaleza en su conjunto, y es fundamental que Fuerteventura siga esa estela. El mercado nacional va a seguir siendo un mercado potente en torno a la incertidumbre que se maneja en los mercados de cara al 2022, sobretudo en Reino Unido y Alemania.

Asimismo, seguiremos reposicionando nuestro eslogan. Hasta ahora solo hemos sido la playa de Canarias y, está bien, no deja de ser nuestro principal reclamo turístico, pero a la playa hay que añadirle otros atractivos sin renegar de ella y ese es el eslogan que estamos intentando reposicionar: “Abierto todo el año”; abierto porque tenemos espacios sin aglomeraciones donde se puede disfrutar de la naturaleza en estado puro y, “todo el año”, abriendo ese abanico al clima, a la temperatura, a la seguridad que ofrece el destino canario en su conjunto.



Francisco Rodríguez: “Buscamos expandir el conocimiento de nuestra marca”



ENTREVISTA

FRANCISCO RODRÍGUEZ
DIRECTOR FINANCIERO
CORPORATIVO DE R2 HOTELS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Estos dos últimos años han sido decisivos en el sector turístico. Muchas cadenas hoteleras se han visto obligadas a cerrar las puertas de sus hoteles ante el cero turístico que se avecinaba. ¿Fueron ustedes una de ellas? ¿De qué manera les afectó la situación?

Nosotros estuvimos cerrados hasta que se levantó el Estado de alarma y a partir del verano del año pasado pudimos abrir los hoteles de Fuerteventura y Lanzarote y, más tarde, el hotel que teníamos en Mallorca (ahora tenemos 2 nuevos hoteles en la isla), pues la demanda en Baleares era muy baja y no nos compensaba abrir toda la temporada.

Durante todo este tiempo, los que mejor han funcionado han sido los establecimientos de Fuerteventura, pero justo después de Navidad del año pasado nos vimos obligados a cerrar dos de los hoteles de esta isla, manteniendo abierto el R2 Río Calma, así como los dos complejos de apartamentos.

Los apartamentos, desde enero hasta mayo de 2021, no superaban una ocupación del 20% por lo que la situación no era rentable, aunque sí que ha demostrado haber sido la estrategia correcta, porque cuando se empezó con el proceso de vacunación y se levantaron todas las restricciones de viajes, nosotros ya íbamos con el camino recorrido. Ya teníamos un hotel abierto y sabíamos cómo teníamos que actuar.

¿Recuerda usted haber vivido una situación similar a la acontecida?

En la vida. Trabajando en Latinoamérica, he sufrido dos huracanes, incluso uno que destruyó el hotel, pero no hubo un 0 turístico porque esos fenómenos son localizados y la vida sigue.

Un 0 turístico no lo había visto en la vida. En este caso no se cerró un lugar concreto, se cerró el planeta.

¿Qué medidas se tomaron antes de la reapertura tras el confinamiento inicial?

Durante el Estado de alarma ya habíamos planificado cómo estructurábamos las zonas de mayor riesgo de contagios. Implementamos las mascarillas, la separación de mesas, el uso de gel hidroalcohólico... La gran ventaja que tenemos en Canarias es que el 90% de los hoteles de playa tiene una excelente ventilación natural. Lo que verdaderamente ha funcionado ha sido tener los espacios muy bien ventilados. Antes de este hecho, el proceso de limpieza de las habitaciones suponía abrir el balcón y cerrar la puerta de acceso para que no hubiera corriente de aire, ahora hacemos todo lo contrario: abrimos ambas puertas para generar esa ventilación natural en un espacio cerrado, como son las habitaciones de huéspedes.

¿Considera usted que se han implementado las medidas necesarias para hacer de los hoteles espacios seguros?

Sí, totalmente. Desde que se dio el primer caso en el hotel H10 Costa Adeje, en Tenerife, nosotros estábamos en Fuerteventura preguntándonos cómo era esto, cómo se cerraba un hotel y se convertía en una caja. Obviamente cuando tienes ese desconocimiento intentas aplicar lo que dicen los expertos. Hemos visto que lo óptimo en todos los casos es mantener la limpieza, la distancia interpersonal y

la ventilación.

¿Cómo han respondido los huéspedes que nos han visitado durante estos meses ante las medidas que se han tenido que tomar?

Han respondido de manera excelente. Estamos con una pandemia mundial y todo el mundo sabe lo que hay que hacer. La gente viene y cumple perfectamente todas las medidas. Todos encantados y la prueba es que en Navidad hemos tenido una ocupación superior al 85%. No hemos tenido una caída de demanda en Fuerteventura. De hecho, vamos a estar muy bien de ocupación hasta el día 5 de enero. Donde sí hemos sentido esa caída ha sido en Lanzarote por ser un destino enfocado al mercado británico y familiar, el cual se ha visto afectado por no poder salir de su territorio.

¿Crees que algunos de estos cambios y medidas se mantendrán cuando la pandemia esté más controlada?

Voy a expresar una opinión muy personal, no soy técnico ni experto en este ámbito, pero me encantaría volver a estar como en el 2019. Lo que deberíamos mantener de cara al futuro es la ventilación de los espacios, pues no nos supone un cambio drástico y mantenemos un espacio ventilado y libre de contagios. Te puedo asegurar que a mucha gente le encantaría no usar mascarilla y compartir más entre nosotros, y más cuando vienes de vacaciones a un destino de playa.

Probablemente todavía nos quedarán uno o dos años usándola en el transporte público, como aviones y trenes, ante la inexistencia de la distancia interpersonal, pero en lo que a la vida cotidiana se refiere estoy seguro de que poco a poco muchas medidas se deberían ir relajando, a medida que bajen los contagios.

¿Qué ha cambiado para siempre en la gestión hotelera tras la pandemia?

La gestión hotelera ha logrado desarrollar una gran formación específica, tanto a nivel operativo como de gestión. Hemos aprovechado todo esto para incidir en la ventaja que tiene ser excesivamente limpios, porque no es solo el tema del contagio de este virus. En destinos del Caribe es muy normal que alguien se contagie de salmonela por la falta de higiene, y los hoteles de esa zona tienen unos protocolos de higiene muy estrictos.

Por tanto, hemos reforzado la formación sobre estos campos y el personal ha respondido de forma excelente.

¿De qué manera ha ayudado la digitalización a solventar los daños causados por la pandemia?

La digitalización ha ayudado muchísimo. Realmente ha sido un acelerador de los procesos. Nosotros, como cadena, viajamos frecuentemente a Lanzarote o Mallorca

donde tenemos establecimientos y siempre nos veíamos limitados para poder conectarnos con nuestro puesto de trabajo y consultar cualquier documento. El tema de la pandemia ha acelerado el proceso de reconecting, a través de protocolos de red privada por internet (VPN) logrando teletrabajar sin ningún problema, lo que nos permite a día de hoy, en casos excepcionales, trabajar desde casa en caso de no poder asistir al puesto de trabajo en las oficinas.

Asimismo, nos ha generado muchísimo menos estrés laboral abriendo nuevas opciones de trabajo y pudiendo gestionar todo desde fuera. En la misma línea, nos ha ayudado a incrementar la comercialización nuestros hoteles en el canal online.

¿Cómo esperan el desarrollo del año 2022? ¿Abrirán nuevos establecimientos?

Tenemos 3 proyectos en cartera en Canarias y estamos a la espera de concretar los acuerdos. Yo creo que al menos 2 de los 3 saldrán casi seguro. Esperamos completarlos entre enero y febrero, por lo que creceremos aún más en las islas.

Buscamos expandir el conocimiento de nuestra marca que, a pesar de llevar numerosos años en el mercado, solo lleva 5 años de expansión. Asimismo, estamos trabajando mucho en implantar las medidas de sostenibilidad y de ahorro energético comenzadas el año pasado. Estamos en la búsqueda de sistemas de control de ahorro, tanto de agua como de electricidad.

Todas estas medidas de mejora que ya hemos implementado en nuestros hoteles nos han supuesto, a día de hoy, un ahorro de más de 2.600 toneladas de CO2 y casi unos 3 millones kilovatios/hora de menos consumo. Hemos logrado una reducción del 40% en el consumo del kilovatio/hora gracias a una implementación de sistemas de control de máquinas y a la colocación de lámparas LED en todas las zonas de los hoteles. Si no hubiéramos aplicado todas estas medidas de ahorro energético, con el precio al que está el megavatio, ahora nos enfrentaríamos a unos costes casi inasumibles.

Me comentaba que están trabajando en nuevos proyectos hoteleros. ¿por qué islas muestran preferencia?

Estamos muy interesados en movernos a las islas principales, tanto a Gran Canaria como a Tenerife.

¿Qué aprendizajes diría que nos llevamos de estos años de pandemia?

El mejor aprendizaje es tomar consciencia de que la vida es muy corta. Hay que disfrutarla y hay que disfrutarla intensamente. Hay que ir con precaución, no hay que ser un suicida, pero tenemos que saber disfrutar.

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA



FOTOGRAFIA: NACHO GONZÁLEZ





ENTREVISTA

LUZ GORETTI GORRÍN
CONCEJALA DE TURISMO
DE SANTIAGO DEL TEIDE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Ha sido un buen año turístico hablando para Santiago del Teide?

La situación turística en Santiago del Teide, al igual que en el resto de municipios turísticos de Canarias y, en general, en el sector turístico a nivel mundial, ha sido muy fluctuante.

Hemos tenido momentos de apertura de los mercados turísticos cuando la situación sanitaria de los países de origen ha sido favorable, siempre dependiendo de la situación que teníamos en Canarias en el mismo ámbito.

Consecuentemente, hemos pasado por momentos en los que los mercados se han abierto y su recuperación ha sido casi inmediata, pero también otros en los que las ocupaciones caían porque las circunstancias sanitarias impedían que se mantuviese una estabilidad. Y bueno, esa ha sido la situación en Santiago del Teide y, en general, en Canarias.

¿Qué tipo de turistas han visitado su municipio?

Hemos tenido muchísimas nacionalidades. Si bien es cierto que la principal nacionalidad que nos visita es la británica, también es cierto que con las aperturas y cierres de mercados turísticos hemos favorecido la llegada de otros mercados como el búlgaro, el procedente de los Países Bajos, de Lituania, belgas o franceses. Es decir, se nos ha abierto un abanico de nacionalidades que antes no llegaban a Santiago del Teide.

Si tuviésemos que quedarnos con algo positivo de esta situación, sería con la llegada de esos nuevos mercados emisores, mercado local y mercado peninsular que han compensado las diferencias en los índices de ocupación que aportaba el mercado británico. **Ante el cierre de mercados internacionales, ¿se ha visto el turismo de Santiago del Teide favorecido por el turista local que se ha volcado en visitar las islas?**

Sí. Estamos hablando de un turista de la propia isla que se ha movido de las zonas metropolitanas a las zonas turísticas a pasar sus vacaciones. Lo que ha supuesto que ante el cierre de los mercados internacionales, ha sido el turista nacional y local el que ha tirado del carro.

¿Se ha visto una tendencia

Luz Goretti Gorrín: “Apostamos por la aplicación de las nuevas tecnologías en la promoción turística”



hacia el turismo rural y sostenible tras el confinamiento? Ciertamente, es un tipo de turismo que beneficia al municipio...

Sí, se ha visto y nosotros en Santiago del Teide lo hemos notado muchísimo. La gente ha querido salir a los espacios naturales, ya sea por pasar un día al aire libre o por la libertad que ello transmite: se pueden quitar la mascarilla, prac-

ticar deporte, hacer senderismo o simplemente pasar un día en familia conociendo nuestros espacios naturales.

Lo hemos notado muchísimo en el turista local, pero también en esos mercados internacionales, como el alemán o el nórdico, que demandan este tipo de productos.

¿Llevaron ustedes algún tipo de campaña para atraer a más turismo?

Nosotros no creemos que tengamos que atraer a más turistas. Creemos que la cantidad de turistas está asegurada, lo que tenemos que tener claro es que tenemos que tender hacia un turista que cada vez deje más beneficio turístico en la isla. Al final esto es una cuestión de que quien nos visite esté dispuesto a gastar y a generar más economía en el territorio.

El hecho de que nosotros

seamos un municipio turístico que se desarrolló económica y socialmente al amparo del turismo de sol y playa es una realidad, pero también es verdad que haber apostado por el Ecoturismo, Turismo de Naturaleza, y el Turismo Activo ha sido un gran acierto.

Tengamos en cuenta que más del 30% de los alojados en nuestras zonas turísticas dedican un tiempo más que considerable a recorrer nuestras zonas altas y de medianías. Vamos a seguir en la línea, todo ello de la mano de las nuevas tecnologías que ayudan y favorecen la promoción.

¿Estarán presentes en la Feria de Turismo (FITUR)?

Siempre que se celebre, allí estaremos. FITUR es una gran oportunidad para tomar el pulso del sector turístico, captar ideas para la promoción de los destinos y mantener reuniones y encuentros con empresas y profesionales para diseñar estrategias de promoción del municipio. Igualmente, presentaremos en el stand de la Asociación de Municipios Turísticos de Canarias (AMTC), nuestro Mirador Turístico Digital, algo absolutamente novedoso y que refleja nuestra mejora continua en la aplicación de las nuevas tecnologías a la promoción turística.

¿Cómo esperan la llegada de las próximas temporadas turísticas?

Nosotros somos optimistas, pero también es cierto que la pandemia nos ha obligado a estar siempre muy vigilantes y a tener la improvisación muy a mano. Entendemos que las próximas temporadas serán buenas pues los mercados se han reactivado muy rápido una vez las condiciones sanitarias lo han permitido.

La touroperación en las últimas ferias celebradas ha sido muy optimista y, de hecho, siempre nos transmitían eso, la rápida activación de los mercados en cuanto la situación en los países de origen era favorable. Así que sí, somos optimistas.

Confiamos en que la nueva variante Ómicron sea una situación puntual y que, en cuanto este pico pase, volvamos a ocupaciones normales y a una determinada estabilidad.

¿Qué proyectos se plantean para este 2022 que viene con ganas?

Nosotros desde el ayuntamiento siempre hemos apostado por la renovación de nuestros espacios turísticos. No hemos parado de ejecutar obras con fondos municipales, así como con fondos procedentes del Cabildo de Tenerife y el Gobierno de Canarias. Nosotros seguiremos, tenemos mucho que renovar en la costa.

Estamos convencidos que el año 2022 será un año en el que nuestros espacios turísticos estarán dotados de inversión y renovación.



Elsa María Montero: “Ha aumentado la curiosidad por Valleseco”



ENTREVISTA

**ELSA MARÍA
MONTERO**

CONCEJALA DE TURISMO
DE VALLESECO

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Ha sido un final de año interesante a nivel turístico para el municipio?

Yo empezaría por situarnos en que Valleseco, a día de hoy, la gente sabe que existe. Porque, sin lugar a dudas, Valleseco era el gran desconocido de la isla. Sí que es verdad que ha habido bastantes cambios a consecuencia de la situación que hemos vivido. Las visitas de interés han aumentado un 39% con respecto al año anterior y las visitas de rutas de senderos más de lo mismo.

En definitiva, ha aumentado la curiosidad por Valleseco.

¿Cuáles son los puntos fuertes de este municipio que han hecho que, poco a poco, se vaya consolidando como un destino obligatorio para los visitantes?

El boca a boca de la gente ha ayudado a que el turista nos visite. El espacio que ofrecemos, junto con la naturaleza, es lo que llama la atención del visitante que, tras la pandemia, ha comenzado a curiosear nuestro municipio.

Posicionar su municipio habrá sido una gran apuesta, así como un arduo trabajo, por parte del ayuntamiento y por su parte como concejala, ¿qué líneas estratégicas han tomado como base para posicionarlo?

Nuestro ayuntamiento siempre ha sido un referente en organización, inversiones y demás. Es un ayuntamiento que deja entrever sus proyectos. De hecho, desde urbanismo se están poniendo en marcha proyectos sostenibles que pretenden condicionar nuestros espacios de cara a ofrecer una mejor imagen a la que gente que nos visita para que, posteriormente, tenga la inten-

ción de volver.

Asimismo, siempre buscamos el avance de nuestros vecinos. Años atrás el ayuntamiento impulsó un proyecto conocido como “La sidrería”, que llevaba por finalidad darnos a conocer y fomentar el emprendimiento en la zona. Finalmente, fueron dos personas las emprendedoras y creadoras de unas sidras que obtuvieron, a nivel internacional, el Premio Oro. Lo que supuso que ese granito de arena que puso el ayuntamiento dirigido a los vecinos tuvo sus frutos.

Para este año 2022, ¿cuáles son los principales proyectos que tienen programados?

Seguimos siempre con la ruta de nuestros senderos, ahora mismo hay 9 senderos abiertos y lo cotidiano de todos los años es mantenerlos en activo. Acondicionaremos todas esas rutas para que puedan ser visitadas, asimismo, tenemos rutas por grupos de senderistas que se realizan 2 veces al mes, una de manera local y otra el resto de la isla. Solemos hacer, para que la gente visite el municipio en verano, juegos de pistas donde repartimos premios como fines de semanas en nuestras casas rurales, de las cuales presu-



mimos mucho. Nuestro clima y, en conjunto, nuestra zona se vende por sí sola.

Estamos trabajando en un proyecto de fotografía para que el potencial turista conozca nuestros encantos y opte por visitarnos.

“El espacio que ofrecemos, junto con la naturaleza, es lo que llama la atención del visitante que, tras la pandemia, ha comenzado a curiosear nuestro municipio”

¿Esperan que FITUR sea provechoso, no solo para Valleseco, sino para toda la isla? Es una cita muy importante y siempre el Cabildo y el Gobierno de Canarias apuestan por una estrategia conjunta.

Sí, esperamos que sea provechoso. Para nosotros es muy importante que nos den a conocer. Como ya comentaba antes, hemos sido el gran desconocido para el turista y, en una época en la que nuestro crecimiento está aumentado considerablemente, es más que importante que se pongan en marcha actuaciones que nos ayuden a seguir creciendo como municipio.

Los presupuestos son una parte fundamental dentro del ayuntamiento, ¿se verá el área de turismo gratificada con los presupuestos que tendrán?

En turismo mantenemos siempre las subvenciones obtenidas, pero solemos estar muy conectados con urbanismo. Ambas áreas nos centramos, principalmente, en mantener en buen estado los senderos y las zonas turísticas.

¿Cuál es el principal objetivo que tiene usted, como concejala de esta área, para este año 2022?

Nuestro principal objetivo es seguir aumentando la visibilidad y fomentar el que vengan a descubrirnos. En época de navidad hicimos una casa temática para que la gente viniera a visitarnos y fue todo un éxito. Cuando nos involucramos en una tarea todos los concejales del municipio nos involucramos en ella, sea de la materia que sea. Me atrevería a decir que el resto de la población ve a Valleseco como un pueblo ideal, algo así como idílico.



Aventino Rodríguez: “Tejeda camina hacia una era cada vez más digital”

ENTREVISTA

AVENTINO RODRÍGUEZ
CONCEJAL DE TURISMO
DE TEJEDA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El turismo en el último año y medio ha sufrido una importante crisis como consecuencia de la pandemia que ha acontecido, ¿cómo se ha vivido en el municipio de Tejeda esta situación?

El municipio de Tejeda no se ha visto tan afectado con esta crisis porque las personas, tras el confinamiento, han tenido la necesidad de buscar sitios tranquilos, sin masificación de gente y, por tanto, subían al pueblo de Tejeda en el que tenían unas magníficas y variadas casas rurales.

Es por ello que nosotros, en ese sentido, no nos vimos afectados, todo lo contrario, nos ayudó a incrementar y a afianzar el turismo local en nuestro municipio.

La pérdida, en gran parte, del turismo internacional ha ocasionado fuertes consecuencias en Canarias, ¿ha sido el turismo nacional y regional el que ha hecho aumentar el número de visitantes en Tejeda?

Sí, por supuesto. Desde que entramos, en 2015, en la asociación de los pueblos más bonitos de España se ha visto un crecimiento exponencial en el número de turistas que nos visitan. Seguimos creciendo,

actualmente a una velocidad un tanto más lenta que al principio, y ya contamos con un gran número de turistas de diferentes países.

Canarias ha sido, por años, un destino enfocado en el turismo de sol y playa, ¿cree usted que este concepto ha ido cambiando a lo largo de los años? ¿Cree que se están desarrollando en las islas otros tipos de turismo?

Yo, como concejal de turismo, creo que en los últimos años se ha trabajado en diversificar el tipo de turismo que se quiere para Canarias. No cabe duda de que Canarias seguirá siendo un destino referente en sol y playa, pero se ha conseguido crecer y avanzar en otros ámbitos.

Con respecto al turismo rural, ha ido creciendo poco a poco y las agencias han visto un gran valor del mismo en Canarias.

¿Por qué cree usted que es elegido su municipio como destino turístico? ¿Cuáles son los atributos que hacen de Tejeda un destino atractivo?

Son muchos los factores por los que se elige Tejeda para visitar. En mi caso, yo destacaría tres aspectos fundamentales: la belleza de los paisajes, con el Roque

Nublo y el Bentayga como referentes, la gran gastronomía que tenemos, sobretodo de dulces, y la amabilidad de su gente. Esos son los tres factores determinantes para que el turista elija Tejeda como destino.

¿De qué manera ha ayudado la administración a promocionar este paraje turístico?

Desde el ayuntamiento, con el limitado presupuesto que tenemos, intentamos llegar al turismo nacional e internacional apostando por la belleza y los atributos positivos con los que cuenta Tejeda. Es un municipio que se vende por sí solo, no tenemos que invertir grandes millones en promoción porque, entre otras cosas, ha sido favorable el boca a boca de la gente que lo ha visitado y nos recomienda como destino.

Se habla cada vez más de digitalización, ¿de qué manera han aplicado ustedes esta corriente que se torna imparable?

Nosotros, a pesar de nuestros pequeños recursos, vamos enfocando a Tejeda hacia una era cada vez más digital, sobre todo en el ámbito de dar a conocer este municipio en medios digitales. Asimismo, hemos ayudado a los empresarios y autónomos de

Tejeda a digitalizarse para que se den a conocer y, a su vez, aporten una buena imagen del destino a nivel nacional e internacional.

¿Participarán ustedes en FITUR?

Nosotros no solemos participar en FITUR como tal porque no tenemos medios propios para ello, pero sí que el patronato de turismo del Cabildo de Gran Canaria nos promociona y ayuda a que Tejeda sea conocida en esa feria internacional.

¿Qué proyectos se plantean para 2022?

El Gobierno de Canarias se ha comprometido con los 5 pueblos más bonitos de Canarias para embellecer sus enclaves turísticos y trabajar los 5 a la par en el camino de la promoción turística.

Es por ello que ha aportado una subvención de 100.000 euros a Tegui, Betancuria, Garachico, Agulo y Tejeda.

A partir de esta subvención, ¿qué proyectos pondrán en marcha para promocionar el destino?

En esa línea, como ya comentaba anteriormente, los 5 municipios nos basaremos en unos criterios comunes enfocados a embellecer cada uno de los destinos y, consecuentemente, a promocionarnos.



Dina González: “Nos centraremos en el turismo nacional para dar a conocer todo nuestro potencial”



ENTREVISTA

DINA GONZÁLEZ
CONCEJALA DE TURISMO
DE ARTENARA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Ha sido 2021 un año turístico de provecho para Artenara?

Podemos decir que ha sido un año de provecho a partir de la mitad del año. A partir de mayo comenzaron a incrementarse las cifras y llegamos a obtener números similares a los que teníamos antes de la presencia del COVID.

¿Cuál cree usted que fue en este año la peor etapa por la que pasó el tu-

rismo en su municipio?

Sin duda alguna, los tres primeros meses fueron los peores a causa de la tercera ola. Las restricciones impuestas hizo disminuir bastante el turismo europeo, estando ya cerrado el americano, y fue ahí cuando lo sufrimos. El propio turismo interior, por estas mismas causas, se incrementó.

Nosotros hemos notado muchísimo más movimiento de gente canaria que de gente extranjera. Los alemanes, ingleses y franceses que suelen visitarnos disminuyeron muchísimo. Sí que se vio mucha gente paseando por el casco histórico del municipio, visitando incluso la cumbre, pero generalmente eran residentes canarios.

¿Se podría decir que las temporadas turísticas de este pasado año fueron salvadas gracias al turismo nacional y regional?

Sí. Podemos decir que el turismo ha estado estable y han podido mantenerse los negocios gracias al turismo nacional.

En relación al año 2020, que fue un año caótico en este sentido, ¿han visto una mejora?

Sí. Con respecto al 2020, que fue considerado un 0 turístico, sí que ha habido una mejora considerable. Lo que he visto yo en positivo es que el turismo de los propios isleños se ha visto incrementado y ha supuesto, entre otras cosas, una oportunidad para conocer nuestras islas. Se ha hecho un turismo de islas. Yo, personalmente,

he hecho un turismo de islas y la verdad que no hay nada que envidiar, veo que hay un potencial muy grande. Es verdad que vivimos del turismo, pero todavía se pueden explotar muchos más sectores. Aún así, nosotros como municipio, tenemos nuestras propias restricciones y limitaciones porque, aunque queramos que haya más turismo en nuestra zona, se nos hace imposible albergar a tantos turistas. Nuestro turismo, como yo digo, es un turismo de paso.

¿Cómo se están viviendo estas últimas semanas en las que el COVID parece volver a formar parte de nuestra vida?

Estas últimas semanas las estamos viviendo igual que hemos vivido el resto del año. Sé que están en incremento el número de casos positivos de coronavirus, pero me imagino que esta situación se cumple en las grandes ciudades porque, por ahora, nuestro municipio es 0 COVID. A nuestro favor, contamos con una gran expansión de zonas naturales en las que se puede desarrollar un turismo seguro y de calidad.

¿Se pondrá en marcha alguna campaña para promocionar su municipio como un destino seguro?

Sí. Estamos trabajando en ello junto con el Patronato y el Gobierno de Canarias para potenciar nuestro municipio, pero ya de por sí lo venimos promocionando como un destino COVID free en el que el turista puede estar seguro desde el confinamiento.

Usted comentaba que poseen un gran número de zonas abiertas. Cada vez son más los turistas que optan por un turismo rural y gastronómico. Un turismo que deja atrás a las grandes ciudades y se centra en descubrir la naturaleza, ¿han notado ustedes este cambio de preferencias?

Sí, por supuesto. Ahora mismo nuestra demanda turística es esa, un turismo activo que se centra en el senderismo, el ciclismo, la escalada... Asimismo, somos Destino Starlight, solo hay 3 municipios que dan este reconocimiento a la isla. Tenemos una noche magnífica con una contaminación lumínica casi inexistente y esa nueva tendencia de gente que busca un turismo nocturno y que quieren pernoctar se va notando en la zona.

FITUR está a la vuelta de la esquina. Este año la feria de turismo se torna más importante que en años atrás. ¿Participarán ustedes en ella?

Ese tema lo tendremos que hablar con el Cabildo y el Gobierno de Canarias que son los que llevan el mando de este asunto. Me imagino que ellos querrán promocionar, además de un destino de sol y playa, un destino rural. Nosotros le proporcionaremos todos los recursos y la información que nos pidan. Tener un representante o no en dicha feria dependerá de ellos, pero lo importante es que la información llegue al número máximo de turistas a nivel mundial.

En el caso de que ustedes participaran en ella de primera mano, ¿en qué objetivos se centrarían?

Daríamos mucho potencial a que somos Patrimonio Mundial, que fue la última otorgación que tuvimos y que consideramos de un nivel bastante grande. Así como en que somos un destino Reserva de la Biosfera y Starlight, con el fin de darnos a conocer como un destino de calidad.

Centrándonos en el tipo de turismo que ofertaríamos, hablamos de un turismo de interior y activo. Gastronómicamente creo que nos queda mucho trabajo por delante por la poca producción isleña que hay, al fin y al cabo la gran parte de los productos son importados.

¿Qué objetivos pretenden cumplir en el próximo año 2022?

Seguiremos trabajando en promocionar este tipo de turismo, ya bastante reconocido Europa, y nos centraremos en el turismo nacional para dar a conocer de una manera más amplia todo nuestro potencial.



Ana María Mayor: “Tenemos unos recursos naturales que nos permiten un turismo personal”

ENTREVISTA

**ANA MARÍA MAYOR
ALEMÁN**

CONCEJALA DE TURISMO
DE SANTA LUCÍA DE
TIRAJANA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El turismo en Canarias se ha visto gravemente afectado. Las cifras de negocio a lo largo de este año han ido variando conforme avanzaba la situación, ¿cómo calificaría usted el año que ha acontecido? ¿Ha sido 2021 un año turístico de provecho?

Yo diría que ha sido un año de reinventarnos más que de provecho. Creo que, de manera general, todos nos hemos sabido reinventar y en esa reinención es donde creemos que Santa Lucía puede ocupar un lugar en lo que es el sector turístico en la isla de Gran Canaria.

¿Se pondrán en marcha, desde el área de turismo de Santa Lucía de Tirajana, nuevas medidas para no volver a recaer?

Se pondrán medidas para dar alternativas al turismo en función de la situación en la que nos podamos encontrar. Tenemos unos recursos naturales y paisajísticos que nos

permiten un turismo personal, sin masificación y minoritario.

Podemos ser una buena alternativa en esta situación en la que estamos inmersos.

Las preferencias del turista han cambiado. Ahora se decantan por un turismo rural ante un turismo de ciudad, ¿no es así?

Efectivamente. El turismo ahora busca un lugar donde no exista esa masificación de gente, donde pueda estar de manera aislada, aparte de poder disfrutar de prácticas deportivas, la gastronomía y la artesanía.

Yo creo que Santa Lucía ocupa ese lugar dentro del sector turístico pudiendo ofrecer un lugar único lejos de masificaciones.

¿Cómo se están viviendo estas últimas semanas complicadas?

La sensación que hay en el sector es la de no saber si vamos a dar pasos a atrás a raíz de la aparición de esta nueva variante. Estamos un poco a expensas de lo que pueda ocurrir en el resto de los países. Al final, nuestros clientes son potencialmente extranjeros y nuestro turismo va a depender de cómo esté la situación en sus países.

¿De qué manera ha ayudado la administración a promocionar este paraje turístico?

Hemos realizado distintas campañas publicitarias en el pasado 2021. Hemos tenido distintos proyectos a nivel turístico, hemos

creado nuestra propia marca turística, creamos nuestra página web y hemos desarrollado una campaña publicitaria para la promoción de todos estos proyectos y de cada uno de los atributos con los que cuenta Santa Lucía.

Se habla cada vez más de digitalización, usted me comentaba la creación de una página web, ¿ha sido este sector uno de los que se ha visto obligado a implementar y desarrollar el ámbito digital?

Sí. Al final, esta pandemia nos ha hecho reinventarnos y la reinención pasa por la digitalización de todos los recursos. Nosotros hemos comenzado, no solo con la creación de nuestra marca turística, sino con la creación de la página web que al final va a ser el soporte

de toda esa digitalización que tenemos prevista para este año 2022.

Sí que queremos digitalizar parte de nuestros recursos y para ello tenemos distintos proyectos como la creación de una App, establecer visitas virtuales, un asistente para la oficina de turismo... En general, se desarrollarán distintos proyectos que ayudarán a digitalizar el turismo de Santa Lucía.

Los presupuestos son una parte fundamental dentro del ayuntamiento, ¿se verá el área de turismo gratificada con los presupuestos que tendrán?

En principio los presupuestos van en consonancia con los años anteriores, no hay ninguna variación en ese sentido. Pero cabe destacar que la concejalía de turismo cuenta además con ayudas y subvenciones del Gobierno de Canarias y del Cabildo. Nosotros pusimos en marcha el proyecto de la marca turística y la página web a través de una subvención dada por el Gobierno de Canarias gracias al proyecto que presentamos en el 2020. Y, a partir de esa subvención, hemos trabajado en la digitalización, estableciendo, incluso, códigos QR en determinadas zonas para que los visitantes puedan obtener informa-



ción de donde se encuentran.

FITUR está a la vuelta de la esquina. Este año la feria de turismo se torna más importante que en años atrás. ¿Participarán ustedes en ella?

Sí. Estamos planificando todo para que Santa Lucía pueda estar presente en FITUR. Estamos a la expectativa de cómo se va a celebrar esta feria teniendo en cuenta la situación por la que estamos pasando, pero sí que vamos a estar.

¿Qué campañas pondrán en marcha para promocionar su destino en esta feria?

Nuestro programa irá en función de lo que se establezca en el área de turismo del Gobierno de Canarias y desde el patronato de turismo del Cabildo de Gran Canaria. Según lo que ellos tengan establecido mandaremos el material necesario, será muy parecido a lo que se mostró en mayo de 2021 con la diferencia de que tenemos un nuevo material fotográfico para mostrar cómo es nuestro municipio, así como nuevos elementos, como nuestra marca turística, para que se nos conozca y se nos reconozca.

¿Esperan que esta feria sea provechosa, no solo para su municipio, sino para el conjunto de la isla en general?

Entendemos que es una feria que debe ser provechosa para toda la isla. Por eso, muchas veces cuando me hablas de sector turístico hago referencia a toda la isla, no entendemos un desarrollo turístico del municipio de Santa Lucía sin un desarrollo de la isla de Gran Canaria. Somos 21 municipios y cada uno tenemos algo que ofrecer al turista que nos visita. Tenemos destinos turísticos por excelencia como puede ser el municipio de San Bartolomé o Mogán, pero el resto de municipios también tenemos algo que ofrecer y que darle al visitante. Creo que Gran Canaria tiene mucho que apostar en FITUR, así como mucho que ofrecer al potencial turista.

¿Cuál es el principal objetivo que tiene usted, como concejala de esta área, para este año 2022?

Este año tenemos determinados proyectos sobre la mesa. Tenemos proyectos para la promoción del turismo activo en nuestro municipio, queremos fomentar determinadas prácticas deportivas en determinadas zonas, así como la promoción de la gastronomía y la artesanía. Luego tenemos otros proyectos, a parte de la digitalización de la que he hablado, de restauración de nuestras infraestructuras, tanto en la zona de cumbre como en la de costa.

No sé si todas las actuaciones podrán realizarse en el 2022, soy de las que cree que si queremos un turismo sostenible y sostenido tenemos que realizarlo con políticas a largo plazo y hay muchísimas cosas que puede ser que en un año ni siquiera vean el principio.



ENTREVISTA

ISABEL SUÁREZ
CONCEJALA DE
COMERCIO EMPLEO Y
TURISMO DE LA ALDEA
DE SAN NICOLÁS



M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo calificaría usted este año 2021 que dejamos atrás?

Ha sido un año bastante difícil de abarcar porque la situación vivida ha afectado de lleno al sector turístico, pero, a pesar de ello, hemos podido realizar diferentes actividades de cara a promocionar la actividad turística en nuestro municipio.

Consecuentemente, hemos obtenido resultados satisfactorios con datos similares a los que contábamos en épocas anteriores a la pandemia.

En esta línea, ¿han sido pioneros en la realización de actividades de promoción turística?

Sí, así es. Hemos implementado diferentes actividades respetando y teniendo en cuenta todas las medidas establecidas a nivel sanitario. Pudimos hacer las jornadas de turismo, participamos en diferentes ferias de la isla en la que nos promocionamos turística y comercialmente, hemos celebrado diferentes actividades en las que dimos a conocer el destino starlight con el que cuenta La Aldea de San Nicolás, nos hemos promocionado en diferentes periódicos y revistas turísticas, entre otros tantos.

Hemos puesto en marcha una importante estrategia digital en un momento en el cual la pandemia no nos permitía la presencialidad, las visitas, el contacto...hemos dado un gran impulso a las redes sociales @visitlaaldea y a la web.

¿Cómo se están viviendo estas últimas semanas en las que el COVID vuelve a convertirse en amenaza?

La verdad que volvemos a replantearon cómo nos está afectando

Isabel Suárez: “La Aldea ofrece un encuentro con la naturaleza”



y en qué medida podemos paliar estos efectos que vuelven a estar vigentes. Debemos acatar las medidas con el fin de mejorar los datos de contagio, pero en la medida de lo posible estamos reestructurando todo aquello que teníamos planificado.

¿De qué manera prevén impulsar el turismo de su municipio?

A través de diferentes campañas. Yo creo que La Aldea de San Nicolás ha sido la gran desconocida hasta ahora por la situación, la loca-

lización y la falta de infraestructuras. Por suerte, pronto terminará la obra que nos conectará con la zona norte y para ello nos estamos preparando promocionando nuestro entorno y los recursos con los que contamos: un turismo sostenible, en la naturaleza, con un gran número de casas rurales...

¿Qué tipo de turistas fueron los que visitaron la Aldea de San Nicolás durante este atípico año?

Un turismo familiar que venía buscando estar en contacto con la

naturaleza. Tenemos datos de noviembre y nos visitaron en el centro de visitantes del almacén del muelle unas 400 personas, un dato bastante positivo dada las circunstancias. Hemos organizado star parties en las que contamos con muchísima participación. Cada vez son más aquellos que quieren descubrir el noroeste de la isla de Gran Canaria.

El verano fue mejor de lo esperado gracias al mercado nacional y local, ¿no es así?

Así es. Recibimos muchas visitas de vecinos de otros municipios

que, por las circunstancias que comentábamos, no se habían acercado a visitar La Aldea de San Nicolás, así como muchos visitantes procedentes de península, sobretodo de Madrid y el norte.

Como usted comentaba antes, el turista ha cambiado sus preferencias, ¿han notado ustedes la llegada de turistas interesados en el medio rural y sostenible?

Hemos notado un gran incremento en este tipo de preferencias que usted nombra. Ha habido un incremento en la preferencia por alojamientos rurales lejos de la ciudad, en los que es primordial el contacto con la naturaleza.

“Hemos organizado star parties en las que contamos con muchísima participación. Cada vez son más aquellos que quieren descubrir el noroeste de la isla de Gran Canaria”

Este año la feria de turismo se torna más importante que en años atrás. ¿Participarán ustedes en FITUR?

Aún lo estamos valorando. Hemos participado en años atrás, exceptuando el año pasado. Este año estamos valorando la situación, la idea es acudir, pero todo dependerá de las circunstancias y en el caso de que no podamos estar presentes nos encargaremos de que el municipio pueda participar de alguna manera.

Ante esta situación de incertidumbre turística, ¿qué proyecto pone sobre la mesa el área de turismo del ayuntamiento de La Aldea de San Nicolás para el próximo año 2022?

Conocer, venir y descubrir nuestro municipio, así como el cielo que en él se admira. Somos desde 2018 destino starlight por la calidad de nuestro cielo, La Aldea ofrece un encuentro con la naturaleza. Asimismo, contamos con miradores astronómicos situados en diferentes espacios del municipio. Seguiremos trabajando en la promoción y en que se tenga conocimiento suficiente acerca del municipio de La Aldea de San Nicolás.



ENTREVISTA

MARC BALAÑÁ
DIRECTOR H10 ATLANTIC
SUNSET

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Queda constancia del impacto de la pandemia a nivel económico, social y medioambiental en el turismo, ¿qué balance haría del año turístico que dejamos atrás? ¿Fue 2021 un buen año para las cadenas hoteleras?

En términos generales, valoramos positivamente el año 2021. A pesar de la incertidumbre de la situación a la hora de reabrir el hotel en mayo, hicimos un buen verano gracias, sobre todo, al turismo local y nacional. Después, se reactivó el turismo internacional, que ha funcionado muy bien. El último tramo del año, con la aparición de la nueva variante, ha vuelto la incertidumbre, pero teniendo en cuenta de dónde venimos y todo lo que hemos aprendido este año, yo creo que el balance es positivo.

¿Cómo ha afectado el cierre de mercados como el británico a los últimos meses del año?

Cualquier restricción de la movilidad puede afectar directamente a nuestra actividad, y más en mercados importantes como es el británico. Ante esta situación, nos enfocamos en los mercados que siguen activos.

Una vez haya pasado todo, ¿cree que el perfil del turista o la forma de viajar cambiarán? ¿O quizá olvidaremos todo y volveremos sin más a la situación pre-Covid?

Yo creo que volveremos a la situación pre-covid en cuanto a que la gente va a querer seguir viajando y va a demandar lo mismo. Lo que sí que es cierto es que algunos hábitos de los turistas e, incluso, de los trabajadores, durante un largo periodo de tiempo van a ser diferentes. Se va a apreciar más poder disfrutar de los espacios abiertos, se va a requerir distancia entre personas no relacionadas, se van a evitar las aglomeraciones, pero una vez superemos esto tenemos que volver a la normalidad porque contamos con un modelo turístico de calidad que no es incompatible con un modelo seguro.

¿Cuál es el perfil del turista que visita el hotel?

El H10 Atlantic Sunset cuenta con varios conceptos dentro del propio hotel. Tenemos una zona muy familiar, una zona pensada para adultos y una zona Privilege, para aquellos clientes que buscan un plus de exclusividad. El tipo de turista varía mucho en función de los meses del año, en los meses posteriores a la apertura en mayo el hotel era principalmente familiar, teníamos muchos niños, muchas familias grandes, cuando ya comenzó la época escolar el perfil del viajero cambia, empiezan a venir muchas parejas.

Los viajes internacionales han estado restringidos, ¿ha sido el turismo nacional el que ha salvado la temporada?



Yo creo que sí, gracias a ellos el resultado final ha sido francamente positivo. El turismo nacional, y cuando digo nacional englobo al peninsular, al canario y al propio de Tenerife, ha estado muy por encima de las expectativas y, sin duda, sí, se ha permitido reactivar el turismo con muchísima

calidad y muy buenos datos el mercado ha sido gracias al turista nacional en general y al canario en particular.

Asimismo, ¿han impulsado las vacunas esas ganas de viajar?

Exactamente. Las vacunas son uno de los salvoconductos para poder viajar, desde



luego han aportado seguridad a la gente y han funcionado como herramienta para poder reactivar el turismo.

En los últimos años se habla del incremento de la digitalización en el sector, ¿hasta qué punto la pandemia obliga al sector hotelero a apostar más por la innovación?

La pandemia nos ha obligado a incorporar herramientas para evitar situaciones de riesgo, por ejemplo: las reservas de los restaurantes, controlar los aforos en los puntos de venta... Nuestra compañía siempre ha creído en la digitalización y en la modernización de los procesos y la pandemia nos ha ayudado a crecer en este sentido.

¿Qué han aprendido los hoteleros de la situación acontecida?

Yo no sé lo que han aprendido los hoteleros, yo sé lo que hemos aprendido en mi compañía y es que el haber hecho bien las cosas en años anteriores, el tener hoteles de mucha calidad que priman el confort del cliente ha sido una palanca para la reactivación del mercado y para poder tener unos resultados francamente buenos teniendo en cuenta de donde veníamos.

Yo creo que lo que hemos aprendido es que el cliente más que nunca ha demandado calidad y en H10, que siempre la hemos primado, el resultado ha sido el esperado.

“Nuestra compañía siempre ha creído en la digitalización y en la modernización de los procesos”

¿Qué proyectos se plantean para 2022? ¿Recuperaremos los buenos datos turísticos de 2019?

Yo espero que sí. En Canarias tenemos la suerte de vivir la gran parte del año al aire libre, somos un destino que está muy cerca de los mercados emisores europeos y un destino seguro, así que teniendo en cuenta el clima con el que contamos, la planta hotelera, los recursos y el turismo gastronómico, entre otros, poseemos todos los factores para que 2022 sea un buen año y podamos estar a la altura de 2019.



ENTREVISTA

MAGALY GONZÁLEZ
CONCEJAL DE TURISMO
EL PINAR

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El turismo en el último año y medio ha sufrido una importante crisis como consecuencia de la pandemia que ha acontecido, ¿cómo se ha vivido en el municipio de El Pinar esta situación?

En época de confinamiento la situación fue igual a la del resto de España, sin embargo, cuando llegamos al verano tuvimos un lleno total, mejor que en cualquier campaña anterior. Tenemos muchas casas rurales, espacios abiertos, muchos restaurantes con terraza y supongo que esa fue una de las razones por las que atrajimos a tanto turismo en ese momento.

¿Cree usted que dicho incremento ha sido consecuencia de la preferencia de la población por el medio rural ante la abarrotada ciudad?

Sí. Además del medio rural, nosotros ofertamos zonas de baño seguras, en La Restinga y en Tacorón, en las que se puede guardar la distancia de seguridad y realizar diversos deportes individuales como el senderismo o el buceo.

En general, es un sitio donde se pueden realizar actividades al aire libre de manera segura.

Recordemos que Canarias proporciona un destino seguro, es fundamental mostrar esa imagen de tranquilidad y seguridad, ¿verdad?

Sí. Es por ello que nosotros pusimos mucha seguridad y hemos intentado ser muy rigurosos con ella. Pusimos distancia en las zonas de baño, códigos QR en los bares y restaurantes, no hemos hecho eventos culturales y festivos sino solo aquello que se puede hacer al aire libre...

Como consecuencia de nuestras acciones, los contagios en nuestro municipio ocupan un porcentaje minoritario, menos de 20 personas, lo que deriva en una razón más para que el turista nos visite.

Con este panorama actual y ante la situación de pandemia, el modelo de oferta y demanda turística está cambiando, ¿cree usted que nos dirigimos hacia una realidad turística cada vez más sostenible?

Sí. La pandemia ha tenido consecuencias negativas, como la sanitaria y económica, pero ha tenido otras tantas muy positivas. Hemos agrandado nuestra con-



Magaly González: “Conservar nuestro medioambiente es la mejor carta de presentación”

ciencia medioambiental, hemos aprendido que nuestras acciones a corto y largo plazo tienen un riesgo lo que nos invita a todos, queramos o no queramos, a tener una conciencia y una responsabilidad medioambiental mayor.

¿Cuáles están siendo las principales líneas de trabajo dentro del área de turismo para promocionar el destino?

Lo que es promocionar el destino, a nivel de campañas y ferias, lo tenemos delegado al Cabildo insular. Nosotros nos hemos centrado en realizar pruebas deporti-

vas que ya en sí mismas son una carta de publicidad del destino. Son pruebas donde viene el turista deportivo y es él mismo el que nos hace la propaganda. Asimismo, hacemos también actividades medioambientales en las que se refleja el compromiso del municipio con el medioambiente.

¿Participarán ustedes en FITUR?

La verdad que en los últimos 10 años solamente hemos ido una vez, pero probablemente el próximo año iremos, aunque a través del patronato de El Hierro, noso-

tros le damos la información y son ellos los encargados de patrocinar a toda la isla en su conjunto.

Se habla de digitalización, ¿de qué manera han aplicado ustedes esta corriente que se torna imparable?

Pusimos varias acciones en marcha tras la pandemia. Para ir a la playa teníamos una aplicación mediante la que se podía reservar, así como otra para bares y restaurantes en la que se pueden ver los menús. En la misma línea, tenemos dos pantallas táctiles en las que el turista puede ver los recur-

sos que ofrece el municipio, los contactos de las empresas, nuestra página web...

¿Qué proyectos se plantean para 2022?

Nos queremos centrar en captar fondos europeos y hacer inversiones que, al final, redundan en la población y en el turismo como el tema de saneamiento que, aunque parezca que no tiene relación alguna con el turismo sí que la tiene. El conservar nuestro medioambiente es la mejor carta de presentación que le podemos ofrecer al turista.



La Palma, protagonista del spot emitido en fin de año en varias televisiones nacionales para promocionar la isla

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La Palma fue protagonista de la acción promocional con la que despedimos 2021. Antes y después de la retransmisión de las campanadas en Telecinco, Cuatro, Antena 3, La Sexta y Televisión Canaria, se emitió en el bloque de publicidad más visto del año un spot donde la isla agradece el apoyo que ha recibido desde innumerables rincones de España tras la erupción del volcán. Con esta campaña iniciamos la estrategia promocional de la Isla Bonita en territorio nacional, tras darse por concluida la erupción de Cumbre Vieja.

Además de las cadenas de televisión nacionales, la pieza se emitió en Televisión Canaria, ya que el agradecimiento se hace ex-



tensible al resto del pueblo canario que se ha volcado en la isla, tanto con el envío de efectivos de emergencia como con voluntarios que han colaborado en el reparto de las primeras donaciones proce-

dentos de todos los rincones del archipiélago, así como cientos de empresas y personas anónimas.

La elección de Mediaset y Atresmedia se debe a que sus canales -Telecinco y Cuatro, y



Antena 3 y La Sexta respectivamente- sumaron una audiencia de 8.775.000 espectadores y una cuota del 39,5% en las campañas de 2020. Por su parte, la retransmisión del evento en la Te-

levisión Canaria consiguió el año pasado una audiencia del 51,4%, siendo la cadena preferida por los canarios, llegando incluso a 497.000 espectadores de media en el minuto de oro de la noche.

La prensa polaca define La Gomera como “un paraíso turístico por descubrir”

► La revista Bauer Swiat i Ludzie dedica un artículo a la isla, fruto de un viaje de prensa a la isla organizado por Turismo de La Gomera, en colaboración con Promotur del Gobierno de Canarias y avalado por la Oficina Española de Turismo de Varsovia



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La prensa polaca define La Gomera como “un paraíso turístico por descubrir”, concretamente, a través de un artículo publicado en la revista Bauer Swiat i Ludzie, en el que se dedica una pieza a la isla, fruto de un viaje de prensa organizado por Turismo de La Gomera, en colaboración con Promotur del Gobierno de Canarias y avalado por la Oficina Española de Turismo de Varsovia.

La consejera insular de Turismo, María Isabel Méndez, recordó que “desde Turismo de La Gomera se ha facilitado durante el pasado año la llegada a la isla de una veintena de delegaciones de prensa nacionales e internacionales, con profesionales de la comunicación que plasman en sus

publicaciones su experiencia en primera persona, trasladando así a su audiencia las bondades de la isla desde un punto de vista personal y sensorial”.

Además, Méndez adelantó que desde Turismo de La Gomera ya se está trabajando en la programación de ferias, viajes de prensa y campañas de promoción turística de la isla de cara a 2022.

La publicación pone en valor la escarpada y extraordinaria orografía de la isla, marcada por roques, miradores, playas y el bosque milenario del Parque Nacional de Garajonay. Asimismo, destaca la red de senderos y rutas cicloturistas con las que cuenta la isla para la práctica de deporte al aire libre, así como la riqueza de su medio natural y marino, su gastronomía, su patrimonio arquitectónico y sus tradiciones.



Carolina Rodríguez: “Puerto de la Cruz es una ciudad muy viva y muy segura”

ENTREVISTA

CAROLINA RODRÍGUEZ
CONCEJALA DE TURISMO
DE PUERTO DE LA CRUZ

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El Puerto de la Cruz, si algo ha hecho bien durante esta pandemia, es mantenerse como uno de los principales destinos turísticos de Canarias. ¿Cómo han logrado esta posición?

Hemos hecho un ejercicio importante de equilibrio, con el fin de mantener una ciudad muy viva y muy segura con la celebración de todos los eventos culturales, de ocio y de turismo activo. Hemos trabajado para que la ciudad se mantenga activa, un trabajo que se va a seguir consolidando.

Esta forma de gestión que decidimos tomar ha dado sus frutos porque, El Puerto de la Cruz, se mantuvo en el mapa mientras otros municipios pararon sus actividades,

lo que hizo que fuéramos el foco para los visitantes en cuanto se pudo proceder a la movilización internacional, nacional y regional.

Seguimos trabajando y avanzando en esta forma de gestión con la que se ha demostrado que la seguridad sanitaria está en la cultura y en el ocio siempre y cuando se organice y se celebre con la suficiente precaución y las medidas pertinentes. Todo lo ofertado ha conllevado muchísimo esfuerzo y trabajo, pero también una apuesta clara porque la ciudad se mantuviera en el epicentro de la actividad.

Además, no han parado de abrirse nuevos establecimientos hoteleros, conceptos absolutamente novedosos en la isla y ya no solo de hoteles, hablamos de nuevos restaurantes, nuevas tiendas... El Puerto de la Cruz está de moda y así está respondiendo también el empresariado, ¿no?

Exactamente. Nosotros entendimos que quedarnos parados no era una opción, que el movimiento genera movimiento y que, dentro de las medidas sanitarias, podría-

“Seguimos trabajando y avanzando en esta forma de gestión con la que se ha demostrado que la seguridad sanitaria está en la cultura y en el ocio siempre y cuando se organice y se celebre con la suficiente precaución y las medidas pertinentes”

mos seguir con la actividad. Somos una ciudad distinguida con el sello Safe Tourism, somos el único municipio que apostó por el sello de gestión segura del espacio público. Todos los espacios públicos de nuestro municipio están configurados de acuerdo a este sello, el cual entendemos como un requisito indispensable para movernos en toda la gestión cultural y turística. Nuestro movimiento ha generado una confianza, no solo sanitaria, sino empresarial.

El Puerto de la Cruz continuaba con su vida y eso ha sido un polo de atracción para los visitantes, pero también para los inversores.

Hablamos de que el 2022 se configura como un año de mayor recuperación, ¿están previstas mejoras en las infraestructuras?

Nuestro objetivo es seguir mejorando la imagen de la ciudad con inversiones. Ahora mismo estamos con la aprobación del presupuesto, que si bien es un presupuesto restringido por la situación, optaremos por un sistema de la modifica-

ción del crédito para generar inversiones y configurar esa ciudad que hemos comenzado a desarrollar desde hace un tiempo y que seguirá consolidándose de cara al futuro turista.

¿Qué producto quiere presentar Puerto de la Cruz en FITUR?

Nos distinguimos por la evidencia que todo el mundo ha podido disfrutar y es que aquí se ha podido disfrutar, disfrutar de ocio, de cultura, de turismo activo... Se han celebrado numerosas actividades en nuestro municipio de interés nacional e internacional.

Por primera vez, en FITUR vamos a hacer una presentación de la MTC en sí misma como representante de todos los municipios turísticos, así como una presentación de El Puerto de la Cruz de carácter individual. Es la primera vez que se va a realizar una presentación de la MTC, de todo el trabajo que se ha realizado durante todo el año y de todos los avances con respecto a los municipios turísticos que formamos parte de la misma.

¿Qué objetivos se marca esta concejalía para este año?

Continuar siendo un municipio atractivo en todos los sentidos. Un municipio donde vengas a disfrutar y donde vengas a sentirte seguro disfrutando. Buscamos mantenernos y seguir siendo pioneros en la forma de abordar la gestión de una crisis sanitaria como la que hemos padecido, abordada desde la actividad sin renunciar a ofrecer calidad, servicios y ocio.

Ha sido una apuesta y un trabajo de meses por mantener ese equilibrio. No ha sido sencillo, pero ha sido una apuesta clara y concisa que nos ha diferenciado y que ha dado sus frutos. Puerto de la Cruz es una ciudad muy viva y muy segura.

La nueva terminal de pasajeros del puerto de Playa Blanca apuesta por la eficiencia energética y los elementos sostenibles



► La nueva estación marítima en la zona de ampliación del puerto de Playa Blanca, que está ejecutando la Consejería de Obras Públicas, Transporte y Vivienda del Gobierno de Canarias con la financiación al 85% de los fondos FEDER, es una construcción que apuesta por el ahorro energético gracias a los elementos innovadores que integra en su estructura

De acuerdo con la situación climática del puerto de Playa Blanca (Yaiza), la construcción de la nueva terminal se ha propuesto como un edificio con una envolvente que limita de manera significativa la demanda de energía para cubrir el bienestar térmico de sus usuarios. Por otro lado,

para aprovechar la energía solar, todo el aparcamiento exterior está preparado para la instalación fotovoltaica con paneles solares en las cubiertas y además, en su apuesta por la sostenibilidad, cuenta con cargadores para vehículos eléctricos.

“El diseño bioclimático de esta singular terminal y la aplicación de sistemas de construcción pasivos de la fachada consiguen una temperatura ideal de forma

eficiente, e incluso permite no utilizar sistemas de climatización”, afirma Manuel Ortega, director gerente de Puertos Canarias.

Otro de los elementos innovadores de esta nueva terminal marítima, que entrará en funcionamiento antes del verano, es que todos los materiales utilizados en los pilares, vigas, forjados y fachada del edificio son prefabricados de hormigón armado. Así como la tabiquería seca interior,

por lo que son saludables, no contaminantes y duraderos.

Todo el edificio se está realizando con un sistema constructivo prefabricado de hormigón de alta resistencia optimizando tiempo y gastos innecesarios de material, así como la reducción del posterior mantenimiento.

En cuanto al tipo de iluminación, se instalarán luces LED cuya principal ventaja es que son respetuosas con el medioambiente, al reducir el consumo de energía primaria y por tanto de las emisiones de CO₂ a la atmósfera. Además, tienen un bajo consumo energético, una vida útil superior a otro tipo de iluminación, ocupan menos espacio, emiten menos calor, no contienen mercurio y son compatibles con instalaciones

fotovoltaicas.

Y en el exterior, tal y como asegura el arquitecto de la estación Pedro Romera del estudio Romera y Ruíz Arquitectos, el trazado viario se ha adoptado al máximo al terreno, ejecutando las mínimas obras de desmonte y terraplenes para conservar la topografía y el medio rural existente en la zona.

El proyecto de Ampliación del Puerto de Playa Blanca será el primer puerto sostenible de Puertos Canarias abriendo una nueva etapa en las infraestructuras portuarias del Archipiélago y el de mayor tráfico de toda la red autonómica de Puertos Canarias, entidad dependiente de la Consejería de Obras Públicas, Transporte y Vivienda del Gobierno de Canarias.

Multicentro Comercial El Trompo, referente del norte de Tenerife



“El Centro está distribuido en 5 plantas en las que destaca una gran plaza central con parque infantil”

apreciar aparcamientos especiales dedicados a personas mayores, mujeres embarazadas y lactancia (personas con carritos). Del mismo modo, el Centro Comercial apuesta por los coches eléctricos aportando dos puntos de recarga de vehículos gratuito ubicados en el parking subterráneo.

Además, promueve el cuidado del medioambiente y la sostenibilidad introduciendo en sus instalaciones un punto de reciclaje, que se ubica en el hall del parking subterráneo, donde sus clientes pueden depositar pilas, tóner, ropa, calzado, bombillas, fluorescentes, aceite de cocina, aparatos electrónicos y tapones de plástico con el fin de promover su reciclaje.

En definitiva, un Centro Comercial moderno, seguro y completo que pone al alcance de sus clientes todo un abanico de posibilidades y comodidades.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El Multicentro Comercial El Trompo, ubicado en la Villa de La Orotava, es uno de los centros comerciales más concurridos del norte de la isla de Tenerife. Se

trata de un centro comercial en el que se pueden efectuar compras en un entorno seguro y al aire libre.

El Centro está distribuido en 5 plantas en las que destaca una gran plaza central con parque infantil. Cuenta con, aproxima-

damente, 50 locales que giran en torno a la plaza principal. Entre ellos, podemos encontrar una variedad de tiendas como Intersport, Outlet El Corte Inglés, Conforama, Fund Grube, Merkal, C&A, El 99, Worten, Kiabi... En la misma línea, para el disfrute de

los más pequeños se ubican en él dos parques infantiles, uno situado en la planta baja y otro en la primera.

Asimismo, para la comodidad de todos sus clientes, dispone de parking gratuito en todas las plantas en los que se pueden

REBAJAS

EL TROMPO
 MULTICENTRO COMERCIAL



ESPECIAL ÁFRICA

ESPECIAL ÁFRICA

Tribuna de Canarias

Tribuna de Canarias

El Cabildo ayuda a las ONG a implementar la Agenda 2030 en proyectos de cooperación

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
 La consejera de Acción Exterior, Liskel Álvarez, explica que este programa pretende apoyar, formar y orientar a las entidades de la sociedad civil de la isla “que quieran integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030, desde un enfoque basado en los derechos humanos, en sus proyectos e iniciativas”.

El Cabildo de Tenerife, a través del área delegada de Acción Exterior que dirige la consejera Liskel Álvarez, ha concedido una subvención de 20.000 euros a la Asociación Coordinadora de Organizaciones No Gubernamen-

tales para el Desarrollo de Canarias (CONGDCA) para financiar proyectos de implementación de la Agenda 2030, a través de la cooperación internacional como herramienta de transformación social.

Liskel Álvarez explica que este programa pretende apoyar, formar y orientar a las entidades de la sociedad civil de la isla “que quieran integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030, desde un enfoque basado en los derechos humanos, en sus proyectos e iniciativas”.

El proyecto tendrá un período de ejecución de ocho meses, desde el 1 de diciembre de 2021 hasta el 31 de julio de 2022, y permitirá continuar avan-

zando, desde los diferentes ámbitos de la isla, “en esa estrategia común y necesaria de visión de los ODS, contribuyendo a la construcción de un mundo más justo, solidario y sostenible desde la acción local”, abunda la consejera.

La presidenta de la CONGDCA, Pepi Farray, remarca que “este servicio no es solo para las entidades socias, sino que está abierto a toda la ciudadanía y entidades de la isla”. Además, el proyecto “contempla el acompañamiento a aquellos grupos de la ciudadanía que quieran crear asociaciones u organizaciones de solidaridad y cooperación”, añade.

Farray agradece el apoyo del Cabildo en este proyecto, “que favorecerá la

participación de la sociedad civil en la transformación social”, y que incidirá en el trabajo en los municipios, “descentralizando las acciones de la capital para concentrarnos en aquellos municipios que están un poco más aislados y que necesitan este apoyo y mentoría inicial”, concluye.

El proyecto, por tanto, engloba cinco objetivos fundamentales: fortalecer a las entidades de la sociedad civil que trabajan en el sector, articular las demandas locales con los debates globales, formar en el nuevo marco y en las líneas estratégicas de la cooperación internacional, contribuir a la comunicación entre las organizaciones sociales y con la administración pública, y favorecer la participación activa y el seguimiento de las políticas públicas en materia de ODS.

La Asociación Coordinadora de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo de Canarias es una entidad de ámbito regional y sin ánimo de lucro creada en 1998. La Asociación, que aglutina a 29 organizaciones, desarrolla su actividad en el ámbito de la cooperación y la educación para el desarrollo en Canarias y trabaja por el fomento del desarrollo de los pueblos empobrecidos.



El Gobierno canario hace efectivo el abono de 1,2 millones a 23 queserías afectadas por la pandemia

► Se trata de 23 queserías que han transformado en queso al menos una cantidad igual o superior a 500.000 kilos de leche de cabra, vaca y oveja durante la campaña 2020

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
La Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca del Gobierno de Canarias, a través de su empresa adscrita Gestión del Medio Rural de Canarias (GMR), ha procedido hoy, miércoles 5 de enero, al abono de una ayuda de 1,2 millones para los titulares de las queserías afectadas por la pandemia, principalmente perjudicadas

por el exceso de almacenamiento y estocaje.

En concreto, se trata de 23 queserías que han transformado en queso al menos una cantidad igual o superior a 500.000 kilos de leche de cabra, vaca y oveja durante la campaña 2020.

La situación de gravedad creada por el impacto de la Covid-19 sobre el sector agroalimentario resulta de máxima urgencia para la adopción de medidas extraordi-

narias de gestión económica que atenúen los efectos de la brusca disminución de la actividad. El objetivo de este tipo de ayudas es el de mitigar los resultados negativos y los efectos sostenidos de la actual crisis que ha supuesto una reducción significativa de los ingresos de estas queserías, provocando dificultades para la continuidad de sus negocios.

La consejera de Agricultura, Ganadería y Pesca del Gobierno



de Canarias, Alicia Vanoostende, ha destacado “la diligencia y la premura del personal de la consejería para agilizar la transferencia de unas ayudas fundamentales

para un sector que ha vivido un año complicado por los efectos de la pandemia, por lo que contribuimos a compensar parte de las pérdidas económicas”.

10 millones para el sector hortícola afectado por la pandemia

► Un total de 469 solicitantes han podido acceder a esta subvención

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El Tablón de Anuncios Electrónico de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca del Gobierno de Canarias ha publicado la resolución por la cual se concede una ayuda directa valorada en 10 millones para los titulares de explotaciones agrícolas destinadas

al cultivo del tomate, pepino, calabacín, calabaza y sandía afectados por las consecuencias de la crisis sanitaria.

El departamento autonómico ha aumentado las ayudas en determinadas líneas del decreto ley que regula la concesión directa de subvenciones destinadas al Covid para el sector agroalimentario y que asciende a 21,6 millones. Por

lo tanto, para el caso del tomate y el pepino afectado por la crisis sanitaria, se ha incrementado en 3,3 millones de euros hasta completar los 8,3 millones de la ayuda para estos dos cultivos.

Se trata de un total de 469 solicitantes que han podido acceder a una subvención que permite la compensación de las pérdidas en las que hayan podido incurrir

los productores y empresas hasta el 31 de diciembre de 2021.

La situación de gravedad creada por el impacto de la Covid-19 sobre el sector agroalimentario ha resultado de máxima urgencia para la adopción de medidas extraordinarias de gestión económica que atenúen los efectos de la brusca disminución de la actividad, con el fin de remediar los resultados negativos y los efectos sostenidos de la actual crisis.

La consejera de Agricultura,

Ganadería y Pesca del Gobierno de Canarias, Alicia Vanoostende, ha indicado que “2020 ha sido un año difícil para el sector hortícola por la falta de liquidez como consecuencia de la paralización del comercio y la restauración por la pandemia”.

La responsable regional del área destacó que “somos conscientes de la importancia del cultivo de tomate y pepino para Canarias, más concretamente para el municipio de La Aldea de San Nicolás (Gran Canaria), y por esta razón seguiremos apoyando a un sector vital para las islas, tal y como hicimos para evitar que se perdieran las ayudas por el Brexit o el incremento de la ayuda a la superficie por hectárea hasta los 24.000 euros”.



arquitectura + ingeniería

1 RENT A CAR



2 TRANSFERS

AEROPUERTO - HOTEL
TRANSFERS PRIVADOS
Y LIMUSINAS
TRANSFERS GRUPOS

3 ALOJAMIENTO

HOTELES, APARTHOTELES
Y APARTAMENTOS
VACACIONALES



4 EXCURSIONES

LET'S GO
TOGETHER

canarias.com

Coches, Hoteles y Traslados

922 71 53 53



Trabajamos pensando en nuestros clientes, sus necesidades, expectativas. Sabemos que cada detalle es importante, por lo que ponemos nuestro mayor empeño en cuidar las pequeñas cosas que marcan la diferencia. La diferencia que hace que su viaje sea excepcional.



El Ayuntamiento de La Laguna creará una Oficina de Ayuda a la Legalidad

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El alcalde de La Laguna, Luis Yeray Gutiérrez, anuncia que firmará “un convenio con la Federación Provincial de Empresas del Metal y Nuevas Tecnologías de Santa Cruz de Tenerife (Femete) para poner en marcha acciones rápidas y eficaces que combatan la economía sumergida en el municipio, como la creación de una Oficina de Ayuda a la Legalidad”. Así lo comunicó en el transcurso de una visita a las instalaciones de Femete donde mantuvo una reunión en formato virtual con el Comité Ejecutivo de la patronal, en la que también participó el se-

gundo teniente de alcalde, concejal de Hacienda, Asuntos Económicos y Seguridad Ciudadana, Alejandro Marrero Cabrera.

Durante el transcurso de ese encuentro, Luis Yeray Gutiérrez recordó que el Ayuntamiento de La Laguna “reforzará en el presupuesto del año 2022 las medidas para paliar la incidencia de la crisis generada por la pandemia, con un importante aumento de la inversión, el incremento de las líneas de ayuda al sector empresarial e incentivos fiscales. En este contexto, es importante no bajar la guardia en la lucha contra la economía sumergida, que causa numerosos perjuicios a la ciudadanía”.

El alcalde mostró su “preocupación por los negocios que no cumplen con la legalidad” y consideró “fundamental el binomio público y privado, de forma que trabajemos unidos para identificar a las empresas y profesionales que operan de forma ilegal o clandestina para que cumplan con las normativas o, en caso contrario, sean debidamente sancionadas”.

Por su parte, el presidente de Femete, Alberto Villalobos Márquez destacó que “los sectores más perjudicados son, especialmente, los talleres de reparación de vehículos, las empresas de instalaciones eléctricas y telecomunicaciones, los servicios auxiliares de la construcción, como fontanería

y aire acondicionado, así como la compra y venta de repuestos o los gestores de residuos”. Al mismo tiempo, reiteró “los devastadores daños que ocasiona quienes trabajan fuera de la legalidad: no pagan impuestos, incumplen normativas, suponen un peligro para el medio ambiente y la salud, generan fraude laboral, impiden la creación de empleos, restan dinero público, detraen recursos, perjudican las pensiones, alimentan el intrusismo, la competencia desleal y la inseguridad”.

Villalobos opina que “se debe ajustar la presión fiscal a niveles razonables para las pymes y autónomos, favoreciendo así la viabilidad de su actividad económica y que

no se pasen al lado oscuro”. Propuso también “que la Policía Local y demás Fuerzas de Seguridad del Estado tuvieran las competencias para acceder a locales privados con denuncias y pruebas suficientes de que se ejercen actividades ilegales para inspeccionarlos, recopilar datos y, si fuera el caso, tramitar sanciones ante la Fiscalía para que proceda”. El presidente de Femete concluyó resaltando que esa Oficina de Ayuda a la Legalidad que pondría en marcha el Ayuntamiento de La Laguna “sería un ejemplo que otros muchos ayuntamientos podrían aplicar y que trasladaríamos a Confemetal, la Confederación Española de Organizaciones Empresariales del Metal”.

La Mancomunidad del Norte de Tenerife, integrada por los municipios de Buenavista, El Tanque, Garachico, Los Silos, La Victoria de Acentejo, El Rosario, La Guancha, Puerto de La Cruz, Los Realejos, Santa Úrsula, La Matanza de Acentejo, Tacoronte e Icod de los Vinos, celebró hoy la sesión extraordinaria en la que aprobó la extinción definitiva tras el proceso de liquidación iniciado en el año 2010.

Desde la constitución de la Comisión Liquidadora, que se reunió en varias ocasiones, se adoptaron diversos acuerdos tendentes a cancelar las deudas contraídas con otras entidades públicas o privadas, prorrateando entre los distintos Ayuntamientos las deudas más importantes.

Se estableció, como criterio de reparto, el porcentaje de deuda mantenida con la Mancomunidad del Norte de Tenerife y se decidió prorratear y distribuir la deuda contraída con la Tesorería General de la Seguridad Social y la deuda contraída con la Caja General de Ahorros de Canarias, que se cifraba en la cantidad de 599.429,02 euros en el año 2010, entre los Ayuntamientos mancomunados que a lo largo de los años precedentes han ido, en la medida de sus posibilidades, cancelando la deuda hasta poder culminar su proceso liquidatorio.

La Junta de dicha Entidad Supramunicipal, en sesión extraordinaria celebrada el día 30 de octubre de 2020 adoptó, entre otros, el Acuerdo de considerar y aprobar la reanudación de la liquidación de la Entidad, temporalizando su total extinción para el 2021. En la antedicha sesión se presentaron las distintas previsiones de gastos e ingresos para el ejercicio 2020 y 2021 con la finalidad de culminar este proceso de liquidación de la Mancomunidad del Norte de Tenerife.

También se instaba a los Ayuntamientos mancomunados a que designaran los miembros que, en su representación, formarían parte de la Comisión liquidadora al objeto de convocar sesión de este órgano colegiado a la mayor brevedad posible. En ese mismo acto se presentó una propuesta de cuadro de liquidación y reparto del activo y pasivo de la Mancomunidad del Norte de Tenerife al objeto de ser analizada por parte de la Comisión liquidadora y, previa exposición pública, posterior sometimiento a cada uno de los Ayuntamientos partícipes para su aprobación.

En sesión extraordinaria de la Junta de la Mancomunidad del Norte de Tenerife celebrada el 16 de diciembre de 2020 se aprueba el cuadro de liquidación y reparto del activo y pasivo de la Mancomunidad del Norte de Tenerife y en sesión extraordinaria de la Junta, celebrada el día 27 de octubre de



La Mancomunidad del norte de Tenerife llega a su total extinción

► En sesión extraordinaria de la Junta de la Mancomunidad del Norte de Tenerife celebrada hoy (20 de diciembre de 2021), se aprobó, con carácter definitivo, la liquidación de la Mancomunidad y su total extinción

2021 se aprobó, con carácter provisional, la liquidación definitiva de la Mancomunidad del Norte de Tenerife determinando la extinción definitiva de la referida entidad supramunicipal y sometiendo el Acuerdo a Exposición Pública.

Finalmente hoy 20 de diciembre de 2021, se aprobó, con carácter definitivo, la liquidación de la Mancomunidad y su total extinción.

La Mancomunidad del norte de Tenerife

La Mancomunidad del Norte de Tenerife se crea en el año 1993 con la finalidad de crear una estrategia integral de desarrollo local.

Entre los servicios y obras que ha llevado a cabo la Mancomunidad del Norte de Tenerife podemos destacar los siguientes:

- Presentación de programas mancomunados a las Administraciones para su ejecución por convenio y con la participación

de éstas.

- Promoción en común de la adquisición de bienes como medio para conseguir su econo-

midad.

- Apoyo y fomento de los municipios mancomunados ante otras Administraciones públicas



para la consecución de obras que por su naturaleza resultan difíciles de conseguir individualmente, y que tengan un interés generalizado.

- La realización de actividades culturales, deportivas, de servicios sociales o medioambientales a través de iniciativas ejemplarizantes y transferibles.

Algunos datos relevantes de la Mancomunidad del Norte de Tenerife durante los primeros años de vida:

- Llegó a tener en nómina a 653 empleados (Junio de 2003)

- Canalizó y gestionó recursos de la Unión Europea a través de 13 proyectos transnacionales, siendo jefe de filas en algunos de ellos (Recite II Mundiempresa, Hidro-Bus, etc)

- Puso en marcha 28 iniciativas de formación y empleo en colaboración con el extinto ICFEM y el Servicio Canario de Empleo, entre las que se pueden citar: Escuelas Taller, Casas de Oficios. Servicios Integrales para el Empleo (SIPE), Programas de Orientación Profesional y Autoempleo (OPEA), Cursos de Formación e Inserción Profesional (Plan FIP), contratación de trabajadores desempleados para la realización de trabajos de interés social, etc

- Puso en marcha un plan para la alfabetización informática de la población en toda la isla de Tenerife denominado (CAPIs): Centros de Alfabetización y Perfeccionamiento Informático.

- Gestión mancomunada de los Gabinetes de Prensa.

- Gran parte del personal que fue contratado por la Mancomunidad hoy en día son empleados públicos de distintas Administraciones Públicas.

comercio
cercano
de


SANTACRUZ
El corazón de Tenerife

REBAJAS

Impresionantes



Santa Cruz de Tenerife
AYUNTAMIENTO

SOCIEDAD
DE DESARROLLO

www.santacruzcomercio.com



Cabildo e ITC inician los trabajos para la creación de una central de generación fotovoltaica en Alojera

► La Institución insular y el Instituto Tecnológico de Canarias ponen en marcha este proyecto piloto que dotará a la localidad de un sistema de almacenamiento de energía solar en batería



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El Cabildo de La Gomera y el Instituto Tecnológico de Canarias (ITC) han iniciado los trabajos previos para la creación de una central de generación fotovoltaica con almacenamiento en baterías que se instalará en la cancha polideportiva

de Alojera, en Vallehermoso. Así, desde la pasada semana se realizan tareas de modificación del trazado de la línea de baja tensión que pasa por la infraestructura para su posterior soterramiento con el fin de evitar incidencias a la hora de ejecutar el cubrimiento de la cancha.

“Las líneas de ayudas que hemos venido implantando en este

tiempo, junto al desarrollo de proyectos para la autosuficiencia energética de edificios públicos, constituyen unas de las metas marcadas para abordar la sostenibilidad energética de forma integral”, recordó Casimiro Curbelo, antes de precisar que en el marco del convenio con el ITC, al que se han destinado 2,7 millones de euros, “la isla ya cuenta

con varios edificios autosuficientes como la sede del Cabildo, el Madero Insular y el Centro de Mayores Ntra. Sra. del Carmen, en Playa de Santiago, que permiten generar más de 560 mil kW/h al año”.

Tal y como informó el presidente, la puesta en marcha de este proyecto piloto supone la apertura a la implementación de actuaciones

similares en otros puntos de la isla, con el fin de contribuir al desarrollo de las energías renovables y el fomento del autoconsumo energético, medidas que el Cabildo fomenta a través de los incentivos a viviendas y empresas de la isla, con los que se sufragarán hasta el 60% de las inversiones.

Del mismo modo, precisó que se incrementarán las medidas de apoyo a la movilidad sostenible en el ámbito insular, a partir de la disposición de recursos propios para incentivar la adquisición de vehículos eléctricos. “Es otra apuesta que veremos reforzada en este año, porque ahora que dispondremos de la red insular de puntos de recarga, el siguiente paso es fomentar la incorporación de este tipo de automóviles”, indicó.

Ayudas a la autosuficiencia energética

El Cabildo mantiene abierta la convocatoria para cooperar con los costes de instalación de placas fotovoltaicas en hogares y viviendas, de tal forma que los interesados disponen hasta el 25 de enero para solicitarla, explicó el consejero de Industria, Miguel Melo, quien precisó que la tramitación se puede realizar telemáticamente en la Sede Electrónica o por el Registro General, aportando la solicitud cumplimentada y la documentación.

Hermigua abre el plazo para solicitar las ayudas de material escolar y deportivo

► Las solicitudes se podrán presentar tanto presencial como telemáticamente, a través de la Sede Electrónica del Ayuntamiento, hasta el próximo 14 de enero

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El Boletín Oficial de la Provincia de Santa Cruz de Tenerife, publicaba la Convocatoria del Ayuntamiento de Hermigua para las subvenciones destinadas a la adquisición de materia escolar y deportivo para el curso 2021-2022.

El alcalde de Hermigua, Yordán Piñero, señala que se trata de unas ayudas destinadas a sufragar parte de los gastos a los que hacen frente las familias con menores escolarizados. “Se trata de una ayuda mediante la cual los interesados podrán adquirir hasta 90 euros por solicitud”, explica el alcalde.

Por su parte la concejala de Educación de Hermigua, María Encarnación Herrera, recuerda que la subvención está destinada a los alumnos y alumnas residentes y empadronados en el municipio, que cursen sus estudios del ciclo de educación infantil, de 3 a 5 años, en el CEO Mario Lhermet.

Los interesados podrán presentar las solicitudes a través de la Sede Electrónica del Ayuntamiento, así como de manera presencial en el departamento de Servicios Sociales en horario de 09:00 a 14:00 horas, hasta el próximo 14 de enero. Para esta última opción, se deberá solicitar cita previa llamando al 922.14.40.40 (Extensión 1).

El Ayuntamiento de Arico, a través del Área de Empleo, ha anunciado la puesta en marcha del Plan Extraordinario de Empleo Social (PEES) 2021-2022, con la contratación de veintiséis vecinos y vecinas del municipio. Este Plan está contemplado en el Acuerdo-Marco de Colaboración entre el Servicio Canario de Empleo (SCE) y la Federación Canaria de Municipios (FECAM). También, la misma área ha ejecutado el Programa de Fomento de Empleo Agraria (PFEA), concedido por el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), para la contratación de nueve personas en desempleo para el cuidado de zonas rurales. Además, es la primera vez que los nuevos empleados empezarán en enero en tiempo y forma.

El contrato del PEES 2021-2022 comenzó este 23 de diciembre, tendrá una duración de 12 meses, finalizando el 22 de diciembre de 2022, donde se ejecutarán las actuaciones relacionadas con el ejercicio de competencias o servicios propios del Ayuntamiento de Arico, que repercuta en beneficio del municipio. Para el desarrollo de las necesidades propuestas, se ha solicitado la contratación de cuatro gerocultores, un animador sociocultural, seis administrativos, cuatro albañiles, un pintor, un electricista, seis peones de construcción, un conductor de vehículos pesados y dos empleados del personal de limpieza. El Ayuntamien-

Arico ejecuta el Plan Extraordinario de Empleo Social 2021-2022 y PFEA Arico 2021

► El consistorio ariquero contrata a treinta y cinco personas en diferentes categorías profesionales con la finalidad de reforzar servicios sociales y el cuidado de zonas rurales



to de Arico invertirá 236.950 euros (190.000 euros en contratación y 46.950 euros en materiales) de la subvención concedida.

El contrato del PFEA Arico 2021 iniciará este 3 de enero y se prolongará los próximos tres meses. El Ayuntamiento de Arico invertirá 35.049,80 euros, conferido por el SEPE, para financiar el coste salarial y dar trabajo a nueve personas desempleadas.

El alcalde de Arico, Sebastián Martín, señaló la importancia de los planes de empleo para el municipio: "El Ayuntamiento apuesta firmemente por el empleo y que los ariqueros y ariqueras puedan tener la posibilidad de trabajar, sobre todo, en una situación complicada que se viene padeciendo por los efectos de la pandemia".

También, el concejal de Empleo del Ayuntamiento de Arico, Andrés Martínez, mostró su satisfacción por la ejecución de los dos planes en el municipio: "Es una inmensa alegría por el trabajo realizado por el Área de Empleo y las otras áreas, que han trabajado de forma transversal, para que los planes de empleo hayan salido en tiempo y forma, cubriendo los puestos demandados para dichas áreas desde el mes de enero". Asimismo, el concejal añadió el gran alivio que va a suponer para la economía de varias familias ariqueras y que "reforzarán varias áreas para mejorar la calidad de los servicios a nuestros vecinos y vecinas". Por último, quiso dar la enhorabuena y la bienvenida a los nuevos trabajadores y trabajadoras.

Arico mejorará los equipos informáticos de los centros culturales y casas de la juventud

► El consistorio de Arico renovará el equipamiento informático las principales instalaciones públicas para mejorar los servicios en los barrios

El Ayuntamiento de Arico dotará de más y mejores equipos informáticos a las Casas de la Juventud y las bibliotecas municipales.

En total, se prevé las renovaciones de quince ordenadores, auriculares, altavoces, dos tablets para las casas de la juventud, tres ordenadores portátiles, una impresora multifunción, un proyector y dos webcams, entre otros elementos.

La renovación del material informático se realizará, en primera instancia, en la Casa de la



Juventud de Teguedite y El Porís de Abona y los Centros Culturales de El Río y La Jaca. Asimismo, se prevé mejorar el equipamiento del resto de instalaciones municipales en las próximas semanas. La inversión del consistorio será de 12.000 euros, una inversión que se incluyen en los proyectos aprobados en el Presupuesto 2021 "Más ariquero que nunca".

El concejal de Juventud y Deportes, Andrés Martínez, señaló la importancia que tiene estas mejoras de las casas de la juventud del municipio para la población: "Era un compromiso dotar a estas instalaciones de nuevo mobiliario y ordenadores con el objetivo de mejorar el servicio a nuestros jóvenes y a los coordinadores y técnicos del Área de Juventud que trabaja

en las casas".

Asimismo, el concejal de Hacienda y Contratación, Víctor García, incidió en la mejora que supone la renovación del equipamiento de las instalaciones, teniendo en cuenta que no se había podido realizar hasta ahora por falta de recursos económicos: "Mejoramos los servicios para que nuestros centros culturales y casas de la juventud sean más útiles y funcionales".

Dentro de los Presupuestos 2021, esta actuación se suma a otras acciones como que se están realizando en el ámbito de los centros culturales, como la rehabilitación del centro cultural de El Río o las actividades de informática para mayores que se realizan en cada barrio.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El proyecto 'Las Tres Erres: Reducir, Reutilizar y Reciclar', incluido en los Presupuestos Participativos de 2020 impulsados por la concejalía de Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, a cargo de Prisco Navarro, ha culminado con éxito tras cinco meses de desarrollo.

La iniciativa, organizada por Nature Canariensis en el Distrito de Ciudad Alta de la capital gran Canaria, cuyo objetivo era dar a conocer las distintas vicisitudes en la gestión de los residuos en la capital gran Canaria y en toda la isla y sensibilizar sobre la puesta en práctica de la regla de las tres erres (reducir, reutilizar y reciclar), generando alternativas viables a través del uso de productos de larga duración, en palabras, del concejal Prisco Navarro, "ha logrado, a través de distintas actividades, concienciar a un nutrido núcleo poblacional, sobre todo a los más jóvenes, unos 1.550 ciudadanos y ciudadanas, de este distrito en la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente en base a los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por el Grupo de Trabajo Abierto de la Asamblea General de las Naciones Unidas, centrándose fundamentalmente en el número 12, que consiste en garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles y responsables, además de despertar espíritu crítico en la ciudadanía como potenciales consumidores".

El proyecto participativo ha desarrollado sus acciones partiendo de dos tipos de público objetivo: los más jóvenes, mediante actuaciones con los centros educativos, como baluartes de una so-

Los Presupuestos Participativos de Las Palmas conciencian sobre la importancia del reciclaje y la sostenibilidad



ciudad más sostenible en el futuro a corto y medio plazo, y a la ciudadanía en general. Unas actividades que han servido para sensibilizar a la población en materia de residuos, impulsando y fomentando las buenas prácticas ambientales y haciendo de cada participante un agente activo y expansivo de cambio.

Brigadas Verdes

En este sentido, en los centros educativos, se llevó a cabo el programa 'Residuos Cero-Brigadas Verdes' con el que se quería mejorar el comportamiento ambiental y la sostenibilidad de los centros y generar, así, un músculo de impulso que fomentara la acción de cambio en el alumnado, en el profesorado y en el personal PAS.

A partir de ahí, nacieron varios grupos de voluntarios que se erigieron en 'brigadas verdes'. En total, se crearon 240 brigadas de

este tipo, 12 por cada uno de los 20 centros en los se desarrolló esta iniciativa, 4 por cada una de las 3 clases sobre las que se actuó en cada institución educativa implicada. Cada brigada estuvo compuesta por grupos de 5 estudiantes.

Las 'brigadas verdes' se constituyeron como grupos de alumnos y alumnas formados para empoderarse y hacer participe al alumnado de forma activa en la gestión sostenible del centro. A partir de unos documentos elaborados por

Nature Canariensis y la información obtenida en la primera sesión, la brigada identificaba los problemas hallados en el centro, los cuales se analizaban para, posteriormente, elaborar medidas de mejora que, tras decidir cuáles poner en marcha, se desarrollaban en base a varias preguntas a responder: dónde, cuándo, cómo y quién.

Finalmente, en una última sesión, cada una de las brigadas hizo balance sobre la obtención o no de resultados y si se consideraba que el centro, a partir de las mentadas medidas, era más sostenible.

Una vez culminada la iniciativa, las organizadoras han desarrollado, además, unas guías de acompañamiento para reforzar las ideas fuerza que han servido de pilares de estas acciones en los centros de enseñanza con el objetivo de que las mismas pueden tener continuidad en el tiempo acerca del uso sostenible de la energía y del agua y sobre la importancia del reciclaje.

En cuanto a las acciones orientadas al resto de la ciudadanía, el proyecto de 'Las Tres Erres', en colaboración con el Servicio Municipal de Limpieza, tanto con los técnicos responsables del saneamiento viario como con los de la recogida de residuos sólidos urbanos, se llevaron a término encuentros con agentes claves del distrito para evaluar las situaciones de los distintos barrios de la zona alta de la ciudad con el fin de obtener información útil en pos de la optimización y mejora en la gestión de residuos tanto desde la parte público como de las acciones individuales de cada vecino y vecina, con los que realizaron varias charlas participativas.

El Plan de Empleo para la Reactivación Socioeconómica 2021 del Cabildo de Fuerteventura incorpora a 53 personas desempleadas

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Un total de 53 de personas desempleadas trabajarán durante un año desarrollando labores en las diferentes áreas del Cabildo de Fuerteventura, gracias al Plan de Empleo para la Reactivación Socioeconómica 2021 puesto

en marcha por la Consejería de Empleo, que dirige Lola García. El plan cuenta con una inversión de 2,1 millones de euros con fondos propios del Cabildo, con el objetivo de favorecer la empleabilidad de la población, hacer frente a la situación de crisis actual y llevar a cabo obras y servicios de interés general para la Isla.

El presidente del Cabildo,

Sergio Lloret López, agradece el esfuerzo de los beneficiarios y beneficiarias, que desarrollan labores fundamentales para el mantenimiento y conservación del medio natural y de infraestructuras de gran valor histórico, social y cultural en la Isla, y que encuentra, además, en estos planes de empleo una oportunidad de inserción laboral.

Para la vicepresidenta primera y consejera de Empleo, Lola García, "desde el Cabildo debemos favorecer el desarrollo socioeconómico y la inserción laboral en la Isla. La puesta en marcha de este tipo de políticas de empleo es fundamental para combatir la situación de paro y cubrir una de las necesidades más preocupantes de la población mayorera como es

el empleo".

Por su parte, el vicepresidente segundo, Claudio Gutiérrez, se une a este agradecimiento, indicando que las labores a desarrollar van a ser fundamentales para poner a punto infraestructuras públicas de Fuerteventura, entre las que se encuentran las instalaciones deportivas.

Gracias a este plan, se han incorporado un director de proyecto, dos administrativos, quince oficiales de primera, ocho auxiliares de gestión y 27 operarios. Las actuaciones se llevan a cabo en todo el territorio insular. De este modo, los beneficiarios del Plan de Empleo 2021 realizan labores de apoyo al mantenimiento y conservación de la red de senderos de la Isla. Además, trabajan en la restauración de cadenas de piedra para la lucha contra la erosión, desarrollando actualmente restauración de muros en El Cotillo.

Cepsa y Endesa sellan la primera gran alianza para acelerar la movilidad eléctrica en España y Portugal



► Cepsa y Endesa han firmado una alianza pionera que ayudará a acelerar la transición energética en España y Portugal, impulsando la descarbonización del transporte y el fomento de la movilidad sostenible

Philippe Boisseau, consejero delegado de Cepsa en ese momento, y José Bogas, consejero delegado de Endesa, sellaron el acuerdo el pasado mes diciembre, junto con Maarten Wetselaar, que fue nombrado nuevo CEO de Cepsa desde el 1 de enero. Cepsa, junto a Endesa X, la línea de negocio de Endesa de movilidad eléctrica, ofrecerán una propuesta diferencial en el mercado español y portugués de movilidad eléctrica gracias a su amplia capilaridad. Ambas empresas van a trabajar conjuntamente con el objetivo de desarrollar la que será la mayor red de recarga ultrarrápida de España y Portugal en carretera (on the go).

Esta nueva red de recarga ultrarrápida que desplegará Cepsa (de puntos de 150 kW situados en todos los corredores y principales vías de comunicación) se unirá a los planes de desarrollo de infraestructura de recarga que ya tiene Endesa X de esta tecnología y que, a día de hoy, le han llevado a tener instalados 75 puntos de recarga ultrarrápidos en 25 ubicaciones por toda España. Estos equipos permitirán

que los usuarios puedan recargar el 80% de la batería de sus vehículos eléctricos en aproximadamente 10 minutos. Los clientes de Cepsa y Endesa podrán usar todos los cargadores públicos de ambas compañías a través de sus respectivas plataformas digitales (apps). Es decir, serán redes de recarga totalmente interoperables.

Un tema muy relevante ya que los clientes podrán usar todos los cargadores públicos de ambas compañías, pudiendo elegir para su utilización tanto la app de Cepsa como la de Endesa X (JuicePass). Gracias a esta interoperabilidad, los clientes de Cepsa pueden disfrutar ya desde principios de año, a través de su propia app móvil, de los cerca de 2.800 puntos de recarga que Endesa X ya tiene desplegados tanto en ciudades, vías de comunicación y transporte, como en zonas rurales para vertebrar las distintas zonas de España, con el uso de todas las tecnologías (ultrarrápida, rápida y semirrápida).

Servicios adicionales de movilidad

Además, ambas compañías colaborarán activamente en el desarrollo de una propuesta comercial de movilidad eléctrica en todos los ámbitos, con el objetivo de que todos los usuarios que quieran apostar por la movilidad eléctrica puedan tener a su disposición una solución integral que cubra sus necesidades de recarga, tanto en el ámbito de acceso público como en el ámbito de la recarga vinculada.

Durante el acto de firma del acuerdo celebrado el pasado diciembre, Philippe Boisseau, CEO de Cepsa en ese momento (desde el 1 de enero el CEO de la compañía es Maarten Wetselaar) destacó: “Esta alianza supone un paso relevante no solo para ambas compañías, sino que se trata de un hito destacado para la transición energética en España y Portugal. Por primera vez, se unen esfuerzos de manera decidida y transversal para hacer posible la descarbonización del transporte en línea con la consecución de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Es un honor poder hacerlo con una empresa como Endesa”.

Por su parte, José Bogas, consejero

delegado de Endesa, señaló que “las colaboraciones entre empresas son fundamentales para acelerar proyectos y ser más útiles para la sociedad. Esta es la esencia del acuerdo que acabamos de cerrar con Cepsa. Un proyecto conjunto que es vanguardia en las soluciones de movilidad eléctrica y que ayuda a frenar los efectos del cambio climático. Endesa tiene una senda bien marcada hacia su neutralidad climática y celebramos que Cepsa nos haya elegido como compañeros de viaje en este proyecto”.

Para Pierre-Yves Sachet, director comercial de Cepsa: “Gracias a este acuerdo pionero vamos a poder dar servicio a las nuevas necesidades de movilidad de nuestros clientes. Con el desarrollo de nuestra red de recarga ultrarrápida y la facilidad de acceso a la red pública de Endesa X, aportamos una experiencia completa y diferencial al cliente de vehículo eléctrico, que cubrirá todas sus necesidades de recarga tanto en sus destinos habituales como en los viajes de larga distancia”.

Mientras, Davide Ciciliato, director general de Endesa X apuntó: “Endesa X siempre ha tenido como objetivo prioritario que el desarrollo de la recarga de vehículo eléctrico tenía que ir ligado a donde el cliente quiere y necesita cargar. Y esa ha sido la máxima en nuestro despliegue en los últimos tres años. Con innovación, la tecnología necesaria y la experiencia del equipo, hemos desarrollado soluciones que satisfacen todas las necesidades del usuario, desde la recarga en casa como en el ámbito público, que hoy se refuerza gracias a esta alianza. Y, por último, y no menos importante, la tecnología digital que permite que la transición a la movilidad eléctrica sea sencilla y natural”.

Comprometidas con la transición energética

Cepsa y Endesa están comprometidas con la transición energética para acelerar la descarbonización en el transporte y el fomento de la movilidad sostenible. Esta alianza contribuye de manera decisiva a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en concreto al ODS 7 (energía asequible y no contaminante) y al ODS 13 (acción por el clima), en el marco de la Agenda 2030 y la lucha contra el cambio climático. Cepsa está trabajando en un profundo plan para dar un giro verde a todos sus negocios y convertirse en un referente de la transición energética, en el que las energías renovables y las soluciones para la movilidad sostenible tendrán un papel protagonista.

Cepsa y Redexis ponen en marcha la primera red global de energía fotovoltaica en estaciones de servicio de Europa

Redexis y Cepsa han comenzado a crear la primera red global de estaciones de servicio generadora de energía renovable de Europa. El plan de ambas compañías contempla completar la instalación de paneles fotovoltaicos en toda la red de estaciones de servicio de Cepsa en España y Portugal en 2023. Actualmente, ya se han instalado estos paneles en 75 estaciones de servicio y ambas compañías tenían 2021 con más de 200 instalaciones fotovoltaicas ejecutadas. Para llevar a cabo este proyecto, se utilizarán más de 40.000 paneles fotovoltaicos de alta tecnología con una capacidad de producción de más de 32.800 MWh al año, el equivalente al consumo anual de energía de 11.000 viviendas.

La generación de esta energía renovable evitará la emisión anual de 11.500 toneladas de CO₂, lo que equivale a plantar 6.000 árboles, contribuyendo así a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 7 (energía asequible y no contaminante) y 13 (acción por el clima).

Durante el acto de firma del acuerdo, celebrado en la Torre Cepsa, Pierre-Yves Sachet, director comercial de Cepsa, destacó: "El objetivo de Cepsa es acelerar la transición energética, tanto en nuestras operaciones como en las soluciones energéticas que ofrecemos a nuestros clientes. El hecho de que nuestra red de estaciones de servicio se convierta en la primera red completa de Europa generadora de energía re-



novable es un gran paso en esta dirección y una señal clara hacia nuestros clientes de que nuestra transición está en marcha".

Por su parte, Cristina Ávila, consejera delegada de Redexis, destacó: "En Redexis estamos encantados de firmar este acuerdo con Cepsa ya que nos permite dar un salto muy significativo en nuestra actividad de solar fotovoltaico. Esta alianza estratégica

con Cepsa nos ayuda a reforzar nuestra apuesta por las energías renovables y la transición energética, reduciendo las emisiones e impulsando una actividad limpia y sostenible".

Estos paneles servirán para abastecer las estaciones de servicio de Cepsa durante el día, mientras que el excedente se verterá en la red de distribución, optimizando así la eficiencia energética

global de las instalaciones y permitiendo que el 100% de la red de estaciones de servicio consuma electricidad de origen renovable.

Cepsa opera la segunda mayor red de estaciones en Iberia, con más de 1.800 establecimientos, situados en localizaciones estratégicas, tanto en zonas urbanas como en los principales corredores y nudos de transporte, en los que ofrece soluciones multiener-

gía y otros servicios complementarios para clientes profesionales y usuarios particulares. La compañía está trabajando en un profundo plan para dar un giro verde a todos sus negocios y convertirse en un referente de la transición energética, en el que las energías renovables tendrán un papel protagonista.

Redexis se ocupará de la instalación, puesta en marcha y mantenimiento de los paneles. De este modo, la compañía impulsa desde hace ya más de tres años su apuesta por las energías renovables en esta línea de negocio en la que desarrolla soluciones de instalaciones solares fotovoltaicas para hogares, negocios e industrias, promoviendo así el autoconsumo y la energía sostenible en todo el ámbito nacional, apoyándose en su amplia presencia geográfica y en su red de colaboradores para extender su actual oferta de instalaciones energéticas al ámbito del autoconsumo solar.

Redexis ya opera más 1.200 kWp de capacidad de energía solar fotovoltaica, con un total de 50 proyectos solares en España y actualmente tiene en construcción cerca de 3.300 kWp en diferentes fases de desarrollo en todo tipo de sectores como industria, servicios, distribución o el mercado doméstico. La compañía espera finalizar 2021 con más de 9.000 kWp de capacidad de energía solar fotovoltaica en funcionamiento, lo que supone evitar 3.375 toneladas de CO₂ al año de emisiones y ahorros en el consumo eléctrico.

Ayuntamiento de Santa Cruz, Fundación Santa Cruz Sostenible, Fundación Cepsa y expertos de la Universidad de La Laguna trabajan en las bases de un proyecto para recuperar el parque de Las Mesas

El Ayuntamiento de Santa Cruz, a través de la Fundación Santa Cruz Sostenible, llevará a cabo un proceso participativo para que sea los ciudadanos quienes diseñen qué tipo de espacio quieren en el futuro para el parque de Las Mesas.

Así lo han manifestado en el marco de una visita que han

realizado al espacio en el que la Fundación Santa Cruz Sostenible y Fundación Cepsa hacen posible que alumnos del IES El Sobradillo lleven a cabo sus prácticas formativas del técnico superior en Gestión Forestal y del Medio Rural y técnico en Agrojardinería.

A dicho encuentro pudieron asistir el alcalde del ayuntamiento de Santa Cruz, Manuel Bermúdez, la concejala de Medio Ambiente,

Evelyn Alonso y los responsables de las citadas fundaciones, Pedro Millán (Fundación Santa Cruz Sostenible) y Belén Machado (Fundación Cepsa), así como la profesora del departamento de Biología Vegetal de la Universidad de La Laguna, Victoria Martín Osorio, y el patrono de la Fundación Santa Cruz Sostenible y premio Canarias de Medio Ambiente, Wolfredo Wildpret de la Torre.

Todos ellos pudieron conocer, de mano de los profesores y técnicos que lideran este proyecto, en qué consiste el trabajo diario en la zona, básicamente centrado en el desbroce la vegetación y la plantación de nuevos ejemplares de árboles, suministradas por el Vivero Insular de Flora Autóctona La Tahonilla, que en una primera fase serán más de 800.

Las actuaciones que se están llevando a cabo en el parque de Las Mesas cuentan con el apoyo de Fundación Cepsa, cuya responsable en Canarias, Belén Machado, ha explicado que se trata de actividades que se encajan con los ámbitos de acción de Fundación Cepsa desde un punto de vista social, medioambiental y científico educativo".

Machado ha añadido que, junto al Ayuntamiento, "estamos apostando para devolver este espacio a la ciudadanía, y contribuir no solo a la divulgación medioambiental, sino a la recuperación de esta zona de importante valor". El proceso

cuenta con el asesoramiento científico de Victoria Martín Osorio y Wolfredo Wilpret, quienes animaron a los alumnos a mantener una "actitud individual de respeto al medio ambiente cada día, en cada una de las acciones cotidianas que hagamos", como forma de contribuir a parar el cambio climático. El proyecto participativo servirá para que sean la propia ciudadanía, por medio de sus asociaciones y grupos de interés, la que determine cómo será el espacio en el futuro, siempre priorizando su restauración vegetal y la accesibilidad, y forma parte de los proyectos que Santa Cruz de Tenerife aspira a presentar a los fondos Next Generation de la Unión Europea.

Además de la citada con el IES El Sobradillo, en la zona se han desarrollado otras actuaciones a través de voluntariado, con diferentes asociaciones y grupos de montañeros, mediante jornadas de limpieza, de recuperación de caminos tradicionales o de eliminación de especies invasivas.



“Nuestro mensaje ha dejado incluso de ser nuestro, se ha convertido en patrimonio de la gente”

ENTREVISTA

LAURA ÁLVAREZ
MARKETING CATEGORIES
DIRECTOR DE CAMPOFRÍO
MÓNICA MORO Y
RAQUEL MARTÍNEZ
DIRECTORAS CREATIVAS
DE LA CAMPAÑA “VIVIR ES
ACOJONANTE”

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿De dónde surge la idea de hacer esta extraordinaria campaña, diferente a lo que estamos acostumbrados?

Nosotros, hace 10 años que comenzamos con las campañas. En Navidad tratábamos de hacer una especie de recapitulación de cómo ha sido el año, un balance, pero tratando de identificar cuál es el enemigo que nos ha fastidiado ese año en concreto. De hecho, cuando empezamos con esto estábamos en plena crisis y lo que tratábamos era de dar la vuelta financiera a ese enemigo para convertirlo en

un discurso positivo, optimista y reivindicativo de la forma de ser de los españoles y de nuestra forma de entender la vida.

En esa búsqueda del enemigo del año en curso era bastante obvio que el tema de los miedos ha estado y está muy presente en nuestras vidas. Unos son muy relevantes y muy reales y otros están magnificados en función de cómo es cada uno. Queríamos poner el foco en los miedos y en cómo tratar de sobrellevarlos, por supuesto desde la responsabilidad.

Una temática delicada porque, además, se menciona

la erupción acontecida en La Palma...

Cuando nos vienen a hablar de esta temática, lo primero en lo que nosotras pensamos es en que realmente hay miedos muy razonables. En este contexto, y en el momento en el que estamos viviendo, banalizar sobre algo tan importante es todo un desafío. Hasta las cosas más bonitas de la vida suponen un riesgo y, a la vez, conllevan un miedo, incluso cuando te enamoras también tienes el miedo y el riesgo de que te salga mal. Ahí es donde hemos expresado la idea. El caso era mostrar la acumulación

de todos nuestros miedos a través de alguien que nos represente un poco a todos.

Las dos creativas decíamos que teníamos que encontrar a un personaje que lo llevara bien y la historia fue escrita para Karra, por ser un actor de carácter fuerte ante los personajes que interpreta, pero que luego posee una gran ternura. Nos sentimos muy identificadas y pensando en él nace la idea.

Pero claro, todo viaje a los infiernos tiene que llevar su viaje al cielo y así fue. Ahí es donde creo que decís que os ha llegado mucho, pero os ha llegado a vosotros y a toda España. Gente que no está tan cerca de las islas y de ese acontecimiento de La Palma también lo ha sentido así y es que la manera de cómo venirte a arriba no está ni en un libro ni en lo que diga una



marca, sino en otra persona. Y fue en otra persona donde nosotros vimos a nuestros compatriotas de La Palma como un ejemplo de fortaleza. Ellos sí que tienen su razón de ser de tener el mayor de los miedos al ver cómo un volcán se ha tragado todas sus vidas.

Era importante contar con un testimonio real, pero en un tono positivo, ¿no?

Efectivamente. Nosotros descubrimos a Victoria mientras veíamos el Informe Semanal. Lo bonito de Victoria y lo que nos conquistó de ella fueron los testimonios positivos que dio, porque queda claro que la situación es un drama, hemos visto a gente muy derrumbada, pero ella lo miraba en positivo sin obviar los aspectos negativos. Nos encantó su actitud de decir: "Así somos y para delante".

En este mundo de desgracias que hemos estado viviendo, ella era un rayo de luz brutal.

"El caso era mostrar la acumulación de todos nuestros miedos a través de alguien que nos represente un poco a todos"

Salen más caras conocidas en el anuncio, ¿cómo llevasteis ese proceso de seleccionar, no solo al personaje principal, sino a todas esas personas

que van saliendo a lo largo del mismo?

El proceso de elegir a los personajes es súper entretenido. Como te podrás imaginar, nosotros hicimos la carta de los Reyes Magos poniendo todo lo que nos gustaría que estuviese, siempre siendo razonables. Ya después quedaba ver si esas personas estaban disponibles. Campofrío ha tirado siempre de personajes que guardan relación con la comedia, la cultura popular e intenta que haya distintos targets.

Si te fijas, el anuncio va desde Helsinki, de la Casa de Papel, hasta El Cejas que es un YouTuber que lo peta en Internet. La combinación y la suma de todos los personajes tiene que aportar un poco a cada grupo de edad.

Variedad de personajes y personalidades, ¿no es cierto?

Así es. Al final, cada personaje le llega a cada uno de diferente manera y, luego, tenemos un equipo con Campofrío y la productora en el que cada uno tiene sus filias y fobias, es muy típico que de repente digan: "Ay pues que venga mengano" y alguien dice: "No, no, no, a mí no me gusta nada", y eso pasa aquí como le pasa a la gente en sus casas, que de repente ven a Karra o a Candela y les encantan, pero quizá otros personajes no tanto.

Buscamos personajes que transmitan un poquito de luz. El otro día estaba pensando en todos los personajes de este país que hemos ido sacando a lo largo de todos estos años y es que hay algunos que han repetido porque, de una manera u otra, comienza a ser la cara de la marca. Un ejemplo es Candela, quien salió hace un montón de años y ha vuelto a salir en esta campaña porque es una persona muy luminosa y, efectivamente, conecta con lo que es la marca y con el mensaje que queremos dar.



Luego también nos resulta importante que las celebrities que tenemos hagan de sí mismos, no de sus personajes. Que no sean actores haciendo el papel de actores. Al final, lo que tratamos es que sea algo muy natural y que la escena que están protagonizando tenga algo que ver con quién son ellos.

¿Cuál era el objetivo final de la marca en el momento en el que se sentó con el equipo a preparar un anuncio de este tipo?

Nuestro objetivo es un poco lo que te comentaba al principio. Nosotros no hacemos una campaña de Navidad sino en Navidad, al fin y al cabo, tampoco contamos con temática navideña en nuestra campaña. Lo que hacemos es un balance del año con el objetivo de animar a la gente y reconocer la grandeza de nuestra forma de ser. Siempre intentamos trasladar un mensaje positivo porque, de una manera u otra, a lo largo del año nos han pasado más cosas malas

que buenas o, por los menos, recordamos las menos positivas. En esta línea, llega Navidad y es un buen momento para hacer balance con la intención de animar a la sociedad.

Además, muy en línea con la visión de Campofrío.

Debemos pensar que Campofrío es una marca que se posiciona queriendo que nada ni nadie nos quite nuestra manera de disfrutar de la vida, lo cual es parte también del producto: compartir, pasar el rato... Nuestra campaña de navidad, sin ser campaña de navidad como tal, es una campaña esperada para mucha gente. Nos introducimos por primera vez en un ámbito publicitario donde nadie nos esperaba, donde lo tradicional era publicitar la lotería y el champán. Nos colamos sin pedir permiso, porque hay cosas para las que no tienes que pedirlo, solo tienes que llegar.

Nuestro mensaje ha dejado incluso de ser nuestro, se ha convertido en patrimonio de la gente, es un mensaje que se espera cada año, lo que nos exige muchísima responsabilidad.

Sabían el objetivo que querían perseguir con el anuncio, pero, ¿qué valores son los más perseguidos en las campañas de Campofrío?

Nuestro mensaje es saber disfrutar. En Navidad lo llevamos a que nada ni nadie nos quite nuestra manera de disfrutar de la vida, cogiendo como base la forma de ser de los españoles: optimismo, positividad, el afán de superación... Cuando hablamos de disfrutar hablamos de cómo somos los españoles y cómo son nuestros los productos. En definitiva, el saber disfrutar engloba lo que somos como marca.

Yo añadiría el saber disfrutar pase lo que pase, tratar de sacar la cabeza en cualquier circunstancia y eso es lo que hemos intentado transmitir todos estos años. Somos gente con la capacidad de hacer frente a todas las adversidades, sonreír y

pasarlo bien.

En el fondo, pase lo que pase, vamos a tratar de disfrutar de este momento.

¿Cuánto tiempo se tarda en hacer toda esta gestión? Desde que nace la idea hasta su finalización.

Este año nosotros comenzamos en octubre, otros años hemos empezado antes. Ya existía esa tensión establecida de que los miedos están ahí, podía ser un buen enemigo. Fue entonces cuando nos pusimos a trabajar viendo cómo de relevantes son los miedos y sobretodo cómo contarlos. Porque evidentemente tú puedes tener un buen enemigo, pero siempre tiene que haber una forma de contarlos.

En este caso, fue a la forma Campofrío, que es que te puedo hablar de todo, aunque de pronto te pueda parecer un tema súper arriesgado porque siempre encontramos el tono y la manera de tratarlo consiguiendo que el mensaje te emocione, pero a la vez te suelte una sonrisa. Lo que nosotros llamamos el reír-llorar. Este último anuncio ha tardado en hacerse en torno a 10 semanas.

Viene ahora un 2022 un tanto extraño, ¿se van cogiendo ideas desde principios de año para las distintas campañas que se realizan a lo largo del año?

Nosotros los primeros meses del año los dedicamos a las campañas de producto y realmente cuando hacemos el stop and go para pensar en la campaña de Navidad es en verano. En junio y julio es cuando comenzamos a pensar cómo está yendo el año, hacia dónde queremos llevar la campaña, cuál es el enemigo de este año... Lo importante de las campañas de Navidad es que las temáticas que abarquemos estén muy recientes en esa época del año, pero, sin duda alguna siempre contamos con el riesgo de que la actualidad cambie en el último momento.



Loro Parque Fundación dedicará 1,45 millones de dólares a la conservación de la biodiversidad durante el año 2022

► Con este compromiso, la cantidad total que la Fundación ha dedicado a la conservación de la naturaleza ascenderá a casi 25 millones de dólares



En la reunión anual del Comité Asesor de Loro Parque Fundación, celebrada recientemente en Puerto de la Cruz, se han decidido dedicar 1,45 millones de dólares a 61 proyectos de conservación de la naturaleza, que se llevarán a cabo durante el próximo año en los cinco continentes. Con este compromiso, la cantidad total que la Fundación ha destinado a la conservación de la naturaleza ascenderá a casi 25 millones de dólares.

La Fundación lidera la conservación de especies de loros a nivel mundial, siendo este grupo el que cuenta con mayores logros gracias a la combinación de conocimientos obtenidos bajo cuidado humano y en la naturaleza. El centro de cría de la Fundación es actualmente la mayor reserva genética de loros del mundo y aporta datos de incalculable valor a los diferentes proyectos y entidades científicas colaboradoras.

Desde el punto de vista eco-

lógico, las especies y ecosistemas terrestres son las que recibirán la mayor parte de la ayuda de Loro Parque Fundación, destacando entre ellas la protección de la cacatúa filipina (críticamente amenazada en la lista roja de la UICN), cuyo proyecto permitirá seguir asegurando las poblaciones en la isla de Rasa y tratar de que el éxito reproductivo conseguido en esa zona se extienda a otros lugares de la región. Esta especie ha recibido hasta el momento unos dos millones de dólares de Loro Parque Fundación para mantenerla a salvo de la extinción.

Otros proyectos destacados que se dirigen a la protección de especies y ecosistemas terrestres son el del guacamayo barbazu en Bolivia, el loro orejiamarillo en Colombia y Ecuador, los inseparables de mejillas negras de África, las cacatúas negras en Australia o el guacamayo jacinto en Brasil. También, gracias a la financiación de la Fundación, se mantiene la protección de una de las poblaciones de león mejor conservadas de

toda África en el Parque Nacional Hwange en Zimbabwe.

Por otra parte, la institución también dedica sus esfuerzos a las especies y ecosistemas marinos, entre los que destacan los diferentes proyectos arropados bajo la denominación de CanBIO, que arrancó en 2019. El año 2022 cerrará los cuatro primeros años del programa con una aportación total de 1.000.000 de euros por parte de Loro Parque y la misma cantidad por parte del Gobierno de Canarias, completando la red de monitorización de cambio climático y realizando campañas con vehículos autónomos que monitorizarán el ruido submarino y la presencia de cetáceos en toda la Macaronesia. Las acciones de CanBIO también incluyen la conservación de especies críticamente amenazadas, como el angelote o la mantelina.

El resto de la financiación destinada a proyectos marinos se dedicará a la conservación de varias especies de cetáceos, de entre las que destaca el delfín jorobado del

Atlántico, en peligro crítico de extinción, en el delta de Saloum (Senegal), el bienestar de los cetáceos en Canarias, o la población de orcas en el Estrecho de Gibraltar con la que la Fundación colabora desde hace más de 15 años.

Como novedad, el próximo año Loro Parque Fundación también

financiará un premio internacional de conservación a las personas más destacadas en la protección de la naturaleza del planeta, así como la realización de una película documental sobre la necesidad de conservar la biodiversidad de la Tierra a través de American Humane.

¡Cuéntanos cómo pasó, Carmen!

L DAILOS PÉREZ | MADRID a popular actriz Carmen Climent repasa la trayectoria de *Cuéntame cómo pasó*, la serie más longeva de la televisión en España, cuya 22ª temporada se estrena este mes de enero.

Carmen Climent nació en Bilbao, el 13 de febrero de 1996. En su casa siempre estuvieron estrechamente relacionados con el mundo de la cultura. De hecho, la actriz comenzó a una edad temprana a recibir clases de ballet. “Me pasaba muchas horas en el ballet y, aunque me gusta, mi objetivo no era ser bailarina”, reconoce. Fue entonces cuando la joven decidió, animada por su padre que se dedicaba a la música, comenzar con sus estudios de arte dramático en su ciudad natal.

Una de sus grandes oportunidades le llegó de la mano de Antonio Martín, quien contó con ella para formar parte de *OnBeat*, una compañía musical con la que la actriz pudo hacer una gira por toda España con *Luna sobre ruedas*. “Antonio me ayudó a coger muchas tablas en esta profesión”, agradece. Cumplidos los 21 años, Climent se trasladó a vivir a Madrid, donde consiguió hacerse con el papel de María Alcántara después de pasar airoosamente una sucesión de castings. “Fui muy confiada y con muchas ganas. Es cierto que me puse muy nerviosa porque se presentó mucha gente”, confiesa. “Yo era fiel seguidora de la serie. De hecho, me visualizaba trabajando en *Cuéntame cómo pasó*”, apunta.

“Me visualizaba trabajando en *Cuéntame cómo pasó*”

Durante este mes de enero se estrenará la nueva temporada de la serie y, a pesar de llevar tantos años en televisión, la actriz no sabe a ciencia cierta cuál es la fórmula del éxito. “Para el público los personajes ya forman parte de su familia. Además, el equipo está formado por actores muy profesionales y por directores y guionistas muy estrictos que le dan muchas vueltas a todo para que no se escape ni el más mínimo detalle”, recalca.

Uno de los momentos más agriados para Climent fue precisamente la transición entre Paula Gallego, actriz que interpretaba a María Alcántara previamente, y ella. “María se hacía grande, los años pasaban en la serie y los directores entendieron que Paula era muy pequeña para seguir interpretando el personaje. Sé que el cambio de actriz al principio molestó un poco”, afirma. De cara a su acogida en el elenco, la joven bilbaína confiesa que se sintió integrada desde el minuto número uno. Rápidamente la actriz se puso a estudiar milimétricamente cada detalle de María Alcántara para no defraudar a los espectadores. “Carmen aprende mucho de María. Toda la experiencia que recogí desde que llegué a Madrid se la apliqué al personaje. María es muy tozuda, valiente y muy como su padre”, bromea.

“María es muy tozuda, valiente y muy como su padre”

Entre las muchas anécdotas que tiene la actriz desde que llegó a esta mítica serie, recuerda especialmente una de ellas cuando

grabó una secuencia con Ana Duato en la que el personaje de Mercedes manifestaba su desagrado al ver a su hija bebiendo alcohol. María le tenía que responder a su madre que ella bebía porque lo hacía todo el mundo. “Eso era lo que ponía en el guión, pero una señora me escribió a mi cuenta de *Instagram* muy cabreada por el comportamiento que yo había tenido públicamente”, ríe. Y es que los personajes están tan bien logrados que muchas veces los espectadores no sabemos —me incluyo— diferenciar entre la realidad y la ficción.

Climent estuvo recientemente trabajando en el Teatro Lara con *Madrid 24 horas*, una obra escrita por Pau Barberá que refleja las penurias típicas de los jóvenes que se mudan a una ciudad como Madrid, las intensas rupturas sentimentales, la tediosa aventura de buscar un piso de alquiler, etc. “El teatro es un proceso, una búsqueda, una historia que avanza. Me gusta mucho la idea de que en el teatro nunca puedes aburrirte, ya que siempre encuentras algo nuevo.

Es también muy enriquecedor indagar en los personajes de tus compañeros”, explica. “La televisión, por su parte, es un resultado al que tienes que saber llegar, ser resolutivo y saber manejar una serie de herramientas”, añade. De momento, la actriz tiene una deuda pendiente con la gran pantalla, la cual no tardará en resistirsele. “No he hecho



La actriz Carmen Climent, la joven María Alcántara en la serie. Fuente: Zazu Fotografía.

nunca cine, pero me encantaría”, dice.

Sin duda estamos ante una de las actrices más prometedoras de nuestro país, quien ya cuenta con una dilatada trayectoria profesional en proyectos con gran reputación como *Cuéntame cómo pasó*, cuyos seguidores —entre los que yo me encuentro— se preguntan cuándo y cómo será el final. “La serie todavía tiene vida. No sé cuándo puede llegar el final, ni cómo va a ser. Yo también me lo pregunto”, concluye.

www.tejeda.eu

TEJEDA, uno de los pueblos más bonitos de España

Ilustre Ayuntamiento de Tejeda

Tejeda
POBLADO NATURAL



¡Síguenos en nuestras redes sociales!

