



David Mille:
"Comercio de Canarias: despegamos" P30



Miguel Ángel Rodríguez:
"La MetroGuagua es la perfección de la movilidad en nuestra ciudad" P38



Luis Padrón: "Si los mercados emisores apuestan por Canarias, independientemente de las incertidumbres sociales y económicas, tendremos un buen verano" P46



Manuel Sánchez:
"Hemos pasado de ser 'vendedores de algo' a ser asesores de movilidad" P40



Luis Rodríguez:
"Ante las dificultades que hemos vivido, el grupo sigue creciendo" P42

Tribuna de Canarias

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

MAYO MMXXII | 1,20€ | Islas Canarias

TRIBUNADECANARIAS.ES

Pedro Alfonso Martín: "Debemos ofrecer a las Administraciones una interlocución y representatividad fluida y constructiva" P2

ENTREVISTA.
PRESIDENTE DE
CEOE TENERIFE



José Valle: "Nuestro objetivo es promover un proyecto de isla que nos ayude a mejorar y mantener nuestro liderazgo turístico" P10

NUEVA ECONOMÍA

Jorge Alonso. CIO de Velorcios Group Canarias, Backup de Europa P14



Luis Abeledo. Abogado El delito de cobrar una comisión P15



Sebastián Martínez. CEO de Green Efficient Solutions El Sector Hotelero se suma al Autoconsumo y se lo llevan los de fuera P17



Cristina Aguilera. Profesora Instituto Canario de Turismo Nuevos tiempos para los eventos P18



Miguel Borges. Sales manager Canary Islands for SMY Hotels Comerciar, clave para la paz P19



ENTREVISTA.
PRESIDENTE DEL CÍRCULO DE EMPRESARIOS DE LANZAROTE

Loro Parque abre sus puertas a niños refugiados provenientes de Ucrania P60



CaixaBank pone en marcha nuevas líneas de apoyo para la recuperación de La Palma P63

'Cepsa Diálogos en Acción' pone en valor el papel de las personas en la transformación de las organizaciones P62

ESPECIAL MOVILIDAD Y TRANSPORTES



Pedro Alfonso Martín: “Debemos ofrecer a las Administraciones una interlocución y representatividad fluida y constructiva”

ENTREVISTA

PEDRO ALFONSO MARTÍN
PRESIDENTE DE CEOE TENERIFE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Comienza para usted una nueva etapa en la CEOE como presidente, cuatro años por delante. ¿Cómo asume este nuevo reto?

Pues con muchas ganas y con el agradecimiento de la amplia mayoría de empresarios que respaldaron la candidatura. Tenemos que subirnos al tren de la recuperación y ofrecer a las Administraciones Públicas, una interlocución y representatividad fluida y constructiva.

Usted ya era Secretario General en el anterior mandato, por lo que entendemos que habrá una cierta línea continuista, ¿no?

La CEOE de Tenerife que encontré en 1998 no ha estado estática y ha ido evolucionando e integrándose en la sociedad de manera continuada. Esto no es consecuencia, solo, de la persona que está al frente, sino

del equipo que empuja día a día desde los órganos de gobierno. Esa fuerza en ningún momento se ha relajado, ni se relajará.

A pesar de todo, usted es aire fresco para la organización. ¿Cuáles van a ser las principales líneas estratégicas que pretende llevar a cabo en CEOE Tenerife?

Internamente la convivencia entre autónomos, pymes y grandes empresas con un solo objetivo. Crecer, crear valor y empleo.

De cara a la sociedad, seguir defendiendo nuestros intereses de la mano de los interlocutores de la Concertación Social de Canarias y seguir acercándonos a la sociedad con la que participamos defendiéndola y aportando la sinergia necesaria para lograr

la máxima competitividad y riqueza.

¿Cambios sustanciales?

El mejor cambio es que nos sintamos orgullosos del reconocimiento social a la institución y que el empresario sea valorado por su justa contribución a la cohesión social y el empleo.

Lo que sí es cierto es que en una organización de este tipo, y con la importancia que tiene para el empresariado, es fundamental la unión y la cohesión de todos. ¿Apuesta usted por esta vía?

Es la única vía. La confederación es más que la suma de los individuos que la componen, como colectivo no tiene paragon en la representatividad empresarial.

¿Seguirá siendo la cualificación una de las señas de identidad de esta nueva etapa?

La cualificación es el arma más poderosa para la productividad junto con la inversión en innovación. Seguiremos trabajando para mejorar la educación en todos sus niveles y la formación para el empleo, tanto a través de la Dual como de la propia formación para el empleo, de manera sectorial e intersectorial.

Es un momento delicado para la economía, no solo de Canarias sino para todo el país. ¿Le preocupa la situación de las empresas de la isla o confía usted en la capacidad de estabilización de las mismas?

La situación en la que se encuentran la mayoría de las empresas es complicada, pues se trata de una situación globalizada en la que influye no solo el conflicto de la guerra de Ucrania, sino las subidas en los precios de la energía y de los combustibles, entre otras. Sin olvidar que venimos de 2 años de pandemia a consecuencia de la covid-19 que ha supuesto una paralización de la actividad económica sin precedentes.

El músculo de las empresas en Canarias va presentando signos de agotamiento, puesto que a las limitaciones sufridas desde el 2020, se suma el encarecimiento de sus costes de explotación, así como la imposibilidad de trasladar a precios esos incrementos que están yendo contra sus márgenes, lo que hará que estas se vean con dificultades para recuperarse.



La cualificación es el arma más poderosa para la productividad junto con la inversión en innovación

A la crisis del covid se le unió la falta de componentes electrónicos, problemas de abastecimiento de ciertos materiales, la guerra entre Rusia y Ucrania, carburantes, electricidad... La situación es realmente delicada, ¿no cree?

Así es. La situación actual en la que nos encontramos es claramente preocupante para todos. Justo cuando el mercado comenzaba a recuperarse de los efectos de la pandemia de la Covid-19, la inestabilidad y la inflación han vuelto a crear desequilibrios en los mercados. Pues entre otras cosas, la



guerra retrasará la recuperación y reducirá el poder de compra de los consumidores, sufriendo un nuevo impacto.

Sin embargo, la repercusión directa del conflicto ruso-ucraniano en la economía de Canarias es relativa. Pues ninguno de estos países es relevante en nuestras exportaciones o importaciones directas, por tanto, no nos afecta tanto como a otras regiones más dependientes. No obstante, tendrá consecuencias claras y profundas en la economía de las Islas de manera indirecta, debido a la subida de precios en energía, materias primas y combustible, dada nuestra alta dependencia así como afectación directa a través del turismo.

Los Fondos Next Generation son oxígeno para nuestra economía y un impulso para muchos sectores económicos, sin embargo, hay mucho escepticismo en relación a la capacidad de las instituciones para gestionar los mismos. ¿Qué opina usted?

Efectivamente, la importancia de los Fondos Next Generation para el crecimiento económico y el desarrollo social de España, es indiscutible.

Si bien es cierto que llevamos tiempo esperando las tan ansiadas ayudas de Europa, no podemos negar que estas no han tenido aún el impacto deseado en la “economía real”, esto se debe sin duda a la falta de agilidad administrativa por parte de las instituciones. Es necesario acelerar la publicación de convocatorias por parte de todo el sector público y muy especialmente en las comunidades autónomas y las entidades locales.

Además estos fondos llegan con compromiso de cofinanciación privada y las empresas se encuentran en una situación delicada y de incertidumbre por todos los acontecimientos.

¿Qué sectores cree la CEOE que son los que más necesitan de estos fondos y ayudas?

A nadie se le escapa la importancia que tiene el sector servicios para la economía canaria y sin duda debemos seguir potenciando aquello en lo que tenemos un valor diferen-

cial, pero estos fondos pueden servirnos y debemos aprovecharlos para potenciar otros sectores como el de la industria, la agricultura y la ganadería.

¿Será este el impulso para una diversificación de la economía? Porque es un concepto del que se lleva hablando hace mucho tiempo, pero no parece que comience a despuntar otro sector que no sea el turístico...

La diversificación de la economía canaria debe venir aparejada al fortalecimiento y la innovación aplicada a los sectores tradicionales.

Quizás sea el momento para impulsar la diversificación la economía en Canarias, en la que ya destacan algunos bloques sectoriales, que, por su carácter diversificador, constituyen importantes núcleos de negocios para potenciales inversiones, con la consiguiente contribución a la modernización del aparato productivo y comercial de las Islas. Entre ellos destacaría: las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), dado que Canarias dispone de un amplio abanico de infraestructuras y recursos, una buena situación geoestratégica, excelentes servicios y comunicaciones, recursos humanos cualificados, investigación tecnológica puntera, etc ; el sector audiovisual, ya que cuenta con una tributación reducida, ventajas fiscales, clima óptimo y diversidad de paisajes; servicios a empresas y outsourcing, además de beneficios fiscales, la seguridad jurídica por pertenecer a la Unión Europea y el tipo reducido por encontrarse en la Zona ZEC; el sector marítimo, por su situación geoestratégica, por sus excelentes instalaciones e infraestructuras y por ofrecer excelentes oportunidades de negocios en este sector; y el sector de las energías renovables, pues disponemos de condiciones favorables para el desarrollo, tanto de la energía eólica como de la energía solar, entre otros.

¿Qué necesita Tenerife para que sea el lugar para que vengan nuevas inversiones y empresas? Tenemos herramientas como la ZEC, Zona Franca, un REF atractivo... ¿Qué está fallando?

Tenerife y el resto de las islas, deberá incrementar su competitividad y productividad para ser un destino atractivo para las inversiones locales y extranjeras, que brinde un ambiente de seguridad y transparencia a la población, con procesos administrativos ágiles y un capital humano fortalecido y preparado, para impactar positivamente en su desarrollo socioeconómico, pues la competitividad es elemento determinante para esto.

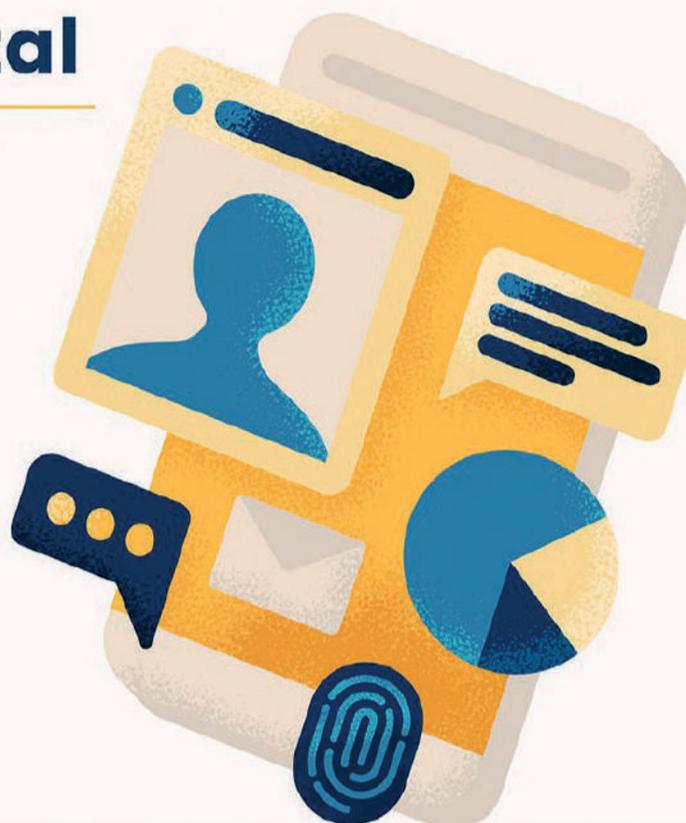
Para ello, deberá convertirse en referente de captación, asesoramiento, asistencia técnica y acompañamiento de las empresas en su proceso de apertura a los mercados internacionales, con el fin, de además de mejorar su competitividad, diversificar la economía regional, fortalecer el tejido empresarial canario y promover la creación de empleo de calidad.

“Tenerife y el resto de las islas, deberá incrementar su competitividad y productividad para ser un destino atractivo para las inversiones locales y extranjeras”

Para ello, sostener un REF competitivo es fundamental, por lo que esperamos que se siga mejorando día a día tanto como instrumento europeo, como español, o canario. La suma de los incentivos económicos y fiscales nos permitiría seguir captando inversión internacional y sinergias locales.

Conoce nuestros nuevos servicios para la Transformación Digital

Espacios físicos y virtuales para el **asesoramiento gratuito e impulso** de la **transformación digital** de las empresas, autónomos y emprendedores que realicen sus actuaciones en **Canarias**.



El CIDE Digital de CEOE Tenerife asesora a más de 75 empresas en Transformación Digital

Desde el comienzo de su actividad a principios de este año 2022, el CIDE Digital de la Confederación Provincial de Empresarios de Santa Cruz de Tenerife (CEOE Tenerife) ha asesorado, de manera gratuita y personalizada, a más de 75 empresas en sus procesos de Transformación Digital, analizando la viabilidad de sus proyectos e informándoles de las principales ayudas a su disposición.

El Programa Kit Digital, una iniciativa del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España, financiada con Fondos Europeos y que subvenciona la adopción de soluciones digitales, destaca como una de las ayudas que más interés ha suscitado entre las empresas,

junto con el programa Bonos de la Innovación (INNOBONOS) de la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI), cofinanciada por el Programa Operativo FEDER Canarias 2014-2020, destinados principalmente a la adquisición de soluciones TIC, transferencia de conocimiento, certificación de normativas, etc.

En la consecución de los objetivos de este proyecto, se han organizado diferentes eventos formativos para sensibilizar a sus asistentes en el proceso de transformación digital, más concretamente en temáticas como la Inteligencia de Negocio y el Comercio Electrónico o el término Compliance para la pyme en el entorno digital. Es importante mencionar que, en todos los eventos organizados, tanto en formato pre-

sencial como online, se ha incentivado el desarrollo de proyectos innovadores mediante la presentación de solicitudes a las convocatorias de las subvenciones mencionadas anteriormente. Próximamente se pondrá en marcha un itinerario formativo y gratuito en Transformación Digital que tendrá lugar entre los meses de mayo y julio de 2022 y en el que las personas que se inscriban podrán adquirir conocimientos en Big Data; Marketing digital, Teletrabajo, Blockchain, Inteligencia Artificial, Metodologías ágiles, Cloud Computing, etc.

El CIDE Digital de CEOE Tenerife, se suma al ya existente CIDE de Innovación de esta Confederación con el objetivo de difundir los nuevos modelos y herramientas de gestión empresarial relacionados con los procesos de transformación digi-

tal; incrementar de la competitividad de las personas trabajadoras autónomas y las pequeñas y medianas empresas (Pymes) mediante el uso de tecnologías de la información; facilitar la conexión de las empresas en proceso de transformación digital con los agentes proveedores de servicios tecnológicos (TIC) y apoyar en el acceso a subvenciones y programas de apoyo a la transformación digital.

El CIDE Digital de CEOE-Tenerife dispone de técnicos a disposición de las empresas que lo soliciten a través del teléfono 922 280 880 o en el correo electrónico:

cidedigital@ceoe-tenerife.com, de esta forma, la Confederación de Empresarios de la Provincia de Santa Cruz de Tenerife responde a los intereses generales y comunes de los principales sectores económicos, entre los que sin duda alguna se encuentra el proceso de transformación digital de las empresas y la capacitación de la sociedad en general en competencias digitales.

La Red CIDE es una iniciativa de la Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo del Gobierno de Canarias, impulsada a través de la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI), y cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, con una tasa de cofinanciación del 85% en el marco del Programa Operativo FEDER Canarias 2014-2020.

La eficiencia económica y contar con un marco tributario estable deben ser dos de los pilares fundamentales que configuren el desarrollo de cualquier política económica, basada en medidas de estímulo al crecimiento de la actividad productiva y a la creación de empleo, y que se mantenga ajeno a medidas que supongan un lastre para nuestra competitividad.

Desde la Confederación Canaria de Empresarios, como organización empresarial más representativa que defiende los derechos legítimos de los empresarios y en su compromiso con el desarrollo económico, social y medioambiental de Canarias, hemos reiterado en múltiples ocasiones el grave perjuicio que supondría para la actividad económica, y, por tanto, para la creación de empleo, el incremento de la ya elevada fiscalidad que soporta nuestro tejido productivo.

Por ello, tenemos que volver a insistir en que el establecimiento de mayores cargas y distorsiones a la actividad empresarial como las que supondría la promoción de una imposición verde y el establecimiento de nuevas figuras tributarias en las Islas, tan solo vendrían a dificultar la supervivencia de muchas de nuestras empresas y del mantenimiento del empleo que generan, especialmente en el complejo escenario de pandemia que todavía estamos enfrentando a día de hoy y que se está viendo enormemente agravado tras el inicio del conflicto bélico en Ucrania.

Incrementar los costes a través de nuevas figuras impositivas en un contexto como el actual, en el que las empresas están sujetas a un escenario inflacionista por el encarecimiento continuado de las materias primas agroalimentarias, de la energía y del combustible, a lo que se suman también los propios cambios normativos que en materia de sostenibilidad se están viendo implementados en los últimos años y que requieren de inversiones tecnológicas y de ecodiseño para producir y utilizar materiales reciclables y ganar en eficiencia productiva y reducir sus emisiones y su huella de carbono, hará que muchas de nuestras empresas vivan una situación todavía más incierta, provocando la destrucción de empleo.

Muy al contrario, antes de establecer nuevas medidas fiscales que implicarían de facto incorporar nuevos costes a la producción, ajenos al desempeño necesario para el desarrollo de la actividad empresarial, creemos que resultaría más conveniente evaluar el impacto de las medidas ya aprobadas y que se derivan de normas como la reciente Ley de Residuos y Suelos Contaminados para una economía circular, o de las diferentes Directivas publicadas en materia medioambiental, y que ya han supuesto de manera directa e indirecta, la asunción por parte de las empresas de determinados costes añadidos al ejercicio de su actividad productiva.

En materia medioambiental, no debemos olvidar que, al hablar de residuos y suelos contaminados o envases y residuos de envases, se está regulando para que el productor asuma la Responsabilidad Ampliada del Productor -RAP de costes- como el vertido de residuos, el uso de plástico no reciclado o la limpieza de los residuos abandonados en el medioambiente. Además, no son pocas las actuaciones que ya están siendo llevadas a cabo diligentemente por las empresas en la lucha contra el cambio climático, contribuyendo al sostenimiento del sistema a través de su contribución a la mencionada RAP o



La creación de nuevas figuras impositivas lastrarían la transición hacia una economía circular y la lucha contra el cambio climático en Canarias

mediante el abono a los puntos verdes que garanticen la adecuada gestión de los envases que se ponen en el mercado.

Parece más conveniente, por tanto, abogar por mejorar la eficiencia de los sistemas de gestión a través de actuaciones colaborativas, como mancomunar los servicios y generar sinergias entre empresas, o implementar mayores y mejores mecanismos de incentivo y programas de sensibilización entre los ciudadanos y nuestras empresas; más que incurrir en medidas de penalización o sobrecarga con mayores obligaciones a las que ya están sujetas las empresas para el desarrollo de su actividad diaria, especialmente si tomamos en consideración este importante esfuerzo que ya está siendo realizado por buena parte de ellas.

Del mismo modo, resulta imperativo recordar que la introducción de nuevos impuestos en nuestro Archipiélago debe realizarse siempre atendiendo a los principios derivados de nuestro REF, en donde se recoge de

manera expresa como unos de sus principios estratégicos el mantenimiento de una menor presión fiscal en Canarias con respecto a la media del resto de España (art. 3.3 de la Ley 19/1994, del REF), con el objetivo de que sean compensadas las dificultades añadidas que soportan los hogares y las empresas de Canarias, debidas a nuestro hecho insular y lejanía del resto del territorio europeo, y que condicionan cualquier hecho económico.

No cabe duda de que la transición hacia una economía circular y la lucha contra el cambio climático suponen un importante reto, no exento de desafíos, para toda la sociedad canaria en su conjunto. Pero, para el correcto cumplimiento de sus ambiciosos objetivos, resulta necesario contar con un marco regulatorio y tributario que resulte estable, previsible y armonizado, basado en medidas de estímulo al crecimiento de la actividad y del empleo, y ajeno a medidas que supongan un lastre para nuestra competitividad, y que tenga en cuenta ya no solo nuestra condición

de Región Ultraperiférica europea y un claro enfoque hacia la sostenibilidad medioambiental, sino que también busque garantizar y contribuir a la mejora de la competitividad de nuestro tejido productivo y, por ende, a la creación de empleo.

Nos encontramos, además, ante medidas que van en contra de lo que recoge nuestro REF, cuyos preceptos no debemos olvidar están dirigidos a promover el desarrollo económico, social y territorial de la región, y que tienen el deber de garantizar la competitividad de todos los sectores económicos que conforman nuestro tejido productivo (art. 3 bis.2 de la Ley 19/1994, del REF). La implantación de una imposición verde y nuevas figuras fiscales, supondría romper la unidad de mercado, haciendo a nuestra comunidad autónoma un territorio menos atractivo para atraer actividad económica, dificultando, por tanto, la atracción de inversión y la generación de riqueza para el conjunto de la sociedad canaria.



MISIÓN EMPRESARIAL
ZONAS INDUSTRIALES
GRAN CANARIA
Activa las Zonas industriales de La Gomera 2021 - 2022

MAYO 12/13, 2022
activatuzona.com

activa FASE 3

AEG
ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS Y COMERCIANTES DE LA GOMERA (A.E.G.)

Gobierno de Canarias
Consejería de Turismo, Industria y Comercio
Dirección General de Industria

Excmo. Cabildo Insular de La Gomera

RedCIDE
INNOVACIÓN

Cámara
Santa Cruz de Tenerife

Canarias avanza con Europa

Gobierno de Canarias

Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo
Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información

Unión Europea

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

femepa
FEDERACIÓN PROVINCIAL DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL METAL Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LAS PALMAS

ASINCA
ASOCIACIÓN INDUSTRIAL DE CANARIAS

ECOAGA
Entidad de Conservación del Polígono Industrial de Arinaga

aenaga

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS ZONA INDUSTRIAL DE ARINAGA

CIVICOS
NETWORKING

La Cámara colabora en la organización de una visita empresarial a Gran Canaria

La Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, a través de su punto de la RED CIDE en La Gomera, se suma a otras entidades para organizar una misión comercial dentro del marco del proyecto "Activa las zonas industriales de La Gomera", iniciativa que

busca crear un espacio para sensibilizar al tejido industrial de la isla colombina, identificando sus necesidades actuales y futuras y fomentando el trabajo conjunto entre todos los entes involucrados con el fin de activar iniciativas privadas que ayuden a la creación de nuevas zonas industriales en la isla.

Es una iniciativa promovida por la Asociación de Empresarios y Comerciantes de La Gomera (AEG), apoyada por la Red CIDE en la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife y que cuenta con la subvención de la Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias para la Dinamización de las áreas industriales de La Gomera.

En el marco de esta novedosa iniciativa en Canarias, el próximo 12 y 13 de mayo una misión empresarial e institucional se trasladará a la isla de Gran Canaria, donde está previsto visitar las principales zonas industriales para conocer las experiencias y buenas prácticas empresariales en el desarrollo de sus procesos de trabajo de la mano de sus alcaldes, consejeros, responsables +de la conservación de las zonas y los empresarios instalados en ellas.

La misión se iniciará el 12 de mayo en el Ayuntamiento de Agüimes para luego visitar las Zonas Industriales de Arinaga y El Goro. Durante la visita también tendrán lugar interesantes charlas sobre financiación a cargo de la Consejería de Industria, Comercio y Artesanía del Cabildo de Gran Canaria; sobre los Parques Tecnológicos impartida por La Fundación Parque Científico y Tecnológico de la Universidad de Las Palmas (FPCT - ULPGC) y sobre las Comunidades Energéticas.

A continuación, el día 13 de mayo se tiene previsto visitar las instalaciones de la Federación Provincial de la Pequeña y Mediana Empresa del Metal y Nuevas Tecnologías de Las Palmas (FEMEPA) en la Zona

Industrial de El Sebadal y las Zonas Industriales de Telde: El Cortijo, Salinetas y Maípez. Este día los participantes de esta misión comercial también podrán asistir a interesantes charlas sobre la gestión de zonas industriales y actividades para el manejo de mercancías de la mano de la Autoridad Portuaria de Las Palmas de Gran Canaria.

Durante estas jornadas se busca dar a conocer a los principales responsables institucionales de La Gomera: Alcaldes, Consejeros, Gestores de políticas territoriales, Asociaciones empresariales de La Gomera, Empresarios y Propietarios de terrenos industriales, las experiencias que han adquirido durante años las zonas industriales de la isla de Gran Canaria conocer posibles obstáculos y sus soluciones, fuentes de financiación, procedimientos de gestión, formación de las

entidades de conservación, mejoras en la eficiencia energéticas y servicios novedosos para las empresas que las conforman.

Para la organización de esta actividad se ha tenido en cuenta una gran diversidad de situaciones y tipologías de modelos de negocios que se pueden desarrollar en estas áreas industriales, con la finalidad de que los visitantes Gomereros, puedan hacerse una idea clara de las posibles necesidades que deben satisfacer para el desarrollo las Zonas Industriales Gomereras.

Para el desarrollo de esta iniciativa se ha contado con el apoyo de la Asociación Industrial de Canarias (ASINCA) Las Palmas, la Federación Provincial de la Pequeña y Mediana Empresa del Metal y Nuevas Tecnologías de Las Palmas (FEMEPA), la gerencia de las zonas industriales de: Arinaga, El Goro, El Cortijo, Salinetas y Maípez, así como el Ayuntamiento de Agüimes, el Cabildo de Gran Canaria y otras instituciones locales que han facilitado el desarrollo de esta novedosa acción empresarial.

Esta misión es una actividad de la Red CIDE en la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife en La Gomera, iniciativa del Gobierno de Canarias financiada en un 85% por la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Aquellas empresas interesadas en sumarse a esta misión comercial pueden solicitar más información por correo electrónico escribiendo a la dirección crodriguez@camaratenerife.es.



La Cámara de Comercio de Gran Canaria potencia su departamento de Formación

ESCUELA CAMERAL DE IDIOMAS

La Cámara de Comercio de Gran Canaria también es centro examinador acreditado por la Universidad de Oxford. Se realizan los cursos preparatorios de los exámenes del B1 y B2, que además de contar con 20 horas de clases presenciales con profesores nativos, cuentan con acceso a la plataforma de OXFORD para prácticas e

incluye el examen que acreditar su nivel de inglés. Un total de 25 personas acreditaron su nivel de inglés el pasado año.

ESCUELA CANARIA DE NEGOCIOS

La Cámara de Gran Canaria colabora con la Escuela Canaria de Negocios, con el Master Executive en Administración y Dirección de Empresas y el Programa Especiali-

zado en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, que se realizan en las instalaciones camerales.

CAMPUS EMPRESARIAL VIRTUAL

Asimismo, la Cámara cuenta con una plataforma digital en la que trabajadores y desempleados, pueden acceder a cursos online de todas las áreas para formarse donde y cuando quiera, poniéndose a disposición de las empresas de Canarias una propuesta de más de 200 acciones formativas por semestre.

En este sentido, la directora del departamento de Formación recordó que la Cámara gestiona el Crédito Formativo de la Fundación Estatal (FUNDAE). En 2021, 40 empresas solicitaron este crédito a través de la Cámara. Por otro lado, Castellano destacó que la Cámara cuenta con un elenco de ponentes de alto nivel, "precisamente nuestra programación del próximo mes de mayo es especialmente atractiva con cursos como diseño para no diseñadores, cómo prospectar y conectar en LinkedIn, gestión de la felicidad empresarial, gestión y control de la tesorería, motivación y dinamización de equipos de trabajo, entre otras temáticas".

La Formación siempre ha sido un pilar importante para la Cámara de Comercio de Gran Canaria, un servicio fundamental para empresas, que favorece su cualificación y la capacitación de empresarios y trabajadores.

Como consecuencia de las restricciones para combatir los efectos de la pandemia, la Cámara se tuvo que adaptar a las nuevas circunstancias, por lo que una parte importante de su actividad formativa en estos dos últimos años han sido los cursos y webinars en aula virtual. Pero lo cierto es que ya hemos recuperado la presencialidad, porque es lo que el usuario ya está demandando y el alivio de las restricciones así lo permiten.

FORMACIÓN IN COMPANY

La Cámara diseña formación a medida, presencial y online para aquellas empresas que tienen necesidades de formación muy concretas para sus empleados, ajustándose a sus requerimientos y a las características de la empresa.

Según la directora del departamento de Formación de la Cámara, María del Carmen Castellano, "Esta formación permite conocer cuáles son las verdaderas necesidades formativas del personal de una empresa, es una especie de formación a medida que consigue que las empresas cuenten con un personal aún más cualificado".



**OFERTA FORMATIVA
MAYO 2022**

www.camaragrancanaria.org

Cámara
Gran Canaria

formacion@camaragc.es



Canarias y Estado ponen fin al conflicto del Convenio de Carreteras con la liquidación de todas las deudas

► Al convenio actual se sumarán 407 millones más de obra no ejecutada que se concretarán con una Adenda de modificación tras obtener el visto bueno de los ministerios de Hacienda y Transportes



El presidente de Canarias, Ángel Víctor Torres, anunció “el primer paso definitivo” para resolver el conflicto con el Estado por el Convenio de Carreteras y la liquidación de la deuda que el Gobierno de España mantenía con la Comunidad Autónoma

de Canarias a causa de los incumplimientos que se dieron durante el período 2012-2017, etapa en la que gobernaba el Partido Popular.

Torres ha dado cuenta del acuerdo alcanzado en Madrid en la comisión bilateral de seguimiento, donde se ha concretado la Adenda de modificación del Convenio de Carreteras con la que se sumarán

407,4 millones de euros de obra no ejecutada al Convenio actual, una vez se ha obtenido el visto bueno de los ministerios de Transporte y de Hacienda

Tras celebrarse el Consejo de Gobierno ordinario, el jefe del Ejecutivo canario ha comparecido para dar esta importante noticia junto al vicepresidente y conse-

jero de Hacienda, Presupuestos y Asuntos Europeos, Román Rodríguez, y el consejero de Obras Públicas, Transporte y Vivienda, Sebastián Franquis.

Para Torres, este acuerdo es “fruto de un intenso y silencioso trabajo de negociaciones, comunicaciones, cartas y gestiones hechas públicas o no entre los dos ejecutivos, sobre todo con los ministerios de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, así como con el de Hacienda”. En este sentido, indicó que sólo en 2022 ha habido 3 reuniones con la ministra de Hacienda, María Jesús Montero, para desbloquear las diferencias sobre los 407 millones no ejecutados y, por eso, agradece su disposición al acuerdo y la extiende a la responsable de Transportes, Raquel Sánchez, a su predecesor, José Luis Ábalos, y al presidente de España, Pedro Sánchez, en cumplimiento del pacto de investidura con fuerzas como NC.

El presidente recordó que, “en junio de 2019, dijimos que resolveríamos este problema heredado y así ha sido. Con un trabajo intenso y sigiloso de negociaciones, hemos dado el primer paso definitivo para resolver un antiguo problema de 1.000 millones”. Además, explicó que a los 407,4 millones de la Adenda se unen los 500 millones de la obra ejecutada. Torres subrayó que, de esos 500 millones, ya se ha transferido 100 en 2021 y 200 en el presupuesto regional de 2022. “Los 238 restantes (38 millones de intereses), por tanto, los recibiremos en 2023”, explicó,

Román Rodríguez también se congratuló de lo logrado y resaltó el hecho de que, tras ganar una

parte en los tribunales con cuatro sentencias y con los intereses, la cifra inicial del conflicto (860 millones) se eleve al final hasta los mil millones, tal y como se acordó para la investidura de Pedro Sánchez.

Asimismo, aclaró que la incorporación de los 407 millones a las dos últimas anualidades del convenio vigente (2026 y 2027) implica que “no se ha producido ningún daño a las arcas regionales”. También recordó que el anterior Gobierno regional no recuperó ninguna partida pendiente y agradeció a Torres y Franquis “estar al pie del cañón y defender los intereses de Canarias con solvencia”.

Por su parte, el consejero de Obras Públicas admitió que este logro no ha sido fácil, pero insistió en que se ha puesto en valor la política y la negociación “para resolver problemas a los ciudadanos y no crearlos”, incluso en etapas de gobiernos en funciones o ante las dificultades por la pandemia. Franquis explicó que los 407 millones se incorporarán en dos anualidades de 203 millones en 2026 y la misma cifra en 2027, “con lo que tendremos más de un 34% de recursos más respecto al convenio inicial”.

La firma definitiva se perfilará en este mes de mayo y, según indicó, el acuerdo permitirá que el gasto anual en carreteras pueda llegar a los 240 o 250 millones, “algo que nunca se dio antes”. Sólo para 2022, ya se baraja 210 millones. El Gobierno cuenta con 28 proyectos encargados que, desde el primer trimestre de 2023, podrán disponer de recursos (unos 800 millones), si bien el gasto total sube hasta los 1.600 millones. “Se habló mucho de carreteras en el pasado, pero no había proyectos que se pudieran licitar. Ahora sí y podremos invertir unos 800 millones desde este año y principios de 2023”. La adenda servirá para liquidar el convenio anterior y desarrollar actuaciones como la cuarta fase de la circunvalación de Gran Canaria o el enlace de Las Chafiras, en Tenerife.

El baño que te mereces

ESPECIAL BAÑOS & CERÁMICAS



Encuétranos en San Miguel, Adeje y La Laguna, o en nuestra tienda online [chafiras.com](https://www.chafiras.com)



chafiras

El Círculo de Empresarios de Lanzarote firma un convenio de colaboración con la Fundación Metròpoli para analizar las posibilidades del destino y de sus proyectos transformadores

El Círculo de Empresarios de Lanzarote ha firmado un convenio de colaboración con la Fundación Metròpoli, centro internacional de excelencia dedicado a la investigación, diseño y a la innovación en las ciudades de alrededor del mundo. El objetivo es estudiar la viabilidad de un proyecto de transformación urbana de la isla hacia un modelo urbanístico deseable y que apueste por detectar las mejores oportunidades del destino de cara al futuro.

El proyecto definirá una serie de iniciativas estratégicas que se convertirán en oportunidades concretas en Lanzarote. Sobre ellas se

desarrollarán proyectos capaces de revitalizar la economía, atraer empleo y mejorar la ciudad, además de acelerar la competitividad, la innovación, la calidad de vida y la sostenibilidad.

El presidente del Círculo de Empresarios de Lanzarote, José Valle, destacó que las actuaciones, impulsadas desde el sector privado, buscan también la colaboración pública, e indicó: "Hacemos un llamamiento a las administraciones públicas de todos los municipios de la isla de Lanzarote para que se sumen a esta iniciativa. El consenso y la convergencia de intereses entre empresarios, el sector público y el apoyo de los distintos sectores de

la sociedad nos ayudará a lanzar a Lanzarote hacia el crecimiento y el desarrollo como destino y a crear ciudades inteligentes basadas en la tecnología digital".

La Fundación Metròpoli persigue el objetivo de identificar las ventajas competitivas de las ciudades. Su fundador y presidente de honor, Alfonso Vergara, subrayó el interés de la Fundación en conocer experiencias de éxito "para enfocar este proyecto de futuro inspirándonos en los aciertos de otras ciudades. Tratamos de aprender de la experiencia en sostenibilidad de Copenhague y Malmö, la visión estratégica de Singapur, la continua transformación de Bilbao, la

► El objetivo del convenio es investigar las oportunidades de Lanzarote para abordar un modelo de transformación urbanística deseable que apueste por la innovación, la calidad de vida y la sostenibilidad



apuesta por la innovación de Helsinki, u otros ejemplos de ciudades que están afrontando el futuro con acierto". Alfonso Vergara se ha convertido en uno de los mejores especialistas españoles en planificación y desarrollo del territorio con una mayor proyección mundial. Su formación multidisciplinar y su particular visión de las necesidades futuras del ser humano en su relación

con el medio, le han ayudado a concebir proyectos en los que se hace una valoración sostenible al tiempo que realista de los recursos. Su discurso siempre innovador y comprometido le han hecho merecedor de multitud de premios y galardones. Su compromiso y experiencia serán garante de éxito ante este reto que le plantea el Círculo de Empresarios para la isla de Lanzarote.

4€
TAPA+
BEBIDA

Ruta de Tapas y Vinos por los
comercios de hostelería adheridos a la
Campaña Gastronómica

CANDELARIA TAPAS EN PRIMAVERA

Vuelve la Ruta de la tapa del
27 de abril al 30 mayo de 2022

Candelaria
Marketplace



ENTREVISTA

JOSÉ VALLE
PRESIDENTE
DEL CÍRCULO DE
EMPRESARIOS DE
LANZAROTE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Recientemente, el Círculo de Empresarios de Lanzarote en su afán por seguir aunando esfuerzos a favor de su estrategia turística y de posicionamiento de Lanzarote, ha firmado un convenio con una importante fundación. ¿De qué se trata?

Sí, efectivamente. Hemos firmado un convenio de colaboración con la Fundación Metrópolis, cuya finalidad es repensar el formato de la isla de Lanzarote.

La Fundación Metrópolis, a día de hoy, se encarga de diseñar los territorios. En nuestro caso, tenemos focalizado un plan a 10-15 años. Tras analizar Lanzarote hemos caído en que, en su contexto, es una isla muy bonita, que tiene su cultura, pero en la que hay que dar un paso más allá. Y queremos dar ese paso en base a unos factores concretos.

Primero, proponemos presentar un proyecto de ciudad diferente al que tenemos hoy, que en 10-15 años podamos transformarla y convertirla en un icono más de lo que es la isla, integrando sobre todo sus barrios, su marina... Estamos buscando un icono turístico que haga que todos los visitantes que vengan a Lanzarote vean como zona atractiva a Arrecife. Este proyecto va a desarrollarse tras analizar mucho a grandes urbanistas a nivel mundial que puedan rediseñar territorios en base a nuestras ideas. Pero, no solamente es quedarse en Arrecife, es pensar sobre nuestro entorno y nuestra isla, aprovechar todo nuestro potencial.

Un urbanista, cuando viene a Lanzarote, tiene que tener claro que nosotros somos una isla que no soporta más crecimiento, que tenemos un entorno que queremos hacer sostenible y que debemos continuar con un paisaje totalmente cuidado. Tiene que buscar todos esos ejes y, de alguna manera, unirlos para conseguir el crecimiento y los cambios de aquí a 15 años.

¿Qué va a suponer y qué implica para el Círculo de Empresarios y sus actividades esta firma?

Nosotros, en lo que hemos venido trabajando en este tiempo, es en presentar proyectos que a medio plazo consigan lo que ne-



José Valle: “Nuestro objetivo es promover un proyecto de isla que nos ayude a mejorar y mantener nuestro liderazgo turístico”

“Estamos buscando un icono turístico que haga que todos los visitantes que vengan a Lanzarote vean como zona atractiva a Arrecife”

cesitamos. Lo que vamos a conseguir con esta colaboración es seguir trabajando en la hoja de ruta para poder adelantarnos a los tiempos, poder mejorar nuestro sector

social, la calidad de la gente, unirlo con nuestro primer sector económico, que es el turismo, y buscar esos proyectos que den futuro a lo que ha sido y es Lanzarote.

Huimos del corto plazo, de la gestión día a día, nuestro objetivo es promover un proyecto de isla que nos ayude a mejorar los próximos años y a mantener nues-

tro liderazgo turístico, sobre todo en Canarias, puesto que somos una isla que recibe en torno a 3 millones de turistas y que debe mejorar, no solamente el relato y la oferta, sino todo lo que engloba en ella misma.

Resulta curioso cómo una entidad privada lleva a cabo un proyecto de isla adelantándose incluso al sector público, ¿verdad?



Sí, no puedo decir lo contrario. El sector público, independientemente del partido que gobierne, lo que quiere son soluciones. El siguiente proyecto que pondremos en marcha es “La Unidad de Impulso y Dinamización de Proyectos Transforman Sectores para la isla de Lanzarote”.

Se trata de una oficina de proyectos que el círculo subvenciona y lo que buscamos es que todos los proyectos transformadores de la isla podamos desarrollarlo. Cuando vengan los fondos Next Generation, y el Gobierno de Canarias nos pida proyectos para poder hacer inversiones en Lanzarote, queremos tenerlos preparados para que se puedan ejecutar y poder acceder a esos fondos.

Estamos abogando por la transformación a medio plazo y el desarrollo de proyectos a través de la colaboración público-privada, lo que nos va a aportar una velocidad de crucero nunca vista en nuestra isla.

Además de este proyecto también tienen la oficina de proyectos que a lo largo de los próximos días va a estar en funcionamiento.

Exactamente. Aquí vamos a tener dos proyectos, la Oficina de Proyectos y el diseño de la isla.

Dos proyectos que van a trabajar con el sector público. Creemos que hemos dado un paso adelantando y subvencionando con fondos del sector privado, porque creemos que es lo que va a necesitar el sector público para poder desarrollar la isla, que es nuestro principal objetivo. Esto no es solamente responsabilidad del sector público, es responsabilidad de todos, del sector público y privado.



Nosotros lo pretendemos dar herramientas al sector público, tenemos que trabajar en convenios público-privados. Estoy convencido de que todos los municipios se van a sumar, porque al final cuando hablamos de prosperidad tenemos que incidir en una unión parada que aporte al proyecto un carácter de estabilidad en el tiempo.

Sinceramente, creo que estamos en una línea bastante buena y los políticos también se tienen que aprovechar. Si tienes al sector público y privado unido y te están dando herramientas suficientes, aprovéchalo.

El sector público está gestionando el día a día y no tiene el tiempo suficiente para pensar en el medio plazo. Nosotros lo que queremos es que hagamos una reflexión de lo que es el medio plazo para poder continuar con una estrategia de crecimiento de isla.

¿Están teniendo buen feedback con este proyecto y otras propuestas por parte del sector público?

“Estamos abogando por la transformación a medio plazo y el desarrollo de proyectos a través de la colaboración público-privada, lo que nos va a aportar una velocidad de crucero nunca vista en nuestra isla”

Por determinadas causas no se ha invertido lo que se ha tenido que invertir en Arrecife y tenemos muchos proyectos parados,

porque la burocracia nos frena y lo que hemos intentado es dotar de herramientas, no solamente al sector público, sino al sector privado, para lograr de Arrecife y, consiguientemente, de la isla.

¿Tienen la sensación de que por fin el COVID y la crisis derivado del mismo están quedando atrás y se empieza a coger un impulso en la isla y en Canarias?

Sí. Yo siento que el COVID, como enfermedad, ya está totalmente amortizado. Hemos quitado la mascarilla, la movilidad entre países vuelve a su normalidad y eso lo que hace es promover la

recuperación de los flujos de turismo.

Ahora bien, todavía nos queda el saneamiento económico, que tiene problema, porque lo hemos pasado muy mal. Canarias fue una de las peores regiones que lo pasó y ahora va a tener un crecimiento exponencial, porque tenemos el turismo a las puertas, somos un destino seguro y con todo lo que está pasando con la guerra hace de Canarias un destino seguro, de calidad media-alta y uno de los mejores sitios a los que poder viajar, por lo que hablamos de una recuperación bastante importante.

¿Qué objetivos plantean

ante la llegada del verano?

Como Círculo y como isla, nuestros objetivos pasan por poner el foco en estos dos grandes proyectos que tenemos.

Ya estamos pensando en los siguientes y posiblemente los objetivos a medio plazo sean consolidar lo comentado y hacerlo en colaboración con el sector público, así como consolidar la recuperación económica del sector empresarial y hacer un rediseño de nuestro sector turístico. Apostar por un turismo de calidad, no crecer en cantidad, sino en calidad y meternos de lleno en lo que queremos ser de aquí a 15 años.



La culpa es del contexto

El Informe de Coyuntura Económica de Canarias correspondiente al primer trimestre del año muestra una previsión de crecimiento de la economía canaria superior a la media del país, concretamente, la economía canaria crecerá este año un 6,3% (si no entra en el tablero de juego otra desgracia), frente al 4,3% de previsión de crecimiento de la economía española. Sin embargo, tal y como desprenden los datos, la recuperación se retrasa hasta 2023, en principio.

Pese a los datos positivos que se extraen, ni Canarias ni España terminan de despegar, una acuciante bajada de la productividad y una presión fiscal prohibitiva para pequeños y medianos autónomos y empresarios someten a la economía canaria a un continuo letargo. Sin embargo, como de costumbre, la culpa es siempre de un agente externo.

No cabe duda de que, durante dos años, la pandemia ha supuesto un frenazo para cualquier atisbo de crecimiento, la economía de guerra era casi una obligación. Pero luego llegó la crisis de los microchips, luego la guerra de Rusia

y Ucrania y luego... Algo llegará. La culpa de que los sectores económicos estén estancados es del contexto. La culpa de que las familias y autónomos paguen facturas de luz desorbitadas, es del contexto. La culpa de que se estanque la creación de empresas o de que una nueva compañía tarde dos meses en hacer el trámite de inscripción en el Registro Mercantil es del contexto. La culpa de que los trámites burocráticos para conseguir una licencia de obra sean eternos, es culpa del contexto. En definitiva, los gobiernos y las administraciones, no tienen responsabilidad en absolutamente nada de lo que ocurre, mucho menos pueden aplicar ninguna solución. ¿Realmente estamos los ciudadanos obligados a creer esto? ¿Realmente la culpa es siempre de otro?

Cada cuatro años votamos a nuestros representantes, y los ciudadanos lo hacemos con la confianza de que aquellos que se creen cualificados para dirigir políticas y administraciones están preparados para las distintas "guerras" y para la creación de estrategias que apoyen el desarrollo socioeconómico de nuestro entorno. Entonces, ¿por qué en vez de

señalar como culpables a los distintos acontecimientos que vivimos no se sientan y buscan soluciones?

Una política fiscal expansiva supondría el inicio de la corrección, o al menos marcaría un cambio de rumbo, como mencionaba la patronal esta semana. Una agilización administrativa supondría que las licencias de obras se obtuvieran con más facilidad y las empresas podrían trabajar al instante. Y así con todo.

Sin ir más lejos, en Canarias presumimos de ser prácticamente un paraíso fiscal con un REF espectacular, una Zona Franca muy atractiva y una Zona ZEC que pone los dientes largos a cualquier empresario. Pues bien, grandes empresarios de la península ni siquiera saben de la existencia de esta Zona Especial Canaria. No se vende bien. No se publicita. Cualquier territorio que tuviera la suerte de tener esta ventaja competitiva lo gritaría a los cuatro vientos, pero nosotros seguimos creyéndonos pequeños. La implantación de grandes empresas en suelo canario traería consigo la creación de puestos de trabajo, muchos de ellos cualificados, que dotarían de mayor poder adquisitivo a aquellos que viven en las islas. Crecería el consumo, la recaudación y la inversión. ¿Por qué, entonces, no estamos vendiendo esto fuera de nuestro archipiélago? ¿Seguimos acomplejados? No tengo la respuesta o, tal vez, no quiero escucharla.

Y, por supuesto, la culpa es del contexto.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Canarias

Y llegó la desescalada en general de aforos y mascarillas

OPINIÓN

ANA VEGA

Y ya entre la primavera acercándose el verano del que muchos somos amantes de él, nos van llegando cambios.

De nuevo para no variar, empezamos con las contradicciones de unos o de otros. Eso nos muestra la realidad enfermiza de políticos o seguidores de ellos, que dependiendo donde se encuentren se limitan a seguir tocando las narices.

¿Mi opinión al respecto? Es fácil; me considero democrática en donde dentro de las normativas y respetando lo que cada uno quiera hacer, seguiré utilizando la mascari-



lla allí donde sea obligatorio tenerla, y en sitios donde yo no me sienta segura, la seguiré utilizando.

Sigo convencida que en este país y en otros también el ir a la contra les debe dar un chute de adrenalina, porque forma parte de su personalidad, y la necesidad enfermiza de seguir poniendo piedras en el camino.

La cabeza me explota ante tantas injusticias, guerras, políticos que siguen tomando la política como un juego o como un arma con la que podrá utilizarla para sus propios intereses, incluyendo como no, las venganzas y rechazos ante lo que son derechos fundamentales de todo ciudadano.

Dicen que este gobierno no volverá a ganar unas elecciones habiendo elecciones antes de tiempo, así como ya ha ocurrido en Castilla León y ahora en Andalucía.

Vivimos momentos duros; empresas que cierran, subidas vertiginosas de la gasolina, alimentación, y así un largo sin fin.

No quiero posicionarme, aunque muchos ya saben de mi posicionamiento, que no es otro que el bienestar social.

¿Quién puede mejorar la situación crítica que vivimos? ¿Los que necesitan distanciar lo máximo posible el nivel adquisitivo de algunos, y enterrar todavía más a los que su nivel adquisitivo ni existe?

¿Quién ha mirado por las pymes, los que se olvidaron de ellos para apoyar y hacer resurgir a los grandes de siempre?

No nos engañemos más. Sabemos quien ha mirado por la clase obrera y quien no. Sabemos como empresas han hecho contrataciones temporales, con turnos de media jornada cuando realmente estaban y están trabajando has 12 horas diarias.

Es imposible que nada cambie si seguimos poniéndonos la venda en los ojos y poniendo nuestro presente y futuro en las manos equivocadas.

Hagan un viaje en el tiempo, pongan su

balanza y vayan poniendo en ella lo que se ha dejado de lado, por un lado, para priorizar sólo en la parte material. Pongamos quienes no apostaron por viviendas sociales, pero sí se agarraron al libre precio del mercado.

Pongamos quienes han estado ignorando la ley de Dependencia que garantizaba la tranquilidad de afectados, así como a sus familiares.

Son tantas y tantas cosas, que esta crisis mundial que estamos sufriendo no fue causa de una pandemia, simplemente la pandemia fue el detonante.

Ojalá hubiese escrito un artículo de esperanza, que no significa que no la tenga. Pero hay que despertar las mentes y ser consecuentes, porque en nuestras manos está el resurgir de las cenizas.

Seamos coherentes con el uso de las mascarillas, sabiendo donde podemos tenerlas puestas y donde no. Pero sobre todo cuando nos la quitamos, soltemos todo lo malo que podamos tener dentro que no nos ayuda, y de esa forma hacer que reiniciemos nuestro cerebro.

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
Marketing y Tecnología: Sociment Agencia
Maquetación: Amidi Agencia

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

nº 24 | Depósito Legal TF 231-2020
Imprime: TFPRINT, S. L.

¿QUIERES **DAR LA NOTA** en **SOSTENIBILIDAD**?



PONTE A PRUEBA CON EL **#SOSTENIBLÓMETRO**

¿Alguna vez te has preguntado cómo impactan tus pequeños actos cotidianos en la sostenibilidad? Quizás tus hábitos no son tan sostenibles como pensabas. O quizás sí.

¿Te atreves a descubrirlo?



sosteniblometro.com



Primera empresa del sector
certificada por AENOR en
la consecución de los ODS



Canarias, Backup de Europa



surge la idea de pensar que Canarias podría convertirse en el Backup de Europa, con todo lo que ello significaría.

Vivimos en la era de la tecnología y no nos cansamos de decir que los datos son el oro del siglo XXI. La economía mundial está cada vez más digitalizada y los negocios se apoyan en la tecnología para apalancar su crecimiento con propuestas tan innovadoras como efímeras.

Pero el crecimiento de este modelo digital se está produciendo de una manera muy acelerada y muchas propuestas nacen con pies de barro. La fragilidad de todo lo que rodea a la economía digital es enorme. Basta con poner algunos ejemplos de incidentes recientes para comprobar que este gigante de unos y ceros no es tan fuerte como pensamos y presenta serias fisuras que, día tras día, quedan a la luz.

Recordemos como miles de empresas perdieron todos sus datos cuando en marzo de 2021 se incendió el datacenter de OVH en Estrasburgo, muchas de estas empresas no tenían copia de seguridad. Por otro lado, las relaciones entre Estados Unidos y Europa son cada vez más tensas en lo referente a tecnología - pensemos, por ejemplo, en el conflicto de rodea al 5G - y la lucha por la hegemonía mundial del ciberespacio podría hacer que, en medio del fuego cruzado, perdiéramos el acceso a nuestros datos localizados en nubes americanas. Por último, recordemos cómo la borrasca Filomena que sufrimos en enero del pasado año nos mostró lo frágiles que son nuestras infraestructuras y como toda la economía se puede quedar bloqueada por los tan temidos e inesperados fenómenos meteorológicos adversos.

Y como noticia de plena actualidad, la invasión de Ucrania por parte de Rusia deja en evidencia lo expuestos que están los datacenter europeos siendo identificados claramente como infraestructuras críticas. Imaginemos, por un momento, cuáles serían las consecuencias de un ataque militar a los principales Datacenter de Europa. De llegar a suceder, automáticamente medio mundo quedaría desconectado.

Y es en este contexto de fragilidad del modelo digital donde cobra todo el sentido la idea de imaginar a Canarias como Backup de Europa. ¿A qué empresa europea no le gustaría tener una copia de seguridad de todos sus datos en un lugar que esté lejos del continente, pero que al mismo tiempo cumpla con la legislación en materia de ciberseguridad y RGPD? Y si además ese lugar ofrece unas condiciones fiscales favorables, como las que propone la ZEC, no nos será difícil pensar que algún Datacenter de referencia quisiera disponer de instalaciones alternativas en nuestras Islas.

Canarias Backup de Europa, podría ser solo el primero de una serie de proyectos de base tecnológica que ayuden a diversificar el modelo económico convirtiendo a las Islas en un lugar estratégico para el desarrollo de la economía digital. Las piezas están bien colocadas y el contexto, hoy más que nunca, resulta muy favorable para pensar que merece la pena apostar por esta línea que quizás, pudiera ser el primer paso hacia una diversificación real del modelo económico de Canarias.



OPINIÓN

JORGE ALONSO
CIO de Velorcios Group

Jorge Alonso

@jalonso_VG

Todas las personas desarrollamos, de manera natural, un vínculo perpetuo que nos une con el lugar que nos vio nacer. En muchas ocasiones ese arraigo a la tierra puede restar objetividad ante cualquier halago o exaltación que podamos hacer sobre las bondades, en mi caso, de Canarias. Los canarios tenemos ese sentimiento de pertenencia aún más acentuado y es que, probablemente, la condición de isleños ayude a que esto sea así. Este artículo se escribe con la intención de dejar a un lado cualquier sesgo chovinista que pueda empa-

ñar el fondo del asunto y es así como desearía que fuera recibido.

Es bien sabido que desde que Canarias se incorporó a la Corona de Castilla a finales del siglo XV, las Islas fueron reconocidas como un territorio único y singular. Esta singularidad ha sido explotada de diferentes formas a lo largo de los años por todas las partes interesadas. La más evidente de esta particularidad es, sin lugar a dudas, nuestra localización geográfica, que ha servido para que las Islas hayan sido ese puente intercontinental del que tantas veces se ha hablado.

En la historia más reciente de Canarias, y centrándonos en el aspecto económico, el sector turístico ha sido el que mejor ha entendido las bondades del Archipiélago convirtiéndolo en todo un referente del turismo mundial. Consecuencia de ello, hoy en día el PIB canario depende en un porcentaje muy elevado de los aviones que aterrizan en nuestros aeropuertos.

Pero la pandemia nos mostró, a base de dolor y sufrimiento, la fragilidad de nuestro modelo económico y la necesidad de diversificar la economía isleña para evitar que cualquier contingencia que pueda afectar al motor de nuestro tejido empresarial tenga un impacto tan negativo como el hemos vivido recientemente o, al menos, podamos disponer de una vía alternativa que permita sortear una eventual crisis.

Es en este contexto marcado por la incertidumbre donde cabe escuchar todas las propuestas que busquen diversificar nuestro modelo económico. Para ello conviene poner la vista en el medio plazo y pensar en fórmulas que eviten repetir un colapso como el de 2020.

Pero en este proceso de búsqueda de alternativas, de repente, todas las singularidades canarias pudieran parecer que jugasen

en nuestra contra: la insularidad, la enorme distancia al continente europeo, la falta de materias primas... Existen una buena cantidad de factores que lastran muchas iniciativas que en otros lugares del planeta podrían funcionar sin mayor dificultad con una alta probabilidad de éxito.

Ante este baño de realidad, lejos de resignarnos, conviene aguzar aún más el ingenio y buscar proyectos que sí puedan encajar con las condiciones singulares de nuestra tierra. Así que una vez más toca pensar en qué somos realmente diferentes y cómo lo podemos explotar.

Un análisis de la propuesta de valor de Canarias actualizado al siglo XXI nos reafirma que, efectivamente, vivimos en un lugar único en el mundo, las famosas RUP. Es decir, somos europeos de pleno derecho aunque nuestros pies estén más cerca de África que del viejo continente.

La primera y la más obvia es, una vez más, la distancia que nos separa del territorio peninsular y por lo tanto de Europa. Los más de 1.200 Km que existen entre Canarias y la costa andaluza nos convierten en un enclave único que nos diferencia del resto.

Esta misma situación geográfica es la que nos define como una de las nueve Regiones Ultraperiféricas Europeas que hay en el mundo, las famosas RUP. Es decir, somos europeos de pleno derecho aunque nuestros pies estén más cerca de África que del viejo continente. Y por si esto fuera poco, contamos con la fiscalidad que nos otorga la Zona Especial Canarias (ZEC). Una herramienta muy poderosa que todavía no hemos sabido explotar lo suficiente.

Y una vez reafirmada la singularidad que nos diferencia de nuestros competidores, cabe plantearse cómo podemos explotar nuestras particularidades más allá de la industria turística que tanto conocemos, y es aquí donde

El delito de cobrar una comisión

OPINIÓN

LUIS ABELEDO

ABOGADO

 Luis Abeledo Iglesias

 @luisabeledo



La más rabiosa actualidad nos lleva a varios temas de especial relevancia relacionados con la compraventa de material sanitario en el ya lejano tiempo de la pandemia.

Hay tres temas que me gustaría utilizar para el desarrollo de la columna: Ayuso, Medina y Luceño y tres altos cargos del gobierno de la nación que es un procedimiento casi desconocido.

De modo previo, debéis saber que cobrar una comisión no es delito. Cobrar una comisión alta no es delito. Cobrar una comisión obscenamente alta no es delito. Cobrar una comisión obscenamente alta por vender cualquier bien o prestar cualquier servicio mientras el covid mataba a muchísimas personas no es delito.

El código de comercio, de 1829, casi doscientos años desde su publicación, contiene en el título III, Sección Primera, titulado De la comisión mercantil y de los comisionistas, respectivamente, la regulación de los arts. 244 y siguientes el contrato de comisión mercantil. Quiero decir con ello que existe un contrato de comisión mercantil lícito, legal, válido, vigente y operativo en el ordenamiento jurídico español desde hace casi doscientos años. Vamos a plantearnos, como hipótesis random, que diría mi hijo, que igual no es ilegal cobrar una comisión.

Es decir, cuando una noticia hable de comisiones ilegales vamos a respirar y leer como explican las cosas porque, muy probablemente, bien el periodista quiera contarnos una milonga, bien no tenga razón o bien no es

por una cuestión contractual muy alejada de algo ilegal pero llamativo para un titular.

Un ejemplo sencillo al alcance de todos: un agente inmobiliario. Si yo quiero vender mi casa, llamo a un agente inmobiliario. Agente que pone su publicidad, la enseña, a veces decora la casa, busca un comprador y cierra un trato sobre el precio y otras condiciones. ¿Cuál es la relación jurídica, el vínculo contractual entre vendedor y agente inmobiliario? Pues muy probablemente sea un contrato de comisión.

Otra cuestión que hemos visto en la prensa: ¿es ilegal gastarse el dinero de una comisión en rolex, yates, pisos y lo que a uno le venga en gana? Pues no.

El ciclo de la vida consiste en: naces, creces, realizas un actividad económica por cuenta propia o ajena, si ganas dinero pagas impuestos, te gastas lo que te sobra después de gastos e impuestos, mueres y tus herederos pagan impuestos.

¿El dinero legalmente ganado te lo puedes gastar en un rolex? Sí.

A partir de que ya sabemos lo básico vamos a verlo con ejemplos.

En primer lugar, el señor Díaz Ayuso. Es el día de hoy que no existe, que conozcamos, ningún procedimiento judicial abierto. Ha pasado por diversas instituciones y no hay apariencia de ilegalidad, sea administrativa o delictiva en su relación mercantil con las administraciones públicas. Parece ser que el material era el contratado, el precio el estándar para la época y pasó los controles

administrativos correspondientes. Es decir, le cobró una comisión a una compañía mercantil y es algo legal.

En segundo lugar, los señores Luceño y Medina. Habrán leído muchas cosas pero la realidad es que están investigados (el imputado de toda la vida) por un supuesto delito de estafa. Nada de imputación por comisiones ilegales. Si hubo una estafa, como el dinero tiene una procedencia ilícita habría blanqueo de capitales tanto si se lo gasta en camisetas de Zara como en yates.

Hay que tener en cuenta, que el sistema para la contratación consistió en que los proveedores ofrecían bienes al Ayuntamiento, éste lo analizaba, pasaban los controles administrativos, los grupos municipales votaban las ofertas y realizaban la contratación. A partir de esta realidad, con profundidad de contratación administrativa hay una serie de particularidades técnicas sobre fijar los precios que, según he podido leer, no fueron aplicados ni a éste ni a ningún contrato en un momento donde no era sencillo obtener materia.

Para saber si hubo estafa entiendo que habría que resolver si hubo engaño al Ayuntamiento y si, sin ese engaño, habría pagado esas cantidades. En caso de existir engaño y, como consecuencia, el Ayuntamiento no hubiera pagado esas cantidades podría haber un delito de estafa y la consecuencia de un posible blanqueo de capitales.

Lo que parece que sabemos hasta ahora es que sí hubo material y que hubo ciertas partidas de material con el que el Ayuntamiento no estaba conforme. Devolvió el material y recuperó el dinero. Entiendo que hay que estar atento en la historia al precio y calidad de otros contratos de compra del Ayuntamiento a efectos de comparar si el Ayuntamiento adquirió material similar a precios similares. Esto es muy importante para establecer un elemento comparativo en esta noticia. En todo caso, nos sirve para ilustrar esta columna.

En tercer lugar, una historia que es casi desconocida y que no tiene mucha repercusión mediática pero que es un tema enorme-

mente llamativo. Han sido llamados como investigados (imputados de toda la vida) varios altos cargos del Ministerio de Sanidad por la compra de material sanitario por importe de 310 millones de euros.

Para que podamos comparar a estas alturas de la columna, el sr. Díaz Ayuso 283 mil euros por la compra de material; los señores Luceño y Medina, 11 millones; y los altos cargos 310 millones.

Volvemos a la tercera historia, tres altos cargos de los ministerios de Sanidad y Hacienda están investigados por prevaricación, malversación y fraude en el proceso de adjudicación de los contratos de emergencia.

Sin prejuzgar ni enervar la presunción de inocencia de estos altos cargos, este ejemplo, nos permite explicar que en aquellas fechas, las adjudicaciones por procedimiento sin publicidad con justificación en la extrema urgencia, aun a empresas sin dirección, ni cif publicado en el BOE eran habituales.

La cuestión no está en el hecho de esta forma de contratación sino porque, en los casos de la noticia, el material no llegó a aparecer, tenía una calidad tan baja que eran inservibles para su destino, los adjudicatarios eran empresas que no justificaban requisitos técnicos o su propia existencia y solvencia. Esta expresión no es muy técnica pero es ilustrativa.

En este caso, es más razonable entender que el vendedor del material sanitario sí habría cometido un delito de estafa y con los beneficios obtenidos un supuesto delito de blanqueo de capitales. Por otro lado, si la autoridad competente no fue diligente o dictó resoluciones injustas a sabiendas pues el delito no viene del lado de quien vende sino de quien compra.

Finalizamos, insistiendo en la misma idea todos los meses. Hay que tener mucho cuidado con la información que recibimos porque cuando se tratan asuntos jurídicos, sub iudice y mediáticos podemos tener una trampa detrás.

Luego está el asunto de Rubí y Piqué con el contrato de la Supercopa de España; pero eso es otra historia...

BONUS TRACK.- Isabel Pantoja fue absuelta del delito de insolvencia punible cuyas fotos tanto vimos en la televisión.

AVIS CORPORATE

EN TUS VIAJES DE NEGOCIO
ALQUILA TU COCHE Y
PAGA SÓLO POR LO QUE USAS.

Descárgate la App.



3 € POR HORA DE USO*



Para más información:
902 511 520
corporate@aviscanarias.es



OPINIÓN

CARMEN PÉREZ
SOCIA ÁREA LEGAL
AP CONSULTORES

✉ Carmenperez@ap-consultores.com

Hace unos días se viralizaba la noticia del contrato prematrimonial que habrían firmado Jennifer López y Ben Affleck, un acuerdo de lo más llamativo que ha provocado todo tipo de reacciones en los medios de comunicación y en las redes sociales. Ahora bien, ¿cabe ese tipo de pactos en España?

Los contratos prematrimoniales

¿puede una pareja que va a contraer matrimonio firmar un pacto de estas características?

Nuestro Código Civil permite todo tipo de pactos, siempre y cuando estos no atenten ni a la moral, ni al orden público, ni a la libertad de las personas, por lo que no podrían encontrar amparo legal aquellos pactos de índole sexual, ya que atentarían a la intimidad de los futuros cónyuges. No obstante, sí que es posible firmar otro tipo de pactos, principalmente de naturaleza económica, a través de las llamadas capitulaciones matrimoniales.

¿Qué son las capitulaciones matrimoniales? Se trata de documentos que deben firmarse ante Notario, por los cuales, las partes, futuros cónyuges, van a determinar cuál es el régimen económico que va a regir su matrimonio. Nuestro actual Código Civil regula tres tipos de regímenes económicos matrimoniales: gananciales, separación de bienes y de participación. En términos generales, a través del régimen económico de gananciales ambos cónyuges deciden crear un patrimonio común. A través del de separación de bienes, ambos cónyuges decidirían administrar y disponer de forma separada el patrimonio de cada uno de ellos. Y en el de participación, los cónyuges adquirirían un derecho a participar en las ganancias obtenidas por el otro cónyuge.

Si las partes no indican nada, y contraen matrimonio, lo estarían haciendo inmersos en el régimen de gananciales, aunque, durante su

matrimonio, si lo desearan, podrían cambiar dicho régimen al de separación de bienes, firmando capitulaciones matrimoniales. En un matrimonio que se ha celebrado sin capitulaciones matrimoniales, y que, por lo tanto, tiene constituida su sociedad legal de gananciales, todo aquello que se adquiriera se presumiría ganancial. Suele suceder este uno de los regímenes más utilizados en aquellos matrimonios en los que una de las partes va a renunciar a su carrera profesional o a su trabajo para dedicarse por completo al cuidado de la casa o de los hijos. En cambio, si se optara por un sistema de separación de bienes, se estaría protegiendo principalmente el patrimonio propio e individual, siendo una de sus ventajas la facilidad en la división en caso de divorcio, y la de impedir contraer deudas del otro.

También es posible firmar otro tipo de medidas económicas, a través de los contratos prematrimoniales, como pueden ser la renuncia a la pensión compensatoria, la obligación de pagar pensiones, el reconocimiento de una indemnización en caso de divorcio, o decidir qué va a suceder con la vivienda conyugal para el caso de que se rompiera el matrimonio (evidentemente, siempre que no afecte a menores). Si en el acuerdo ambas partes han renunciado a una futura pensión compensatoria, ese acuerdo siempre será vinculante, como también lo sería si se ha obligado a pagar algún tipo de compensación económica para el caso

de que se produjera la ruptura, con independencia, en principio, de lo que pudiera suceder en el matrimonio. Además, estos acuerdos adquieren mayor relevancia si los cónyuges son de distintas nacionalidades, ya que, a través de este pacto, se les permitiría fijar que legislación se aplicaría a su matrimonio.

Poco a poco, estos pactos van aumentando, pues cada vez más son validados por los Tribunales, ganando con ello verdaderos adeptos. De esta manera, el Tribunal Supremo ha reconocido la validez de acuerdos prematrimoniales señalando que “el profundo cambio del modelo social y matrimonial que se viene experimentando, que lleva a que la sociedad demande un sistema menos encorsetado y con mayor margen de autonomía dentro del derecho de familia, compatible con la libertad de pacto entre cónyuges que proclama el artículo 1323 del Código Civil, a través del cual debe potenciarse la facultad de autorregulación de los cónyuges”.

Por ello, teniendo en cuenta que el 60% de los matrimonios acaba en divorcio, si has pensado en contraer matrimonio, y dar el sí quiero, o si tu matrimonio empieza “a hacer aguas”, es un magnífico momento para plantearte firmar capitulaciones matrimoniales. Busca un debido y correcto asesoramiento jurídico, puesto que, aunque suene frío o poco romántico, el trauma no es divorciarte, sino hacerlo mal. Pongamos cabeza a ese proyecto de amor.



Jaguher

Instalaciones y servicios profesionales S.L.



fenie energía

EMPRESA DELEGADA

Empresa instaladora de B.T. y de Asesoría Energética especializada en la gestión y optimización de los gastos energéticos de sus clientes

Móvil: 658 769 577 · Tlf-Fax: 822 256 441
jaguher@gmail.com



Marquesina de 100kWp del hotel Spa Villalba en Vilaflor.

El Sector Hotelero se suma al Autoconsumo y se lo llevan los de fuera



OPINIÓN
SEBASTIÁN MARTÍNEZ
 CEO DE GREEN EFFICIENT SOLUTIONS

 kltian Martinez

 @Sebas_pvsolar

Con el regreso del turismo a nuestras islas, este año preve- mos estar al 90% del turismo anterior al Covid. Se nota, y mucho, que el sector hotelero aprovechó para reformar y adecuar sus instalaciones dotándolas de nuevos servicios y comodidades.

Con el regreso del turismo llegó también, como muchos lo habéis sufrido, la subida de la energía. Precios disparados a causa de la transición de fósiles a energías limpias que impuso la UE para el bien de todos que la terminó agravando el conflicto de Rusia con

Ucrania en estos últimos meses. Creando así la tormenta perfecta para que todos, pero sobre todo los hoteles, vean encarecidos sus gastos fijos.

Y es que poca broma con esto, muchos hoteles han pasado a pagar tres y cuatro veces más que en el 2019. Imaginaros el impacto de este incremento para uno de los sectores más afectados por la pandemia. Hablando con mi amigo Juan Reverón, director del hotel Spa Villalba en Vilaflor, me confirma de haber pagado cinco veces más en su factura energética post pandemia, esto sin duda fue un factor decisivo para poner en marcha su instalación solar.

La tendencia es clara en 2022, tanto los grandes grupos hoteleros como el hotelero local no tienen dudas que el Autoconsumo es la medida a corto plazo más rentable para el ahorro energético. ¿Por qué lo sé? Actualmente en el sector de las instalaciones fotovoltaicas 6 de cada 10 grandes proyectos los solicitan hoteles que quieren poner paneles en cualquier tejado que tengan libre.

Y por aquí viene un gran problema, los hoteles generalmente no se han diseñado para tener ni un consumo proporcional a sus dimensiones ni los arquitectos han pensado en la integración de sistemas solares en el momento de su construcción. Dejando muy poco espacio para poder llegar a un ahorro significativo en muchos casos, de ahí que haya hoteles que generen ahorro del 40% y que otros no lleguen ni a dos dígitos.

Por ejemplo, este año en Fuerteventura el sector hotelero va a aprovechar sus tejados instalando autoconsumo por una potencia superior 10 mW, estos son más de 22.000

paneles solares dando una energía anual aproximada de 20.000 Mw y un ahorro de unos 5.000.000€/año. Si a esto le sumamos las subvenciones Next Generation hace que las amortizaciones en este tipo de inversión no superen los 4 años.

Lamentablemente, la mayoría de estas grandes instalaciones las están firmando multinacionales de fuera que se aprovechan de la oportunidad que le damos al no tener un tejido empresarial compacto que les pueda hacer la competencia. La doble insularidad, la visión del empresario canario a corto plazo y las limitaciones del crecimiento empresarial por miedo generan un sector atomizado que hace que esta riqueza se vaya fuera y solo se quede aquí la mano de obra.

Veo todos los días a empresas instaladoras pequeñas y medianas con un potencial enorme ya que su personal está altamente cualificado y sus directivos van a por todas pero falta pensar a lo grande como piensan estas empresas de fuera. Mi pregunta es la siguiente: ¿qué pasaría si un Clúster o un grupo de empresas canarias se uniera a competir con las grandes multinacionales? ¿Qué haría el empresario Canario a la hora de elegir?

¿Están claras las innumerables ventajas que tendría el hotelero canario al hacerlo con empresas locales? ¿Saben los hoteleros que el 90% está subcontratado a empresas canarias a precios bajos?

Creo que estamos a tiempo de corregir esta tendencia y a favor de la economía circular no estaría mal establecer uniones empresariales para que todos estos proyectos generen riqueza y empleo altamente cualificado en Canarias para Canarias.



OPINIÓN

CRISTINA

AGUILERA ARDILA
DIRECTORA DE RELACIONES
EXTERNAS Y PROFESORA
DEL INSTITUTO CANARIO DE
TURISMO

 Cristina Aguilera Ardila

Estamos viendo cómo el turismo cada vez más está volviendo a su fase de recuperación. Hay ganas y necesidad de viajar; así nos lo han demostrado los buenos resultados obtenidos la pasada Semana Santa, pese a la incertidumbre y la coyuntura internacional que, lamentablemente, estamos viviendo, lo cual nos obligan a abrazar el optimismo anterior de una forma moderada.

También, el turismo de eventos y reuniones poco a poco comienza a recuperarse y así, cada vez más, vuelven a aparecer eventos de carácter corporativo; hablamos de ferias, convenciones, congresos, conferencias, viajes de incentivo... Herramientas necesarias para las empresas, con las que comunican en primera persona y donde conectan con los asistentes a través de diferentes experiencias bajo objetivos de divulgación, presentación, fidelización, comercialización, etc.

Un sector que también, gracias a la pandemia, ha acelerado procesos. Así, para la industria de reuniones, podemos constatar las principales tendencias del sector para 2022, mostradas en el nuevo informe Trends Watch Report, presentado en IBTM World de Barcelona, una de las ferias más importantes del mundo en turismo de eventos y reuniones. En dicho informe, se destaca la convergencia de las tendencias tras dos años de pandemia, así como la oportunidad que supone para la evolución del sector la entrada en el mundo profesional de los centennials, los nacidos a partir del 2.000, una generación extremada-

Nuevos tiempos para los eventos

mente social, militante y crítica.

En base a una apuesta por una mayor responsabilidad y conciencia social, la sostenibilidad será una de las cinco tendencias principales en 2022, con la exigencia de actos y no de palabras, e incluso se cuestionará más el porqué de los eventos, para evitar que sean una pérdida de tiempo y dinero. Bajo esta ola verde, en los eventos primará el ahorro energético, la reducción y medición de la huella de carbono, los catering sostenibles, el kilómetro cero, el control de compras para evitar excesos y residuos...

Igualmente, importante será la seguridad, para preservar a los asistentes a eventos frente a riesgos tanto para la salud, como para la protección de la información y los datos. El bienestar de los asistentes, así como la mayor atención a la diversidad, igualdad e inclusividad en los eventos son otras de las tendencias dominantes. Y la llamada "economía de la experiencia virtual: incorporando la tecnología en los eventos, pero siempre con un propósito, para

el bien de los asistentes o la sostenibili-

dad. Por último, otro tema predominante en muchos aspectos será la mezcla de lo local y lo global.

De igual modo, saliendo del ámbito de los negocios vuelven con fuerza los eventos sociales con una alta reactivación del sector nupcial, debido a todos los atrasos acumulados por la alta incidencia de la pandemia en los dos años anteriores, y, ¿cómo no?, bajo la necesidad de reencontrarnos con seres queridos y donde prima experiencia y el contacto con la naturaleza para el bienestar personal.

Un sector que, además, se ha adaptado a los desafíos actuales con optimismo, colaboración, flexibilidad y apertura al cambio, que vuelve mejorado gracias a la tecnología que nos permite ampliar el horizonte de nuestra audiencia y llegar donde antes no éramos capaces, permitiendo garantizar que las organizaciones maximicen su alcance y potencial comercial. Dejamos atrás, con todo, tiempos difíciles y tenemos ante nosotros un gran momento para volver a compartir ideas y generar conocimiento bajo nuevas experiencias en eventos...Es hora de volver a empezar.



2 y 3 +

CRUCES Y FUEGOS

Declarada Fiesta de Interés Turístico Nacional

29

ROMERÍA DE SAN ISIDRO LABRADOR

Declarada Fiesta de Interés Turístico Nacional



Más información
losrealejos.es/mayo2022

Seguimos asistiendo diariamente a la lamentable invasión de Ucrania por parte de Rusia y sus devastadoras consecuencias, en primera instancia en forma de vidas humanas y destrucción del país, y en segundo término en las derivadas que produce en la estabilidad internacional y en la economía global, sólo hace falta ver los últimos datos de inflación en las economías del G-20 para preocuparse por la pérdida de poder adquisitivo que esta ha generado y la gran inestabilidad e incertidumbre que provoca este conflicto bélico en medio del continente Europeo, sólo a un auténtico irresponsable desconectado de la realidad debido a la acumulación de poder autocrático durante años podría organizar e impulsar la invasión de un país al término de una pandemia y con la economía global afectada por problemas de abastecimiento debido a desajustes en las cadenas de suministros.

En estos últimos meses se han escrito ya ríos de tinta sobre esta cuestión, pero es muy difícil sustraerse a escribir otro poco más sobre el tema dada la estupefacción que aún me causa observar como el dirigente de la Federación Rusa parece que no se ha enterado de que el comercio ha sustituido a los impulsos belicistas que en el pasado eran el único recurso bárbaro de quienes querían algo que tenía el vecino, y es que desde el fin de la II guerra mundial, la creación de la ONU y otras organizaciones supranacionales, la UE y la primacía de cierto derecho internacional sobre el derecho de cada país nos hemos cuidado mucho de iniciar conflictos armados, máxime aquellas potencias que cuentan con armas nucleares dada la peligrosidad que entrañaría el uso de estas, ya que nunca en una guerra en las que se usasen habría un vencedor y de manera diametralmente opuesta a la victoria, todos perderíamos.

No tenemos más que echar un vistazo al pasado de Europa para ver como en los últimos dos mil años hemos estado matándonos entre nosotros sin parar y que tras la creación de la Unión Europea originariamente llamada Unión del acero y del carbón, esta manía de matarnos, invadirnos y atrapar los recursos del prójimo por la fuerza y sin contraprestación alguna ha disminuido sustancialmente y es que ese era el planteamiento y el objetivo inicial de los fundadores de la Unión, de manera que una unión de libre comercio e intereses económicos comunes en Europa desterrara el ardor guerrero que siempre nos caracterizó y que sólo trajo sangre, sudor y lágrimas.

De ahí que me niegue rotundamente a renegar las bondades de la globalización, y

Comerciar, clave para la paz

OPINIÓN

MIGUEL BORGES PAREJO
SALES MANAGER
CANARY ISLANDS FOR
SMY HOTELS

creo que cogiendo prestado el concepto que da título a la trilogía y obra magna de Antonio Escohotado, “los enemigos del comercio” son en cierta medida enemigos de la paz al menos en sentido metafórico ya que los más puristas me podrán decir que una guerra comercial no es precisamente pacífica, pero al menos si lo es en términos de destrucción física en sentido estricto. Y si negociar y comerciar nos civiliza y el interés y lucro individual que produce reparte las pulsiones de afán de poder y dominio en medio de las relaciones económicas en lugar de entre carros de combate y fuego de artillería pues bienvenido sea.

Una economía liberalizada en Rusia con instituciones democráticas que garantizaran seguridad jurídica, en medio de un marco regulador riguroso con una separación de poderes real que propiciarán que la economía compitiera realmente con las grandes del mundo y no el enano económico en el que se ha convertido, podrían haber disipado quizás ese impulso invasor, optando por influir en sus vecinos y en el mundo a través de las relaciones comerciales como hacen sus “aliados” chinos en lugar de iniciar invasiones y agresiones de este tipo.

Ojalá que el lenguaje y los mensajes amenazadores de los dirigentes rusos paren de una vez, los cuales han llegado a manifestar la posibilidad de una III Guerra Mundial



con uso de armas nucleares incluido, con la peligrosidad que según los expertos en el tema pueden llegar a entrañar el uso de expresiones de este tipo pudiendo desembocar en una escalada bélico-verbal de difícil resolución y un empeoramiento del conflicto que pospondría el fin de la guerra para más adelante trayendo más destrucción e inestabilidad económica.

La ralentización que en parte ha produci-

do este conflicto en la industria turística ahora que parecía que despegábamos de nuevo y podíamos volver este fin de invierno y primavera a niveles prepandemia en ocupación e ingresos está siendo manifiesto, y por ello estamos deseando que llegue a su fin lo antes posible por el pueblo Ucrainiano principalmente pero también para ver si de una vez reseteamos el mundo y podemos comerciar a todo gas y sin freno con los enemigos del comercio bien lejos, porque igual así y de nuevo podremos comprobar que comerciar es sinónimo de civilización, prosperidad y paz.

TODAS
LAS FORMAS
DE CONSUMO
DE
TABACO
SON
NOCIVAS

EVITA POSIBLES EFECTOS ADVERSOS EN TU BOCA



- Manchas en los dientes
- Alteraciones en el color del esmalte
- Halitosis (mal aliento)
- Disminución de la percepción de los olores y de los sabores
- Retraso en la cicatrización de las heridas en la boca
- Mayor dolor tras las extracciones dentales
- Palatitis nicotínica (manchas blancas y rojas en el paladar)
- Pigmentación de la mucosa oral (melanosis del fumador)
- Candidiasis oral (infección por hongos)
- Alteración de la composición de la saliva
- Pérdida de soporte óseo de los dientes
- Enfermedad periodontal (encías)
- Fracaso de implantes y tratamientos periodontales
- Lesiones precancerosas de la mucosa oral
- Cáncer oral

NO OLVIDES TU REVISIÓN SEMESTRAL CON EL DENTISTA, ESPECIALMENTE SI ERES FUMADOR, POR EL CUIDADO DE TU SALUD BUCODENTAL Y DE TU SALUD GENERAL.

colegio oficial de dentistas
LAS PALMAS

FUNDACIÓN
canaria dental

Turismo, verano y futuro

OPINIÓN

**ÓSCAR MIGUEL
ZÁRATE**

DIRECTOR EN POOL
DE EXCURSIONES Y
CODIRECTOR DE EL
PARAGÜITA PODCAST

 Óscar Miguel Zárate

 elparaguita_podcast

El pasado mes de abril ha sido un mes con mucho movimiento en el sector turístico. Por un lado porque se concretaron los mejores pronósticos de una Semana Santa, de la que hablaré a continuación, y porque el Gobierno puso fin a los Ertes por Covid, poniendo en marcha el Mecanismo RED.

El Mecanismo RED es, a grandes rasgos y con sus particularidades, una nueva forma de ERTE que está destinado en parte a un sector que lo ha pasado muy mal durante estos dos últimos años: Las Agencias de Viajes. Esta nueva iniciativa permitirá a las agencias que se acojan tener más tiempo para recuperarse y volver a los números de 2019 o bien, de lo contrario ganar también tiempo para adaptar su negocio para poder reincorporar a los trabajadores que aún sigan sin estar de alta de su jornada laboral habitual. Asimismo es una oportunidad para los trabajadores porque ofrece planes formativos para ampliar conocimientos en sus competencias habituales o para prepararse para otros puestos dentro del mismo sector o en otros. Sin duda ha sido en general muy bien recibido por las agencias de viaje pero, como es habitual, no siempre llueve a gusto de todos y es que hay empresas que se han quedado fuera de este beneficio y están ahora en peligro de desaparición.

Por ejemplo, aquellas empresas que se dedican a la intermediación de servicios turísti-



cos pero que no son agencias de viaje ni están en ninguno de los epígrafes para los que se ha definido el Mecanismo RED, han tenido que dar de alta a los trabajadores para los cuales no tienen trabajo pues han bajado las ventas, la situación aunque con síntomas de mejora, aún no es la de 2019 y seguramente será diferente a la de entonces. Hay que ponerse en la piel de esos empresarios, a los que aún no le salen las cuentas ni de lejos, quienes rezan para poder aguantar estos “perezosos” meses de mayo (y mitad de junio) hasta el boom del verano, si es que llega... Porque si algo hemos aprendido estos últimos 2 años es que no se puede dar nada por sentado y más con lo que está ocurriendo en Ucrania y la bestial

subida del IPC. No dejaremos a nadie sin ayuda, comentó el Gobierno durante la parte más dura de la pandemia. Pues bien, con esto pueden seguir cayendo empresas y, por tanto, puestos de trabajo, lo cual es todo lo contrario a lo prometido por el Gobierno. Desde aquí me gustaría transmitir mucho ánimo y fuerza para las empresas que se encuentren en esta situación, deseando que el Gobierno se plantee adaptar el Mecanismo RED para que, con ello, puedan seguir trabajando estas empresas muchos años más y, por tanto, manteniendo tantos puestos de trabajo, así como los impuestos y riqueza consiguiente.

El gran acontecimiento del pasado mes de abril fue la Semana Santa: Al fin un im-

portante periodo vacacional se pudo celebrar sin restricciones y cumpliéndose los mejores pronósticos. Incluso, se estuvo cerca de las cifras turísticas del mismo periodo en 2019, e incluso en algunos casos los alcanzaron o los superaron. Esto ha sido un golpe de aire fresco que aporta un poco de tranquilidad a todo el turismo: por fin se ve la luz al final del túnel y se respira cierta normalidad.

La previsión turística para este verano en todo el país es inmejorable. Y esas mismas buenas sensaciones tenemos en nuestras Islas Canarias, y no sólo para el verano sino también para este invierno, pues recordemos que gracias a nuestro privilegiado clima aquí el turismo no se para en todo el año. Todos recordamos que los analistas económicos esperaban el famoso “efecto de botella de champagne” en el turismo una vez se pudiera viajar tras la pandemia. Lo más parecido a ello es lo que veremos y ya estamos viendo este año con la semana santa como ejemplo (obviamente si ningún agente externo se pone en medio...). Como la evolución de la pandemia ha sido tan desigual, con tantos parones, retrocesos y reactivaciones, la confianza para viajar ha ido aumentando poco a poco y, aunque a muchas empresas les cueste volver a pillar el ritmo frenético al que estábamos acostumbrados, la actividad turística se producirá sin muchas complicaciones rondando unos las cifras de 2019, o quienes menos, pudiendo pagar a los proveedores y tener al fin beneficios y empezar a respirar.

Lo que no tengo claro del todo es qué pasará en 2023 y mucho menos si tenemos en cuenta que hoy más que nunca jugar a predecir lo que pasará en la economía es como mirar el horóscopo. El IPC sube a niveles altísimos lo cual implica a todo, incluyendo los tres grandes pilares: electricidad, gasoil y alimentos. Este año la gente tiene muchas ganas de viajar y lo va a hacer sin mirar tanto el presupuesto. En 2023 tal vez la demanda baje, se disperse durante el año, puede que el viajero tenga un menor poder adquisitivo y se plantee reducir los días de estancia o realizar sólo pequeñas escapadas para, a la par poder romper con la rutina y cargar pilas y, por otro, no comprometer su economía.

En todo ello debe trabajar el sector turístico pues estamos viviendo tiempos muy convulsos, expuestos a muchos factores externos que están comprometiendo la estabilidad económica e incluso la paz. Y, como ya comenté en el artículo del mes anterior, sólo sobrevivirán las empresas que más y mejor se adapten a los cambios.

UNA APUESTA POR LA MOVILIDAD SOSTENIBLE EN CANARIAS

alomon

CONSULTORÍA DE MOVILIDAD

consultoralomon.com

EXPERTOS EN MOVILIDAD SOSTENIBLE,
TRANSPORTE Y CIUDADES

IM INSTITUTO
DE MOVILIDAD

institutodemovilidad.com

Centro online de formación especializado en la
Movilidad, el Transporte y las Ciudades, y un lugar
de encuentro y de intercambio de experiencias



Canarias y el Atlántico

OPINIÓN

IGOR SUÁREZ

CONSULTORÍA ·
INNOVACIÓN · TECNOLOGÍA ·
INTERNACIONALIZACIÓN
RESPONSABLE DE EXPANSIÓN
GRUPO CARSA / INNOVALIA

in Igor Suárez

Es bastante probable que haya escogido uno de los peores momentos para ponerme a hablar de las oportunidades que hay en torno al mar. Más aún cuando casi cada día nos despertamos

con un nuevo “input” que parece ir indicando que Marruecos poco a poco va ganando metros de costa ante la indiferencia del Gobierno de España. Lo que es indudable es que el fondo de las aguas de Canarias y sus alrededores esconden tesoros que podrían cambiar para siempre el futuro de nuestras islas: telurio, petróleo, níquel, cobalto o incluso itrio....

No he venido aquí a buscar culpables, ni a responsabilizar de esta situación a la gestión de gobiernos presentes o pasados que no han sabido ver las oportunidades que se suponía existían en el fondo del mar y que no han sabido (o no han querido) ni defender los derechos de nuestras aguas, ni optimizar el aprovechamiento de esos recursos. Hoy vengo a hablar de otras aguas, y de otras oportunidades, las que se construyen en torno a la economía azul.

La economía azul aglutina diversas líneas del entorno marino-marítimo: el

transporte, los servicios portuarios, reparaciones navales, la pesca, el turismo de cruceros, las actividades náuticas, la desalación, la biotecnología o las energías marinas (undimotriz, mareomotriz, eólica offshore, geotermia marina o la osmótica).

A principios de este mes el CETECI-MA publicaba un acertado informe sobre el estado de la economía azul en las islas. Un estudio muy profundo que debería servir para la construcción de estrategias de crecimiento y potenciación alrededor de esta singular vertical económica. Una economía, que actualmente se cifra en un 7% del PIB regional, y que da empleo de manera directa a más de 45.000 trabajadores.

Existen múltiples líneas de financiación a la I+D+i para este sector a todos los niveles. En el ámbito regional, nacional y europeo se cuenta con los EATIC, SODECAN, los FEDER, las líneas directas de innovación o expansión (LDI o LIC-A), la Industria Conectada 4.0, Horizonte Europa o el Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (FEMP) entre muchos otros. Así, hasta tejer una red de líneas de subvención, préstamos o de instrumentos mixtos que ofrece más de 40 posibilidades de financiación diferentes para la elaboración y ejecución de proyectos ligados con la economía azul.

Hace ahora dos años que el gobierno de Canarias aprobaba la “Estrategia Canaria de Economía Azul”, hasta el 2030, donde se establecían los parámetros que debían fijar

la hoja ruta de desarrollo del sector, teniendo como palanca de desarrollo fundamental los “Next Generation”, unos fondos que están siendo infrautilizados por la administración y por las empresas, por una parte por la falta de ambición y recursos de la primera, y por otra por la falta de conocimiento de las segundas. Fondos que como refleja la Fundación de Estudios de Economía Aplicada (Fedea) en su último estudio solo han sido ejecutados en un 27,2 % en España durante el año 2021. Esto quiere decir que más del 70% de los fondos no han sido ejecutados. Más del 70 % sin ejecutar. El 70 %.

Y es aquí donde nos encontramos ante una coyuntura que exige una revisión de las pautas y procedimientos seguidos históricamente en España en general y en las islas en particular, y precisamos aumentar el nivel de ambición, con el objeto de mejorar los resultados. Para ello se antoja fundamental que tanto administraciones como empresas, se apoyen en profesionales especializados que puedan acompañar en la búsqueda de financiación y que ayuden a la ejecución de los proyectos. Es prioritario que las administraciones creen de una vez oficinas técnicas para la gestión de los mismos, y que deleguen esa carga de trabajo tan especializada liberando a la administración de una responsabilidad que por su composición interna y las barreras que la ley de contratos del sector público ha creado, no está siendo capaz de asumir de manera correcta. Pero también es imprescindible que los empresarios de todos los sectores eliminen sus barreras mentales y no dejen pasar las oportunidades de crecimiento que ofrecen los fondos europeos.

En lo relativo a la economía azul, en Canarias contamos con unos sectores firmemente consolidados, como son la pesca, el transporte marítimo, los puertos y la reparación naval que son los pilares sobre los que se apoya este modelo económico; contamos con una gran posibilidad de desarrollo de sectores que ya están creciendo como son los cruceros, el turismo náutico, la desalación y la acuicultura (especialmente de la dorada y la lubina); y es responsabilidad de todos facilitar el impulso de los sectores emergentes de la “Blue Economy”.

Canarias precisa encontrar nuevos nichos de crecimiento económico, para liberar de la enorme carga que descansa sobre el sector turístico, y eso pasa por aumentar el nivel de ambición en cuanto al I+D+i en otros sectores, y no poner freno al impresionante desarrollo que puede haber alrededor de dos de los sectores que tienen mayor margen de crecimiento: la biotecnología marina y la aplicación de energías renovables marinas.

Canarias precisa de un espacio que actúe de polo de innovación tecnológica marina. Canarias puede y debe liderar las políticas europeas ligadas a la economía azul, y convertirse en el espejo en el que el resto del mundo quiera reflejarse. Pero para eso hace falta creérselo, y aprovechar hasta la última gota de los medios que hay a nuestro alcance, sin desaprovechar las múltiples posibilidades de financiación que nos ofrecen los fondos “Next Generation”. Pero también hace falta un territorio valiente, políticos visionarios y que alguien dé un paso al frente para acoger este polo de desarrollo económico.

Canarias debe seguir creciendo como lo ha hecho desde el origen de los tiempos y esto pasa por seguir aprovechando las oportunidades que surgen del Atlántico.

OPINIÓN

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

 Raquel García Hammerhoj

 @raquelhammerhoj

 @HammerhojR

Imagen, Moda y Sentimientos

¿Qué imagen damos? ¿Somos conscientes de ella? ¿La usamos? ¿La cuidamos?

Estas preguntas pueden pasar desapercibidas para algunos de nosotros pero en realidad, son más que importantes, por el mismo motivo por el que somos capaces de diferenciar a un banquero de un deportista, o a un cargo directivo de un perfil creativo.

Nuestra imagen habla de nosotros antes incluso de abrir nuestras bocas. Entonces, ¿la usamos? Algunos de nosotros sí, otros no, y esa misma decisión, ya transmite parte de nuestra personalidad. Nos podemos hacer una idea de una persona, esa primera impresión, simplemente atendiendo a si cuida o no su apariencia.

¿Qué ha hecho la industria de la moda con esto? ¡Usarlo! Por supuesto que sí. Igual que usaron en su momento el impulso consumista de las mujeres en la década de los 20, época gloriosa de libertad femenina en la que la mujer accedió al mundo laboral y al voto en EE.UU. En señal de libertad y poder, las mujeres arrasaban en los grandes almacenes. Querían gritarle al mundo que eran libres para decidir qué hacer con su dinero. La moda era un símbolo, una imagen y trasladaba un sentimiento de poder e independencia.

Por lo tanto, la imagen, habla de nuestra personalidad y provoca sentimientos. Tanto para al que utiliza la moda, como para el que la observa.

Actualmente trabajamos bajo estas premisas y cargamos de sentimientos todos los



artículos de moda que lanzamos al mercado. ¿Por qué? Porque estamos en la época en la que nos preocupa más que sentimientos tenemos y generamos que comprar un producto de mejor o peor calidad, más o menos duradero.

Queremos contar qué sentimos con nuestra imagen, quiénes somos y qué pensamos. La diferencia entre comprar un bolso prácticamente igual en una marca o en otra es que una de ellas transmite unos sentimientos y una historia con la que nos sentimos más o menos identificados.

Todo el storytelling de las marcas cobra más importancia que nunca. Los consumidores están sobre saturados de información. La única forma de decidir qué y dónde consumir es a través del sentimiento que la historia de la marca les evoca. Por eso Dolce Gabanna siempre usa modelos masculinos híper musculados con caras muy marcadas, cuadradas y miradas desafiantes. Captan a ese hombre que quiere dar una imagen dura, de “machote del mediterráneo”. Por el mismo motivo “Channel” tiene un fetiche especial con imágenes andróginas y fuertes como la que desprende Cara Delevingne o Kristen Stewart, reivindicando a esa mujer liberada, fuerte y con una personalidad desafiante, como la de Cocó.

En definitiva, ¿por dónde comenzamos? Tanto si eres marca como consumidor, lo primero que tienes que plantearte es, qué quieres transmitir. Y a partir de esa decisión tomar todas las demás.

Si como marca, quieres transmitir sostenibilidad, responsabilidad y equilibrio, como es nuestro caso, la imagen de todo, absolutamente todo, lo que hagas y las decisiones que tomes, deben ir en consonancia con esa imagen.

Si como mujer, quieres dar la imagen de alguien fuerte, decidida, segura de sí misma y comprometida con tu entorno natural, todas tus decisiones de compra deben ir en consecuencia.

Ya no vale el comprar por comprar, o vender por vender. Ahora necesitamos contar algo y comprar eso que nos cuentan. Porque me vale, porque me lo creo, porque me identifica y porque cuenta algo de mí y de mi personalidad.

Así que estamos en el momento en el que el autoconocimiento de nosotros mismos, y nuestras marcas, es fundamental, para entender qué imagen queremos transmitir y por tanto qué decisiones de compra debemos tomar. No vale el todo por el todo.

¿Y tu? ¿Usas tu imagen? ¿La cuidas? ¿Te conoces? ¿Te comprendes?

Ólvdate del “Excepto Canarias”

Ahora todas tus compras online llegan a Canarias con Club e-loger.

Y si tienes un ecommerce u otro negocio, importas / exportas a la península, e-log es la solución logística perfecta para ti.

e.log
CANARIAS

e.logger
Club

www.e-log.es





OPINIÓN

JUAN ALBERTO GUTIÉRREZ HERNÁNDEZ

JAGUHER INSTALACIONES Y SERVICIOS PROFESIONALES S.L.

Durante el confinamiento, cuando los ciudadanos pasamos tanto tiempo en casa que, por lo general, usábamos solo para dormir, nos dimos cuenta que nuestros hogares eran precarios, no teníamos ni siquiera una silla adecuada donde sentarnos y pasar ocho horas teletrabajando, lo mismo pasaba con

¡Con la administración nos hemos topado!

nuestra conectividad, iluminación o incluso la temperatura al no disponer de climatización. Finalizado esa etapa, la gente empezó a demandar servicios para mejorar las cuestiones relacionadas anteriormente y habilitar zonas de las viviendas para adecuarlas al teletrabajo ya que sabíamos que esa situación había llegado para quedarse. Una de las cuestiones negativas que el trabajar en casa había traído, era el que nuestra factura de la luz y de la telefonía se estaba encareciendo considerablemente, por lo que pronto, al amparo de los nuevos marcos regulatorios y de la disponibilidad de subvenciones para ello, en nuestras cabezas empezó a fraguarse el instalar autoconsumo, ya esa idea la valorábamos desde hacia tiempo, de una forma u otra, la conciencia medioambiental empezaba a estar más presente.

De pronto, como algo inusual y sin precedentes para las empresas que nos dedicamos profesionalmente a ello, empezamos a recibir tal demanda de estudios para ofertas de autoconsumo, que tuvimos que dar “una vuelta de tuerca” a nuestras organizaciones incor-

porando medidas para dar respuesta a dicha demanda (recursos humanos y técnicos).

Nos dimos cuenta que el denominador común de la demanda de nuestros clientes es el tan conocido “llave en mano”. El que te adjudiquen o no una obra depende en gran medida de si además de realizar el trabajo, le resuelves la gestión administrativa: permisos municipales, bonificación del IBI, certificación ante industria, compensación de excedentes ante la distribuidora etc.

La realidad es que cada día firmamos más acuerdos para prestar nuestros servicios, mas si cabe con el encarecimiento de nuestra factura de la luz, pero el punto desagradable y desesperante, está siendo el tratar con una administración que bloquea y paraliza nuestra actividad. Queremos y debemos trabajar siguiendo los pasos establecidos, cumpliendo las leyes, pero su lenta respuesta para seguir avanzando nos avoca a trabajar solo un par de meses al año, ya que los ayuntamientos no contestan en menos de tres meses a nuestra solicitud de comunicación previa, la consejería no inscribe en el registro una instala-

ción en menos de tres meses, ayuntamientos adheridos al pacto de los alcaldes no recogen aún en su ordenanza la bonificación en el IBI, El Consorcio de Tributos o el departamento de recaudación de impuestos municipales, no aplica la bonificación correspondiente en tiempo y forma, las subvenciones, una vez aprobadas, aceptadas y justificadas tardan más de 9 meses en ser efectivas. La realidad es que tenemos una administración colapsada a todos los niveles sin que sus responsables políticos vean la realidad, queremos crear empleo, queremos fomentar la economía local, nuestros servicios también son producto de km 0. Ahora mismo el caos es tal que los fondos “Next Generación” que nos venden “a bombo y platillo” serán devueltos en un alto porcentaje por la

ineficacia de las administraciones responsables en su gestión, por ello, ruego encarecidamente a los responsables políticos de cada área implicada, bajen pongan los pies en el suelo para resolver los problemas que tienen, tanto de recursos humanos como de implicación del funcionariado en este asunto.

TRAYECTOS CORTOS, GRANDES SENSACIONES

La manera más tradicional de viajar



FAST FERRY

LANZAROTE FUERTEVENTURA

PLAYA BLANCA	CORRALEJO
09:30	16:30
12:30	18:30

CORRALEJO PLAYA BLANCA

10:30	17:30
13:30	19:30




EXPRESS FERRY

LANZAROTE LA GRACIOSA

ORZOLA	LA GRACIOSA
08:30	16:00
10:00	17:00
11:00	18:00
12:00	19:00
13:30	*20:00

LA GRACIOSA ORZOLA

08:00	15:00
08:40	16:00
10:00	17:00
11:00	18:00
12:30	*19:00

* 1 JUL - 31 OCT





Vive una excursión inolvidable

www.lineasromero.com

FERRY . TRANSPORTE . EXCURSIONES

NEVER STOP EXPLORING

ESCANEA Y RESERVA



Querido Ángel Víctor, nos vemos en los premios de AJE Canarias

OPINIÓN

AGONEY MELIÁN
PRESIDENTE DE AJE
CANARIAS

 Agoney Melián Sosa

 @agoney_melian



La agenda de un presidente no es fácil. Lo digo porque, salvando las distancias, desde el momento que asumí el reto de liderar mi organización, mis actividades sociales y reuniones de trabajo se han multiplicado por seis y puede que me quede corto. Si sumamos la cantidad de cuestiones a las que nuestro presidente, Ángel Víctor Torres, ha tenido que hacer frente en este mandato, no quiero pensar la cantidad de compromisos de trabajo que tendrá que resolver en su día a día.

Yo, para decidir cómo debo organizarme, he aprendido a priorizar por urgente, muy importante, importante y cortesía. Es una buena fórmula porque así nunca dejo que nadie se sienta del todo mal, y aunque sé que hay cuestiones que no son de mi competencia o que no serán útiles para la juventud empresaria, hago que nadie se sienta menospreciado e incluso ignorado.

Ya casi llevo dos años de mandato, y la primera cita a la que invité a Ángel, fue al evento donde me nombraron presidente de la única organización empresarial joven del territorio canario, AJE Canarias. Nos mandó un vídeo el día del evento y le estoy muy agradecido.

Después de ese día nos ha sido imposible cuadrar una cita y créanme si les digo, que a pesar de que las personas que componen la junta directiva de AJE han puesto mucha voluntad, no lo hemos conseguido. Tendremos que seguir esforzándonos.

Más que emprendimiento

Nos apetecía mucho presentarle nuestra organización. No por nada concreto, simplemente por ponernos a disposición del gobierno para devolver la esperanza a la juventud de Canarias. Para aunar esfuerzos y, por qué no decirlo, porque considero que es urgente dignificar la figura de nuestro colectivo.

AJE Canarias es la organización joven empresarial que aglutina a todas las perso-

nas empresarias menores de 41 años, donde existe una gran diversidad de sectores y cuentas de resultado. Vamos, que la magia del colectivo es que conocemos a muchas personas emprendedoras que están intentando sacar adelante su idea, y empresarios y empresarias en activo que facturan millones de euros. A mí me parece mágico y muy interesante.

Sólo para que nos hagamos una idea, entre las juntas directivas la facturación ronda el medio billón de euros, y los puestos de trabajo que generamos supera los 6.000 empleos. Confieso que no soy quien más aporta a estos números, pero todo se andará.

La unión territorial

A pesar de las complicaciones derivadas de la pandemia, la juventud empresaria de Canarias ha hecho un ejercicio de responsabilidad. Hemos unido a todas las organizaciones a nivel regional, para crear un proyecto sólido y capaz de dar respuestas reales a los retos de nuestro colectivo.

Hemos mejorado nuestra financiación, nuestra representación en la sociedad. Hemos llevado nuestro acento a Madrid para compartir vivencias con todo el territorio nacional. Hemos puesto en marcha proyectos como PUNTO AMIGO, o “En buscas del GEN EMPRENDEDOR”, donde queremos apoyar de manera real a las personas emprendedoras. Hemos mejorado nuestra representación en las islas no capitalinas, y lo hemos hecho porque estamos unidos y trabajando como la hormiga guerrera, en equipo y con fuerza.

Creo que este es un buen motivo para sacar pecho.

Las ODS como parte de nuestro proyecto

AJE Canarias es una organización con valores y como hechos son amores, es importante destacar que fuimos la primera organización empresarial de nuestra tierra en ser firmantes del pacto mundial. Antes de que la gente empezase a ponerse esos pins tan chulos y coloridos de las ODS.

Trabajamos, desde el convencimiento de que es lo correcto, sin pedir dinero a cambio. Simplemente porque, muchos de los que formamos esta organización somos unos millennials comprometidos con dejar a las generaciones venideras un mundo mejor y más justo. Lo hacemos y seguiremos haciendo porque consideramos que las empresas tienen un poder transformador tremendo y muy poco usado para cambiar cosas y mejorarlas.

AJE tiene impronta de mujer

Somos una organización que cree en la diversidad como fortaleza. Hablo de diversidad en la amplitud de su palabra. Pero si algo nos ha caracterizado, es por trabajar sin descanso para que la mujer ocupe el papel que le corresponde en los puestos de responsabilidad de nuestro colectivo.

Hemos roto todos los estereotipos pres-tablecidos en el mundo empresarial tradicional, creando un ecosistema donde hombres y mujeres nos sentimos cómodos trabajando juntos, haciendo proyectos y construyendo una organización más igualitaria.

Hemos roto el techo de cristal teniendo, por primera vez en la historia de la organización, una presidenta de la provincia de Tenerife, además de una Secretaria General Regional, que por cierto, acaba de ser madre.

El mejor ejemplo de que AJE tiene impronta de mujer es nuestro evento Club de Capitanas, que fue una reunión de mujeres talentosas del mundo empresarial hablando de economía.

Tenemos juntas igualitarias y diversas en género y tipos de empresa y eso, me hace sentir especialmente orgulloso.

La Consejera, nuestra aliada

Elena Máñez, Consejera de Economía, siempre ha tenido una actitud cercana con nosotros, y esto es de agradecer. Tenemos hilo directo con ella y siempre que se lo he solicitado y ella ha podido, ha estado ahí.

Dejo esto claro, porque estas letras no pretenden ser una perreta en contra del gobierno ni mucho menos. Es un ejercicio que hago para no esperar más a esa reunión con el presidente y contarle las cosas que creo que debería de saber.

Hablemos de la Ley Canaria de Apoyo a la Juventud Empresaria

Si de algo me he dado cuenta en esta etapa como presidente de AJE Canarias, es que a la juventud empresaria nadie la tiene en cuenta. No estamos representados en ningún sitio y que se escuche más o menos nuestra casuística, depende siempre de la habilidad que tengamos las juntas directivas para hacernos oír.

Ni siquiera la juventud, que tanto se queja de esto, ha sido capaz de darnos nuestro espacio. Todo esto que cuento, es un hecho objetivo y constatable. Asumámoslo sin dramas.

Un claro síntoma de que no somos relevantes es la incapacidad que hemos tenido de reunirnos con Ángel Víctor ¿no están de acuerdo conmigo?

Hasta ahora, la responsabilidad ha sido nuestra por no hacer nada, pero es urgente y de interés general, facilitar y dignificar a la juventud empresaria de Canarias mediante una ley que nos reconozca y nos dignifique porque... que quieren que les diga, a esto nos dedicamos de manera gratuita y con generosidad. Me parece que nuestro trabajo no tiene que ser ganar los espacios de representación y hacer entender nuestra situación. Nuestro trabajo es, claramente, conseguir que ni una sola idea de negocio de cualquier persona joven sea cual sea su residencia en Canarias, deje de ver la luz, que se sienta apoyada y pueda generar riqueza y empleo a nuestra tierra. Vamos, devolver la esperanza a un territorio donde la juventud, a día de hoy, lo tiene bastante jodido.

Los premios AJE Canarias

Presidente, cuanto tenga un hueco, lea este artículo. Así nos conocerá un poco mejor y sabrá si podemos contribuir algo a la mejora de nuestras islas. No es lo mismo que mirarnos a los ojos y gastarnos unas bromas, pero si conseguimos que nos conozca... a mí me vale.

Soy un joven, o no tan joven ya, isletero. Forjado al Sol del Confital y que le gustaba nadar hasta la barra de la playa de las Canteras. Creo que sobrevivir en mi barrio me hizo ser inconformista, y vivir en Canarias me ha hecho optimista. Por eso, aún conservo la esperanza de que, antes de que acabe la legislatura podamos conocernos mejor.

El 16 de septiembre en Gran Canaria, la isla donde reside, celebramos los premios AJE CANARIAS por la tarde. No me diga que no se lo ponemos fácil, avisado queda con tiempo y en su isla.

Querido Ángel Víctor, nos vemos en los premios de AJE Canarias.

Don funcionario

OPINIÓN

OSCAR IZQUIERDO

PRESIDENTE DE FEPECO

Vamos a dejar todo claro desde el principio, para evitar malentendidos, porque algunos suelen ser insidiosos. Dar la vuelta a lo que se quiere, es fácil cuando hay mala intención. Por eso, quiero aclarar diáfamanamente, que siempre he sostenido, que las generalizaciones llevan grandes dosis de error, porque no se puede hablar de todos por igual, cuando sabemos que, precisamente somos muy diferentes o meter todo en el mismo saco, sin clasificar previamente lo que se introduce. Por lo tanto, cuando me refiero a los funcionarios empoderados, no estoy señalando al conjunto, sino algunos que, por cierto, son los que dan mala fama a la inmensa mayoría, de los buenos y profesionales empleados públicos.

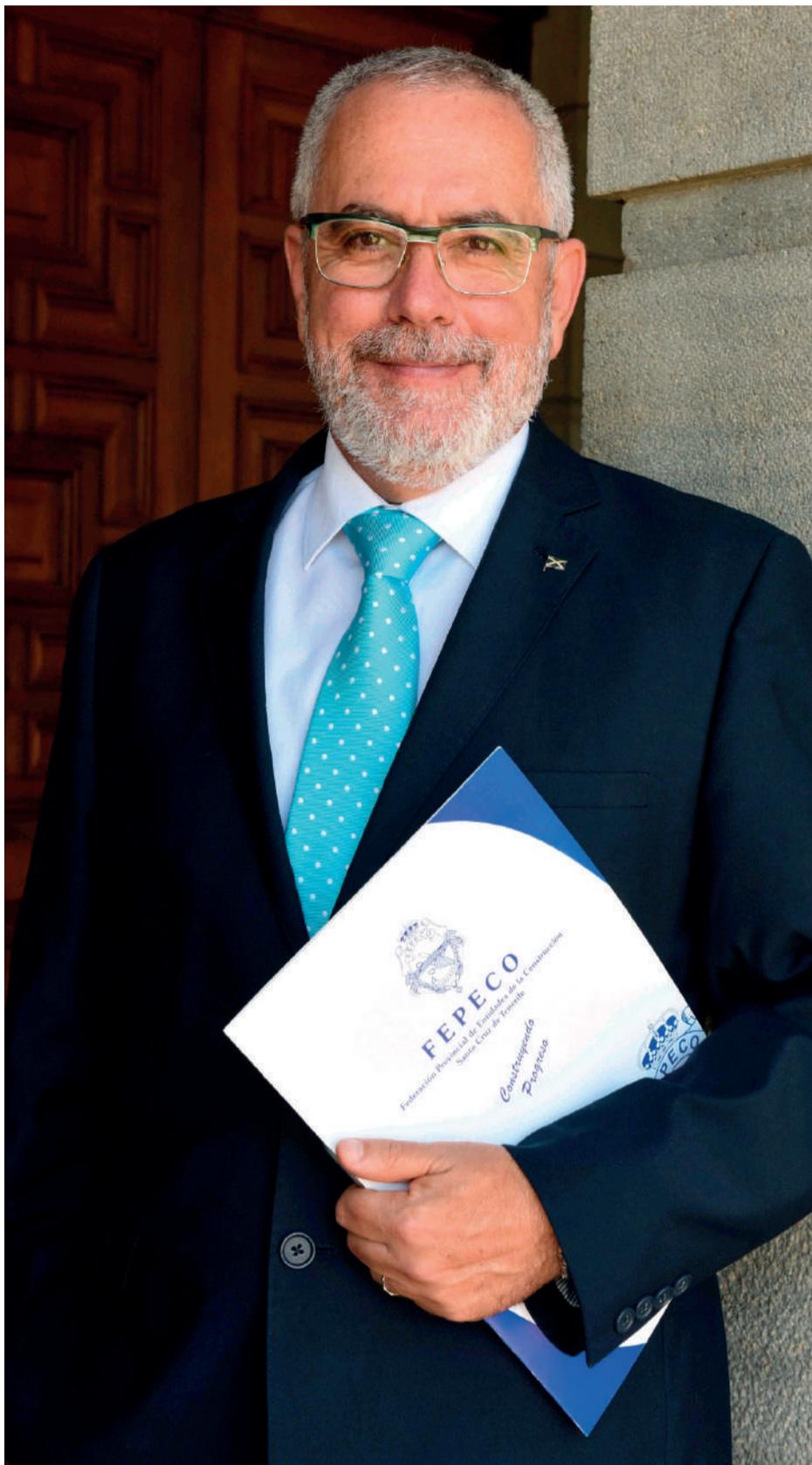
No sólo los empresarios tenemos que soportar sus insolencias, sino también, los ciudadanos, que incluso están más indefensos. En la Función Pública, hay verdaderos expertos, que se gastan literalmente en su trabajo, incluso haciendo más, para compensar, lo que algún compañero siempre hace menos. Los listillos, suelen ser muy astutos, avisados, especialmente ladinos, sobre todo, para escaquearse del trabajo. ¡Cuántas bajas a lo lumbago o depresión! especialmente para no firmar el expediente o licencia que no le apetece conceder. No importa el trámite que tengan que hacer, ni si detrás del mismo hay inversiones millonarias, que significaría trabajo, empleo o bienestar social. Le traen al paio, porque su nómina no sufrirá ningún descenso, es más, algunas veces, parecen que disfrutan retrasando lo que tiene que hacerse con prontitud.

Empoderar, significa literalmente dar a alguien autoridad, influencia o conocimiento

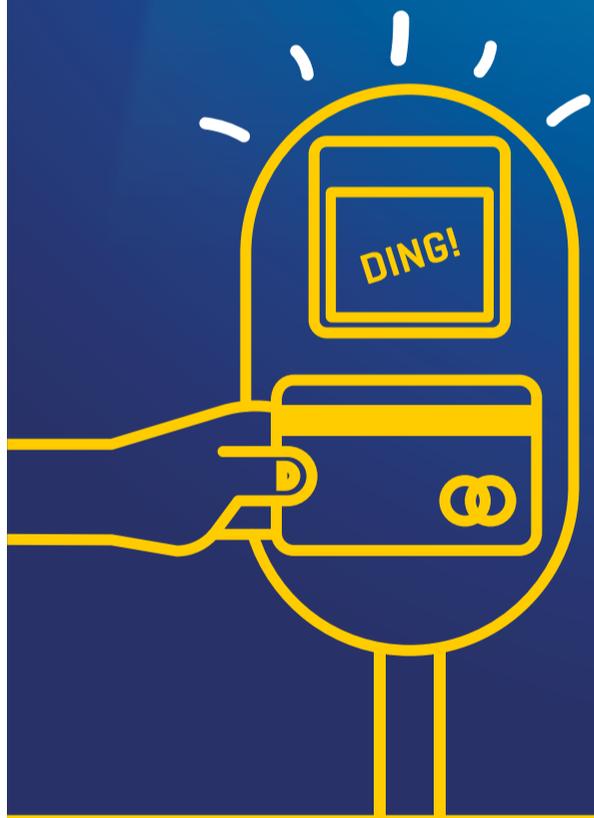
para hacer algo. Es verdad, que se gana a través del sacrificio que significa estudiar, sacar unas oposiciones, capacitarse y estar continuamente reciclándose. Tiene mucho valor y hay que reconocerlo sinceramente, porque lo que cuesta, debe tener fruto abundante. Por otro lado, tenemos a los que no tienen interés en ponerse al día, se saben todo desde siempre, como la antigua Enciclopedia Espasa-Calpe, que termina apolillándose. Con soberbia, se creen intocables, porque tienen un trabajo fijo, incluido el plus de productividad que, por cierto, no se mide. Son los que dicen en plan mayestático, la famosa y repetida frase de “yo hago lo que me dicen, pero como quiero y cuando quiera, porque al final, el político cambia y yo me quedo” y permanecen tan a gusto como un pato en un charco de fango. “Todos los empleados públicos deberían descender a su grado inmediato inferior, porque han sido ascendidos hasta volverse incompetentes” sentenció el filósofo español José Ortega y Gasset, el sabrá porque lo dijo.

Voy a poner un ejemplo anecdótico, que he visto y leído en una red social, claramente en una cuenta falsa, pero que es cuando menos sintomático o ilustrativa de lo que se siente. A lo mejor, se ha dado el caso alguna vez, tal como lo cuenta la señora o de forma parecida. Comienza diciendo: “Difusión. Tengo 57 años. Llevo trabajando para la administración toda la vida. Me acaban de denegar por tercera vez la jubilación porque tengo que esperar a los 60. Voy a empezar a cogerme bajas hasta que cedan. ¿es necesario llegar a esto? Triste y decepcionada” literal, aunque parezca mentira, imagínense los comentarios.

No vamos a caer en el catastrofismo del escritor italiano Dino Segré, que decía “los funcionarios son los empleados que el ciudadano paga para ser la víctima de su insolente vejación”. Pero si es verdad, que los empresarios estamos hartos de que las interpretaciones personales, las peleas internas competenciales, la incapacidad para buscar soluciones, pero si encontrar problemas, imposibiliten que salgan adelante grandes proyectos, para reactivar nuestra economía, crear empleo y mayor calidad de vida.



PARA PAGAR... ...na naaa nanana



Dos nuevos métodos de pago:
Bono Virtual y Tarjeta Bancaria

Estar  conectar

 **GUAGUAS**
PARA TODO. PARA TODOS.

www.guaguas.com



Nace Maarlab: Innovación al servicio del destino

Maarlab es una nueva empresa tecnológica nacida en Canarias que surge con la idea de aportar soluciones al sector alojativo desde una visión centrada en la venta directa, el marketing digital y el conocimiento del cliente, impulsando sus negocios en el ecosistema digital.

Esta innovadora apuesta surge a partir del conocimiento atesorado por Raúl Domínguez, CEO y fundador del proyecto, quien durante su etapa como director del departamento de Marketing e Innovación de Spring Hotels Group fue responsable de proyectos exitosos

de gran alcance. Según sus propias palabras, “Marlaab no es sólo un gestor digital, es un actor que nace para impulsar la transformación del modelo turístico y un espacio en el que volcar todo nuestro conocimiento digital”. Desde ahí busca seguir cuestionando y proponiendo “soluciones útiles y eficaces que ayuden a las empresas a mejorar su modelo de negocio”.

Domínguez asegura asimismo que “las circunstancias actuales nos están brindando la oportunidad de construir un nuevo modelo de industria más innovador que debe ser capaz de crear destinos turísticos más sostenibles, porque la capacidad que tengan las empresas locales de competir en un entorno digital globalizado será el verdadero indicador de desarrollo sostenible de un destino.”

El reto de la conectividad

Si entendemos que la datocracia y la revolución digital ya no son cosa del futuro sino del presente, el reto inmediato para el sector alojativo en Canarias se centra en tomar conciencia de la importancia de la conectividad como palanca para potenciar su venta directa. Con ella, también es posible mejorar la sostenibilidad de sus negocios.

Raúl Domínguez: “Vender habitaciones sin vuelos es como vender zapatos sin cordones. Es un producto incompleto que no satisface la demanda real del cliente que quiere visitarnos”.

La primera solución que lanza Maarlab se centra en capacitar a los establecimientos para que puedan incorporar fácilmente a su oferta alojativa toda la oferta de vuelos del mercado directamente en su propia página web, cubriendo así una demanda creciente y convirtiéndose en la primera y única solución tecnológica canaria que permite al alojativo ofrecer un paquete vacacional completo. Lo hace además a precio competitivo y en su propia página web, beneficiándose de los acuerdos estratégicos de Maarlab con aerolíneas.

Para Miguel Villarroya, director general de Spring Hotels Group y representante en Canarias de Diagonal Plaza, ha querido dar su opinión sobre el CEO de Marlaab: “Cuando te encuentras con alguien con un talento y pasión tal que trasciende el marco de nuestra principal actividad empresarial, tienes dos opciones: perder ese talento o apostar más que nunca y ayudarlo a impulsar su propio proyecto profesional”.

Villarroya es el principal impulsor de un proyecto que considera que está alineado con su «visión sobre el futuro de la actividad turística y de destino». “Estoy seguro de que tiene palancas para potenciar la necesaria transformación digital del sector turístico de Canarias.”



1 RENT A CAR



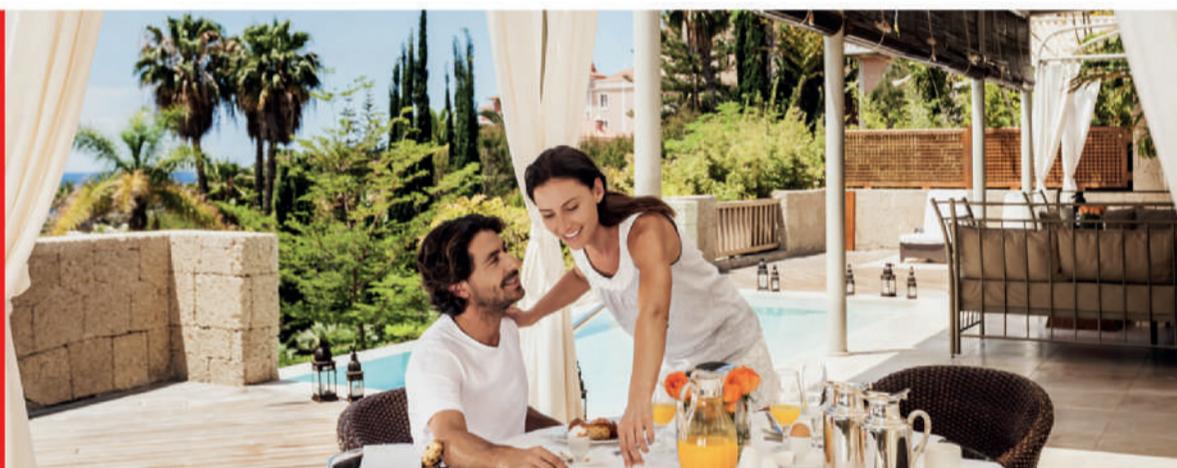
2 TRANSFERS

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 Cabildo y AJE fomentan y tutelan el emprendimiento de los más jóvenes



► La consejera de Juventud, Concepción Rivero, señala que el objetivo del proyecto En busca del gen emprendedor es apoyar el desarrollo profesional de la juventud, tanto para que adquieran una visión sobre el tejido empresarial, como para que obtengan herramientas para emprender

El Cabildo de Tenerife, a través del área de Educación y Juventud, pone en marcha junto a la Asociación de Jóvenes Empresarios, AJE, el proyecto En busca del gen emprendedor, que arran-

ca con la misión de fomentar la cultura emprendedora, mediante la creación de un itinerario formativo a desarrollar en espacios de juventud de la isla con el que conectar a la juventud tinerfeña con empresarios que les ayuden a ver cómo es el proceso de emprender

y desarrollar las aptitudes y actitudes que deben adquirir para poner en marcha una empresa.

En rueda de prensa la consejera insular de Juventud, Concepción Rivero, junto con la directora insular, Isabel Bello, y el presidente de AJE Canarias, Agoney

Melián, desgranaron las diferentes actividades y formaciones, con 48 talleres, que se llevarán a cabo hasta el 27 de julio en las seis sedes que Ponos tiene en la isla: Santa Cruz, La Laguna, Candelaria, Arona, Guía de Isora y Los Realejos.

La consejera insular de Juventud señala que el objetivo del proyecto En busca del gen emprendedor es apoyar el desarrollo profesional de la juventud, tanto para que adquieran una visión sobre el tejido empresarial, como

para que obtengan herramientas para emprender.

Rivero explica que este proyecto no solo fomenta la emprendeduría, sino que además permitirá la mejor integración de los jóvenes aprovechando su gran talento. A lo que añadió que "si les ayudamos a crecer y a desarrollar sus ideas Tenerife crecerá y se fomentará el empleo".

Por su parte, la directora insular, Isabel Bello, recuerda que En busca del gen emprendedor se enmarca dentro del programa Ponos, proyecto de orientación y oportunidad de empleo para jóvenes enfocado en principio al empleo por cuenta ajena, pero en la que se aborda también el emprendimiento. Bello añade que "este proyecto no es solo de formación sino también de conexión entre jóvenes que quieren emprender y jóvenes empresarios que les compartirán sus experiencias".

El presidente de AJE Canarias, Agoney Melián, explica que En busca del gen emprendedor realizará el itinerario formativo en toda la isla, en el primero de ellos Ser o no ser empresario se expondrán casos reales de emprendimiento; en el segundo Talentómetro se trabajarán conceptos sobre el talento, el análisis individual y el desarrollo personal; el tercero Cree y crea tu idea se trabajarán diferentes modelos de negocio y por último, en la cuarta jornada se llevará cabo una jornada de puertas abiertas con la visita a empresas en funcionamiento.

Además de estos talleres formativos se llevarán a cabo 3 eventos networking para conectar a jóvenes emprendedores con empresarios, uno por zona de la isla de Tenerife, en los que se celebran el 13 de mayo en La Orotava, el 1 de julio en el Sur y el 27 de julio en la zona metropolitana.

Está formación está certificada por la Fundación General de la Universidad de la Laguna.

Las inscripciones ya están abiertas en <https://www.consiguecurroconponos.com/genemprendedor/>.



TRANSPORTE REGULAR TRANSPORTE ESCOLAR

TAXIS ALQUILER DE VEHÍCULOS

TRANSPORTE DISCRECIONAL EXCURSIONES

Conectamos El Hierro
a través de las personas
y sus paisajes

#TransHierroConecta



www.transhierro.com

David Mille: “Comercio de Canarias: despegamos”

ENTREVISTA

DAVID MILLE
DIRECTOR GENERAL
DE COMERCIO

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Desde Comercio del Gobierno de Canarias se están promoviendo muchas acciones para que la crisis que hemos vivido y que ha afectado a todos los sectores tenga la menor incidencia en el comercio y aporte una mayor amplitud. A grandes rasgos, ¿cuáles son las líneas estratégicas que se están siguiendo para esta nueva era del comercio en Canarias?

Como bien acabas de comentar, nosotros desde el primer momento hemos detectado cuáles son esas necesidades y hemos planteado una estrategia que hemos dividido en tres grandes apartados.

En primer lugar, potenciando y dinamizando los espacios tradicionales de venta en Canarias, que son las zonas comerciales abiertas y los mercados tradicionales. En segundo lugar, apoyando el proyecto: “Canarias, destino comercial inteligente”, que es un proyecto del que ya hemos hablado y que está en plena fase de desarrollo. Y un tercer apartado, que abarca la parte de la formación y el desarrollo de la innovación para transformar el modelo de negocio del sector comercial.

Esos son los tres grandes apartados en los que basamos nuestra estrategia a medio plazo, porque una vez superada la crisis del COVID tuvimos claro que había que plantear estrategias a medio-largo plazo, que ya no nos servían planes de choques ni planes con efectos inmediatos, sino que teníamos que entrar en la transformación del modelo de negocio y del tejido comercial canario. De ahí que hayamos planteado la estrategia en esos tres grandes apartados.

Además, con unas dotaciones económicas importantísimas y probablemente las mejores de la historia, ¿no es así?

Te puedo confirmar que, desde luego no sé si serán los presupuestos más potentes, pero sí que son las mejores de la historia. Yo digo que no son las más potentes, porque siempre nos gustaría que fuesen superiores, pero para este año esos tres grandes ejes estructurales de nuestras políticas en el ejercicio 2022 van a suponer una inversión superior a los 11 millones de euros.

Es un hito histórico porque, hasta ahora, la Dirección General de Comercio, no había contado nunca con un presupuesto de tal magnitud y, lo que es más importante, nunca había contado con una diversificación de ejes de actuación. Hasta ahora la Dirección General de Comercio siempre había mantenido una línea estable, convocatorias dedicadas a zonas comerciales abiertas y demás, pero nunca se había dividido la actuación en tantos ejes estratégicos y con las vistas puestas en los próximos 5-6 años.

Esta diversificación confían en que sea el verdadero impulso para el sector pero, ¿hacia dónde quiere dirigirse el comercio de Canarias?

El comercio canario tiene que transformarse, pero no tiene que transformarse en el sentido en el que todo el mundo habla: ir hacia la tan nombrada digitalización. La digitalización tenemos que tener en cuenta que es un proceso más dentro del proceso global de innovación, pero hay muchísimos más.

El comercio canario lo que necesita es transformar su modelo de negocio, adaptarlo no solo a la era digital, sino a toda una serie de procesos, en los que el consumidor es el centro de toda la relación comercial. Hay que adaptarse a las tendencias de un nuevo tipo de consumidor. Una de las partes de esta transformación es la digitalización, pero hay muchísimas más partes que son las que nosotros intentamos englobar en esta estrategia. Hablamos de transformar el modelo de negocio físico, transformar los espacios de venta, adaptarse a nuevos procesos logísticos, al delivery, a los nuevos horarios

24/7, a un nuevo consumidor que quiere tomar muchas decisiones en el menor tiempo posible, es decir, adaptarse a un nuevo modelo de intercambio comercial, que supondrá la desaparición de aquellos comerciantes que no consigan adaptarse al cambio.

“Te puedo confirmar que, desde luego no sé si serán los presupuestos más potentes, pero sí que son las mejores de la historia. Dedicaremos en 2022 11.600.000€ al desarrollo del tejido comercial”

El Instituto de Retail de Canarias es uno de los ejes principales de toda esta estrategia que se genera desde el Gobierno de Canarias, ¿cuáles son las principales novedades que presenta?

El Instituto de Retail es un punto de confluencia virtual a través del cual, nosotros vamos a desarrollar todas nuestras estrategias y vamos a crear un punto de encuentro para administraciones, empresas de innovación, representantes del tejido comercial, pymes y asociaciones. Todo ello con el objetivo de que, en ese punto de encuentro, confluyan todos los proyectos tractores que tienen que operar esa transformación del modelo en la que estamos trabajando.

Básicamente, el Instituto de Retail no supone la creación de un nuevo ente administrativo, sino simplemente lo que hemos querido es, a través de ese punto de encuentro, generar proyectos y un

ecosistema de ideas.

De esta idea del Instituto de Retail ha surgido el germen de todos estos proyectos que hemos planteado para este año con financiación europea y que han tenido una acogida muy positiva, puesto que nos han aportado toda la financiación que habíamos solicitado.

¿Cuáles son esos principales proyectos que, como usted comenta, han conseguido la financiación al completo y qué esperan de ellos?

El eje de toda la actuación lo vamos a centrar en el proyecto: “Canarias, destino comercial inteligente”, que es un proyecto que presentamos a Europa para obtener fondos FEDER y que ha conseguido una financiación consolidada hasta el 2027 de aproximadamente 23 millones de euros.

Ese proyecto lo hemos dividido en 3 líneas: una primera línea de infraestructuras y datos, que contará con una financiación hasta el 2027 de aproximadamente 7,2 millones de euros; una línea de innovación, que contará con una línea de financiación durante todo el periodo de unos 12 millones de euros; y una línea de conocimiento y emprendimiento que contará con una financiación aproximada de 3,6 millones de euros. A estas cantidades debemos sumar las partidas incluidas en el Fondo Tecnológico que tenía el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y que finalmente se va a repartir entre las comunidades autónomas. A Canarias, de ese fondo, se le destinarán 2,4 millones de euros.

Por lo tanto, estamos hablando de que el centro directivo va a contar con una financiación consolidada para la transformación del comercio de Canarias de aproximadamente unos 26 millones de euros de aquí al 2027. Lo que es un hecho histórico, porque hasta ahora toda la financiación que se había obtenido para las zonas comerciales, tenía como objetivo la realización de obras en espacios públicos e infraestructuras, pero que nunca se había obtenido financiación para proyectos de transformación del modelo y, por lo tanto, estamos enormemente satisfechos de haber conseguido que el proyecto haya sido apoyado por el programa operativo FEDER y



por la Dirección General de Presupuestos del Gobierno de Canarias, que nos ha dado una ayuda imprescindible para poder presentarlo.

La formación vuelve a ser uno de los ejes y ya lo insistía usted antes de concluir el 2021: sin formación no va a



poder dar el comercio un paso hacia delante; siendo este uno de los focos en los que se centra el Instituto de Retail.

Por supuesto. Nosotros, para este año, damos un protagonismo importante a la formación. Vamos a destinar 850.000 euros exclusi-

vamente a formar a licenciados universitarios canarios para que puedan formarse en la gestión y en la adquisición de habilidades de dirección en el sector del retail.

Además, vamos a desarrollar programas de acompañamiento a autónomos, empresarios y pymes,

para que puedan adquirir competencias que son imprescindibles para la transformación global del modelo de negocio de sus empresas, desde todos los puntos de vista de la innovación, porque para nosotros es importante que la innovación no se quede solo

en lo que nosotros conocemos y oímos constantemente del Market Place, de la digitalización, de Internet, sino que queremos ir más allá. Queremos diagnosticar exactamente cuáles son las necesidades de innovación de cada una de las pymes y autónomos que participan en el programa y, en base a ese diagnóstico, acompañarles en todas las etapas de la formación en innovación.

“Vamos a destinar 850.000 euros exclusivamente a formar a jóvenes licenciados canarios para que puedan formarse en la gestión y en habilidades de dirección en el sector del retail, y a desarrollar programas de acompañamiento a autónomos, empresarios y pymes, para que puedan adquirir competencias que son imprescindibles para la transformación global del modelo de negocio de sus empresas”

Asimismo, pretendemos contar con más indicadores reales, porque yo creo que es importante saber qué ha pasado con los empresarios que han participado una vez ha finalizado el curso, quién ha creado un Market Place, quién ha digitalizado su punto de venta físico... y con esos indicadores conocer si realmente el paquete formativo y las herramientas funcionan o no, porque a mí no me vale de nada invertir dinero en un paquete formativo que desarrollen 200 empresas y que no acabe con unos indicadores reales que me permitan saber qué aprovechamiento y qué eficacia ha tenido el mismo.

Algo que me llama la atención y que considero de importancia es la diversidad de

las entidades que participan en este Instituto de Retail. No hablamos solo de la administración, sino que confluyen todas las entidades y sectores implicados en aras de seguir avanzando. ¿Es esto importante?

Sí, y una muestra clara de esa interacción la podemos ver en el curso universitario superior de gestión de zonas comerciales que está en su sexta edición y cada año participan empresas que son grandes operadores del sector del retail. Hablamos de empresas como Mercadona, Corte Inglés o Grupo Número 1, es decir, estamos hablando de grandes operadores del sector del retail que han visto el atractivo de estos cursos universitarios, participan, permiten que los alumnos hagan prácticas en sus empresas y eso lo unimos con que cada vez hay una mayor conexión con el tejido asociativo.

Todas las grandes asociaciones de Canarias participan también en este curso universitario, así como Cabildos insulares y ayuntamientos, es decir, hemos creado una especie de ecosistema de actores en el que todo el mundo está interesado en ver qué pasa con esos alumnos, porque estamos creando a profesionales que en un futuro gestionarán los espacios comerciales.

Hay una estrategia espectacular, fondos enormes, hay de todo. ¿Cuáles son los objetivos que a usted como representante de esta área le gustaría conseguir de aquí a final de año con toda esta estrategia que ha puesto en marcha el Gobierno de Canarias en materia de comercio?

Nuestro objetivo para este año es gastarnos esos casi 8,5 millones de euros que vamos a destinar al proyecto “Canarias, destino comercial inteligente”, porque te voy a ser sincero, lo difícil no es conseguir los fondos, lo difícil es gastarse el dinero y para ello tenemos que hacer una fuerte labor de mentalizar a empresas, autónomos, asociaciones y administraciones locales de la importancia de este proyecto.

Yo creo que sería un éxito rotundo que las cuatro convocatorias que tenemos previstas para este año se agotasen, siendo los beneficiarios tanto entidades locales, cabildos y ayuntamientos, que abarcan la parte de infraestructuras y de tratamiento de datos; asociaciones, federaciones y confederaciones de comerciantes, pymes y startups.

Por lo tanto, los actores que participan en este plan de transformación del tejido son beneficiarios potenciales de las 4 áreas de subvenciones y el gran objetivo es que esos más de 8 millones de euros de agoten íntegramente. Será una prueba clara de que vamos en la vía correcta.



Enrique Arriaga: “Muy pocas guaguas de gasoil se van a comprar, prácticamente todas van a ser híbridas, 100% eléctricas o de hidrógeno”

ENTREVISTA

ENRIQUE ARRIAGA

CONSEJERO INSULAR DEL ÁREA DE CARRETERAS, MOVILIDAD, INNOVACIÓN Y CULTURA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

A pesar del precio de los carburantes y de la situación en la que estamos inmersos, el Cabildo de Tenerife junto con Titsa anunció que bajo ningún concepto se iban a subir los precios del transporte público. Una medida que puede dañar a la rentabilidad de la empresa pública en pro del ciudadano, como viene siendo la línea de actuación de esta área.

Efectivamente. El transporte público hay que seguir ofertándolo a un precio asequible y por ello el Cabildo siempre, año tras año, cubre los déficit de tarifa de Titsa. Para que se hagan una idea, en el año 2019 el presupuesto estaba en unos 33 millones de euros. Sin embargo, en el 2021, como consecuencia de la pandemia y otros problemas de pérdidas en la empresa, se inyectaron 77 millones de euros, más del doble.

Ahora mismo tenemos la empresa un tanto recuperada, pero con el incremento de los precios del combustible y el número de viajeros hay más costes operativos. Este año tenemos un partida de 52 millones de euros que posiblemente habrá que ampliar, pero lo que sí tenemos claro es que no vamos a subir los precios y más en una etapa complicada para los usuarios de Titsa y posibles nuevos usuarios que se puedan incorporar.

Nuestra intención es, si es posible y se contiene el precio de los combustibles, bajar las tarifas en lo que sea posible.

Es complicado hacer rentable una empresa de transporte público que depende de muchos factores externos y en una isla ubicada en un archipiélago ultraperiférico. Imagino que el trabajo interno que se lleva a cabo es tremendo, ¿no?

Sí. Hemos hecho trabajos de reorganización, estamos trabajando en la modernización de la flota para que sea más eficiente y suponga un menor coste operativo, pero aún así cada vez que aumenta el número de viajeros aumenta el coste de la empresa, con lo cual aumentar el éxito de la empresa es sinónimo de un aumento en la inyección de capital por parte de la administración, pero yo creo que en estos 3 años se ha trabajado muy bien con Titsa.

El otro día en una comparecencia se trasladaron todos los datos, hemos sido el operador de España que más rápido ha recuperado el número de pasajeros, hemos sido el primer transporte interurbano que ha implementado el pago con tarjeta de crédito, hemos trabajado en muchos aspectos como en la modernización de la flota, el incremento del personal, hemos hecho la mayor oferta de empleo que ha tenido

Titsa nunca, la mayor compra de guagua, tenemos la mayor forma de pago posible, pretendemos llegar a todo el mundo a través del programa Tu Guagua que comenzará a operar a lo largo de este año y la última parte que falta, que es la guinda que puede poner al transporte público en su sitio, es la rapidez y en ello estamos trabajando con proyectos de carriles Bus VAO, estando algunos ya operativos como el ubicado entre Las Chumberas y La Laguna.

Teniendo un transporte público asequible, con las frecuencias adecuadas, que llegue a todos sitios y encima que sea rápido, lograremos eliminar coches de las carreteras y aumentar los usuarios de este tipo de transporte.

Centrándonos en la eficiencia de los vehículos y la renovación de la flota, vivimos en una isla con unas características complicadas para implementar un cambio rápido hacia las guaguas eléctricas, es por ello que el cambio ha comenzado por la zona metropolitana, ¿no es así?

Nuestra isla cuenta con una orografía compleja y algunas rutas aún no tienen respuesta de guaguas sostenibles, porque suponen mucho consumo como, por ejemplo, las rutas que se dirigen al Teide. Pero, sin embargo, este último pedido que hemos hecho de 100 guaguas son todas híbridas, porque tenemos constancia de que la tecnología híbrida funciona muy bien y para el próximo pedido que se haga ya hay guaguas eléctricas que funcionan bien y que tienen autonomía suficiente para recorridos urbanos y de la zona metropolitana.

Hemos tenido contacto con algunos fabricantes y vamos a sacar un concurso público para incorporar 4 guaguas de hidrógeno, serán las primeras guaguas interurbanas que van a poder hacer rutas con este nuevo combustible.

Tenemos claro que a partir de ahora muy pocas guaguas de gasoil se van a comprar, prácticamente todas van a ser híbridas, 100% eléctricas o de hidrógeno, que son las tres tecnologías limpias por excelencia.

“Cada vez que aumenta el número de viajeros aumenta el coste de la empresa”

Hace poco se han publicado datos acerca del aumento de usuarios en algunas zonas. Lo decíamos, algo se está haciendo bien aunque quede mucho trabajo por hacer. La rapidez, el carril Bus VAO, ¿en cuánto calcula el Cabildo que se va a dar un salto cualitativo en este aspecto?

Nuestra idea es pasar de 3 km a más de 50, el proyecto del carril Bus VAO de la TF-1, desde Güimar hasta Santa Cruz, está muy avanzado en la redacción y lo bueno de



este tipo de carriles es que la ejecución es muy rápida, estamos hablando de la aplicación de luces, paneles y cámaras.

Nuestra intención es que la obra esté muy avanzada antes del final de la legislatura, pero probablemente entrará en funcionamiento a lo largo del 2023. Del mismo modo, podría estar bastante avanzado el que abarca Santa Cruz y La Laguna, que ha sufrido un pequeño retraso, porque estábamos pendientes de cómo encajaba la circunvalación de La Laguna la TF-5, eso nos ha retrasado para el desarrollo del mismo, porque llegará un momento en el que tenga que desviarse ante la salida de la circunvalación.

Esperamos que en 2023 sea una realidad esa rapidez en las guaguas, sobretodo teniendo en cuenta el acceso al área metropolitana.

Uno de los embudos y de los problemas históricos es el norte de la isla, sobretodo en horas punta y en la mañana. Mucho tiene que ver la circunvalación que se realizará en La Laguna en aras de desahogar el tráfico, ¿en qué punto está esta obra estratégica?

El proyecto de la circunvalación de La Laguna está en exposición pública y se va a licitar la redacción del proyecto y obra, con lo cual a lo largo de este año ya podría estar adjudicado. Es una obra que ronda los 3 años.

En paralelo, nosotros estamos trabajando en el tercer carril entre Guamasa y Los Rodeos, ya está bastante avanzado el soterramiento en la carretera de La Esperanza y el túnel del Padre Anchieta, de tal manera que cuando entren en funcionamiento estas obras relacionadas con el Padre Anchieta en

conjunto con el cierre del anillo insular, el tráfico y la movilidad en la zona norte cambiará por completo. Habrá muchísimo flujo de vehículos hacia el norte para dirigirse hacia el sur por la zona de Santiago del Teide y el acceso tendrá muchísima más fluidez.

“Hemos sido el operador de España que más rápido ha recuperado el número de pasajeros”

Estamos hablando de que algunos avances se podrán apreciar en un año, pero cuando se finalicen dentro de dos años el anillo insular y la circunvalación de La Laguna se notará el cambio. Y luego quedaría el tercer carril que llega hasta La Orotava, pero ese es un tema mucho más largo.

Cabe recordar que no hay una solución, que ustedes lo que han hecho es redefinir el proyecto de movilidad para Tenerife. No es cuestión solo de poner carriles y demás, es un Plan de Movilidad.

Exacto. De hecho, está en redacción el Plan de Movilidad con la parte de diagnóstico y análisis de soluciones, pero tenemos claro una cosa: hemos llegado hasta aquí con un déficit de infraestructuras de más de 20 años, lo que estamos haciendo es recuperando esas infraestructuras y cambiando el modelo de transporte para que esté preparado en ese Plan de Movilidad que nos dictará cómo funcionará este ámbito de aquí a 20 años.

La movilidad no es una sola obra, es como un puzzle, son muchas piezas y cada una de ellas, a medida que la vamos colocando, va aportando su granito de arena.

Lo importante es que ya no hay que inventarse nada, está todo programado, está todo en marcha y ahora solamente es cuestión de tiempo.

¿Cree que llevando a cabo todas estas actuaciones Tenerife podría convertirse en un referente en movilidad?

Sí, podría ser. Tenemos que conseguir que gane mucho más peso el transporte público y hay que trabajar mucho en la parte eléctrica del vehículo privado, porque las infraestructuras públicas de recarga que hay en nuestra isla son una de las peores del archipiélago.

Es ese el problema al que se enfrentan los ciudadanos, la incapacidad de recargar sus vehículos eléctricos ante la falta de infraestructuras.

Estamos trabajando en el mapa de cómo se distribuyen esos cargadores y en otra faceta importante: cómo se paga la recarga, porque cada cargador es de un ayuntamiento o una asociación, y al final resulta que no hay una unificación del método. Hace

falta que desde el Cabildo se cambie lo que es el software de la forma de pago, de tal manera que con una tarjeta única que podría ser la tarjeta TEN+ se pueda pagar en todos cargadores.

Asimismo, tenemos que reforzar la presencia de cargadores en las estaciones de guaguas, esa es una línea de trabajo de Titsa, en infraestructuras públicas, cerca de zonas como el Teide y a partir de ahora con la Ley del Cambio Climático, las gasolineras que tienen una venta de más de x millones de litros tienen la obligación de implementar sistemas de recarga ultrarápida.

Parece que Titsa va muy rápido en cuanto a cambios. En este sentido, ¿se ha quedado Metropolitano un poco rezagado?

Celebramos el día 2 de junio el 15 aniversario de Metropolitano y es curioso que en esos 15 años se hizo la Línea 2 a medias y no se ha vuelto a tocar nada más.

Nosotros, al inicio de la legislatura, quisimos sobre la mesa varios proyectos que fueron muy contestados, buscábamos la aplicación del tranvía hasta el aeropuerto de Los Rodeos, vino la pandemia de por medio, nos comprometimos a realizar una consulta ciudadana para ver por dónde debía discurrir a través del casco y lo que nos va a dar tiempo es de hacer esa consulta. De cara a la siguiente legislatura se podrá tomar la decisión y ojalá pueda ponerse en marcha, no solo ese tramo, sino también la prolongación hacia La Gallega.

En Titsa se trabaja en temas de igualdad, siendo dirigida en la actualidad por una mujer.

Una de las pocas mujeres que lideran empresas de transporte público. Es un aspecto que siempre se ha cuidado mucho, de hecho, recientemente, hemos suscrito un acuerdo con la MT de Madrid para un observatorio de igualdad y seguimos trabajando muchísimo, no solo en este aspecto, sino en la responsabilidad social corporativa, es uno de los aspectos que ha estado presente de manera importante en los dos operadores de transporte.

¿Qué objetivos plantea esta área de aquí a finales de año?

Que empiece a estar operativo todo lo que hemos comenzado. Dentro del área, el objetivo es reincorporar 100% el transporte público, la consolidación de los empleos, consolidar la flota de guaguas y conseguir que los carriles Bus VAO estén lo más avanzados posibles para conseguir la rapidez que tanto se demanda.



Roberto Dávila: “Nuestra intención es seguir aportando servicios de movilidad compartida”



ENTREVISTA

ROBERTO DÁVILA
CEO DIVISIÓN MOVILIDAD
DOMINGO ALONSO GROUP,
EMPRESA LOVESHARING

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Lovesharing ofrece distintas soluciones de movilidad, ¿con qué idea surge esta compañía?

Lovesharing surge con la idea de abarcar un negocio emergente como es la movilidad, la cual está cambiando nuestras ciudades, específicamente enfocado a la movilidad urbana y ecológica

Entre nuestras soluciones de movilidad el usuario puede encontrar la movilidad compartida que, como modo de transporte alternativo sobre todo en lo que abarca el vehículo privado, está teniendo una gran acogida por parte de la ciudadanía en general. Es una posibilidad más dentro de lo que ofrecemos como intermodalidad al transporte público.

La sociedad, en líneas generales y como consecuencia de la pandemia, ha disminuido el contacto con personas que no sean de su círculo más cercano. ¿Se ha visto Lovesharing

perjudicado en este sentido?

Como todos, durante ese periodo de pandemia y de confinamiento, sí que vimos mermados la movilidad y el uso particular de vehículos compartidos. Si bien es cierto que nuestros vehículos compartidos son motocicletas y bicicletas, con lo cual hicimos un gran esfuerzo en cuanto a la desinfección y preparación de los vehículos durante ese periodo. Una vez que las restricciones se han ido levantando no hemos parado de crecer

en cuanto a usuarios y no hemos visto un descenso sino todo lo contrario, una multiplicación por dos de nuestros servicios.

El año 2021 lo cerramos aproximadamente con 200.000 viajes en motocicleta compartida entre Santa Cruz y Las Palmas, con cerca de 14.000 usuarios registrados que supone un crecimiento del 120% respecto al año anterior. Y algo que nos gusta destacar es el ahorro aproximado de casi 54 toneladas de CO2 que hemos aho-



rrado a nuestras ciudades.

Este 2022, con la incorporación de más motos para poder cubrir el servicio y ampliar las áreas en las que lo ofrecemos, nuestra intención es volver a multiplicar por dos tanto viajes como usuarios. Nuestras predicciones se centran en alcanzar cerca de los 400.000 viajes este año, con aproximadamente 22.000 usuarios registrados, lo que supone hacer casi 1.000.000 de kilómetros. Si cumplimos con estas predicciones estaríamos hablando de un ahorro de 100 toneladas de CO2 en nuestras principales ciudades.

Con el servicio de bicicletas compartidas hemos estado más ligados al turismo, porque todas nuestras estaciones se ubican en zonas vacacionales y si bien hemos tenido un comienzo de año bastante más lento de lo que esperábamos, el repunte del turismo nos ha hecho crecer de forma significativa y apuntamos a crecer por tres las cifras de usuarios y viajes que teníamos en el 2021.

Asimismo, ofrecen un servicio integral y todo incluido, ¿qué significa este hecho?

Seguimos trabajando en nuestra plataforma digital. Esa plataforma no deja de ser más que un agregado de servicios con productos de movilidad compartida ligados también a transportes individuales o públicos.

Seguimos trabajando muchísimo en esta plataforma. Ahora mismo la estamos ofreciendo a nuestros clientes corporativos, porque además de la movilidad compartida también somos operadores de movilidad más tradicional como puede ser el rent a car o servicios de renting flexible. Lo que hemos hecho es ofrecer una solución integrada de movilidad para que el usuario pueda agrupar todas nuestras operaciones en una única solución, para poder planificar rutas, comparar el tiempo real, marcar preferencias y tener una única solución de pago.

Para contratar nuestros servicios únicamente hay que bajarse una de nuestras aplicaciones y darse de alta.

Además, cabe incidir en que fomentan el cuidado y la preservación del medioambiente empleando en los servicios vehículos eléctricos.

Efectivamente. Cuando hablamos de movilidad compartida, hablamos de vehículos eléctricos. Nos gusta pensar que estamos haciendo una labor pedagógica al enseñar el funcionamiento de un vehículo eléctrico y sus enormes ventajas, sin la necesidad de comprarlo y solo pagando por sus minutos de uso.

¿Qué objetivos persigue Lovesharing en este 2022?

Nuestra intención es seguir aportando servicios de movilidad compartida durante este 2022. Si bien es cierto que después de estos dos últimos años estamos volviendo a la normalidad de operaciones, queremos seguir ampliando y desplegando más unidades para poder llegar a una cobertura aún mayor del servicio e incorporar nuevos servicios dentro de esa plataforma agregada de movilidad.





ENTREVISTA

MIGUEL ÁNGEL SUÁREZ
DIRECTOR COMERCIAL DE BINTER

Miguel Ángel Suárez: “En el ADN de Binter está el servicio”

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Binter, una compañía canaria en plena expansión cuyo objetivo es mejorar la conectividad del archipiélago. ¿Cómo ha evolucionado en los últimos 2 años? ¿Con qué dificultades se han encontrado?

Estos dos últimos dos años a nadie se le escapa que han sido verdaderamente complejos. Nos ha puesto a todos, no solo al sector de la aviación, a prueba para ver nuestra capacidad de adaptación. Nosotros entendemos humildemente que hemos superado esa prueba, gracias fundamentalmente a nuestros pasajeros, que han seguido viajando con nosotros, y al equipo que conforman Binter.

Desde el principio, cuando comenzó esta pandemia, tuvimos claro que nuestra obligación como compañía aérea canaria era asegurar la conectividad entre las islas, a pesar de que ello supusiese un importante déficit para la compañía, porque los vuelos desgraciadamente iban con muy poca ocupación, pero la prioridad siempre fue garantizar los desplazamientos necesarios y, en ese sentido, trabajamos mano a mano con el Gobierno de Canarias para garantizar que todas las islas siguiesen conectadas y se pudiesen dar los servicios esenciales. El objetivo final era siempre el mismo: adaptarnos para mantener la conectividad y por supuesto, garantizar que ninguna persona se pudiese quedar en momentos tan complicados sin poder trasladarse.

Más allá de eso, han sido años complicados, pero no hemos dejado de hacer cosas importantes que otras líneas aéreas no han llevado a cabo. Por ejemplo, en el 2020, en plena pandemia, lanzamos nuevas rutas con la península, como fue Santander, Vitoria, Oviedo o Jerez, y el año pasado, en el 2021, abrimos Francia e Italia, y añadimos dos rutas a península: La Coruña y San Sebastián.

Ahora, en el 2022, vamos a inaugurar vuelos con cinco nuevos destinos, -Flores, Ponta Delgada, Fez, Menorca y Valladolid-, y a operar nuevas rutas con Madeira para unir la isla portuguesa con Fuerteventura, Lanzarote, el aeropuerto de Tenerife



Sur y Marrakech.

Asimismo, en estos dos años, a pesar de haber habido pandemia hemos seguido renovando nuestra flota, hemos incorporado nuevos aviones ATR y nos quedan por llegar 4 unidades.

Como usted comentaba, la ocupación en los aviones se ha visto mermada, ¿ha mejorado esta situación? ¿Van los aviones al 100%?

Los aviones llenos, desgraciadamente, no. Es evidente que están mejorando, y mucho, las ocupaciones, pero las diferentes olas que vivimos en el COVID tuvieron un impacto directo en el deseo de las personas por viajar y las restricciones que se ponían en ocasiones eran muy elevadas, incluso entre islas hubo momentos en los que solo te podías desplazar por motivos justificados. Esto, gracias a la situación sanitaria y a la mejora de la economía, ya no es así y se ha notado en las ocupaciones entre islas, en la incorporación del pasajero a desplazarse no solo por motivos personales, sino también por motivos profesionales o de ocio. Y, fuera de las islas, nuestras rutas exteriores notan un crecimiento de las reservas, sobre todo con la península, es más complicado con África, Italia o Francia, porque todavía hay algunos países que tienen

restricciones.

¿Por qué viajar con Binter? ¿Qué ofrece esta compañía que la diferencia de otras?

Cualquiera que haya probado Binter, ya sea un canario o una persona de fuera, sabe que en el ADN de Binter está el servicio. Nuestra diferenciación no toma la vía del precio, no somos una low cost, sino que nuestro posicionamiento de marca se rige por la calidad.

En ese sentido, tenemos al pasajero en el centro de nuestra orientación de negocio, ofrecemos amabilidad, cercanía, conectividad entre islas, frecuencia, multitud de horarios, facilidad para cambiar el vuelo, comodidad con un servicio cercano y amable, con la famosa chocolatina, el entretenimiento a bordo...

En los vuelos exteriores ofrecemos algo que prácticamente ninguna compañía ofrece hoy en día, un servicio Gourmet, que es un aperitivo de cortesía aparte de otros extras por los que, generalmente, otras compañías cobran.

Por tanto, ¿por qué viajar con Binter? Porque el canario se va a sentir como en casa y el no canario va a vivir una experiencia única y completa Premium.

Además, es la compañía canaria por excelencia, ¿cómo han logrado que el canario se sienta identificado con la marca y que no le importe pagar un poco más por viajar con ustedes?

Somos una empresa 100% canaria desde el 2002, de hecho estamos celebrando nuestro 33 aniversario y eso nos permite conocer bien al pasajero canario como nadie. No hay ninguna compañía aérea, ni dentro ni fuera de Canarias, que conozca tan bien las necesidades y las expectativas del pasajero canario. Y eso, sin duda, nos lo reconocen, nos lo reconoce la sociedad canaria que, como les decía antes, sabe que estar en Binter es estar como en casa.

Por otro lado, es fundamental que somos una compañía que tiene conectividad con todos los aeropuertos de las islas, incluso con La Graciosa, que a pesar de no tener aeropuerto puede comprar cualquier persona un billete a La Graciosa, porque ofrecemos el transfer hasta llegar al destino final: La Graciosa.

La presencia que tenemos en cada isla nos diferencia y es un plus para convertirnos en una compañía de referencia para el canario. No en vano, el pasado mes de febrero abrimos una base en el aeropuerto de Lanzarote, destinando a allí tripulaciones que pernoctan y nos permiten tener dos vuelos a primerísima hora para conectar Lanzarote con el resto de islas dando cobertura a una necesidad y una demanda que existía.

En los traslados nacionales e internacionales, creemos que esa identificación de marca, tanto del canario como del que viene de fuera, viene justamente por lo que comentaba antes, porque ofrecemos cosas que no ofrecen otras compañías. Estamos chapados a la antigua y ponemos en práctica la aviación de hace bastantes años, nos alejamos del modelo low cost, ofrecemos aviones cómodos, entretenimiento a bordo, un snack de cortesía gratuito que todavía muchos clientes que no son habituales de Binter se sorprenden cuando se lo entregamos y piensan que deben pagar por ello. Esos toques de calidad hacen que se nos identifique como una marca Premium y que los clientes estén dispuestos a pagar un sobreprecio.

¿En qué objetivos se centra la compañía este 2022?

El objetivo pasa por consolidar los 13 destinos nacionales y los 18 destinos internacionales, seguir recuperando algunas rutas que teníamos pendientes y que operábamos antes de la pandemia, especialmente con algunos países africanos.

Evidentemente, seguir profundizando en la calidad del servicio, para eso tenemos previsto lanzar nuevos servicios que aún no puedo adelantar, pero que van orientados a aumentar ese estándar de calidad y la valoración de nuestros clientes desde el punto de vista de su satisfacción y, por supuesto, trabajar en la digitalización en todas las etapas que comprenden al cliente para que gane en comodidad, rapidez y agilidad a la hora de comunicarse con la compañía.



gransendademalaga.es

APP DE REALIDAD AUMENTADA DE LA GRAN SENDA DE MÁLAGA



POINT

App basada en la Realidad Aumentada para guiar a los senderistas por la Gran Senda de Málaga (GR-249)

Descarga la app



malaga.es/medioambiente

 Diputación Provincial de Málaga

 Gran Senda de Málaga



Carmen Saavedra: “La accesibilidad es un área que debe ser transversal con el resto, y el turismo es una de las más importantes”

ENTREVISTA

CARMEN ALONSO SAAVEDRA
CONSEJERA DE TRANSPORTES,
ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD DEL
CABILDO DE FUERTEVENTURA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Consejera de Transportes, Accesibilidad y Movilidad del Cabildo de Fuerteventura. En torno a estas materias, ¿a qué retos se está enfrentando la isla? ¿Cuáles son las principales problemáticas?

Desde la Consejería de Transportes debemos promover un transporte limpio, compartido, inteligente y en definitiva más sostenible. Es indudable que en Fuerteventura el transporte debe mejorar. Es una Isla

con grandes distancias y en crecimiento poblacional, por lo que van surgiendo nuevos asentamientos que necesitan paradas de guagua. La intención desde la Consejería es dar prioridad a los lugares donde exista mayor demanda, negociándolo siempre con la empresa que presta el servicio. Otro de los principales retos es hacer frente al intrusismo en el sector del transporte público, que afecta a todo el territorio insular.

En cuanto a la accesibilidad, se están dando grandes pasos en Fuerteventura. En convenio con el Estado, hemos recepcionado recientemente las obras de accesibilidad en la Estación de Guaguas de Morro Jable y hace unos meses las del entorno de la Biblioteca y Auditorio de Corralejo. El objetivo es seguir llevando estas mejoras a todos los edificios públicos mejorando no sólo las infraestructuras, sino también los servicios que se ofrecen a personas con diversidad funcional.

Sus competencias abarcan el transporte interurbano, el control frente al intrusismo y avanzar hacia una isla más accesible. Con respecto al transporte interurbano, ¿se ha llevado a cabo una rehabilitación de las infraestructuras?

Sin duda es una prioridad. Hemos reforzado las labores de mantenimiento y limpieza que se desarrollan en marquesinas, paradas preferentes y estaciones de guagua de Fuerteventura.

Estas tareas se han reforzado con camión cuba en zonas exteriores e interiores, con el objetivo de mantener las instalaciones en perfecto estado y mejorar así la experiencia de usuarios y usuarias. Estas acciones se realizan de manera periódica en estaciones de guagua y paradas preferentes. Para el mantenimiento y mejora de las marquesinas contamos, además, con el apoyo de los beneficiarios y beneficiarias del Plan de Empleo para la Reactivación Socioeconómica de Fuerteventura. El objetivo es que los usuarios y usuarias cuenten con las infraestructuras de transporte que se merecen.

Bien es cierto que el número de habitantes en la isla ha aumentado considerablemente, ¿han aunado esfuerzos para aumentar las frecuencias y abarcar las necesidades de la sociedad con respecto al transporte interurbano?

Así es. Estamos trabajando para mejorar las líneas y el servicio. Nuestra intención es dar prioridad a lo que demandan los vecinos y vecinas. Por ello, hemos puesto en marcha un proceso de consulta pública para la elaboración de un Plan Insular de Transportes y Movilidad Sostenible, para que los usuarios y usuarias hagan llegar sus aportaciones. Podrán demandar nuevos servicios,

“En convenio con el Estado, hemos recepcionado recientemente las obras de accesibilidad en la Estación de Guaguas de Morro Jable y hace unos meses las del entorno de la Biblioteca y Auditorio de Corralejo”

frecuencias, rutas o paradas, con el fin de realizar un estudio para adecuar el servicio de forma progresiva a la realidad existente. Se puede acceder al mismo desde la página web del Cabildo de Fuerteventura.

Uno de los principales problemas a los que se enfrenta el transporte insular es el intrusismo, esos servicios de transfer del aeropuerto a los hoteles sin permisos, ¿han aumentado las labores de inspección sobre este aspecto?

Desde el Cabildo nos coordinamos con ayuntamientos, agentes de seguridad y asociaciones para aunar esfuerzos en materia de intrusismo y otras prácticas que afectan al sector. Agradecemos esta implicación de las corporaciones municipales y policía local en el compromiso de combatir un problema que persiste después de muchos años y afecta a todo el territorio insular. Se mantiene un contacto constante y reuniones periódicas, para trabajar entre todas las partes y reforzar la vigilancia.

Otro de los objetivos es promover la formación, para que todos los agentes implicados están formados en materia de transporte en todos los municipios.

Tratando el ámbito de accesibilidad, uno de las apuestas del Cabildo pasa por unir turismo y accesibilidad, ¿hay proyectos sobre la mesa?

Efectivamente, la accesibilidad es un área que debe ser transversal con el resto, y el turismo es una de las más importantes. Fuerteventura debe ser un destino turístico sostenible y tenemos que ir dando los pasos para conseguirlos. En la Isla se camina hacia este objetivo y prueba de ello es la condecoración que recibió el pasado año el Hotel Taimar Costa Calma por parte del Patronato de Turismo, como mejor iniciativa a la diversificación.

Se trabaja también para otorgar un sello distintivo a todos estos alojamientos o establecimientos que adoptan medidas de accesibilidad. Es una acción conjunta de las consejerías de Accesibilidad y Turismo, que dirige Jessica de León, con el asesoramiento además de la Asociación de Discapacitados Visuales y Auditivos (Adivia).



ENTREVISTA

**MIGUEL ÁNGEL
RODRÍGUEZ**
DIRECTOR GENERAL DE
GUAGUAS MUNICIPALES

Miguel Ángel Rodríguez: “La MetroGuagua es la perfección de la movilidad en nuestra ciudad”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Guaguas Municipales, una compañía 100% pública con más de 40 años prestando servicios de transporte en la isla de Gran Canaria. Bien es cierto que estamos atravesando momentos inusuales, especialmente se está viendo afectado el sector del transporte, ¿en qué momento se encuentra la compañía?

Esta pandemia ha afectado a nuestra actividad económica y sigue haciéndolo; por un lado, reduciendo la misma, y, por otra, normalizando el teletrabajo o disminuyendo el ocio, lo que ha implicado una contracción de la demanda de viajeros. Así las cosas, a pesar de los tiempos de incertidumbre, nuestros proyectos no se han frenado. La sólida gestión durante los últimos años, junto al trabajo conjunto de todos nuestros empleados, nos ha ido ofreciendo garantías para desarrollar los programas de renovación de flota previstos, la contratación de nuevo personal y el impulso del proyecto de la MetroGuagua, además de la remodelación integral de las cocheras en El Sebadal o de la renovada oficina de atención al público en el Parque de Santa Catalina.

El ejercicio económico de 2021 lo cerraron con un incremento de viajeros, ¿prevén mejorarlo este 2022?

Estamos en el camino de la normalidad, que ha sido más farragoso de lo esperado. Cuando todos creíamos que dejábamos atrás los efectos del covid-19, llegó la variante omicron, que volvió a golpearnos severamente. En estas últimas semanas, poco a poco, nos vamos acercando a las cifras previas a la pandemia. Estamos entre un 85% y un 90% de la demanda de viajeros respecto a 2019. Ese año batimos todos los récords, llevamos a bordo a más de 38,5 millones de personas. Podemos decir que vamos por el buen camino, aunque aún no tenemos disponible el 100% de nuestra oferta de servicio.

Se trata de una compañía que apuesta por las nuevas tecnologías teniendo, incluso, su propia aplicación móvil, ¿en qué consiste? ¿Qué valor añadido aporta al pasajero? ¿Plantean nuevos lanzamientos digitales?

Los móviles se han convertido en nuestro tercer brazo. Es un elemento nuclear en nuestra socie-



dad y debemos aprovecharlo. En nuestra app, donde tenemos más de 80.000 usuarios activos, los viajeros tienen toda la información básica y esencial sobre el servicio. Además, recientemente hemos incorporado dos nuevos métodos de pago para nuestros clientes: el Bono Virtual, a través de la aplicación móvil GuaguasLPA, y el pago directo mediante tarjeta bancaria. Hemos implementado estas soluciones tecnológicas a modo de prueba en los vehículos de la Línea 12. La atención e información al cliente es algo que cuidamos con detalle porque sabemos que es fundamental para convertirnos en una alternativa atractiva.

La sociedad apuesta por la sostenibilidad, ¿está Guaguas Municipales remando a favor de un futuro sostenible?

El transporte público es sostenible por definición, por lo tanto, estamos remando a favor de la sostenibilidad desde el momento en que 100 personas se suben a una de nuestras guaguas y evitan que, al menos, 50, 60 o 70 coches particulares estén rodando en ese momento por la ciudad. Ese es un gran punto de partida, pero no solo hacemos esto. Desde el verano pasado, nos hemos adherido al Pacto Mun-

dial de Naciones Unidas por lo que nos comprometemos a alinear nuestras actuaciones con diez principios universalmente aceptados en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción, así como a adoptar medidas en apoyo a los 17 ODS, haciendo hincapié en aquellos relacionados con la actividad empresarial de la compañía de transporte, y contribuir a la consecución de la Agenda 2030.

¿Qué es la MetroGuagua? ¿Cómo y ante qué necesidades surge este proyecto?

La MetroGuagua es la perfección de la movilidad en la ciudad. Es un sistema que nos permitirá desplazarnos de una manera diferente. Es un sistema de transporte que mejorará todo el ciclo de la movilidad, en la parte baja de la ciudad, donde se produce el mayor tránsito, y también en la alta, donde reside más gente. No es únicamente una línea de guagua con unas características determinadas, es realmente una alternativa fiable y eficiente al transporte masivo de viajeros. Ya existen muy pocas dudas sobre su necesidad para Las Palmas de Gran Canaria. En su origen estaba orientado únicamente hacia la mejora del transporte público, pero ahora sirve

como instrumento de modificación de la morfología de la ciudad, en línea con la filosofía de transformación del espacio urbano que ha impulsado la Unión Europea en los últimos años. Muchas ciudades nos están mirando y se están interesando en cómo vamos a implantar este sistema. Hace unas semanas, una delegación de San Sebastián nos visitó para recabar información sobre nuestro proyecto. Es cierto que las obras caminan con cierto retraso, en parte por la pandemia y en parte por las dificultades entre administraciones, pero se han producido avances en las obras de infraestructuras, lo que hace que el proyecto sea cada vez más visible para la ciudadanía. A quienes se lo explicamos, no tienen dudas.

¿Plantean nuevos proyectos para este 2022?

Nuestros clientes, como no puede ser de otra manera, son exigentes. Cuanto más alto es el estándar de calidad que ofrecemos, más nos solicitan. Y en este 2022, el planteamiento es estabilizar nuestra oferta de servicios. Además, estamos satisfechos con la incorporación de medios materiales como la adquisición de 10 vehículos híbridos por un importe total de 3,2 millones de euros, que se suman a las 47 nuevas guaguas obtenidas durante 2020. Estas renovaciones han supuesto una inversión total superior a 16,3 millones de euros en los dos últimos ejercicios y han reducido la edad media de la flota en casi dos años, lo que se ha traducido en una mejora en la calidad en la prestación del servicio, modernización y reducción de emisión de gases efecto invernadero.

Derivado del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España, en el marco de los fondos Next Generation de la Unión Europea, para fomentar la movilidad sostenible en la ciudad, Guaguas Municipales dispondrá de 1.980.000 euros para adquirir cuatro vehículos 100% eléctricos de 12 metros. De tecnología de carga lenta, estos vehículos servirán para sustituir otros que están en uso y que son más contaminantes, fomentando así la actividad de cero emisiones y la mejora de la accesibilidad del sistema.

También podremos adquirir un vehículo de pila de combustible de hidrógeno de 12 metros, con una financiación de 562.500 euros. Este tipo de vehículos no dependen de la combustión de los elementos que alimentan el motor, por lo que son más seguros, no hacen ruido, y son menos contaminantes.

Adicionalmente nos hemos presentado en una agrupación de municipios –junto a San Sebastián, Málaga y Palma de Mallorca– en la categoría de digitalización y mejora de los operadores de transporte y hemos conseguido 5.980.000 euros para 10 proyectos.



El transporte público es sostenible por definición, por lo tanto, estamos remando a favor de la sostenibilidad desde el momento en que 100 personas se suben a una de nuestras guaguas y evitan que, al menos, 50, 60 o 70 coches particulares estén rodando en ese momento por la ciudad



Javier Vargas Marqueta: “Ahora el mercado necesita información en tiempo real y eso implica invertir en digitalización”



ENTREVISTA

JAVIER VARGAS
MARQUETA

DIRECTOR GENERAL E-LOG
CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
e-log, un operador logístico y de transporte entre las islas y el continente. Hemos vivido años inquietantes

social y económicamente hablando. ¿En qué punto se encuentra el sector logístico y de transporte y más concretamente e-log?

En un país especialmente dependiente del transporte terrestre como el nuestro, el sector de la logística y transporte se ha convertido en un actor estratégico para el resto de los sectores económicos. Estamos en un momento de grandes retos derivados del cambio en los hábitos y nivel de exigencia del consumidor a nivel mundial, lo que nos obliga a trabajar para estar a la altura de la demanda, no

solo en la eficiencia en la gestión del servicio, sino en la información actualizada de la traza de los envíos.

En el caso de e-log, sumamos la particularidad de la especialización y la vinculación que tenemos con el territorio canario, por lo que hacemos un esfuerzo adicional en servir de catalizador y cómplice con los empresarios canarios y residentes en sus compras o exportaciones a la península. En esta línea, hemos diseñado servicios logísticos exclusivamente para el emprendimiento y el residente canario. Haciéndonos eco de nuestro eslogan “Traemos el Mundo a las Islas, Llevamos las Islas al Mundo”, hemos creado servicios para facilitar las compras on line a los canarios como el Club de Compradores On Line Canarios e-loggers que, en poco más de un año, ya cuenta con casi 10.000 socios; e, igualmente, para facilitar el acceso al mercado continental al emprendimiento canario, creamos el Centro de Coworking Logístico Canario e-log de Madrid, en el que en sus 3.000m2 de instalación, se ubican distintas tiendas on line de las islas para acceder a este mercado en igualdad de condiciones y donde contamos con productos tan dispares como accesorios de mobiliario, cosmética y toda una representación de los productos agroalimentarios canarios.

Está teniendo lugar una importante huelga de transporte como consecuencia del aumento del precio del gasóleo. Ustedes, como empresa dedicada al transporte, ¿apoyan la reivindicación?

No cabe duda de que el incremento de costes de los carburantes está siendo determinante en los costes de explotación de cualquier empresa de transportes. La reivindicación para que haya algún tipo de ayuda o de reducción de

la carga impositiva que tienen los combustibles es fundamental.

¿En qué medida les está afectando esta subida de precios del combustible?

Todas las empresas hemos hecho un esfuerzo importante en absorber parte de esos incrementos pero hemos llegado a un punto en el que, necesariamente, debemos trasladarlos al cliente, lo que genera un efecto en cadena y uno de los factores clave en los actuales problemas de inflación.

En un mundo inmerso en la inminente transformación social, ¿qué importancia tiene la digitalización en su compañía?

Mucha. El sector del transporte, en las últimas dos décadas, ha ido de la mano de la digitalización, tanto para optimizar las tareas de reparto como la gestión de la información que necesariamente demanda el mercado y la nueva realidad ligada a los negocios digitales.

“La digitalización sumada con la logística y el transporte es la gran oportunidad de facilitar el acceso del emprendimiento canario al mercado continental”

El ecommerce es una realidad con crecimientos de dos dígitos anuales desde hace tiempo y que, con la pandemia, ha crecido exponencialmente, desarrollando en un ciclo corto de tiempo lo que se estima habría debido recorrer cinco años.

A nivel general, estoy convencido de que Digitalización + Logística = una oportunidad histórica para el crecimiento, diversificación y apertura de la economía canaria al exterior y, en ello, contará con la total complicidad de e-log desde sus sedes en Canarias y península.

Una gran preocupación social gira en torno a la cuestión energética y la sostenibilidad. ¿Qué líneas se van a seguir en este sentido?

En e-log, tenemos la sensibilidad y preocupación que existe en el sector en general de reducir el

impacto medioambiental de la actividad. A esa inquietud medioambiental le sumamos que nuestro foco fundamental se centra en los dos archipiélagos y de una forma más marcada en Canarias, lo que determina aún más esa responsabilidad con las “Preciosas Canarias”.

Si bien es cierto que trabajamos un proyecto a largo que denominamos EDEC (Ecosistema Digital Ecommerce Canario), que aglutina un mix de oportunidades económicas, sociales, incluso con el comercio tradicional y marcado por la sostenibilidad medioambiental, es muy complejo llevarlo a efecto; por un lado, no es fácil abanderar un proyecto de esta magnitud en solitario desde una pyme y, por otro, no existen las infraestructuras necesarias y, este mismo mes, de hecho, hemos formalizado renting de furgones diesel por no contar con alternativas de baja emisión.

En 2021 arrancamos una iniciativa a la que llamamos: “No más plástico a las Islas”. Nuestro sector es un sector que genera mucho plástico y es muy habitual que facilitemos una bolsa en las que los clientes puedan meter los artículos que mandan a los destinatarios. Especialmente para Canarias es un desastre generar miles de residuos de este tipo cada día. Nosotros ya las hemos eliminado.

¿Hacia dónde se dirige el sector logístico?

Lo ocurrido en pandemia y tras el reciente conflicto del sector, han puesto de manifiesto a la logística y el transporte como determinantes en la economía de España. Reclamamos la atención de las diferentes Administraciones y su responsabilidad al respecto, como asumimos la nuestra y nos enfocamos hacia una gestión responsable con la sociedad y el medioambiente.

¿En qué objetivos trabaja e-log en este 2022?

En 2021 nos diversificamos e invertimos en nuevas líneas de negocio y, en paralelo, crecimos un 23%. Este año, pretendemos retornar esa inversión para seguir reinvertiendo en el desarrollo orgánico y tecnológico de la Compañía, así como proyectar un crecimiento del 40%.

En aspectos no económicos, tenemos que seguir mejorando en los aspectos antes indicados y potenciar colaboraciones como la que ya tenemos con la Asociación de Sordos de Las Palmas o con Ecomei para la recogida de residuos de escritura plásticos de las ocho islas en colegios, institutos y organismos públicos. Igualmente, debemos mejorar nuestra gestión en comunicación ya que muchas veces me dicen usuarios canarios “es que muchos canarios no saben que existe e-log” y hacerlo con un pequeño presupuesto.



ENTREVISTA

MANUEL SÁNCHEZ
PRESIDENTE DE FACONAUTO
CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Cierto es que llevamos unos años complicados, pero este año parece que vemos un poco la luz. Faconauto, por las características de la organización y de sus funciones, ¿en qué está centrando sus esfuerzos en estos momentos?

Principalmente, estamos centrándonos en poder atender la demanda de los concesionarios, pues estamos teniendo un problema muy importante ante la falta de suministros.

En la misma línea, estamos preparándonos para consolidar ese concesionario del futuro. Estamos trabajando en la modernización del concepto de compra, que nada tiene que ver a lo que conocíamos hasta ahora. Ese cliente tradicional que entraba a los concesionarios físicamente se ha volcado en un cliente que apuesta por el comercio electrónico. Las nuevas tecnologías nos están permitiendo tener la capacidad de atender a millones de personas en el momento que al cliente más le convenga.

Por tanto, queremos prepararnos para esta nueva etapa. Al igual que el lector ha pasado del papel al digital, en el sector automovilístico esta transformación desemboca en algo parecido.

Es decir, que lo que viene siendo esta nueva era también ha llegado al sector del automóvil a pesar de que pensábamos que ya quedaban pocos avances por desarrollar.

Ha llegado de una manera importante. Dentro del planteamiento del nuevo concesionario debemos tener en cuenta la imagen que el cliente tiene de nosotros, un cliente que se preocupa por el medio ambiente, un cliente que mira el impacto de nuestra huella de carbono, un cliente que apuesta por vehículos que se adaptan a un entorno digital.

Más de un 90% de los clientes que visitan un concesionario ya han visitado previamente la web y han ido haciendo su propio listado digital.

Hace unos años era muy habitual ver a clientes que iban de un concesionario a otro con muchísimos catálogos. Hoy en día en su mail pueden llevar toda la información, junto con las ofertas financieras que hay a su disposición. Hemos pasado de ser “vendedores de algo” a ser asesores de movilidad.



Manuel Sánchez: “Hemos pasado de ser ‘vendedores de algo’ a ser asesores de movilidad”

Me gusta ese concepto de asesores de movilidad, porque el sector avanza conforme avanza la movilidad que, sin duda, está en pleno proceso de transformación.

Sí, sin duda. El concepto del cliente que compraba un coche para muchos años ha cambiado, las ofertas que hay en el mercado te permiten hacer compras flexibles, adaptadas a tu capacidad económica y de tiempo.

Todo nos está llevando a

una movilidad diferente, las ciudades se están adaptando a una movilidad más limitada a la que los ciudadanos nos tenemos que enfrentar. Para 2035 tendremos ciudades totalmente eléctricas. En España, a día de hoy esos 14.000 puntos que hay en todo el país se convertirán, al final de 2023, en 100.000 puntos de recarga si el plan se cumple. Lo que nos va a dejar un panorama totalmente diferente, pudiendo acceder a vehículos compartidos y reduciendo

las emisiones en ciudades. El conjunto de estos factores ha hecho que nuestro cliente se adapte y sea un cliente 360°.

¿Está el sector preparado para este cambio de movilidad que está aconteciendo?

¿Están preparadas las administraciones públicas para afrontar este modelo que nos quieren implantar?

Yo, como miembro de una asociación europea te puedo decir que en Alemania, a día de

hoy, tiene la mitad de los deberes hechos. España no ha llegado al 10% de esos deberes.

Hay tres velocidades en Europa: las velocidades de los países nórdicos que es imparable; la de Europa Central, que va a un muy buen ritmo; y luego, la de Europa del sur: España, Italia y Grecia, donde el cambio de modelo se presenta prácticamente insostenible por una sencilla razón: no llegamos.

Y luego en España, si bajamos



Nosotros ya tenemos el producto, es más, la inmensa mayoría de las marcas ya han anunciado que entre 2025 y 2030 dejarán de comercializar vehículos térmicos. Imagina el drama de una familia canaria, con la renta per cápita media que tenemos en Canarias, que no pueda acceder a un vehículo térmico porque no se venden.

No obstante, el Plan de Movilidad en Canarias es nulo, no podemos prescindir del vehículo privado. Concretamente, Tenerife es la peor de Canarias en el ámbito de la movilidad, es imposible la movilidad por la isla sin vehículo privado.



TT

El Plan de Movilidad en Canarias es nulo, no podemos prescindir del vehículo privado

un escalón y vamos a Canarias, tenemos un problema con la forma de alimentar este tipo de movilidad sostenible. En Gran Canaria vamos a tener la instalación de Chira-Soria que nos va a permitir tener una capacidad energética aún mayor, pero si comparamos nuestra situación con la de países como Noruega, la diferencia es brutal.

Respondiendo a la pregunta, el sector está preparado, porque nosotros, a pesar de que se nos tacha a veces de poco ecológicos, vemos los problemas de nuestros clientes. Somos el único sector que durante la pandemia en toda España no pidió un solo céntimo para salvar las empresas, lo hemos pedido para renovar el parque y dárselo a nuestros clientes. Lo que hemos querido es que el cliente pueda acceder en unas condiciones ventajosas a un vehículo moderno, sin emisiones y con seguridad pasiva.

Nosotros estamos preparados pero, ¿la administración y las infraestructuras lo van a estar?

Acaba de tener lugar una huelga de transportes a la que le se suma la falta de suministros, ¿qué impacto está teniendo esta suma de factores que hace que el sector esté en un letargo desde hace unos años?

El aumento de los costes de transporte afecta y mucho, un flete de Asia a aquí podía costar entre 2.500-3.000 euros y ahora cuesta entre 12.000 y 18.000 euros. Imagínate cómo ha cambiado la estructura del margen en recambios y vehículos, a cuyo precio hay que añadirle todo ese impacto.

En nuestro caso, la huelga de transporte en Canarias se notó un poco menos, porque somos una región obligada a tener un poco más de stock. Se notó menos, pero se notó.

A pesar de todas las situaciones que han tenido lugar, no hemos perdido empleo. En Canarias de los casi 7.000 puestos que había a penas de se han perdido 700, es un sector que ha sufrido poca caída de empleo en relación



a lo brusco que ha sido el impacto económico que ha sufrido.

Hablábamos de los retos que afronta la movilidad, Faconauto se ha unido con la Fundación Repsol para abordar los retos a los que se enfrenta el sector, ¿en qué consiste este acuerdo y qué esperan conseguir con él?

Hoy en día hay que vivir en una sinergia continua con todos los actores que forman la movilidad. Repsol es un actor principal y muy importante en nuestro sector, puesto que, en la actualidad, tiene un gran número de gasolineras que mañana pueden convertirse en electrolineras. Ya están trabajando en un plan muy importantes para ello.

Para nosotros ir de la mano de Repsol supone una mejora en el proyecto de los concesionarios y que nuestros asociados tengan acceso a un socio potente. Estamos trabajando en diferentes planes de futuro destinados a la mejora de la eficiencia, no solo en el motor de combustión que como sabemos tiene un límite, sino de las próximas generaciones de puntos de servicios, donde Repsol y Faconauto estaremos de la mano.

¿Qué proyectos tienen para 2022?

En Faconauto, una de las cosas que nos estamos planteando es la importancia de los actores territoriales, hay 17 comunidades, pero podríamos decir que 52 realidades, porque cada provincia es una realidad. Ahí Faconauto está intentando trabajar y dar ese apoyo a todos los concesionarios.

El gran reto que tenemos ahora mismo es que las administraciones públicas entiendan que esas normativas de Europa muy bien planteadas no siempre están adaptadas a la realidad de cada territorio. Una cuestión preocupante son las zonas de bajas emisiones y cómo cada ciudad integrará el plan. Ahí estaremos nosotros para ayudarles, nosotros queremos acompañar a los gobernantes en este tránsito, en esta nueva movilidad. Nosotros consideramos que podemos aportar un conocimiento muy enriquecedor, porque tenemos la opinión del principal actor que es el ciudadano.

No estamos en contra de ningún tipo de movilidad, lo importante es que nos dejen elegir lo mejor que se adapta a nosotros en cada momento. Nuestro gran proyecto es ayudar a las administraciones públicas a entender la peculiaridad y que no siempre una norma europea es aplicable en forma y tiempo en toda Europa.

Si todo se mantiene en esta línea, ¿será 2022 un buen año para el sector?

Nosotros creemos que 2022 va a ser un año neutro, un poco mejor que 2021.

Si tenemos una gran esperanza puesta en el 2023, ¿por qué 2022 no? Porque las circunstancias no nos acompañan: una pandemia sin precedentes, la erupción de un volcán y una guerra en Europa.

“No siempre una norma europea es aplicable en forma y tiempo en toda Europa”

2022 estaría siendo un buen año si no estuviéramos sufriendo las consecuencias de una huelga de transporte, si no tuviéramos una crisis de componentes y si la situación de inflación fuera inexistente. Realmente el año de recuperación será el 2023.



ENTREVISTA

LUIS RODRÍGUEZ
CEO TRANSPORTES INSULAR
LA PALMA

Luis Rodríguez: “Ante las dificultades que hemos vivido, el grupo sigue creciendo”

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Transportes Insular La Palma tiene como objetivo primordial satisfacer las necesidades de movilidad de sus usuarios a través de un sistema de transporte con un enfoque más moderno y ágil. ¿Cuáles son los atributos que hacen de Transportes Insular La Palma la mejor opción de movilidad en la isla?

La cercanía, el conocimiento, el hecho de que somos un grupo cooperativo en el que todos los empleados son palmeros y su retribución se queda finalmente en La Palma y, sobre todo, el trato humano que le aportamos a todos nuestros clientes.

Hemos pasado por situaciones inimaginables como una pandemia y una guerra en Europa, pero a La Palma hay que añadirle un hecho singular: la erupción del volcán. ¿Cómo ha afectado este acontecimiento a la movilidad en la isla?

Afectó y afecta. Por desgracia todavía no hemos salido de esto y el principal escollo ha sido, obviamente, la pérdida de cientos de viviendas. No obstante, estamos viéndonos afectados por la limitación en las carreteras, las conexiones de una zona a otra del Valle de Aridane que prácticamente se hacían en 5 minutos, ahora tardan casi 2 horas. No se han podido recuperar esas líneas que se han perdido y no sabemos cuándo se van a recuperar y por qué trayectos.

Es decir, que han tenido que implementar nuevas rutas que afectan al cliente y a la compañía. Al cliente por la duración del trayecto y a la compañía por el aumento del coste.

Exacto. Todavía muchos de esos usuarios no han podido regresar a sus casas y nos encontramos con limitaciones para llegar a determinados destinos. Por ejemplo, el núcleo turístico de Puerto Naos está

aún cerrado, una línea como Puerto Naos que es una zona turística bastante amplia en relación a las zonas turísticas del resto de la isla, está todavía cerrada, por lo que el flujo de usuarios que vivían allí, los turistas que se alojaban en esa localización y los vecinos que iban a la playa de Puerto Naos no pueden acceder al lugar.

Si bien es cierto que, por parte de Transportes Insular, lo que se ha hecho es tratar de ofrecer al Cabildo Insular de La Palma alternativas a esas líneas que no se pueden hacer en su totalidad como, por ejemplo, que las líneas lleguen hasta las zonas de lava y hacer trazados distintos para poder captar a clientes que han perdido sus casas y se ubican en otros puntos de la isla, intentando así solventar la situación de la mejor manera posible.

¿En qué proyectos ha estado inmerso Transportes Insular La Palma?

La empresa, como bien dije antes, es una cooperativa que se ha diversificado desde hace 2 años hacia delante. Aparte del servicio regular que presta en concesión administrativa al Cabildo Insular de La Palma, teniendo servicio escolar y discrecional, ha desarrollado una división de transportes de mercancías y otra empresa de recepción de turistas que ofrece servicios de transfer y excursiones.

Asimismo, el Cabildo ha apostado por la modernización del transporte regular, ¿con qué características cuenta el mismo?

Hemos tratado de innovar en base a las peculiaridades que tiene La Palma, recordemos que el servicio que tenemos es un servicio únicamente interurbano con lo que la limitación que tenemos en vehículos eléctricos o híbridos que actualmente están en el mercado es bastante grande, en el sentido de que no podemos desarrollar ninguna línea implementando vehículos con esas características.

Si es verdad que existen vehículos híbri-

dos clase 2 que se incorporarán a mediados de mayo a nuestra flota y la idea es empezar a avanzar haciendo un guiño a la sostenibilidad, pero siempre teniendo en cuenta las limitaciones que tenemos por la orografía de la isla y la carencia de talleres especializados e infraestructuras.

Hemos innovado con la máquina de cobro, la cual nos permite tener un seguimiento de todos los vehículos, para trasladarlo a los usuarios a través de una aplicación móvil en la que se pueden informar en qué momento pasa la próxima guagua. Del mismo modo, ya se pueden hacer recargas de bonos virtuales con código QR.

“La limitación que tenemos en vehículos eléctricos o híbridos que actualmente están en el mercado es bastante grande”

El Cabildo de La Palma ha propuesto elaborar un nuevo Plan Insular de Transportes y Movilidad Sostenible a través de una encuesta, con el fin de conocer las demandas y necesidades de la población de cara a integrarlas en el futuro proyecto. ¿Hacia dónde se dirige el futuro de la movilidad en La Palma?

Principalmente, lo que yo pienso que demanda la sociedad palmera son más frecuencias. Al fin y al cabo es una isla con una orografía complicada y lo que nosotros sugerimos a los usuarios es que demanden ese incremento de frecuencias, porque es cierto que nosotros abarcamos la totalidad de la isla pero como los recorridos son tan largos, las frecuencias son escasas y eso hace perder muchos posibles clientes y, sobretodo, a esa gente joven que son el futuro del transporte, porque ya la gente mayor está adaptada al sistema, cualquier tipo de mejora obviamente les viene bien, pero para los jóvenes sabemos que no es suficiente, por lo que el incremento de frecuencias creemos que es lo ideal, además de la mejora de la flota y la tecnología de la empresa.

En un futuro la instalación de WIFI en los vehículos será un paso más de cara a fidelizar al usuario.

¿Cómo se plantean abarcar desde Transportes Insular este 2022?

Desde La Palma la petición que hacemos es que no venga ninguna desgracia más, ya tenemos la guerra por ahí que también ha supuesto un incremento en el precio del combustible. Al fin y al cabo, parece que no salimos de una para entrar en otra.

Lo único que le pedimos al 2022 es tranquilidad y cuando haya tranquilidad tendremos posibilidad de pedir algo más.

Despegamos

Innovación
comercial



PROGRAMAS PARA EL IMPULSO DEL
SECTOR COMERCIO MINORISTA DE CANARIAS



Transformación
digital



Canarias destino
comercial inteligente



Equipamientos
comerciales complementarios

Formación y desarrollo
en gestión comercial



Comercio
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Ángel Lima: “Me siento feliz y orgulloso de pertenecer a una empresa que después de 50 años sigue trabajando”



ENTREVISTA

ÁNGEL LIMA
GERENTE DE TRANSHIERRO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
TransHiero, la Sociedad Cooperativa de Transportes de la isla de El Hierro. ¿Cuándo surge el proyecto?

La Sociedad Cooperativa de Transportes de la isla de El Hierro es una Cooperativa que se dedica desde el año 1972 al transporte en la isla de El Hierro, tanto al transporte regular de viajeros como al transporte por taxi.

A parte de estos servicios, también presta servicios de transporte escolar y es una pionera en la isla de El Hierro en el rent a car. Si es verdad que, en este sentido, nuestras actividades son más pequeñas, porque hay empresas que se dedican exclusivamente a eso y no tenemos una flota muy grande, pero de igual modo prestamos ese servicio y, con lo cual, ofrecemos un servicio integral en la isla de El Hierro.

Hablamos de una cooperativa centrada en el transporte por carretera cuyo compromiso pasa por brindar la mejor calidad de servicio a sus clientes. A consecuencia de la inflación generalizada el sector del transporte está viéndose afectado, ¿en qué situación se encuentra la compañía?

Se encuentra, como el resto de las empresas de transporte, en una

situación complicada. La pandemia nos dejó bastante tocados, ya que no solo se cancelaron servicios turísticos, sino que se vieron afectados servicios como el transporte escolar, el taxi, el servicio regular y ahora, por último, se añaden a la situación que veníamos arrastrando los incrementos en el precio del combustible que, en una isla como la de El Hierro, es todavía más elevado que en islas como las de Tenerife o Gran Canaria.

Aquí estamos pagando el gasóleo aproximadamente a 1,70 euros/litro. Con lo cual, si ya los compañeros de otras islas, donde el precio es más barato, no les sale a cuenta salir a la calle, pues imagínate a nosotros en El Hierro como se nos complica la situación.

De todas formas, nosotros seguimos trabajando, seguimos tratando de dar el mejor servicio, el usuario que es nuestro cliente final no tiene la culpa de la pandemia, ni del incremento de los precios y nosotros, efectivamente, tratamos de dar el mejor servicio y aunque la situación económica en estos momentos no es muy buena, nosotros seguimos, año tras año, pasando nuestras auditorias de calidad, medioambientales, en materia de prevención de riesgos y hemos añadido desde hace dos años un nuevo certificado que va en la línea de la calidad en el servicio regular. Lo que hacemos es seguir en ese estándar de calidad y no dar un paso a atrás para no perder el terreno ganado.

Como usted comenta, el cliente final no tiene la culpa, pero no cabe duda que la coo-

perativa está viendo mermada su rentabilidad, ¿se han planteado aumentar el coste de sus servicios?

No. Nosotros tenemos que diferenciar entre las partes de la empresa donde podemos subir los precios y las partes en las que no.

En el servicio regular ya tenemos unos precios que están establecidos por la autoridad, que es el Cabildo de El Hierro en su área de transportes, y ese precio no lo podemos tocar, es un precio que varía en función del IPC y es un precio preestablecido.

Con el taxi es lo mismo, los taxímetros tienen unas tarifas oficiales que nosotros no podemos manipular, con lo cual todo incremento que surja en el coste del servicio lo tenemos que asumir nosotros directamente, porque no se lo podemos trasladar al usuario final.

Donde único podemos tocar los precios es en el servicio turístico y en el servicio discrecional. Servicios en los que desde el año 2012 esta empresa no variaba sus precios, a pesar de que tuvimos una crisis volcánica y una pandemia, pero sí es cierto que a finales del año 2021, viendo el incremento de los precios del gasóleo decidimos subir los precios a partir del 1 de enero de 2022, es decir, que después de tantos años sin aumentar las tarifas, aumentamos el precio de estos servicios debido a este incremento del precio del gasoil que viene dándose desde el año pasado.

Asimismo, al unísono de la sociedad apuestan por la digitalización, ¿de qué manera

han contribuido a este hecho?

A partir del 1 de febrero, la digitalización ha pasado a formar parte del servicio regular. Antiguamente, el servicio se prestaba de la manera más antigua que se conocía, a través del boleto de papel y a partir del 1 de febrero ya realizamos la venta a bordo de una manera digital.

A parte de eso, todas las transacciones que se realizan en esas expendedoras a bordo que vuelcan la información sobre un servidor, nos aportan en tiempo real el número de pasajeros, la recaudación, donde se suben y nos permiten recabar datos de cara a poder mejorar el servicio regular en la isla.

A pesar de ello, debo confesar que TransHiero estaba inmerso en una digitalización anterior en esa apuesta por las nuevas tecnologías. Nuestro sistema de trabajo se ha dirigido en ir eliminando el uso del papel con un programa de gestión que trabaja digitalmente, pudiendo facilitar facturas y presupuestos por correo electrónico, teniendo controlada la geolocalización de nuestros vehículos en tiempo real.

Nosotros en lo que a la digitalización compete sí que la habíamos desarrollado, pero este año le hemos dado el impulso que le faltaba en el servicio regular.

Cabe citar que en el mes de octubre de 2022 TransHiero cumple 50 años.

Es una fecha muy especial y es un logro que una empresa cumpla 50 años de existencia. Estos 50 años servirán para felicitarnos todos los que estamos hoy, pero sobretodo para agradecer a los que estuvieron antes y a los que constituyeron y apostaron por este modelo, que es un modelo cooperativista que se ve muy poco, pero que yo creo que se verá con el tiempo en zonas como El Hierro, un sitio pequeño donde la necesidad te obliga a diversificar y a gestionar de una manera completamente distinta.

Me siento feliz y orgulloso de pertenecer a una empresa que después de 50 años sigue trabajando, peleando y mejorando y muy agradecido con todos esos fundadores que en su momento dieron el paso a un proyecto que 50 años después está más vivo que nunca.

¿Qué objetivos pretenden alcanzar en este 2022?

Le respondo lo que le respondo a mi auditora de calidad cuando me dice: “Ángel, ¿qué objetivos tenemos este año?”, y yo siempre digo lo mismo: “llegar a final de año”. Llegar a final de año, que tengamos salud, que cumplamos nuestros objetivos, que nuestros clientes estén satisfechos, prestar el mejor servicio y empezar el nuevo año con ganas, energía y pensando que cumplimos un año más después de 50.





ENTREVISTA

JON RAMSDEN

DIRECTOR COMERCIAL Y DE
MARKETING DE CANARYFLY

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Canaryfly nace, hace más de una década, como una compañía aérea con un marcado posicionamiento, basado en el precio y en una personalidad arrolladora. La aerolínea canaria plantea un estilo diferente para los más de 50 mil canarios que vuelan con la compañía cada mes y que se benefician de los mejores precios en el transporte entre islas. Jon Ramsden acaba de incorporarse a Canaryfly, asumiendo la Dirección Comercial y de Marketing.

¿Cómo ha sido para usted convertirse en el nuevo director Comercial y de Marketing de Canaryfly?

Realmente supone un reto apasionante. Un cambio de sector siempre requiere de una adaptación, nuevas reglas, nuevos competidores, nuevos clientes, nuevo equipo... Llego con mucho por aprender y, sobre todo, con muchas ganas de impulsar a Canaryfly a nuevas cotas de éxito.

A largo plazo, ¿en qué dirección queréis ir?

Canaryfly tiene el firme compromiso de hacer más accesible el transporte aéreo para todos los canarios. Gracias a los precios que ofrecemos, volar entre islas se ha democratizado y ha dejado de ser un privilegio. Nuestro objetivo es seguir cumpliendo nuestro compromiso a largo plazo, manteniendo por supuesto los máximos estándares de seguridad aérea para nuestros pasajeros, mejorando nuestro servicio y reforzando las conexiones actuales.

La publicidad de Canaryfly se centra en resaltar el bajo coste de sus billetes, ¿seguirá la misma línea en los próximos años? ¿Pretenden incluir algún cambio en este sentido?

La publicidad y la comunicación deben servir a los objetivos de la compañía, la línea de comunicación actual nos ha dado una altísima notoriedad y ha conseguido que el cliente nos tenga en su mente con nuestra propuesta de precios bajos. Dicho esto, siempre debemos estar atentos a los cambios en las percepciones de nuestros clientes para evolucionar a tiempo y no quedar nos atrás.

¿Cuáles serán las próximas campañas publicitarias con las que nos sorprenderá la compañía?



Jon Ramsden: "Canaryfly tiene el firme compromiso de hacer más accesible el transporte aéreo"

Nuestro posicionamiento como la única compañía low cost de Canarias es claro, y eso no va a cambiar. Pero, obviamente, siempre buscamos tratar de sorprender al cliente en las fórmulas de comunicarlo.

¿Nos puedes adelantar alguna novedad prevista para este año?

Lo cierto es que, tras los turbulentos años vividos, tomamos este año 2022 como el de la vuelta a la operativa normal, tenemos planes

e ideas para seguir creciendo como compañía en el futuro. Pero este año lo asumimos como un periodo necesario para asentar el negocio y coger impulso de cara al futuro.

En cuanto al área comercial, ¿en qué punto se encuentran

las ventas de Canaryfly? ¿Hay una tendencia al alza?

Tras unos años durísimos de pandemia, durante la cual tuvimos que paralizar las operaciones hasta en dos periodos, no podemos más que estar satisfechos por las cifras que observamos en los últimos meses. Gracias a la confianza de nuestros pasajeros estamos prácticamente en cifras pre-COVID, lo cual nos da la tranquilidad y estabilidad para recuperar la senda del crecimiento en la que estábamos en 2019.

Tras el paso de una pandemia que aún tiene consecuencias en la sociedad, ¿qué es, por lo general, lo que más le preocupa al pasajero a la hora de viajar?

La pandemia está dejando huellas que tardarán años en desaparecer del todo. Sin embargo, creo que es evidente que vivimos un cambio importante desde hace ya varios meses. Con más del 85% de la población canaria inmunizada contra el virus -tras recibir la pauta completa de vacunación-, la ciudadanía quiere volver a disfrutar de la vida. Y los viajes y las vacaciones son un componente fundamental del que nos hemos visto privados durante los dos años.

"Nuestro posicionamiento como la única compañía low cost de Canarias es claro, y eso no va a cambiar"

Esas ganas de volver a vivir se pueden observar en las cifras de ocupación de esta última Semana Santa, algo que esperamos continúe en la misma línea durante el verano. Más aún, en teniendo en cuenta que Canaryfly apuesta por destinos seguros de cercanía dentro del Archipiélago.

¿Se está viendo mermada la rentabilidad de la compañía ante el aumento de costes generalizado?

La escalada de costes de los combustibles afecta a muchos sectores y el nuestro no es una excepción. No obstante, gracias a una buena planificación financiera tenemos margen de maniobra y, por el momento y a la espera de que la situación global se establezca, mantenemos la promesa de Canaryfly de mantener precios bajos para todos los canarios.



Luis Padrón: “Si los mercados emisores apuestan por Canarias, independientemente de las incertidumbres sociales y económicas, tendremos un buen verano”



ENTREVISTA

LUIS PADRÓN
GERENTE DE LÍNEAS ROMERO

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Líneas Romero, una compañía dedicada al transporte marítimo de usuarios entre Lanzarote, Fuerteventura y La Graciosa. Hemos pasado por épocas un tanto atípicas, ¿cómo han iniciado este 2022? ¿Han vuelto a la normalidad las cifras de pasajeros?

El 2022 ha comenzado casi como terminó el 2021, con incertidumbre. Cierto es que todos queremos que reine el optimismo, así que intentamos guiarnos por el positivismo y no centramos en los cambios diarios de la actualidad. Las cifras no son las mismas que en el 2019 todavía, pero la conectividad para este verano será incluso superior que la del 2019 o, al menos, esa es el planteamiento y la estrategia de todos.

Las compañías aéreas a día de hoy apuestan por la isla, otra cosa serán los pasos que irán dando poco a poco ya que hay factores que nos afectan a todos como la inflación en Europa o la apertura de otros destinos muy competitivos en precio como pueden ser Turquía, Egipto o Grecia. Sea como sea, la voluntad nuestra es que todo vuelva a ser como antes o, por lo menos, que sea una situación



bastante parecida a la de 2019.

El destino de Lanzarote terminó el 2021 con casi 2 millones de clientes menos que en 2019 y los datos de los primeros meses del 2022 nos indican que aún estamos a un 30% menos de clientes. Por lo que, aunque no estemos como en el 2019, podemos decir que estamos contentos con los resultados que estamos obteniendo.

No podemos afirmar que se ha recuperado el sector al completo, pero sí que podríamos decir que 2022 es el año en el que se comienza a consolidar la recuperación, ¿no es así?

Sí, eso esperamos. Es verdad que las noticias que vemos a diario nos siguen creando incertidumbre, pero son cosas que se nos escapan de las manos. No son cosas que competen a las empresas locales o al destino, sino son cosas que están en manos de los países emisores.

Además, las empresas de transporte son de las que más están sufriendo los hechos acontecidos,

viendo mermada su rentabilidad ante los precios del combustible.

Lo hemos notado muchísimo. Como consecuencia la inflación, siendo una empresa de transporte, en el mes de marzo vivimos una situación desorbitada. No puedes hacer un presupuesto ni un planteamiento de gasto tan siquiera a corto plazo. No sabemos ni lo que vamos a gastar el mes que viene.

En una era cada vez más sostenible a la par que digital, ¿hacia dónde se dirigen los esfuerzos de la empresa?

Si algo bueno ha tenido la pandemia, ha sido que aceleró la era digital y nos obligó a todos a ponernos al día en este ámbito. Automatizar y mejorar las prestaciones es algo que trabajamos diariamente y que nos exige nuestro propio cliente.

Este acelerón digital nos beneficia a todos y, a nosotros personalmente, nos crea un cliente directo, sin intermediarios al que le ofrecemos una serie de comodidades, como el embarque directo, no tener que pasar por oficina...

¿Cuál está siendo la tendencia del potencial cliente? ¿Cuáles son sus demandas?

Nosotros estamos enfocados en aportar comodidad e innovación. Queremos hacerle un viaje más ameno al cliente.

Si bien es cierto que la cantidad no ha sido la misma, pero la calidad ha sido mucho mayor. La calidad del cliente que nos ha visitado, principalmente español, nos ha beneficiado bastante, porque son mercados muy propicios al destino de La Graciosa y que se mueven entre islas.

Sí que notamos la ausencia en el 2021 de las familias, no venían niños. Esperamos que las familias vuelvan y adaptar productos a ellos, porque además de la línea regular tenemos excursiones.

¿Cómo prevén la llegada del verano?

Con mucho optimismo. Estamos haciendo los deberes y nuestro objetivo es estar mejor preparados de lo que estuvimos en 2021.

En 2021, agosto y septiembre nos cogió muy por sorpresa y tuvimos que sacar gente.

Desde noviembre, todo nuestro personal está trabajando y el verano será primordial y muy importante para la empresa. Si los mercados emisores apuestan por Canarias, independientemente de las incertidumbres sociales y económicas, tendremos un buen verano.

¿Cuáles son los objetivos primordiales que pretende cumplir la compañía en este 2022?

A día de hoy buscamos seguir consolidándonos como empresa referente en Lanzarote y a partir de octubre o noviembre redactaremos las nuevas estrategias para el próximo año 2023.

Tenemos que ir paso a paso. Queremos ver cómo se presenta el verano, que es muy importante, y a partir de ahí pensamos en el 2023 y en el futuro.



César Gil Sansón: “Porsche ha decidido liderar esta transformación hacia el coche eléctrico”

ENTREVISTA

CÉSAR GIL SANSÓN
DIRECTOR GERENTE DE
PORSCHE CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Porsche es una compañía automovilista caracterizada por la exclusividad de sus deportivos. ¿Cómo ha sido la evolución de la misma en los últimos años?

En los últimos años Porsche ha comenzado una transformación de todos sus modelos hacia el vehículo eléctrico. Porsche lo que va a hacer, de manera progresiva, es electrificar el 80% de su gama desde este momento hasta 2025.

Existe una normativa europea que obliga a los fabricantes a reducir el nivel de emisiones y la única alternativa que existe en estos momentos es la de los coches eléctricos.

¿Se consigue que el vehículo eléctrico adquiera la

misma potencia que un coche con motor de combustión?

La potencia de los motores eléctricos es casi ilimitada, la única limitación que tienen los coches eléctricos es la capacidad de almacenamiento de las baterías, pero se pueden conseguir potencias impresionantes con motores eléctricos, porque no hay un límite. Cuanto mayor es la energía que aportamos al motor y cuanto mayor sea ese motor, más potencia desarrollamos.

Hay deportivos ya en el mer-

cado con más de 1.000 CV. La única limitación es con qué batería alimentamos un motor tan potente, pero cada vez las baterías son más eficaces, cada vez almacenan mayor cantidad de energía y el dar potencia a los motores eléctricos no supone un problema para los ingenieros.

En este sentido, podemos prever que, a todas luces, la fabricación de vehículos sigue la senda de la electrificación...

A corto plazo sí. Hay otras tecnologías, que también emplean

motores eléctricos, como el hidrógeno. La tecnología que surge en torno a los motores con hidrógeno, hoy por hoy, no es rentable.

A corto plazo la única posibilidad, y así lo entienden la mayoría de las marcas, es fabricar coches eléctricos de baterías hasta que se desarrollen un poco más el resto de tecnologías, como la de hidrógeno.

¿Qué vehículos Porsche están actualmente electrificados?

Actualmente, en la gama de Porsche está electrificada toda la gama Cayenne y el Panamera con motores híbridos.

En 2019 lanzamos el primer coche 100% eléctrico, el Taycan, y a finales de este año, principios del próximo, lanzaremos otro 100% eléctrico que es el Porsche Macan, que será eléctrico enchufable con batería. En 2024, los 718 que son deportivos de 2 plazas también serán 100% eléctricos.

Porsche ha llegado a la conclusión de que el cambio a esa tecnología eléctrica es inevitable y pretenden liderar ese cambio, siendo los primeros en tener toda su gama electrificada. El único modelo que quedará de combustión interna será el 911, que siempre contará con un motor de combustión, pero sí que es posible que en breve salga una versión híbrida.

Cuando un cliente acude al concesionario de Porsche, ¿queda satisfecho con este inminente cambio?

La gente, en general, está muy concienciada con la posibilidad de tener un coche eléctrico, con no contaminar y todas sus ventajas. Pero sí que es verdad que todavía hay gente que tiene algunas dudas, sobretudo en cuanto a las infraestructuras de carga, que en Canarias son pocas.

En Canarias hay menos infraestructuras, porque las distancias son cortas, no existe el problema que tienen en el territorio peninsular donde la gente hace largos trayectos, aquí los trayectos son cortos y con una pequeña carga que hagamos en casa tenemos autonomía suficiente para el día a día.

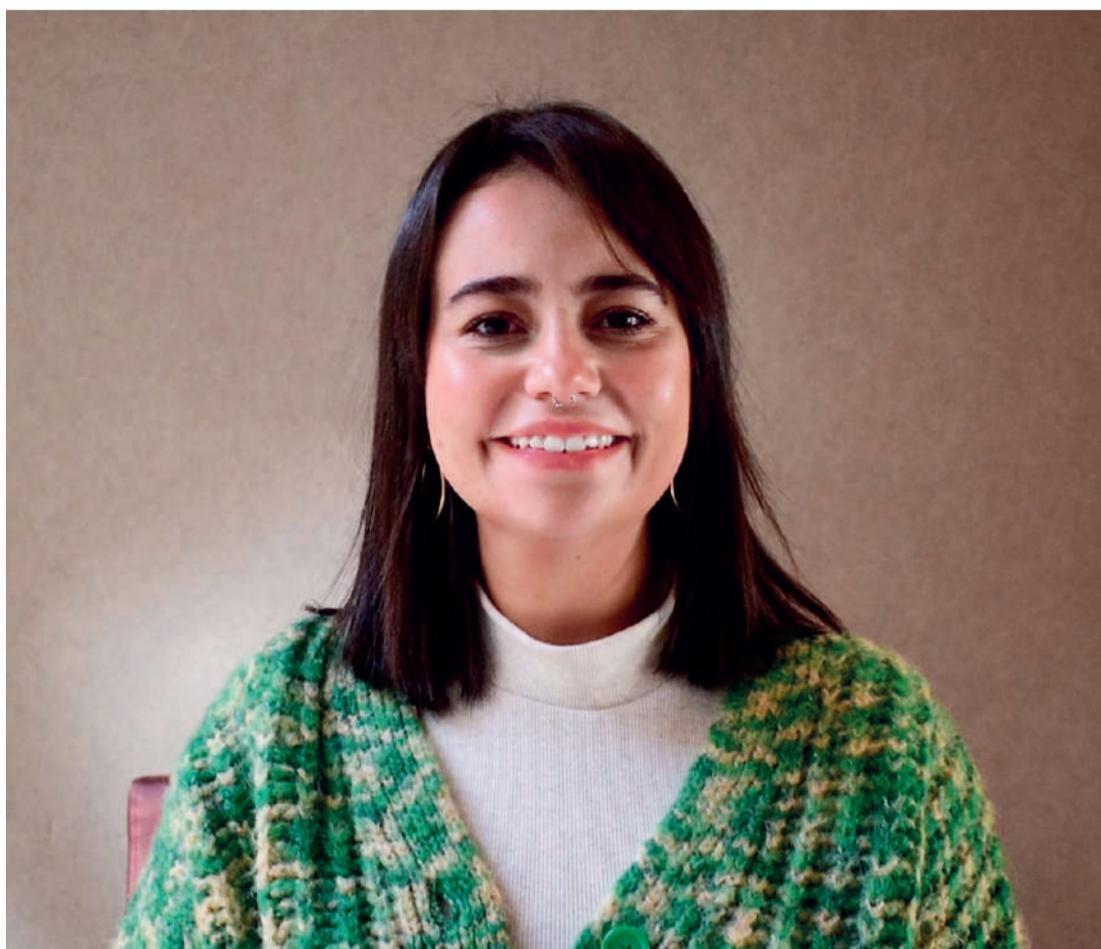
¿Cuáles son los planes de la empresa a más largo plazo, hasta 2025?

Es un poco lo que le comentaba antes, Porsche ha decidido liderar esta transformación hacia el coche eléctrico. Quiere convertirse en la marca líder del coche eléctrico y probablemente sea la primera marca que tiene casi toda su gama electrificada.

Este proceso se inició, aproximadamente, en 2018 y han proyectado que en el 2025 el 80% de sus vehículos van a ser eléctricos o híbridos. Los nuevos lanzamientos de modelos van a ser modelos 100% eléctricos y calculan que más del 80% de sus ventas sean coches eléctricos.



Henar Martín: “El reto de la movilidad en Canarias pasa por entender esa necesidad de cambio”



ENTREVISTA

HENAR MARTÍN

DIRECTORA EN CANARIAS DE
CONSULTORA ALOMÓN

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Alomón, una consultoría de movilidad que abarca varias áreas, incluida la de una movilidad sostenible. ¿Ha cambiado en los últimos años la manera en la que nos movemos?

Yo creo que aquí hay que hablar principalmente de dos factores que han hecho que sí se produzca un cambio o, que al menos, por primera vez pensemos en la movilidad como algo que afecta a nuestro día a día y a nuestro entorno.

Hay una corriente y hay una plena conciencia sobre el cambio climático y el entorno en el que nos movemos, la pandemia ha traído a nosotros otro condicionante que es la idea

de la salud pública como un condicionante que nos debe preocupar a todos. Entonces sí que hay, no solo un cambio en la manera en la que nos movemos, sino una plena conciencia de que cómo nos movemos afecta en gran medida a nuestro día a día.

En la sociedad ha habido un cambio, pero también en el desarrollo de las políticas públicas. Ahora los municipios, que al final son los que abarcan una política directa con respecto al ciudadano, por primera vez consideran el espacio urbano y cómo nos movemos como una prioridad. Vemos la aparición de áreas de movilidad y transporte, anteriormente inexistentes, donde antes solo existía el tráfico y pensábamos en la calzada como la manera de movernos.

Atendiendo a estos cambios, ¿qué tipo de servicios son los más demandados en la consultoría?

Hay una amplia variedad de servicios. Desde Consultora Alomón trabajamos principalmente con administraciones municipales, ante su cercanía al ciudadano, que son las que más requieren de una planificación.

Desde hace tiempo vienen solicitándose los planes de movilidad urbana sostenible como instrumento básico de estrategia que debe regir la movilidad en una ciudad, son principalmente los servicios más solicitados. Pero, con esta nueva corriente europea, surgen otras necesidades como los proyectos de zonas de bajas emisiones, un proyecto que abarca muchas partes: desde el diseño de cómo debe funcionar una zona de bajas emisiones a estudios de las implicaciones que tienen esas zonas de bajas emisiones, no solo la parte medioambiental, sino otras conclusiones derivadas, por ejemplo, del comercio, cómo afectan las zonas de bajas emisiones al comercio, cómo trabajar el transporte público...

Pasamos en un principio de una planificación básica solo de planes de movilidad urbana sostenible a otros proyectos como pueden ser zonas de bajas emisiones o el movimiento de mercancías, la gran olvidada, pero con una importancia exponencial ante el incremento de la compra online.

Incidiendo en Canarias, ¿qué retos afronta la movilidad en el archipiélago?

Tenemos varios factores que condicionan la movilidad, uno es una cultura dependiente del vehículo privado, condicionada por una orografía y una política urbana de núcleos dispersos. No solo es una cuestión del ciudadano, sino del asentamiento de unas políticas urbanísticas y de movilidad que nos han hecho dependientes del vehículo y, volviendo a lo que comentaba antes, comienza a haber una conciencia social.

En Tenerife, por ejemplo, tenemos un 40% de nuestro territorio protegido, por lo que el reto de la movilidad en Canarias pasa por entender esa necesidad de cambio, entendiendo la movilidad como un derecho, la gente tiene derecho a moverse desde un punto a otro y para eso es fundamental

otro de los pilares que es el transporte público -las guaguas y los taxis- hay que potenciar ese transporte público para que cubra las necesidades que tiene la gente. En ese sentido, se solicitan muchos trabajos de estudio de necesidades y de demanda en el transporte público, que yo creo que es fundamental.

¿Cómo se logra a través de un plan que los ciudadanos cambien sus hábitos y sus medios de transporte?

En todo plan de movilidad tenemos que entender que hay varias maneras de actuar. La primera, sobre las infraestructuras, hay que dotar de infraestructuras que garanticen y motiven una movilidad sostenible, pero también hay que dotar de servicios y garantías que nos permitan utilizarlas. Por ejemplo, entender las mejoras del transporte público como un servicio, no como un hecho privado, sino como algo que debe cubrir unas necesidades.

Y, por último, es muy importante el fomento de la concienciación y el trabajo de la ciudadanía para entender la movilidad como algo que nos compete a todos. Un plan de

movilidad urbana sostenible no tiene sentido sino lo entendemos como una participación transversal, un trabajo en el que los ciudadanos se vuelven defensores de su propio plan y, en ese caso, la consultora, con el apoyo del Instituto de Movilidad, está desarrollando un importante trabajo de participación pública y ciudadana y, sobre todo, de políticas públicas.

¿Cree usted que va Canarias a un buen ritmo con respecto al plan de movilidad que plantea la Unión Europea?

En general, en el territorio Español siempre vamos con un poco de retraso, entre otras cosas porque contamos con un modelo territorial y urbanístico que ha complicado lo que entendemos como movilidad sostenible.

Estamos un poco retrasados en lo que deberíamos estar y dónde deberíamos estar, pero es cierto que la pandemia ha tenido mucho que ver en el cambio. Cuando salimos a la calle a caminar no podíamos hacerlo, porque las calles no estaban diseñadas para las personas, sino para los vehículos.

“Un plan de movilidad urbana sostenible no tiene sentido sino lo entendemos como una participación transversal”

Yo creo que estamos avanzando con las nuevas políticas, Europa ha vuelto a poner el foco en lo que comentábamos al principio, en las ciudades como el verdadero motor de cambio. Ya vemos a muchos municipios que se están subiendo a esta marea, que están empezando a trabajar y que por primera vez pueden optar a esa financiación de manera directa. Se piensa en los municipios como en la unidad de acción y eso es muy positivo para que Canarias, donde cada municipio tiene sus singularidades, pueda realizar propuestas que se adapten a sus necesidades.

¿En qué proyectos están inmersos en la actualidad?

Tenemos bastantes proyectos. Dentro de lo que son planes de movilidad urbana sostenible estamos desarrollando el del municipio de Guía de Isora, pero hemos desarrollado otros en otras islas como el del municipio de Alajeró.

Además, estamos realizando otros proyectos muy interesantes como el Plan de Accesibilidad de Puerto del Rosario, entendiendo la accesibilidad como una necesidad de todos y todas.

También estamos inmersos en la coordinación de los foros de movilidad escolar sostenible en La Laguna. Tomando como base movimientos como la revuelta escolar en Madrid o Barcelona se pone la movilidad de los más pequeños en el foco. Una ciudad en la que un niño se puede desarrollar de manera autónoma y moverse de manera segura y sostenible es una ciudad para todos, por lo que también hay que hablar de accesibilidad en entornos escolares.



El Gobierno analizará las medidas que le plantea Asinca para abaratar los precios en el sector industrial

El presidente de Canarias, Ángel Víctor Torres, se reunió on el presidente la Asociación Industrial de Canarias (Asinca), Virgilio Correa, y los miembros de su junta directiva en la sede de Presidencia de Las Palmas de Gran

Canaria y junto a la consejera del área, Yaiza Castilla. La cita permitió que el representante del sector industrial presentase un paquete de medidas que pretenden contrarrestar la escalada de precios motivada, en gran parte, por la invasión rusa de Ucrania, propuestas que el presidente se comprometió a ana-

lizar en el Consejo de Gobierno de esta semana o en el siguiente, junto a todos los departamentos del Ejecutivo.

Aparte de exponer la realidad actual por la que pasa el sector industrial y manufacturero, Torres le agradece al presidente de Asinca que plantee medidas a corto,

medio y largo plazo para paliar esa deriva inflacionista en numerosos ámbitos. Para el jefe del Ejecutivo, se ha tratado de una reunión “muy fructífera” y se ha comprometido a estudiar con detalle la propuesta realizada en el Consejo de esta semana.

Entre las iniciativas propuestas, destacan los cambios planteados en los niveles de ayudas para el sector en el Régimen Especial de Abastecimiento, para lo que el Gobierno buscará el máximo consenso entre las distintas consejerías. Torres apuesta por buscar mecanismos de apoyo mediante ayudas directas, “tal y como ya estamos haciendo, por ejemplo, con el sector primario, para el que hemos movilizado 8 millones de euros” de las arcas regionales, con fondos europeos y otros.

Torres considera justas las reivindicaciones de Asinca y anuncia que su Gobierno intermediará con el Ejecutivo central sobre los costes tipo que competen a los ministerios, si bien recuerda que el Gobierno de España ya aprobó un real decreto que debe actualizarse o complementarse para que Ca-

narias salga igual de beneficiada que otras comunidades que, por su gran peso industrial, fueron priorizadas al inicio.

El presidente subrayó que estudiarán estas propuestas con detenimiento e insistió en que lo más acertado en esta situación es apostar por las ayudas directas y no por la bajada de impuestos. Sobre el destino de esas ayudas, una de las posibilidades más sólidas es que se aborde el aumento del precio de la energía en coordinación y coherencia con las medidas que está adoptando el Gobierno central.

Por su parte, Correa detalló su propuesta sobre el REA y sobre los costes tipos para compensar el transporte desde España y la UE o entre las Islas. Asimismo, se refirió a la necesidad de esa compensación de los costes energéticos. El presidente de Asinca considera que hay “muy buena predisposición” por parte del Gobierno regional para estudiar sus medidas en una etapa de aumento de costes de producción que, aunque coyuntural, requiere de soluciones también temporales hasta que vuelva la normalidad.

El puerto de Tenerife, camino del suministro de GNL y electricidad a buques en puerto

El puerto de Santa Cruz de Tenerife, concretamente las instalaciones del Instituto Español de Oceanografía, ha acogido la presentación del proyecto “Almacenamiento de GNL para transporte marítimo y generación de energía e hidrógeno verde” de Totisa Energía S.L.U., iniciativa que, si se cumplen los plazos previstos, podría llegar a estar operativa en tres años.

A tal efecto Totisa Energía S.L.U. promueve actualmente en el puerto de Santa Cruz de Tenerife una planta de almacenamiento de Gas Natural Licuado (GNL) que propiciará el suministro a buques y la generación de electricidad mediante motores que admitan una proporción de hidrógeno en mezcla con gas natural. Se cubrirá así la demanda portuaria de acuerdo con los requerimientos de la citada directiva europea, suponiendo dicha iniciativa una inversión cercana a los 100 millones de euros.

La presentación del proyecto fue de la mano de Manuel Granados, director general de Totisa Holdings S.A.U, y Luis Hernández, director técnico del proyecto, junto con el presidente de Puertos de Tenerife, Carlos González, ante un aforo en el que estaban representadas desde las asociaciones de vecinos de los barrios próximos a Cueva Bermeja, hasta la comunidad portuaria y representantes de las diferentes administraciones públicas y sector empresarial.

Carlos González indicó que la Autoridad Portuaria tinerfeña y Totisa Energía llevan trabajando en este proyecto desde principios de 2021, proyecto “de gran importancia para el puerto tinerfeño



pues nos permitirá cumplir con la normativa europea al efecto para el suministro de GNL y electricidad a buques en puerto”.

El titular de Puertos de Tenerife recordó que como instalación integrada en la Red Transeuropea de Transporte, el puerto de Santa

Cruz de Tenerife debe ofrecer a más tardar el 31 de diciembre de 2025, en cumplimiento de la directiva 2014/94 de la Unión Europea, el suministro de GNL a buques y garantizar asimismo su abastecimiento mediante conexión eléctrica en puerto.

Para posibilitar su instalación y posterior funcionamiento, Totisa Energía S.L.U. ha solicitado a la Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife la ocupación de una superficie en Cueva Bermeja de 26.600 metros cuadrados, 16.500 metros cuadrados de lámina de agua y 1.200 metros cuadrados de canalizaciones en subsuelo para el almacenamiento y suministro a buques.

Tal y como indicaron los representantes de Totisa, el proyecto ha superado ya el trámite de competencia de proyectos y actualmente se trabaja en su tramitación ambiental.

La iniciativa plantea el almacenamiento de 50 mil metros cúbicos de Gas Natural Licuado para suministro a buques y tendrá asimismo capacidad para generar 70MW de energía eléctrica, lo que permitirá disponer de electricidad

para las necesidades del puerto y proveer de este suministro al buque en el atraque.

El proyecto cuenta con tres áreas diferenciadas:

- Terminal GNL con muelle-cargadero y almacenamiento de 50.000 m³ en dos depósitos.
- Central Eléctrica de 70MW con cuatro motores alternativos de gas natural en mezcla con hidrógeno
- Generación de hidrógeno verde.

Almacenamiento de GNL

El GNL permitirá al puerto mantener su posición de competitividad en el bunkering de combustible a los buques. Este podrá realizarse en las modalidades de ship-to-ship y truck-to-ship. El GNL es el combustible de transición desde los combustibles pesados utilizados en la actualidad hasta los combustibles sintéticos del futuro.

Central Eléctrica de 70MW

La Central Eléctrica del puerto de Santa Cruz de Tenerife permitirá no sólo atender las demandas de electricidad derivadas de la conexión eléctrica de los buques atracados a puerto (cold-ironing) contribuyendo positivamente a la estabilidad del sistema eléctrico de Tenerife.

Generación de hidrógeno verde

A efectos de maximizar la capacidad de la central para consumir hidrógeno, se instalará una planta modular de generación de hidrógeno verde a partir de excedentes renovables, que constituya un sistema de almacenamiento energético y contribuya a reducir progresivamente la dependencia de combustibles fósiles.



Tu mejor opción

Excursiones en bus | Senderismo | Tour volcán | Sólo traslados
Astronomía | Experiencias | Servicios privados

+34 822 090 953
+34 620 416 535

info@lapalmatransfer.com
www.lapalmatransfer.com

@lapalmatransfer

La Gomera incorpora 24 millones de euros a sus cuentas para dimensionar la acción social y la empleabilidad



► La Institución insular destina más de 15 millones de euros a proyectos generadores de empleo y dimensiona el apartado para el bienestar social con 2,2 millones de euros adicionales

El Cabildo de La Gomera aprobó la incorporación de 24,6 millones de euros a sus cuentas, que ascienden ahora hasta los 77 millones de euros. Así lo informó el presidente, Casimiro Curbelo, quien explicó, junto a la consejera de Hacienda, Cristina Ventura, y la portavoz, Angélica Padilla, que estos recursos proceden del remanente de la Corporación y están dirigidos a dimensionar la acción social, impulsar la transformación económica y la

creación de empleo.

En palabras de Curbelo, “el contexto socioeconómico actual demanda un mayor compromiso con los ciudadanos y estos recursos van dirigidos a incrementar la capacidad de apoyo que la Institución insular tiene sobre los colectivos más vulnerables y, especialmente, en la empleabilidad, a través de las inversiones en mejoras de las infraestructuras públicas”.

En materia de empleo, aclaró que si bien la reforma laboral “ha dado pasos importantes para

acabar con la precariedad, actualmente existe alguna dificultad con la contratación a raíz de la aprobación de dicha ley, por lo que las empresas públicas trabajan en un plan estratégico que dé solución a esta realidad y podamos abordar programas de interés a los que se destinan hasta 15 millones de euros, la mayor inversión realizada hasta la fecha para la generación de empleo en el ámbito insular”, subrayó.

Asimismo, se incluyen recursos para inversión directa en el fomento de la economía circular

y las energías renovables. Además de partidas para el Plan de Sostenibilidad Turística y la asistencia técnica de la oficina de gestión de los fondos europeos Next Generation, y acciones para la recuperación del sector primario y las zonas de cultivo en los municipios del norte de la isla.

En cuanto al fomento de la actividad comercial, se dota de recursos económicos al proyecto para el desarrollo de actividades tecnológicas de innovación orientadas a la formación, y la consolidación de empresas y su transformación económica, a través del Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa, “para reforzar la dinamización del tejido empresarial y promover espacios de emprendeduría”, reseñó.

En el ámbito de las entidades

sin ánimo de lucro, se añaden 190 mil euros para atender programas de la Asociación de Mujeres Gara, Asociación Familiares de Alzheimer, Colegio Oficial de Farmacéuticos de Santa Cruz de Tenerife, ACAVITE y la Asociación San Miguel Adicciones, al mismo tiempo que se da cobertura a subida de las cuantías inicialmente previstas para otras asociaciones.

“Ha valido la pena dimensionar las ayudas a todos los colectivos para garantizar la materialización de los programas que han presentado al Cabildo, porque la labor que realizan en la isla es una importante aportación al bienestar de los ciudadanos”, reiteró Curbelo, quien detalló que en el ámbito de seguridad y emergencias, la globalidad de los incentivos alcanzan los 130 mil euros; en entidades medioambientales supera los 120 mil euros; 622 mil euros para asociaciones de ámbito social; 565 mil euros para las culturales; mientras que las deportivas cuentan con 258 mil euros.

Cuentas insulares: compromiso con las personas

Curbelo señaló que las cuentas para este año destinan más del 30% de sus recursos al bienestar social y el fomento del empleo, unido a la apuesta por la sostenibilidad, que es el segundo segmento con mayor inversión, con un 17,9%. Del mismo modo, se impulsa la recuperación económica a través del comercio, la industria y el turismo, que aglutinan el 15,8% de los recursos. Y se refuerzan las acciones educativas, culturales y patrimoniales, que duplican su inversión en un 13,4%.

Somos tu grupo logístico en Canarias

LOGIS TiLP, S.L.

Avda. Los Indianos, 14 Bajo | Santa Cruz de La Palma | Tel. 922 411 924 (Ext. 221) | facturacion@logistilp.com



V Encuentro Internacional Starlight: el astroturismo llega a Fuencaliente

► El municipio de Fuencaliente, en La Palma, será la sede física de la reunión anual Starlight que se celebrará en octubre de 2022

El “turismo de las estrellas”, o Astroturismo, promovido por la Fundación Starlight conforma una modalidad emergente, innovadora y de calidad de turismo sostenible y responsable que, a su vez, es motor de economía local.

No cabe duda que cualquier motivo para visitar la isla de La

Palma es bueno, pero este sobresale ante el resto, porque el evento de astroturismo más importante del año ya tiene destino. Tras recibir 23 propuestas de numerosas Reservas y Destinos Turísticos Starlight, la Fundación ha elegido por unanimidad la isla de La Palma.

Se trata de un evento de máxima referencia para el astroturismo internacional y una gran oportunidad

para conocerse la familia Starlight y crear sinergias. El 30 de diciembre de 2021 la Fundación Starlight hizo pública su apuesta por la isla de La Palma como sede del V Encuentro Starlight y III Encuentro de Guías y Monitores Starlight y, más concretamente, por el municipio de Fuencaliente, lugar en el que se celebrará el evento el próximo mes de octubre.

La elección de esta isla como sede para el V Encuentro Starlight viene precedida por ser La Palma un laboratorio donde aprender y disfrutar de experiencias auténticas de astroturismo, así como por aunar fuerzas con el propósito de contribuir a la recuperación y dinamización del turismo en la isla azotada por la erupción del volcán.

Por su parte, Fuencaliente, lugar en el que se ubicará el evento, es una localidad palmera que destaca entre el resto por la calidad de su cielo nocturno y las condiciones con las que cuenta para disfrutarlo. Además, se trata de una localidad que está apostando de manera sostenida por el turismo científico y, en especial, por el astroturismo.

El encuentro incluirá una visita al Observatorio del Roque de los Muchachos y al recién inaugurado Centro de Visitantes, una visita histórico-cultural a Santa Cruz de La Palma y al volcán de Cumbre Vieja, entre otras actividades.

El Ayuntamiento de Fuencaliente trabaja para acoger en octubre el V Encuentro Starlight y el III Encuentro de Guías y Monitores Starlight. Su alcalde, Gregorio Alonso, destaca que acoger este congreso en el municipio es una respuesta al esfuerzo del ayuntamiento y de las empresas locales en materia de infraestructuras municipales y aprovechamiento del cielo nocturno.

En un acto que ha tenido lugar

en el Centro de Visitantes del Volcán de San Antonio, los representantes del Ayuntamiento de Fuencaliente de La Palma y la Fundación Starlight han presentado oficialmente el V Encuentro Anual Starlight, que se celebrará precisamente en este municipio palmero del 24 al 29 de octubre de 2022.

En su intervención, la responsable del área de Promoción Turística del Ayuntamiento de Fuencaliente, Celia Santos, destacó la importancia de este evento para un pequeño municipio de 1700 habitantes, que está apostando por el turismo científico y en particular por el astroturismo. Fuencaliente fue declarada Municipio Starlight en 2020 y, como señaló Santos, acogerá un curso de Monitores Starlight en 2022.

Por su parte, José Carlos Francisco, presidente de la Fundación Starlight, resaltó el crecimiento y posicionamiento de la Fundación y su internacionalización, “desde Canarias para el mundo”. Añadió que espera que este V Encuentro genere un gran interés y participación, entre otras cosas, por ser su sede La Palma, un territorio tan vinculado a la entidad.

Por último intervino, Antonia Varela, directora de la Fundación Starlight, quien, además de destacar los valores del astroturismo como motor de desarrollo sostenible para la isla, señaló los valores de Fuencaliente para ser la sede oficial del V Encuentro Starlight, para el que se contará con el apoyo del Instituto de Astrofísica de Canarias.

Varela anunció parte del programa provisional del evento y que ya está operativa la web oficial del V Encuentro Starlight en la que ya pueden empezar a inscribirse los asistentes.

Además, bajo el lema ‘Fuencaliente cielo, mar y tierra’, desde el consistorio se está trabajando para permitir configurar en el sur de la Isla un polo de creación económica vinculado al astroturismo.

El congreso consta de ponencias de todos los participantes de la red de destinos, alojamientos y lugares, con conferencias y cuatro mesas redondas sobre astroturismo y medios de comunicación, otras sobre el grupo de turismo científico, una tercera sobre los retos del astroturismo y, por último, se presentará la meta de Desarrollo Sostenible #18 y se discutirán temas relacionados con la contaminación lumínica.

Además, los representantes de otros destinos Starlight conocerán de primera mano la oferta, las instalaciones y las peculiaridades de Fuencaliente y aportarán sus experiencias a la mejora del producto turístico.

Desde La Fundación Starlight esperan, asimismo, que esta celebración permita contribuir a la recuperación y a la dinamización del turismo en una isla que se ha visto azotada por situaciones atípicas.



Todo un éxito la novena edición de la Feria del Libro

► Numerosas personas acudieron a la cita siendo uno de los años que más libros se han vendido

La Plaza de la Constitución acogió el pasado fin de semana la feria del libro, en su novena edición, y fue todo un éxito. Además de este punto neurálgico en el que se concentraron los diferentes stands y desarrollaron múltiples actividades, se contó también con el apoyo de Fundoro, la biblioteca municipal y Liceo de Taoro que acogieron actos con motivo de esta efeméride. Numerosas personas acudieron a la cita en ambas jornadas, y cabe destacar que este año es uno en el que las librerías han vendido más

libros. El sábado 23, la ligera lluvia no mermó las visitas, y el domingo 24, un sol radiante invitó a disfrutar de la feria que cerró sus puertas a las 14.00 horas.

A lo largo del fin de semana, la carpa central, acogió la presentación de varios libros como: “Las aventuras de la pandilla del Barranco de la Raya” de Manuel Pérez Lima; de “¿Poesía? ¡Pues sí! Poemas del colegio” de José Luis Alonso; “De la ausencia (Diario de abordaje)” de Axu Peña; “Las aventuras de Nico y Sara. El barco de plástico” de Juan Luis Díaz; “Tejiendo Sueños” de Magui Sánchez y “Las Intrusas” de Santiago Díaz Bravo.

Y entre las actividades destacan los didácticos talleres, cuentacuentos, la iniciativa Arte y Literatura con la que los artistas grafiteros expresaron algunos aspectos que evocan la obra de distintos autores canarios, y la exposición “Rincones Literarios de La Orotava”, entre otros.

En esta edición se contó con la participación de las librerías El Viajante, Agapea, y La Educación, Fundoro, la biblioteca municipal, Evangelistas, Cristina García Carballo, Francisco Hilario, Somos Slow Canarias, La Frikitienda, Nakama Mundo Frikí, la Editorial Ida y Vuelta, y el dúo Jonay Martín y Lorenzo Cominoli.

También se llevaron a cabo las entregas de premios del XXII Certamen de Relato Hiperbreve, del XI Concurso Literario de Microrrelatos Rafael Arozarena y del XII Concurso Literario de Microrrelatos Armando San Juan.



► Sector público y privado se dieron cita en el Hotel Escuela de Santa Cruz de Tenerife para debatir sobre los retos y desafíos en estas materias

asociaciones, políticos y público en general pudieron escuchar y entender la situación de estos sectores en el archipiélago de mano de aquellos que son parte de los mismos. Un espacio que fue apoyado y patrocinado por entidades como la Consejería de Transición Ecológica, Lucha contra el Cambio Climático y Planificación Territorial del Gobierno de Canarias, CaixaBank, Fundación Santa Cruz

Sostenible, Aqualia, Ewaste, Eave y Cabildo de Tenerife.

La directora del Grupo, Montserrat Hernández, dio la bienvenida recordando la necesidad de seguir generando estos espacios de debate y encuentro para el desarrollo de este y otros sectores, especialmente teniendo en cuenta el contexto socioeconómico que vivimos actualmente.

Tribuna Fórum celebra el II Foro de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El pasado martes 19 de abril el Grupo de Comunicación Tribuna, bajo su marca de eventos Tribuna Fórum, celebró el II Foro de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente en el Hotel Escuela de Santa Cruz de Tenerife.

Tras una exitosa primera edición celebrada antes de la irrupción de la pandemia producida por la covid-19 se han reunido todos los agentes implicados en el sector para debatir acerca de los retos y desafíos en materia de medio ambiente y desarrollo sostenible en Canarias. Una nutrida representación de empresarios, representantes de organizaciones y



Posteriormente, José Antonio Valbuena, consejero de Transición Ecológica, Lucha contra el Cambio Climático y Planificación Territorial del Gobierno de Canarias, ofreció una Conferencia Inaugural enfocada hacia El futuro de Canarias bajo el horizonte de Ley de Cambio Climático y Transición Energética de Canarias. Así, Valbuena dio todas las claves acerca del arduo trabajo que está llevando a cabo el Gobierno de Canarias para que la nueva Ley sea una realidad y pueda ser aplicada por parte de los ciudadanos, empresas, organizaciones y administraciones. Dicha estrategia del Gobierno de Canarias conviene recordar que se baja en las líneas estratégicas del informe del panel intergubernamental de expertos sobre cambio climático que no busca otra cosa sino el cambio definitivo para la transformación medioambiental de Canarias.

Mesa Redonda Pública

Como en otros eventos del Grupo, tras la conferencia inaugural, tuvo lugar una Mesa Redonda Pública, donde distintos representantes de administraciones tuvieron la oportunidad de debatir acerca de las políticas y estrategias que se están llevando a cabo. En esta ocasión participaron los tres niveles de administración, empezando con José Antonio Valbuena, acompañado de Javier Rodríguez, consejero del Cabildo de Tenerife; Carlos Tarife, concejal del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife; y Omar Hernández, concejal de Medio Ambiente del Ayuntamiento de El Paso.

Durante media hora, todos los invitados tuvieron la oportunidad de explicar las distintas medidas que se están implementando en las distintas áreas que representan y coincidieron en la necesidad de impulsar entre todos los agentes implicados una transformación más acuciada de las energías renova-



bles y su correcta utilización. Para ello, serán fundamentales los Fondos Next Generation, especialmente para pequeños ayuntamientos como El Paso, el cual tiene distintos proyectos desarrollados supeditados a la llegada de dichos fondos.

Por su parte, Javier Rodríguez, consejero del Cabildo de Tenerife, recordó la apuesta tan importante de la institución insular para que las aguas residuales dejen de ser uno de los principales problemas que vive la isla. Así, reafirmó su compromiso personal para con la gestión de los residuos y fomentar una conciencia más verde en ciudadanos y empresas, para lo que el propio Cabildo prestará toda colaboración.

Asimismo, todos coincidieron en que la buena colaboración y sinergias entre las distintas administraciones han sido y seguirá siendo fundamental para que la transformación energética y el desarrollo sostenible sean una realidad.

Mesa Técnica

Para finalizar la jornada, expertos y empresarios se reunieron en torno a la segunda mesa redonda. En este caso, participaron Íñigo Núñez, consejero delegado de Ewaste; Luis Linares Soto, CEO de EAVE – Wallbox Canarias; Fran Blanco, delegado de Aqualia en Canarias; Sebastián Martínez, CEO de Green Efficient Solutions y Zaida Martín, directora de Negocios de CaixaBank.

Tras una breve reseña de las actuaciones en materia medioambiental que realizan cada una de las compañías que representan, el debate se centró en la necesidad de una mayor implicación y coordinación por parte de las administraciones públicas. Es por eso que se hizo hincapié en la necesidad de materializar todos los designios

de la nueva Ley de Cambio Climático del Gobierno de Canarias.

No menos importante fue la charla acerca de los famosos Fondos Next Generation. Todos los directivos y empresarios se mostraron positivos y esperanzados acerca de la cantidad de fondos previstos, sin embargo, no se muestran igual de positivos en lo que a gestión de los mismos se refiere. Todos coincidieron en que Canarias puede ser un referente en materia de economía circular y energías renovables.

Concluye una nueva edición del Foro de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible con una clara hoja de ruta en la que administraciones y empresas deben coordinarse y crear una estrategia conjunta para que Canarias consiga ser un verdadero referente en estas materias. Un foro que, como cada año, consigue congrega a un centenar de personas con un mismo objetivo, creando un debate respetuoso y constructivo.



ECONOMÍA CIRCULAR

La nueva economía para el cambio



Este modelo de producción y consumo imita a la sabia naturaleza, que no desperdicia nada, pues integra todo en un círculo perfecto, donde no hay desechos, sino recursos para crear una nueva vida

COMUNIDADES CIRCULARES

Experiencia para la gestión integral de la fracción orgánica a través del compostaje y vermicompostaje comunitario previniendo su transporte a celda de vertido. Actualmente se desarrolla en la Universidad de La Laguna y en cuatro municipios, estando previsto que se integren unos doce más.

Un proyecto que promueve el reciclaje de restos orgánicos en el lugar donde se generan, como recurso local, y que prioriza la participación colectiva.

¡Anímate y participa!



Desarrollo Sostenible
y Lucha contra el
Cambio Climático

compostenerife



El Sosteníblómetro: el test que te indica cómo hacer más sostenibles tus hábitos cotidianos



► Se trata de un sencillo cuestionario de 10 preguntas que mide la sostenibilidad de tus conductas y hábitos cotidianos

► Para medir tu nivel en sostenibilidad, Aqualia te invita a entrar en www.sosteniblometro.com y compartir tus resultados en Twitter con el hashtag #Sosteníblómetro

La crisis climática se ha acelerado tras la pandemia por la COVID-19 y, tal y como apunta Naciones Unidas, la humanidad es parte responsable de los fenómenos meteorológicos devastadores y extremos que se están produciendo en todo el planeta a causa del calentamiento global. La preocupación por los temas medioambientales crece cada vez más entre los jóvenes, que ya han acuñado el término “ansiedad climática” o “eco-ansiedad” para referirse al estrés que le provoca el miedo a la catástrofe medioambiental.

Buena parte de la solución a este problema está en nuestras manos, a través de la opción de sencillas acciones que contribuyan a mejorar la salud de nuestro planeta, reduciendo, previniendo o mitigando el cambio climático. Pero, realmente, ¿somos tan sostenibles como pensamos?, ¿te

atreverías a medir tu nivel de sostenibilidad?

Para comprobar tu nivel de sostenibilidad, Aqualia te invita a entrar en www.sosteniblometro.com y completar un sencillo test con 10 preguntas rápidas sobre tus hábitos cotidianos. Como resultado, el “Sosteníblómetro” te dirá qué nivel de sostenibilidad implican tus hábitos (necesita mejorar, aceptable, sostenible o súper-sostenible).

A través de esta acción, Aqualia invita a la ciudadanía a reflexionar acerca de la importancia de erradicar ciertos comportamientos cotidianos que no resultan sostenibles. Por el contrario, la campaña invita a adoptar otros comportamientos que impactan positivamente en el Medioambiente y que suponen un ahorro de agua y/o energía y que contribuyen a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas.

El primer medidor de conductas sostenibles

La mayoría de las cuestiones se vinculan al uso del agua: ¿te duchas en vez de bañarte?, ¿utilizas el programa ECO de tus electrodomésticos?, ¿utilizas reductores de caudal de agua en grifos? y así hasta cerca de 70 preguntas que, de forma aleatoria, se presentarán en cada test en grupos de 10. Cuanto más alto sea el nivel de “sostenibilidad” más sostenipuntos se van acumulando.

Por medio de esta iniciativa, Aqualia quiere poner de manifiesto cómo con la suma de muchos pequeños hábitos cotidianos podemos conseguir resultados extraordinarios e impactar positivamente en nuestro entorno más cercano.

El agua es fundamental para el desarrollo y puede ser un motor de cambio para impulsar una socie-

dad más justa, el principal desafío de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Aqualia, como primera empresa del sector certificada por AENOR en la consecución

de los ODS, nos invita a todos a dar un paso más y caminar hacia un futuro más sostenible.

¿Te unes? www.sosteniblometro.com.

Contradicciones insostenibles



GENIAL
en casa bebes agua del grifo



PERO
en el restaurante pides agua embotellada

Ponte a prueba en:

sosteniblometro.com



Contradicciones insostenibles



GENIAL
te preocupa mucho el cambio climático



PERO
usas el WC como cubo de basura

Ponte a prueba en:

sosteniblometro.com





ENTREVISTA

FRANCISCO DÁVILA SUÁREZ
CEO DE FDS CANARIAS;
GESTIÓN DE RESIDUOS

Francisco Dávila: “Tenemos que sacar muchos residuos de Canarias”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Cada vez son más las medidas que se adoptan a favor del medioambiente, vivimos en una sociedad que día tras día se concientia de la importancia de una vida sostenible, ¿existe en general la suficiente concienciación respecto a la calidad de nuestro entorno y cómo nos repercute?

No, no hay la suficiente concienciación en la ciudadanía. Además, las administraciones tampoco trabajan con eficacia para que exista esa concienciación, sobretodo Canarias, que tiene un gran problema con la separación de los distintos tipos de residuos, no estamos llegando a los objetivos que marca la Unión

Europea y, por tanto, nos vemos en una situación bastante mala. Los objetivos no se llegan a cumplir y teniendo en cuenta que el consumo de la sociedad en la que vivimos hoy en día es bastante elevado junto con que Canarias es un territorio sumamente reducido, nos encontramos ante un gran problema.

En líneas generales, los diferentes tipos de residuos van a parar a sitios en los que no deben estar.

Como usted comenta, en una sociedad cada vez más consumista, faltan medidas de actuación por parte de la administración, ¿no es así?

Exactamente. Faltan medidas de actuación, sobre todo en las administraciones loca-

les, que no ponen la suficiente atención a un tema medioambiental como el que estamos tratando. Canarias, como ya he dicho, es un territorio reducido, si entre todos no apostamos un granito de arena para que sea sostenible el tiempo dirá que hemos hecho las cosas mal y tendremos un problema grave. Por tanto, las administraciones locales, que son las que más cerca están del ciudadano tienen que hacer campaña de concienciación, actualizar las ordenanzas municipales y cumplir lo que dice la Unión Europea con los objetivos que se plantean en este ámbito.

¿Se están cumpliendo dichos objetivos a día de hoy?

En materia de residuos no se están cumpliendo. Es más, hay administraciones locales que no tienen las ordenanzas en materia de residuos actualizadas, de hecho acaba de salir un Real Decreto 553/2020 en el cual se exige la trazabilidad de cómo se tienen que hacer.

En este sentido, ¿la situación que tenemos en Canarias, con respecto a otros territorios nacionales, es favorable?

Yo creo que en España estamos muy atrasados en este sentido. No cumplimos con los objetivos que marca la Unión Europea y por eso hemos recibido distintos tipos de sanciones tanto en Canarias como en otras comunidades. Yo entiendo que el Gobierno de España está intentando ponerse al día con este tema, tenemos que esperar a ver si llegamos a cumplir con lo que la Unión Europea nos marca.

Vemos cómo está el territorio, en cualquier sitio te encuentras vertidos incontrolados, incluso en algunos gestores de residuos

admiten cualquier tipo de residuo y nosotros, teniendo un territorio reducido, tenemos que sacar muchos residuos de Canarias porque aquí no tenemos capacidad para gestionarlo todo.

En las últimas décadas hemos sido partícipes de una revolución en el ámbito social y tecnológico, ¿ha participado el sector de la gestión de los residuos en ella? ¿Han implementado técnicas más efectivas y con una mayor tecnología?

Sí. El Ministerio de Transición Ecológica ha puesto en marcha una plataforma digital para digitalizar la trazabilidad de los residuos, de esta manera, cualquier residuo que se mueva de un sitio a otro, bien sea de una comunidad o de un punto a otro, queda registrado. ¿Qué nos encontramos con esta herramienta? Que no están actualizadas, precisamente, las administraciones locales. Y al no estar actualizadas las administraciones locales nos encontramos con un problema de que esta herramienta digital no te deje entrar para hacer la trazabilidad correctamente.

Yo creo que es un avance, pero debe ir acompañado de una actualización de las administraciones.

Las nuevas directivas europeas sobre residuos introducen nuevos objetivos en materia de prevención, reutilización, reciclaje y vertido de residuos, ¿llevamos los deberes hechos en ese sentido? ¿Vamos progresando adecuadamente para su consecución en 2050?

¿Vamos progresando? Sí. ¿Adecuadamente? No. Es lo que yo le decía, nosotros vamos muy por atrás de lo que la Unión Europea nos marca. De hecho en el año 2020 teníamos que tener una separación de un 50% de los residuos que se producen y no lo hemos cumplido, consecuentemente hemos sido sancionados. De los vertidos en el mar ha ocurrido lo mismo y también hemos sido sancionados. Por lo tanto, creo que vamos muy atrasados.

¿Cree usted que esto se debe a la falta de presupuesto dedicado al medioambiente?

Puede ser parte de eso, pero yo diría que hace falta mucha voluntad política por parte de todas las administraciones porque es lo que decía antes, los ayuntamientos son la administración más cercana al ciudadano y son los que tienen que tener herramientas suficientes para ayudar a ir a una velocidad que esté a la altura de las circunstancias.

Si tuviera que formular un deseo para un futuro a corto plazo, ¿cuál sería?

Yo lo que deseo es que se reduzcan bastante las contaminaciones que están teniendo lugar en Canarias, siendo un territorio reducido no puede soportar la contaminación que está recibiendo por parte de ciertos tipos de residuos.



ENTREVISTA

FRANCISCO CABRERA PANASCO
PRESIDENTE DEL
COLEGIO DE DENTISTAS
DE LAS PALMAS

Francisco Cabrera Panasco: “Una revisión rutinaria puede salvar la vida de un fumador”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Qué papel juegan los dentistas en el control del tabaquismo?

Si tenemos en cuenta que los dentistas somos los profesionales sanitarios que antes y mejor podemos diagnosticar las lesiones malignas y premalignas que se producen en la boca como consecuencia del tabaco, y que el cáncer oral es uno de los diez cánceres más frecuentes, nuestro papel en el control del tabaquismo es imprescindible. Desde el Colegio de Dentistas de Las Palmas, en colaboración con la Fundación Canaria Dental, mantenemos una labor responsable frente al tabaco y sus nuevos productos basados en nicotina –cigarrillos electrónicos y tabaco calentado– y desarrollamos una actividad continuada de concienciación y promoción de la salud bucodental y general.

Con el objetivo de involucrar a los dentistas y a la profesión en la toma de decisiones frente a la promoción del tabaco y del vapeo,

participamos en importantes estrategias de trabajo para el desarrollo de políticas de prevención. En los últimos años, hemos intervenido en encuentros profesionales del más alto nivel en esta materia, dirigidos a mejorar la normativa comunitaria. También, hemos suscrito manifiestos junto a sociedades científicas y asociaciones profesionales sanitarias europeas, nacionales y regionales, y remitido comunicados a los medios y escritos a la administración sanitaria, posicionándonos en contra de campañas como “La Graciosa Sin Humo” o de la suspensión de la prohibición de fumar en las terrazas de Canarias, impuesta durante la pandemia de la Covid-19, motivo de la reunión mantenida el pasado 14 de abril con el Consejo de Sanidad.

¿Cuáles son los peligros de fumar y vapear para la boca?

En el caso de la salud oral, el tabaco favorece la enfermedad periodontal y compromete la efectividad de los tratamientos bu-

codentales, como el de implantes dentales o el periodontal. Además, predispone a padecer lesiones orales que pueden llegar a ser malignas y poner la vida en riesgo.

En cuanto a los cigarrillos electrónicos y al tabaco calentado, no son ni mucho menos inocuos, al contrario, originan la muerte de numerosas células de la mucosa oral y esto incrementa el riesgo de infecciones. Son tan nocivos para las encías y los dientes como los cigarrillos convencionales. Además, los tejidos de la boca y del tracto respiratorio quedan expuestos a los compuestos químicos y tóxicos que produce el calentamiento de la glicerina, el propilenglicol, la nicotina y los aromas contenidos en los líquidos de estos productos. También liberan carcinógenos, como el formaldehído, el glicidol y el óxido de propileno, con potenciales riesgos para la salud.

¿Cómo actúa su Colegio en una de las comunidades autónomas con mayor número de fumadores?

En efecto, la última Encuesta Europea de Salud en España publicada en 2021 por el INE nos dice que Canarias, con un 20,7 por ciento, ocupa el quinto lugar de fumadores diarios a partir de los 15 años. Ante estos datos, como es lógico, para nuestro Colegio es una prioridad informar a la población de nuestra provincia, y a los jóvenes en particular, que son un gran objetivo para la industria tabaquera, sobre los efectos perjudiciales del tabaco para su salud oral y general, y dar a conocer el importante rol de las clínicas dentales en la prevención.

Nuestras campañas de concienciación, como las relacionadas con el Día Mundial Sin Tabaco, que celebramos cada 31 de mayo, y las de prevención, en las que se involucran anualmente clínicas dentales de Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote, realizando revisiones gratuitas para la prevención del cáncer oral, son continuas. En nuestra última campaña informativa, pusimos a disposición de

los más de 700 dentistas de la provincia, folletos divulgativos para su distribución entre los pacientes de las clínicas dentales. También, los enviamos a los adolescentes y jóvenes de 249 centros educativos, a todas las facultades de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y a las dos universidades privadas de la provincia.

Ustedes señalan que los dentistas pueden salvar la vida de fumadores y vapeadores...

En efecto, una revisión rutinaria puede salvar la vida de un fumador, porque la identificación de las lesiones precancerosas que realizamos los dentistas, puede ser clave para combatir a tiempo el cáncer oral, una enfermedad que los fumadores severos tienen siete veces más probabilidades de desarrollar y que ocasiona cerca de 1.500 muertes al año en nuestro país. También los fumadores pasivos, según confirman investigaciones recientes, podrían tener un 51 por ciento más de riesgo de desarrollarlo al recibir la nicotina y otros químicos tóxicos al igual que los fumadores.

Hablamos de una enfermedad mortal que, detectada a tiempo, tiene un alto índice de supervivencia pero que, a menudo, pasa desapercibida durante sus estadios iniciales, lo que supone que la tasa de supervivencia, a los cinco años, sea de tan solo el 50 por ciento. La revisión bucodental cada seis meses y el control preventivo, basado en la detección, el diagnóstico y el tratamiento precoz, permiten detener o retrasar su progreso; de ahí, su vital importancia.



Loro Parque abre sus puertas a niños refugiados provenientes de Ucrania

► Varios grupos de niños acompañados por adultos han podido disfrutar de un día en el zoo portuense

Loro Parque ha recibido varias visitas de grupos de niños ucranianos. Así, a lo largo de las jornadas del jueves, 7 de abril, y viernes, 8 de abril, los pequeños han tenido la oportunidad de asistir a las principales presentaciones, además de descubrir la fauna exuberante que alberga el recinto, reconocido en dos ocasiones seguidas como el mejor zoo a nivel mundial.

La concienciación de los más jóvenes en el cuidado de la naturaleza es un aspecto fundamental

para la conservación del medio ambiente y, por lo tanto, para el bienestar animal. Es por ello que Loro Parque siempre está abierto a la realización de actividades que contribuyan a un mejor entendimiento de la naturaleza por parte de las generaciones futuras.

La labor de educación ambiental que llevamos a cabo los zoológicos y acuarios modernos es fundamental para fortalecer el vínculo de los humanos con la naturaleza, especialmente en una sociedad cada vez más concentrada en las zonas urbanas.

Los jugadores del Club Baloncesto Gran Canaria disfrutaron de una visita al acuario Poema del Mar



► Además de conocer las maravillas de las profundidades acuáticas, los jugadores han encestado triples en una cancha instalada en Deep Sea, la exhibición con el ventanal curvo más grande del mundo

El acuario Poema del Mar ha recibido a la plantilla del Club Baloncesto Gran Canaria, que han encestado triples en una cancha instalada en Deep Sea, la exhibición con el ventanal curvo más grande del mundo.

Con este evento, en el marco del patrocinio al club grancanario, Poema del Mar refuerza su compromiso con el deporte canario, a través del que promueve el ocio, la cultura y la vida sana en la isla.

Además, la visita ha servido para que todos los presentes conocieran de primera mano la gran labor que realiza a diario Poema del Mar para convertirse en un centro referente para la conservación de especies.

De hecho, muchas de las que alberga en sus instalaciones están catalogadas por la Lista Roja de Especies Amenazadas de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) y se encuentran bajo algún grado de vulnerabilidad o amenaza en el medio natural. En esa línea, Poema del Mar también lleva a cabo una importante labor educativa, implementando actividades para acercar a los colegios de Gran Canaria, así como a familias y diferentes colectivos sociales, la labor tan importante que realizan estos centros en el archipiélago, como hace el acuario a través de su herramienta de conservación, Loro Parque Fundación, gracias a lo que se ha convertido en un referente en la divulgación marina en las islas.

Loro Parque recibe un reconocimiento de la Asociación Internacional de Entrenadores de Mamíferos Marinos por sus avances en investigación



► El premio ha sido entregado en el marco de la conferencia anual de la asociación, que se ha celebrado recientemente en Chicago

Loro Parque ha recibido recientemente un reconocimiento de la Asociación Internacional de Entrenadores de Mamíferos Marinos (IMATA, por sus siglas en inglés) por sus avances en investigación. Ha sido la científica del Instituto Max Planck de Ornitología Sara Ortiz la que ha recibido el segundo premio "Research Advancements" por una conferencia en la que ex-

plicaba los avances científicos que se obtienen cuando se fusiona un centro de conservación y embajada animal como Loro Parque con una institución científica como Max Planck.

De hecho, Ortiz trabaja desde la estación de investigación que esta institución alemana tiene en Loro Parque y lleva a cabo estudios científicos con loros y con delfines. Max Planck se dedica a estudiar la inteligencia en animales

y, desde sus inicios, ha estado trabajando principalmente con loros, conocidos por sus habilidades imitando y su gran inteligencia.

En marzo de 2021, para poder comparar los resultados obtenidos con aves, Ortiz empezó a trabajar estrechamente con el equipo de delfines y, en tan solo 9 meses, consiguieron empezar y terminar cuatro proyectos de investigación de alto impacto. Gracias a este trabajo, no solo han aprendido sobre

la memoria y la forma de pensar de los delfines, sino también sobre sus capacidades auditivas y su uso del sonar o ecolocalización.

Estos resultados tan prometedores han sido posibles gracias al apoyo de Loro Parque, Loro Parque Fundación y el equipo de entrenadores de delfines, y ayudarán a entender mejor la forma de pensar de estos mamíferos marinos y a conocer el impacto que tiene en ellos la actividad humana, lo que permitirá establecer medidas para protegerlos frente a las amenazas que enfrentan en el medio natural.

del mundo, tanto por su belleza, como por la excelencia de sus instalaciones, el cuidado a los animales y su respeto a la naturaleza. Junto a Loro Parque Fundación, posee actualmente, en sus diferentes centros, la reserva de especies y subespecies de loros más grande y diversa del mundo y, por tanto, se ha convertido en la entidad líder a nivel internacional en la cría y el manejo de psitácidas.

A lo largo de su historia, se ha convertido en visita obligada, el "must" de Canarias, y en uno de los imanes más potentes para los turistas de las islas Canarias, con más de 50 millones de visitantes desde su inauguración. La excelencia, la calidad de sus instalaciones, el amor por los animales y su compromiso medioambiental le han convertido en el mejor zoológico del mundo.

Más información en: <https://www.loroparque.com/>

Sigue a Loro Parque en: <https://www.facebook.com/loroparque/> / <https://www.instagram.com/loroparque/> / <https://twitter.com/LoroParque>

50 años de Loro Parque

Fundado el 17 de diciembre de 1972, Loro Parque fue concebido inicialmente como un paraíso para papagayos e inició su andadura con tan solo 25 personas, 150 loros y un espacio de 13 000 cuadrados. Con el transcurso de los años, se convirtió en una de las instituciones zoológicas y reservas genéticas más respetadas y reconocidas

‘Cepsa Diálogos en Acción’ pone en valor el papel de las personas en la transformación de las organizaciones

La necesidad de transformación por parte de las empresas y organizaciones para adaptarse a una sociedad en continuo cambio, contemplando dicho proceso como una búsqueda de oportunidades y situando a las personas como palanca principal para sus nuevas estrategias, ha sido el tema abordado en la tercera sesión del ciclo ‘Cepsa Diálogos en Acción’, impulsado por el Comité de Enlace Cepsa-Santa Cruz.

Dicho foro de debate tiene por objeto favorecer el acercamiento y el intercambio de buenas prácticas entre Cepsa y la comunidad canaria, a través del potencial y la experiencia de los profesionales de la compañía. Un encuentro que, por primera vez desde su puesta en marcha en 2021, se celebró de forma presencial, modalidad que se combinó también con el acceso vía telemática.

Bajo el título ‘La sociedad avanza, las organizaciones se transforman’, la ponencia inaugural corrió a cargo del jefe de Operaciones en Cepsa Tenerife, Rosendo Rivero, en torno a la cual se generó un debate, en el que participaron el director de Cepsa en Canarias, José Manuel Fernández-Sabugo; la directora del Laboratorio de Innovación Social de la Universidad de La Laguna, Mónica Dios; el director insular de Modernización del Cabildo de Tenerife, Daniel González; el director de la Asociación para el Progreso de la Dirección en Canarias, Francisco Torres, y el director técnico de Plena Inclusión Canarias, Francisco Medina.

Rosendo Rivero manifestó que “estamos siendo testigos de un cambio sin precedentes en cómo los seres humanos interactuamos entre nosotros y con el medio” y añadió que “la evolución de las organizaciones tiene que estar centrada en las personas, siendo éstas la palanca principal para sus nuevas propuestas de valor”. Por ello, destacó que los planes estratégicos, procedimientos y actividades de las organizaciones han de estar orientados más que nunca al cliente.

Puntualizó que dentro del grupo de clientes, además de los que reciben un producto o servicio, se incluye los grupos de interés, los proveedores y el propio empleado. En este sentido, insistió en que el reto actual para las organizaciones implica apoyarse en su recurso más

► El tercer encuentro de dicho foro aborda el actual momento de cambio e incide en que los planes estratégicos y actividades estén orientados al cliente



valioso, sus profesionales, para empoderarles y llegar a desarrollar una actividad que satisfaga las necesidades de un mundo cambiante y competitivo. En esta línea, destacó que las empresas no solo han de abordar una adaptación digital y energética, sino sobre todo humana, teniendo en cuenta que las personas son más importantes que nunca.

La comunicación, herramienta clave

Rosendo Rivero puso sobre la mesa la apuesta desarrollada por parte de Cepsa en este ámbito y destacó que la comunicación es la herramienta clave para propiciar el cambio en cualquier organización. En este sentido, se refirió a la necesidad de que esta sea reforzada para trasladar de manera transparente la información relevante, además de escuchar a los equipos y transmitir el feedback internamente. Asimismo, destacó el papel de los líderes que se alejen del tradicional con-

cepto de jefe, para convertirse en facilitadores de sus equipos en la implantación de los cambios, promoviendo la participación de todos en la mejora continua, y favoreciendo el empoderamiento y responsabilidad del equipo. Y ello, además de propiciar interacciones efectivas y el sentimiento de pertenencia, alineándose con los objetivos y políticas de la organización.

Añadió que Cepsa apuesta por una actitud honesta y ética, que traslada a sus proveedores, además de estar alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la cultura de la seguridad, la defensa de la diversidad y la inclusión o la conciliación del empleado, entre otros aspectos.

Por otro lado, destacó que la transformación empresarial no se entiende sin una transformación digital dinámica, que tenga en cuenta las necesidades y objetivos de la entidad. Esto, añadió, repercutirá en la mejora del rendimiento de los trabajadores, facilitando y acelerando los distintos procesos.

Rosendo Rivero se refirió también al proceso de transformación

organizativa que está viviendo Cepsa, con el que aspira a ocupar un papel relevante en la transición energética, comprometida con moverse con la sociedad hacia un mundo más sostenible a través de su Estrategia 2030 para una nueva Cepsa, presentada a finales del mes de marzo.

En este sentido, aludió a algunos de los proyectos más recientes relativos a la apuesta por el hidrógeno verde como vector energético; la descarbonización del transporte a través de biocombustibles sostenibles junto a socios estratégicos como Binter, Iberia y Air Nostrum; un nuevo concepto de estaciones de servicio, además de soluciones de movilidad eléctrica.

La transformación, una necesidad vital

Durante el debate, los participantes en la mesa de trabajo coincidieron en que la necesidad de transformación es algo vital y compartido tanto por las empresas

como por las entidades sociales y la propia Administración, así como la propia sociedad civil.

En este sentido, José Manuel Fernández-Sabugo puso de manifiesto la apuesta por el cambio de Cepsa y manifestó que la transición energética responde no solo a la necesidad de supervivencia, sino a la aportación de valor añadido, aspirando a convertirse en un actor relevante en este proceso. Apuntó que la transformación es un fenómeno global y rápido en el que los equipos juegan un papel fundamental.

Por su parte, Daniel González se refirió al plan de modernización del Cabildo de Tenerife, dirigido a cambiar la forma de prestar los servicios públicos mediante la organización y la definición de objetivos claros y compartidos. En este caso, señaló que la mejora de los servicios públicos, la reducción de la carga administrativa y del tiempo de tramitación son algunas de las metas planteadas, a las que se suma la transparencia y la participación de la sociedad.

Mónica Dios compartió el trabajo desarrollado por el Laboratorio de Innovación Social de la ULL, creado hace tres años, con el fin de experimentar y proponer soluciones realistas que sean capaces de dar respuesta a problemáticas y retos actuales mediante el trabajo colaborativo y las alianzas entre ciudadanía, sector público y privado. Destacó su papel de facilitador mediante la aplicación de la investigación y reorientando las actuaciones en función de las necesidades. En definitiva, señaló, una apuesta por la transferencia de conocimientos de una forma más cercana.

Desde la APD, Francisco Torres hizo hincapié en la necesidad de adecuación de las empresas a un entorno desafiante, a través de la renovación y adaptación constante, y dejó patente el papel que deben ejercer los líderes para lograr una adecuada gestión del cambio. Asimismo, se refirió al proceso de transformación energética que vive Canarias, a través de la apuesta por las energías renovables, que pueden convertir a las Islas en un laboratorio mundial.

Finalmente, Francisco Medina insistió en la necesidad de innovar en los modelos de servicios dirigidos a las personas más vulnerables, tradicionalmente creados desde un enfoque del déficit, centrado en las limitaciones de las personas. Asimismo, hizo una apuesta por la desinstitucionalización del sistema de protección de las personas más vulnerables, a través de la transformación social, probando nuevas formas de hacer las cosas con el fin de que tengan una vida digna. Una labor que, puntualizó, exige que se involucre todo el mundo.

Los interesados en acceder a la grabación de las tres sesiones de Diálogos en Acción celebradas hasta la fecha pueden hacerlo en el canal oficial de Youtube de Cepsa.



CaixaBank pone en marcha nuevas líneas de apoyo para la recuperación de La Palma

► A través de MicroBank, el banco social de CaixaBank, se amplían las líneas de apoyo financiero a 65 millones de euros para el impulso del tejido productivo de la isla y la creación de nuevos proyectos de autoempleo

CaixaBank ha activado nuevas líneas de apoyo centradas en la recuperación de La Palma para continuar al lado de las familias y negocios afectados por la erupción del volcán y contribuir a la dinamización de la actividad económica en la isla.

Desde la Dirección Territorial de la entidad financiera en Canarias se continúa trabajando en apoyar a las personas, au-

tónomos y empresas cuya situación se ha visto afectada por la catástrofe. El director territorial de CaixaBank en Canarias, Juan Ramón Fuertes, destaca el compromiso firme de la entidad con la isla y con todos los palmeros: "Seguimos ayudando a nuestros clientes con las mejores soluciones financieras para garantizar que puedan continuar con su día a día y recuperar su actividad".

CaixaBank continúa aplicando a las fa-

milias y negocios afectados por la erupción del volcán de Cumbre Vieja la paralización temporal de la amortización de los préstamos personales e hipotecarios, así como de los créditos del sector agrario, según el plazo establecido por la entidad de hasta 12 meses. A través de esta medida se han concedido más de 900 moratorias atendiendo el 100% de las solicitudes, con un saldo vivo pendiente de amortización que supera los 50 millones de euros.

Impulso al emprendimiento

Para impulsar la actividad del tejido productivo en la isla, a través de MicroBank, el banco social de CaixaBank, se han habilitado dos líneas de apoyo financiero específicas.

Una primera línea, que se ha ampliado a 60 millones de euros, está orientada a potenciar el autoempleo e incentivar la actividad emprendedora, mediante el apoyo a la creación o ampliación de microempresas, negocios de autónomos y proyectos de autoempleo, con el objetivo de contribuir al desarrollo del tejido productivo de La Palma y al progreso social.

Podrán acogerse a estos microcréditos los profesionales autónomos y microempresas con menos de diez trabajadores y una facturación anual inferior a dos millones de euros, por un importe máximo por operación de 25.000 euros.

La entidad también ha puesto en marcha una nueva línea de microcréditos de emergencias, dotada con 5 millones de euros, destinada a autónomos y microempresas, para atender sus necesidades profesionales derivadas de una situación excepcional como la acaecida en La Palma, orientada tanto a la cobertura de inversión como a atender las necesidades de circulante. En este caso el importe máximo por operación es de 50.000 euros.

El criterio de concesión de microcréditos por parte de MicroBank atiende fundamentalmente a la confianza en la persona o el equipo que solicita el préstamo y la viabilidad del proyecto, pudiendo acceder personas carentes de garantías y avales. Los proyectos deben tener un plan de empresa y el informe favorable de viabilidad de la delegación en La

Palma de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, bajo el convenio marco con el Servicio Canario de Empleo.

Apoyo al sector agrario

CaixaBank sigue en contacto con las principales cooperativas y organizaciones de productores de La Palma, así como con la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Aguas del Gobierno de Canarias con el objetivo de coordinar ayudas y anticipos de urgencia para las explotaciones agrícolas dañadas, a través de AgroBank, la línea específica de negocio para el sector agroalimentario.

Asimismo, la entidad ha activado la campaña del POSEI 2022 para facilitar la tramitación de las ayudas y adelantar la cuantía de las mismas a los productores del plátano, y está haciendo un especial esfuerzo para trasladar a los clientes toda la información sobre los Fondos Next Generation de la Unión Europea, que constituyen una oportunidad para la transformación del sector agroalimentario en la isla, poniendo a su disposición las herramientas necesarias para acceder a los mismos.



“ TAMBIÉN SOMOS LA SOSTENIBILIDAD ”



AGENDA CANARIA 2030
CONÓCELA Y PARTICIPA EN
[CANARIAS2030.ORG](https://canarias2030.org)

