Guillermo Maldonado: "Trabajamos para diferentes empresas ayudándoles en la planificación del desplazamiento al trabajo" **P28**

Víctor Quintana: "Nuestro principal reto es facilitar una movilidad eficaz y sostenible que no dependa del coche" **P35**

Pedro Ribeiro: "Sostenibilidad y digitalización es un binomio inseparable en la gestión de Metrotenerife" **P38**

Luis Rodríguez: "La gratuidad para el pasajero siempre es y será un estímulo" **P40**

Tribuna de Canarias

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

MAYO MMXXIII | **1,20€** | Islas Canarias

TRIBUNADECANARIAS.ES

Pedro Andueza: "Nuestro objetivo es llegar, a través de nuestros asociados, a cada una de las islas" P2

ENTREVISTA.
PRESIDENTE DE ATA CANARIAS

Elaborado en CANARIAS

Oliver Alonso: "El vehículo eléctrico tendrá que convivir con otras motorizaciones" P24

NUEVA ECONOMÍA

Jorge Alonso. CIO de Velorcios Group
El Camino de la Digitalización **P13**

Presen Simón. Directora de Transversalia Consulting
A ritmo de tecno…estrés **P14**

Luis Abeledo. Abogado
Consideraciones al proyecto de ley por el derecho a la vivienda **P15**

Agoney Melián. Presidente de AJE Canarias
La igualdad, el gran reto de la humanidad **P17**

Óscar Díaz. Director de Agencia para OVB AllFinanz
¿Regulación o intervencionismo en el mercado Inmobiliario? **P19**

ENTREVISTA.
CEO DE DOMINGO ALONSO GROUP

ESPECIAL MOVILIDAD Y TRANSPORTES

El valor añadido que aporta la sostenibilidad y la digitalización a nuestra economía. La jornada con la que la CCE ofreció una visión práctica de la economía verde y la transformación digital a las empresas de las Islas P5

CaixaBank impulsa el crecimiento de las empresas tecnológicas de Canarias mediante su división especializada DayOne P9

Cepsa GOW: el nuevo programa de fidelización de Cepsa P63

Pedro Andueza: "Nuestro objetivo es llegar, a través de nuestros asociados, a cada una de las islas"

ENTREVISTA

PEDRO ANDUEZA
PRESIDENTE DE ATA CANARIAS

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Comienza una nueva andadura para ATA en Canarias, una organización que estaba plenamente instaurada en el archipiélago canario y en la que hace escasas semanas has asumido el cargo de presidente. Me imagino que un nuevo reto ilusionante, pero con cierto vértigo, dada la magnitud del proyecto, ¿verdad?

Sin duda alguna. En primera instancia, es de justicia agradecer el trabajo que desde más de 15 años ha hecho Juan Carlos Arricivita. Es él quien ha colocado a la organización en Canarias en el punto donde yo he comenzado. Agradecer también su generosidad al quedarse como vicepresidente dentro de la organización, pudiendo así aprovechar todo su conocimiento y experiencia a lo largo de los años. Un acto de generosidad por su parte, el cual hay que agradecer.

Por otro lado, lo vivo desde un sentimiento de responsabilidad e ilusión. He de representar al tejido productivo que conforman los autónomos, un colectivo importante, pues contamos con más de 130.000 autónomos en Canarias; un colectivo vertebrador de nuestra sociedad y de nuestro tejido productivo.

En el medio plazo queremos ser capaces de consolidar, de mejorar y de poner en el centro de la organización las necesidades del colectivo de autónomos, pudiendo mejorar su calidad profesional y de vida a través de las organizaciones empresariales, tanto de CEOE Tenerife como la Confederación Canaria de Empresarios, y con la interlocución con el Gobierno de Canarias.

> "Los autónomos son el colectivo más débil de nuestro tejido productivo"

El colectivo de los autónomos se ha visto en los últimos años especialmente damnificado, siendo un colectivo muy susceptible a cualquier cambio económico y social, y así lo ha venido padeciendo tras la pandemia. ¿Cuál es la situación, a grandes rasgos, del colectivo de autónomos en las islas?

Los autónomos, en general, son el colectivo más débil de nuestro tejido productivo. Cada vez que hay una crisis económica -y en los últimos años hemos padecido varias- son los que más la sufren. Es clave el poder proteger, defender y mejorar las condiciones en las que pueden desarrollarse sus negocios, por eso consideramos que es necesaria la interlocución y el trabajo que debemos hacer desde la organización.

¿La situación? Estamos ante un incremento de costes generalizado debido a la inflación. Han aumentado los costes energéticos, los alquileres, los fletes, es decir, han tenido lugar una serie de subidas generalizadas, que no solo afectan a los autónomos, sino a todo al tejido, pero especialmente al autónomo por ser el colectivo más débil dentro de nuestro tejido productivo, lo cual lo hace

especialmente vulnerable. Por ello se torna necesario tomar medidas para ayudar a la consolidación y el crecimiento de los autónomos de Canarias.

¿Hay diferencias dependiendo de la isla en la que desarrolle su actividad el autónomo?

Sí. La especialidad que tienen los autónomos de Canarias es que se dividen en un entorno conformado por ocho islas que son, a su vez, ocho realidades diferentes, sobre todo si incidimos en esa doble insularidad que afecta a las islas no capitalinas. Lo vivimos conjuntamente con Tribuna en La Palma, donde pudimos atisbar las especificidades que tienen los autónomos a la hora de enfrentarse a la captación de talento, de perfiles jóvenes… Tienen situaciones diferenciadas que complican aún más la gestión y el desarrollo de su actividad económica, y por ello, como comentaba antes, poner esas realidades en el centro de las necesidades para analizarlas y poner al autónomo en el centro de la toma de decisiones del gobierno regional es más que necesario.

¿Qué medidas o líneas de apoyo pretende llevar a cabo ATA en las islas?

Las líneas que plantea ATA se basan en demandas como la reducción de las trabas burocráticas, es decir, legislar menos y reducir la gestión que tanto está afectando al desarrollo económico. Ya un informe de CEOE Tenerife lo alertaba hace poco, casi un 20% de nuestro PIB se ve afectado por el exceso de trabas en la gestión con la administración, y ese es un elemento fundamental.

Por otro lado, necesitamos ser capaces de atraer emprendimiento, sobre todo emprendimiento en colectivos específicos como es la mujer. Una buena noticia que estamos teniendo en Canarias es que el incremento de mujeres autónomas está siendo un 50% superior al colectivo de hombres y eso tenemos que afianzarlo. Tenemos que tener medidas que atraigan en términos de igualdad, necesitamos un mayor tejido productivo y ahí es clave atraer a las mujeres a emprender.

Asimismo, tenemos otra línea importantísima que se basa en ser capaces de tener la tarifa 0 para los nuevos emprendedores. Una tarifa que esté compensada por la administración para que, por lo menos, el primer año de actividad no tenga un coste, siendo el primer año en el que se debe incurrir en una mayor inversión por parte del emprendedor. A su vez, pedimos que se mantenga durante el segundo año con algunos condicionantes, como que ese autónomo haya sido capaz de llegar al sueldo mínimo interprofesional, a unos ingresos mínimos y, luego, para nosotros es muy importante la digitalización. Este es un elemento clave para nuestro tejido productivo.

Necesitamos mejorar nuestra productividad, cada vez se incrementan más los costes y, por lo tanto, la única manera de compensar ese incremento de costes es tener, no solo una subida de precios -un 65% de autónomos han subido sus precios frente a la subida de costes que les ha repercutido-, sino mejorando la productividad a través de la digitalizando del negocio. Esto creemos que es clave para la consolidación del negocio. En esta materia queremos hacer especial hincapié, promoviendo proyectos con la administración en aras de impulsar esa digitalización, porque si queremos una Canarias digital, necesitamos que sus autónomos sean digitales.

Otro elemento en el que vamos a hacer especial hincapié es en la formación. Tenemos un problema de acceso a perfiles en los diferentes sectores económicos. Los autónomos no encuentran perfiles en el mercado a pesar de tener un índice elevado de paro -de los mayores de España-. Ahí debemos profundizar en cuáles son las soluciones y, además, escuchar a los autónomos, escuchar a los empresarios para saber cuáles son sus necesidades y ser capaces de generar una oferta formativa orientada a las necesidades empresariales.

Hablaba de que la mujer autónoma está presentando un notable incremento. De lo que no cabe duda es de que la mujer autónoma que tiene un pequeño establecimiento se enfrenta a una problemática a la hora de hacer frente a la maternidad. Me imagino que ATA está también sensibilizado con este tema, intentando dar más soporte a la mujer autónoma en su conciliación familiar...

Sin duda, tenemos que acompañarlas. Identificamos un problema a la hora retornar a la actividad de autónoma tras la maternidad. Tenemos que incentivar la vuelta al mercado de las autónomas con incentivos que nos permitan ayudar en esa conciliación. En este ámbito también tenemos medidas que hemos presentado al Gobierno de Canarias para incentivarles, sobre todo en lo que respecta a la cuota de autónomos. La autónoma que viene de tener un proceso de maternidad necesita un mayor apoyo.

¿Vamos a tener a ATA presente en todas las islas?

Ese es nuestro objetivo. Nuestro objetivo es llegar, a través de nuestros asociados, a cada una de las islas con proyectos específicos para cada isla, reuniéndonos con las organizaciones empresariales, la Patronal y las organizaciones insulares. Queremos escuchar cada una de las necesidades que tienen las regiones para poder presentar las demandas a los gobiernos insulares y regionales, y así mejorar las condiciones de los autónomos de Canarias.

> *La autónoma que viene de tener un proceso de maternidad necesita un mayor apoyo*

Nos enfrentamos a una época de elecciones, una época de transición. ¿Qué le pediría usted al nuevo gobierno de Canarias?

A grandes rasgos, hablamos de mejorar la interlocución y la gestión con la administración pública, reducir las trabas burocráticas, mejorar en el ámbito de la formación, mejorar el acceso a la financiación, mejorar las condiciones de los colectivos más vulnerables y, en definitiva, escuchar, escuchar cuáles son las necesidades de un colectivo tan importante compuesto por más de 130.000 autónomos canarios.

Acabas de llegar al cargo, como presidente, ¿cuáles son los objetivos mínimos que te marcas a ti mismo?

Yo vengo de la empresa privada, soy empresario, no entiendo un desarrollo en el corto plazo, entiendo un desarrollo, tanto en las empresas como en las organizaciones, en un medio-largo plazo, y para eso es fundamental trabajar con un equipo cohesionado, que creo que en ATA Canarias lo tenemos y vamos a crecer sobre las bases de un equipo sólido. Además, creando un plan estratégico en el que seamos capaces de medir y de conseguir nuestros objetivos. Es el único modelo que entiendo para crear un proyecto que después no solamente pueda desarrollarse en el espacio donde pueda liderar como presidente, sino que el día de mañana tenga unas bases donde se sustenten futuros presidentes.

La burocracia y las cargas regulatorias asfixian a las empresas

CEOE Tenerife insiste en regular el teletrabajo y la eficiencia en los funcionarios públicos, por el impacto que ha tenido en la productividad y competitividad de Canarias, pues se ha evidenciado una correlación significativa entre el trabajo remoto y la disminución de la productividad y la eficiencia en los servicios.

La patronal hace hincapié en que resulta necesario que el gobierno tome medidas para abordar de inmediato este problema "el Gobierno ha sido incapaz de buscar una solución para el teletrabajo después de las amplias críticas que ha recibido por parte de empresarios y usuarios en cuanto a la tardanza y a la falta de cumplimiento de objetivos por parte de los trabajadores públicos en las distintas administraciones y ha dejado el problema para la siguiente legislatura con un debate abierto y sin soluciones".

El presidente de CEOE Tenerife Pedro Alfonso advierte que esta situación no permite dar continuidad a la mejora de atención de los ciudadanos "no se trata de ponerse en contra de esta modalidad de trabajo, el problema radica en la forma como se está llevando a cabo, pues hasta ahora no ha mostrado eficiencia ya que no cuenta con una medición de productividad, y existen muchas denuncias por la ineficiencia de las plataformas utilizadas".

Alfonso puntualizó que la gran asignatura pendiente que tiene esta comunidad autónoma es rebajar la carga regulatoria y la mejor manera de hacerlo es mediante procedimiento digitales eficientes. Remarcó que "una vez que eso sea capaz de darse y ponerse en marcha, el siguiente paso podría ser la redistribución de la carga de los trabajadores de una consejería a otra en función del aligeramiento de trabajo que puedan hacer por esa autogestión del administrado y como consecuencia de esto, pudiera una parte de los trabajadores realizar teletrabajo siempre y cuando tuvieran condiciones productivas por un lado, y por otro, tuviera una vinculación en el contrato el cumplimiento de objetivos como parte fundamental del contrato, el cual garantizaría el buen servicio".

La situación actual resulta preocupante, pues el atasco en las administraciones públicas se ha empeorado en muchos sectores incluyendo el de la construcción, donde las demoras ya están provocando la perdida de inversiones millonarias, y constituye una amenaza para la sostenibilidad de las empresas, y por consiguiente puestos de trabajo que podrían crearse de inmediato si las licencias, autorizaciones o diligencias fueran más adaptadas a la necesidad de su puesta en marcha.

Fruto de esta preocupación CEOE Tenerife, ha encargado un informe de la Normativa Regulatoria en Canarias, el cual puede ver al completo en la página de la confederación, y en el se destacan los siguientes problemas:

• Canarias presenta una carga regulatoria de 9.466,5 millones de euros, situándose por debajo de la media nacional.

• La carga burocrática en Canarias se concentra en micropymes.

• España se caracteriza por ser uno de los países a nivel mundial con mayor producción normativa.

• Durante el 2021 se han aprobado un total de 851 nuevas normas de distinto rango a nivel estatal en el Boletín Oficial del Estado (BOE).

• Esta carga normativa ha supuesto un total de 241.803 páginas, la mayor parte de la regulación procede de las administraciones públicas pertenecientes a las Comunidades Autónomas (CCAA).

• En términos de evolución, desde el año 2014 hasta 2021, Canarias se sitúa como la segunda comunidad autónoma con mayor crecimiento en la producción normativa.

• El número de páginas publicadas en el Boletín Oficial de Canarias (BOC) ha ascendido hasta las 57.858 páginas, alcanzando una cifra nunca vista, más de 11.000 páginas más que el segundo mayor registro en 2018 (46.768 páginas). Así, en los últimos cuatro años, el BOC ha editado más de 190.000 páginas.

• El mal diseño de la producción normativa implicaría una limitación de los efectos positivos de esta, llegando incluso a ser negativos.

• Entre los efectos que se enumeran, se menciona la reducción en el crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB), por medio del impacto del impacto negativo en la Productividad Total de los Factores (PTF). Además, la complejidad normativa afectaría negativamente en la eficacia del sistema judicial.

• En 2019 un 43,9% de los gestores de los establecimientos sitúa la regulación económica como el segundo factor de mayor importancia del entorno empresarial.

• La carga normativa generada a lo largo de los años ha generado una telaraña jurídica que provoca desconcierto y elevados costes al empresariado, especialmente el vinculado a PYMEs, y que estaría obstaculizando el crecimiento del tejido empresarial.

• España necesita, por término medio, 13 procedimientos para llevar a cabo la misma, la cual supone 147 días, y un coste de 4,7% del Ingreso per cápita del país.

• Estas cifras, sitúan a España como uno de los países que tienen peores facilidades para la creación y puesta en marcha de una empresa frente al entorno de los países de la OCDE

• Con respecto a Canarias, la clasificación general le sitúa en la posición 12 de los 19 territorios analizadas, por encima de Melilla (Melilla), Andalucía (Sevilla), Islas Baleares (Palma de Mallorca).

• Si analizamos el número de trámites que supone la apertura del negocio, Canarias (La Palmas de Gran Canaria) se sitúa entre las tres primeras posiciones, presentando una media de 10 procedimientos.

• Si tomamos de referencia el informe realizado por la Comisión Europea16, se desvela que las cargas burocráticas son uno de los obstáculos para la apertura de los negocios vinculados al comercio minorista en los distintos países de Europa

• En términos de actividad económica, los mayores costes regulatorios se sitúan en la agricultura, y la construcción.

Resulta de especial importancia la realización de sondeos a las empresas, en los que se especifique la monetización de la carga administrativa.

Esta metodología permitiría analizar de manera certera la realidad de las dificultades regulatorias a las que se enfrentan las empresas, las cuales se agudizan en las pymes, así como detectar mejor los posibles solapamientos burocráticos. De aquí, que se haga imprescindible seguir avanzando en la simplificación del procedimiento para agilizar la creación de empresas.

El valor añadido que aporta la sostenibilidad y la digitalización a nuestra economía. La jornada con la que la CCE ofreció una visión práctica de la economía verde y la transformación digital a las empresas de las Islas

En su compromiso con el desarrollo económico, social y medioambiental de Canarias, la Confederación Canaria de Empresarios ha celebrado en los últimos años varias jornadas y talleres con los que se ha querido poner en valor y explicar los beneficios que conlleva para cualquier territorio potenciar la economía verde y la transformación digital.

Con estos eventos, desde la CCE se ha dado un paso más en nuestros servicios de ayuda a empresas, autónomos y al emprendimiento, tareas en las que contamos con más de 20 años de experiencia asesorando a nuevos emprendedores, lo que nos ha exigido adaptarnos a los cambios constantes que está experimentando una sociedad cada vez más digital y globalizada y en donde la sostenibilidad es cada vez más una prioridad necesaria.

Y, todo ello, con el fin último de ayudar a que aquellas personas que quieren emprender un negocio apostando por la digitalización y el emprendimiento verde, puedan hacerlo con mayores garantías y, a su vez, con el objetivo de que nuestras empresas y nuestros trabajadores puedan estar preparados para la doble transición ecológica y digital que estamos viviendo.

A mediados del año pasado, sumamos a nuestra gama de servicios un nuevo Programa específico de Emprendimiento para promover el Reequilibrio Territorial y la Equidad, financiado por la Unión Europea a través de los fondos Next Generation EU, y en colaboración con el Servicio Canario de Empleo y el Servicio Público de Empleo Estatal.

En el marco de este programa, no solo hemos asesorado a personas cuya idea o proyecto de negocio estaba vinculado a la agricultura ecológica, el reciclaje, la biotecnología, las necesidades de digitalización o la ciberseguridad, sino que también hemos intentado vincularlas y correlacionarlas con otras ideas de negocio que inicialmente no tenían una relación aparente con la economía verde o la transformación digital.

Por esto último, las diversas jornadas que hemos ido celebrado en el último año han tenido un papel fundamental dentro de nuestros servicios y, en particular, la que celebramos el pasado 13 de abril.

Se trató de un evento en el que, además de incluir nuestras habituales ponencias impartidas por expertos en estas materias y las experiencias emprendedoras de muchos nuevos empresarios y que han iniciado su actividad recientemente, se contó también con un espacio de networking para que los asistentes pudieran conocerse y compartir sus inquietudes sobre la economía verde y la transformación digital empresarial.

La sesión fue inaugurada por el Vicepresidente Ejecutivo de la CCE, José Cristóbal García, quien tras dar la bienvenida a los asistentes, mostró su gran satisfacción por ver a tantas personas interesadas en estas materias, para posteriormente dar paso a todos los ponentes.

A lo largo de la jornada asistimos a la presentación de Isidro Rodríguez, un emprendedor que ha sido usuario de nuestro Programa y que ha puesto en marcha un proyecto empresarial de educación musical a través de herramientas digitales en un municipio poco poblado, siendo un ejemplo de economía naranja en una zona rural.

Su experiencia ha demostrado como la transformación digital puede ayudar a desarrollar con éxito actividades culturales y creativas, ya que su escuela musical da muestra inequívoca de cómo el fomento de estas actividades, impulsadas además desde la Unión Europea, son realizables y acercan territorios alejados gracias a las herramientas telemáticas, evitando con ello el uso de transporte y colaborando, por tanto, con la sostenibilidad mientras se fomentan las industrias creativas, en este caso, desde la infancia.

Para resaltar estos valores y mostrar como el ejercicio de estas actividades contribuyen y aportan un enorme valor al desarrollo económico, social y medioambiental de un territorio, se contó también con la participación de Rudy Bormans, coach empresarial que explicó a los asistentes la interrelación de las habilidades profesionales con las personales y como adecuar este binomio nos ayuda a mejorar los resultados.

Asimismo, pudimos asistir a la ponencia de Jaques Bulchand, Catedrático de la ULPGC, que realizó una exposición sobre los procesos de digitalización en las empresas y cómo afrontarlos, destacando la importancia que tendrán los nuevos productos que están siendo generados gracias a la robótica, la inteligencia artificial o el metaverso, y desde un punto de vista eminentemente práctico para acercarlos a la realidad empresarial, y sobre todo, de la pyme y los negocios más pequeños.

Por su parte, Fernando Sáenz-Marrero nos recordó que la innovación ya no se percibe de la misma manera que hace unos años y que esta debe aportar, además, un verdadero provecho para quien emprende. Asimismo, otros conceptos como la sostenibilidad o la puesta en valor de la definición previa de la idea fueron desarrollados en relación con la importancia que están tomando en base a las perspectivas actuales.

Finalmente, debemos volver a destacar la labor de networking que se realizó durante la pausa del café, y que propició la interacción entre los ponentes, los emprendedores y los usuarios asistentes a la jornada. Fue una actividad que supuso que los participantes pudieran intercambiar sus opiniones y, en algunos casos, pudieran sentar incluso las bases de futuros acuerdos comerciales y profesionales basados en intereses comunes.

El Programa de Tutorización de la Cámara incorpora un mecanismo gratuito de consultas sobre el nuevo sistema de cotización de los autónomos

El Programa de Tutorización y Apoyo a las Empresas de Reciente Creación de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, financiado por la Dirección General de Promoción Económica del Gobierno de Canarias y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, ha incorporado en su edición 2023 un mecanismo de consultas sobre el nuevo sistema de cotización del Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA), en vigor desde el 1 de enero de este mismo año, según el cual este colectivo cotizará a la Seguridad Social en función del beneficio anual obtenido en el desarrollo de su actividad económica.

A través de este mecanismo de consultas, a cargo de la técnico del Programa, todos los autónomos y empresas de la provincia interesados podrán obtener información sobre este nuevo sistema y solventar las dudas que pudieran tener sobre el mismo.

Los autónomos y empresas que se inscriban al Programa también podrán acceder a tutorías de carácter individualizado impartidas por consultores externos expertos en materias de interés empresarial próximamente disponibles, tales como fiscal y contable, marketing y publicidad, laboral, protección de datos, propiedad industrial e intelectual o trámites de importación y exportación.

Además, con el objetivo de fomentar la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en las empresas de la provincia, vinculados a las metas canarias de la Agenda Canaria de Desarrollo Sostenible 2030 (ACDS 2030), se dará continuidad en las próximas semanas al Proyecto de análisis y sensibilización de los ODS incorporado a finales del pasado año, ofreciendo a los autónomos y empresas de la provincia que lo soliciten asesoramiento especializado en el análisis de la factura eléctrica de su negocio, con el objetivo de prevenir y corregir el gasto energético desproporcionado potenciando, además, el uso de energías renovables; en la planificación de su futura jubilación, con la finalidad de promover una jubilación acorde a su nivel de vida; la acreditación de sus competencias profesionales, impulsando la cualificación de aquellos empresarios/as que no disponen de titulación en la materia pero que sí cuentan con experiencia laboral, o el análisis individual de su proyecto empresarial para elaborar un plan de igualdad y de responsabilidad social corporativa que incorporar a su empresa, siempre que por sus características no estén obligadas a tenerlo.

El Programa de Tutorización también cuenta con otra línea de actuación dirigida exclusivamente a nuevos empresarios/as, durante el primer año de vida de sus empresas, que tramiten su alta empresarial en el PAE-Ventanilla Única Empresarial de Santa Cruz de Tenerife. Entre los servicios ofrecidos se incluye la elaboración de un calendario fiscal personalizado, modelos de factura personalizados, información sobre derechos y obligaciones laborales y posibles gastos deducibles de la actividad económica.

Con la finalidad de paliar los efectos del COVID-19 en el tejido empresarial, el Programa inició en el año 2021 una línea de acción, información y asesoramiento, que sigue operativa, y a la que pueden acceder todos los autónomos y empresas de la provincia, con independencia de dónde y cuándo hayan formalizado su alta empresarial, para recibir información novedosa y asesoramiento en materia laboral, fiscal y contable, y con posibilidad de acceder a las tutorías individuales con consultores externos, en caso de demandar un asesoramiento más personalizado para su proyecto empresarial en particular.

Igualmente, desde el año 2021 y con la finalidad de apoyar a todo el tejido empresarial de la provincia tras el COVID-19, los autónomos y empresas suscritos a esta iniciativa reciben cada viernes el Boletín informativo "La Cámara Informa", donde se incluyen noticias de actualidad con relevancia empresarial, tales como nueva normativa, cambios fiscales y laborales, ayudas y subvenciones o premios empresariales.

En este primer trimestre de 2023 más de 250 empresarios/as ya se están beneficiando de los diferentes servicios que ofrece el Programa, de los cuáles el 92 % tramitó su alta empresarial de forma gratuita en el servicio PAE-Ventanilla Única Empresarial de la Cámara.

Si estás interesado/a en acogerte al Programa y beneficiarte de sus servicios puedes solicitar más información y tu inscripción contactando con la responsable del servicio a través del email tutorizacion@camaratenerife.es.

Importantes empresas chinas buscan instalarse en Gran Canaria para su salida a terceros mercados, a través de la Cámara

La Cámara de Comercio de Gran Canaria firma un acuerdo de intenciones de cooperación con la Cámara de la provincia china de Hainan

La Cámara de Comercio de Gran Canaria ha firmado un acuerdo de intenciones de cooperación con la Cámara de Comercio de la provincia china de Hainan, con el objetivo de crear en un futuro un marco estable de información y colaboración entre ambas instituciones y fomentar la internacionalización de las empresas, y estrechar las relaciones económicas y comerciales. El documento fue firmado por el vicepresidente de la Cámara de Gran Canaria, Juan Acosta, y la representante de la Cámara de Hainan en España, Daisy Wang.

El acto de la firma se celebró en el marco de un encuentro en el que se presentaron varios proyectos empresariales de nacionalidad china, coordinados por el director de DLC Grupo, Daniel Li, interesados en instalarse en Gran Canaria, de cara a la salida comercial hacia terceros mercados, como África.

El encuentro contó con representantes de las empresas Fosun Trading, dedicada a productos de suministro hotelero y turístico; Kngloo Mobility, de coches eléctricos; Mercado RC, dedicada a drones antincendios; Grupo Civitas, dedicada a la construcción sostenible; DLC Grupo, de robótica de limpieza en actividades portuarias; y Al Link, de inteligencia artificial.

Al encuentro asistieron una veintena de empresas grancanarias vinculadas a estos sectores, interesadas en oportunidades de negocio. Una vez finalizada la reunión, las empresas tuvieron la oportunidad de reunirse individualmente.

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

Revolución AJE Verde llega a su fin

Revolución AJE Verde se consolida como un proyecto de apoyo a la implementación de medidas de economía verde en microempresas e impulso a la puesta en marcha de proyectos emprendedores

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Este innovador proyecto, impulsado por AJE Las Palmas y AJE Canarias para todo el archipiélago y financiado con fondos de la Unión Europea-Next Generation EU, tiene como principal objetivo apoyar a la integración de la economía verde y la sostenibilidad a emprendedores y pymes de toda Canarias.

La economía circular, el apoyo a entidades situadas en el medio rural, el asesoramiento a empresas agroganaderas o la integración de la sostenibilidad en los sectores clave de las islas han sido los ejes del programa.

El programa, iniciado en verano del pasado año, llega a su fin este mes de mayo. Durante el mismo, más de 50 empresas y 25 emprendedores han recibido sesiones individuales y talleres grupales para establecer una hoja de ruta hacia la sostenibilidad empresarial.

La iniciativa ha contado con más de 300 horas de consultorías individual y 40 horas de talleres grupales, así como la celebraciónn de más de 20 acciones de difusión y networking por toda la geografiaa de Canarias.

Declaraciones de los presidentes y equipo:

Agoney Melián, presidente de AJE Canarias

"AJE Verde ha sido mucho más que un proyecto, ha sido un acto de amor a las islas donde queremos vivir y una demostración de la pasión que tenemos la juventud empresaria por cambiar el paradigma".

María Delgado, Presidenta de AJE Las Palmas

"Más de 70 empresas y emprendedores de toda Canarias han podido disfrutar de sesiones de consultoría y un plan de transformación verde, un lujo para toda la comunidad empresaria el proyecto desarrollado que ha servido como impulso al valor que aporta AJE al archipiélago".

Aníbal Pérez, presidente de AJE Tenerife

"Desde AJE Tenerife se ha trabajado con mucha dedicación e ilusión en el acompañamiento de las empresas, ya sean asociadas o no, para la consecución de los objetivos de sostenibilidad y ecología que el planeta requiere. Estamos muy orgullosos como asociación del talento y compromiso que hemos visto entre todos los participantes".

Javier Jiménez, coordinador del proyecto

"La sostenibilidad, mucho más allá de lo que pueda parecer, es sencilla si comprendes que todas nuestras acciones tienen un impacto. Por ello, este proyecto ha sido un trabajo de canalización del conocimiento hacia las empresas y emprendedores para que, a partir de ahora, integren al planeta en la esencia de sus modelos de negocio".

Enedina Almeida, técnico de emprendimiento

"En nuestro itinerario de Revolución Aje para nuevos emprendedores hemos intentado implantar la importancia y beneficios de crear ideas de negocio hacia la economía verde desde la base.

Desde Aje Verde me llevo la conciencia e inquietud que se está teniendo por inclinarse hacia una economía más sostenible y cuidar de nuestro planeta dando paso a un modelo de negocio más enriquecedor a nivel social, empresarial y ambiental."

Declaraciones de empresas participantes:

Consulting Cannabis Canarias

"Aje verde es un punto de inflexión muy necesario para las empresas de canarias que necesitamos impulsar y dinamizar nuestras empresas. Es una fuente de inspiración, que se sostiene con datos de un estudio personalizado y aje verde aporta la perspectiva, trasversal y adecuada en sostenibilidad".

Diana Marín Social Media

"Conocer más en detalle qué acciones sostenibles hay en las empresas me ha permitido mejorar la comunicación de mis clientes en redes. He incluido recomendaciones en mis consultorías, donde he comenzado a trabajar la sostenibilidad como un valor diferencial de las marcas".

JR Producciones

"Desde nuestra empresa siempre hemos apoyado la sostenibilidad y la economía circular, y es ahora con AJE Verde, cuando vemos que existen más vías de apoyo a la sostenibilidad y al Medio ambiente, y destacamos la importancia de poder desarrollar proyectos que apuesten por nuestra región".

Itrazos

"Me han conocido, acompañado, asesorado, y todo esto de manera cercana, sensible, amable y muy detallada. Por diferentes medios y atendiendo a mis necesidades. Estoy muy agradecida".

Postres La Marquesita

"Apreciar de cerca cómo puedo formar parte del cambio, en mi caso, reutilizando el envasado de mi empresa".

Virtual ON

"El proyecto de AJE Verde nos ha ayudado a crear una hoja de ruta que nos permita minimizar las emisiones de huella de carbono y contaminación que generalmente se asocia a las empresas relacionadas con las nuevas tecnologías".

Aguamac

"Aje Verde nos ha aportado más ilusión de la que ya tenemos hace 30 años por hacer este mundo un poco más sostenible".

Maragá Papelería

"Teníamos necesidad de aprender "qué es esto de la sostenibilidad" y el apoyo de AJE Verde ha sido fundamental para empezar. Aunque queda mucho por hacer, ahora estamos mejor orientados".

Declaraciones de emprendedores participantes:

Teberite Branding

"AJE Verde me ha ayudado a orientar la puesta en marcha de los aspectos burocráticos y me ha aconsejado certeramente en los siguientes pasos a dar porque, aunque ya venía con trabajo hecho, he podido detectar errores de los que no me había percatado".

EcodiasCanarias

"Durante los tres meses de acompañamiento empresarial en AJE Verde me dieron forma real a mis abundantes ideas, aclararon un montón de dudas sobre el emprendimiento y me guiaron hacia al proyecto personal. Así que no me quedó otro remedio como dejar de soñar y empezar a realizar mi propio proyecto verde. ¡Muchísimas gracias a todo el equipo AJE Verde!".

Global Shapers Canarias

"Agradecemos fuertemente los exitosos talleres ofrecidos por AJE Verde, donde hemos aprendido y adquirido conocimientos de emprendimiento para comenzar adecuadamente nuestro hub; así a través de modelos y planes de negocio, como de autoconocimiento y reflexión".

(De izq. a dcha.): Gema Báez, gestora de DayOne; Andrés Guerra, director comercial de Banca de Empresas de CaixaBank en Canarias; Manuel Afonso, director territorial de CaixaBank en Canarias; y José Antonio Travieso, director de Centro de Empresas y DayOne en las Islas.

CaixaBank impulsa el crecimiento de las empresas tecnológicas de Canarias mediante su división especializada DayOne

A través de DayOne, la entidad acompaña a start-ups y scale-ups en todas sus fases, desde su etapa de crecimiento y búsqueda de financiación, hasta su consolidación

CaixaBank ha puesto en marcha en Canarias su servicio especializado DayOne, que tiene como finalidad acompañar a *start-ups*, *scale-ups* e inversores para impulsar el crecimiento de este tipo de empresas. DayOne ofrece a sus clientes productos y servicios innovadores adecuados a este colectivo e impulsa encuentros de pequeño formato, conectando de forma periódica a sus clientes con *partners* estratégicos.

La división DayOne dará cobertura a las empresas de base tecnológica del Archipiélago, donde el ecosistema tecnológico ha experimentado un notable crecimiento. Claro ejemplo de esta evolución es la última edición de los Premios EmprendeXXI, en la que se presentaron 20 candidaturas en Canarias, lo que supone un incremento del 43% en el número de *start-ups* participantes respecto al año anterior.

DayOne es un servicio innovador en el sector que CaixaBank lanzó en diciembre de 2017. Actualmente, cuenta con espacios físicos en Barcelona, Madrid, Valencia, Zaragoza, Bilbao y Málaga y carteras de clientes en Murcia y Castilla y León, a la que se suma Canarias. En todas estas ciudades, DayOne dispone de personal especializado y un espacio especialmente diseñado para ofrecer atención comercial, asesoramiento, formación y actividades de *networking* a los emprendedores. Desde su lanzamiento, ha multiplicado por cuatro sus clientes.

El director territorial de CaixaBank en Canarias, Manuel Afonso, ha destacado que "la implantación del modelo DayOne en Canarias supone un paso más en la estrategia de nuestra entidad de ofrecer un modelo de banca especializada por segmentos, ajustada a las necesidades de cada perfil de cliente. En el caso de las *start-ups* y *scale-ups*, esta especialización supone ofrecer un servicio con nuevos planteamientos, orientado a todos los agentes del ecosistema de innovación, y aprovechando la valiosa experiencia en el trabajo con emprendedores y empresas que tiene CaixaBank".

El director comercial de Banca de Empresas en la Dirección Territorial de Canarias, Andrés Guerra, ha incidido en que "CaixaBank ha tenido muy en cuenta el tejido empresarial que se ha desarrollado en las Islas a la hora de escoger este nuevo emplazamiento para DayOne, lo que supone una apuesta firme por este territorio como polo destacado en la creación de innovación".

Por su parte, José Antonio Travieso y Gema Báez, responsables de la nueva división de DayOne en las Islas, han augurado que "este nuevo servicio especializado va a suponer un gran salto de calidad en la atención y el acompañamiento a las empresas tecnológicas de Canarias".

Sobre CaixaBank DayOne

DayOne es la división de CaixaBank especializada en servicios financieros creados para acompañar a *start-ups* y *scale-ups* en todas sus fases, desde su etapa de crecimiento y búsqueda de financiación, hasta su consolidación. Además, también dispone de una línea de servicios dirigida a inversores interesados en destinar fondos para el crecimiento de empresas innovadoras.

El objetivo de DayOne es acompañar a *start-ups* y *scale-ups* globales con actividad en España que busquen acelerar su crecimiento mediante productos y servicios especializados. Un 76% de las empresas clientes de DayOne se fundaron después del 2011 y, de hecho, un 59% tienen menos de 7 años.

Los centros DayOne están concebidos como *hubs* para el encuentro del talento y del capital. Su principal función es servir de punto de reunión entre los fundadores de empresas tecnológicas, los socios que les ayuden a hacer crecer su negocio y los inversores interesados en empresas innovadoras con potencial de crecimiento.

Para contribuir al desarrollo de jóvenes empresas innovadoras con alto potencial de crecimiento, la entidad lanza cada año desde su creación en 2007 los Premios EmprendeXXI. Estos galardones se han convertido en un reconocimiento consolidado en el territorio y de referencia para *start-ups* de España y Portugal y en la última edición se han presentado 1.135 *start-ups* de España y Portugal. Además, cuenta con un programa de innovación abierta para apoyar a las *start-ups* denominado *DayOne Open Innovation Program*.

Octavio Cabrera: “Hacemos todo lo que hacen los grandes despachos, pero también todo lo que hacen los pequeños, y todo ello, buscando el rigor y la excelencia”

ENTREVISTA

OCTAVIO CABRERA
CABRERA RODRÍGUEZ ETL GLOBAL

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Cabrera Rodríguez ETL GLOBAL es un despacho que ha experimentado un crecimiento exponencial a lo largo de los años, nos atrevemos a decir que convirtiéndose en uno de los grandes referentes en Canarias y fuera del archipiélago. ¿Cómo se consigue, entre tanta competencia, ser un verdadero eje de referencia?

Ciertamente, nosotros aspiramos a todo aquello que comentas, pero no lo somos aún, aunque desde luego aspiramos a serlo. Sobre todo aspiramos a ser una referencia regional para que el equipo que tira de este proyecto se sienta reconfortado y tenga su futuro asegurado. Una de mis preocupaciones históricas era saber qué iba a pasar cuando yo no estuviera, y afortunadamente, eso ya está resuelto.

El despacho comenzó su andadura en el año 1999 de una forma muy curiosa, porque mis dos socios eran economistas auditores de cuentas y yo estudié Derecho y Empresariales en Madrid. Al unirme a dos economistas la tendencia fue la de desarrollar fundamentalmente el área de asesoría fiscal y contable.

Nos conocimos trabajando juntos en un despacho de Santa Cruz, y decidimos abrir nuestro primer despacho en el sur, por el dominio de idiomas que teníamos, y el carecer de mentores o padrinos profesionales que nos abrieran puertas sin más. Mis amigos y compañeros abogados me llamaban para atender a sus clientes, porque yo era un abogado que hablaba inglés perfectamente, y además entendía de Impuestos y planificaciones.

Pasan los años y a partir de 2008 fundamentalmente, y ya sin mis antiguos socios, decidí que mi proyecto profesional tenía que incluir un despacho de abogados en toda regla, lo cual inicialmente resultó un ejercicio complicado al estar marcado por las inercias iniciales muy volcadas a la parte de asesoría. Cuestión determinante para que nuestra área jurídica se desarrollara fue el que apostáramos desde el principio por consolidar y potenciar nuestro despacho de Costa Adeje como despacho referente y fundamental para el desarrollo de la firma. Esto nos permitió acceder a nuestro target principal, clientes extranjeros, nuevos en las islas, que aceptaban con natu-

ralidad nuestra doble condición de asesores fiscales y abogados.

Nuestra presencia en Santa Cruz data de 2004, y aquí seguimos en el histórico Ed Peceño de calle El Pilar, si bien nuestro proyecto se trasladará a nuestro propio Edificio, en Calle San Lucas, 64 de esta capital, actualmente en proceso de rehabilitación. Nuestra apertura en Santa Cruz fue inicialmente, una necesidad logística, luego una herramienta para atraer talento, sin tener que desplazarlo a la zona sur, y finalmente se ha convertido en un despacho referencia en el sector de la asesoría fiscal y la abogacía corporativa.

Fue por tanto en 2008 cuando la firma se desdobla en asesoría fiscal, y nace la firma de abogados, bajo paraguas independientes e incluso con ubicaciones físicas diversas. pero no solo desde el punto de vista consultor, sino físicamente, es decir, ubicaciones físicas distintas. Inicialmente, en Santa Cruz estaba la asesoría fiscal y contable, y en el sur está el despacho de abogados. Con el tiempo, nuestras dos áreas tienen ya presencia ambas localizaciones, hemos abierto sede en Las Palmas de Gran Canaria, y estamos en proceso de integración de una nueva firma grancanaria, con presencia en la zona sur de la isla, y también en Lanzarote.

Nuestra área jurídica, bastión de nuestra firma, se ha cimentado en un esfuerzo titánico para conformar un equipo con un perfil de abogados muy distinto al abogado de toda la vida y tradicional. Si yo tuviera que definir a los profesionales que tengo en mi equipo los definiría como abogados corporativos, en los que se potencia el dominio de las áreas fiscales, mercantiles e inmobiliarias, por encima de todo. En la actualidad nuestro equipo jurídico lo forman 10 abogados vinculados en exclusividad a la firma y 5 auxiliares jurídicos. En estos quince años, hemos logrado consolidar la imagen de que Cabrera Rodríguez ETL GLOBAL ofrece el mejor asesoramiento fiscal contable, pero también dispone de un equipo de abogados consolidado y muy especializado. La singularidad de todo ello es que ambas áreas se retroalimentan y de su combinación y sinergias resulta un servicio global de mayor calidad, personalizado y muy apreciado por el cliente. A modo de chascarrillo, y resumen, diría que mi vida profesional está marcada por la singularidad de ser un Abogado que sabe mucho de Impuestos, que le encanta la contabilidad y que además habla y comunica en inglés a nivel bilingüe. Esa triple condición, ha sido el cimiento principal de esta historia empresarial.

Se pusieron de moda en un determinado momento los grandísimos despachos, aquellos con renombre. Ahora se experimenta la tendencia de acudir a un despacho mediano, no perteneciente a grandes firmas. ¿Qué aporta un despacho como este al potencial cliente?

A partir de 2021 nosotros tenemos esa doble condición. Mantenemos nuestra idiosincrasia propia y valores, pero al tiempo somos parte de una gran organización. Yo pongo en valor a los grandes despachos y, de hecho, nosotros hacemos encargos a otros despachos cuando necesitamos segundas opiniones y es magnífica la relación con las personas que los dirigen, sobre todo a nivel regional. No obstante, es verdad que nosotros tratamos de hacer algo que ellos no hacen. En primera instancia, racionalmente somos más asequibles y es verdad que cuando yo trato de explicarle a un abogado o a una persona lo que hacemos le digo: "hacemos todo lo que hacen los grandes despachos, pero también todo lo que hacen los pequeños", Trato de mezclar dos cosas: calidad y cercanía. El cliente tiene que sentirse respaldado y darse cuenta de que ha recibido un servicio de máxima calidad.

¿Qué viene a aportar en sí ETL GLOBAL, no solo a tu firma de abogados, sino a tus clientes?

A mis clientes les aporta tranquilidad, dado que tenemos a muchos clientes de ámbito internacional. Sorprendentemente, muchas veces te encuentras con clientes con un perfil internacional que no están asesorados debidamente ni siquiera en origen. En este sentido, a mí me permite tener acceso directo a despachos top en toda Europa, particularmente en Reino Unido, porque allí que es uno de nuestros mercados target, ha integrado despachos jurídicos y de asesoramiento fiscal del máximo nivel y reconocimiento.

ETL GLOBAL comenzó su desarrollo en Alemania, pues el socio fundador es de origen alemán, en un segmento de asesoría fiscal contable de nivel medio. Cuando entraron en España lo hicieron de la mano de ex socios de Coopers & Lybrand, lugar donde yo inicié mi andadura profesional, y por su propia inercia, que se dedican a integrar despachos de antiguos socios o directivos de Coopers que hubiesen fundado su propia firma. Cuando llegaron a Canarias, quizá éramos dos o tres los ex Coopers con despacho abierto, y de entre ellos, nos eligieron a nosotros, Cabrera Rodríguez, por nuestra particular idiosincrasia, estructura y vocación de proyecto regional.

Para tener empresas en Canarias del nivel de ETL GLOBAL necesitamos un clima socio económico equilibrado, ¿contamos con las condiciones necesarias para atraer la inversión?

A riesgo de ser políticamente incorrecto, considero que podríamos hacer mucho más, pero todos, no solo los políticos, todos los agentes sociales, podríamos hacer mucho más para que ese equilibrio exista en todo momento. Equilibrio que yo definiría como estabilidad y seguridad jurídica, es decir, no es tanto mejorar los condicionantes económicos y fiscales, como que sean estables en el tiempo y aporten seguridad al que viene, porque los cambios repentinos y los virajes que en ocasiones se producen, lastran la confianza de los grandes inversores.

Si se trata de concretar, y de retratar una clara debilidad, referiría al que ha sido y es mi caballo de batalla, durante años, que no es otra cosa, que la extensión de la protección del REF, a la fiscalidad personal, particularmente al IP y el ISD. La bonificación plena en el Impuesto sobre el patrimonio y en Sucesiones y Donaciones, bajo determinados requisitos, en Canarias abriría un universo ilimitado para el crecimiento no sólo económico sino también social en nuestras islas. Se conseguiría así facilitar que los grandes patrimonios y emprendedores extranjeros puedan residir en Canarias, porque lo que ocurre ahora es que con la fiscalidad empresarial tan buena que existe en el archipiélago ellos vienen, obtienen grandes beneficios, tributan poco, y se lo llevan, porque si lo dejan aquí, se les grava de forma desmedida Disponemos de la mejor fiscalidad empresarial "legítima" de Europa. Extenderlo a la fiscalidad personal en el entorno del IP y el ISD, determinaría un incremento grandísimo de la recaudación. Esa decisión, que en el caso de Canarias, no debería depender de ideologías, permitiría incrementar enormemente la recaudación de la Hacienda Canaria por vía de tributación indirecta e IRPF tramo autonómico, y por ende proveería al gobierno de turno con mejores herramientas y recursos para trabajar en el crecimiento social de las islas. Crecimiento económico estructurado apoyado en el crecimiento social que Canarias merece.

Últimamente vemos mucha controversia con el REF. Hay controversia en el Gobierno, entre empresarios... Canarias necesita un Régimen Económico y Fiscal diferenciado, porque somos parte de España, pero geográficamente nos ubicamos cercanos a África, lejos del continente europeo...

El REF es un instrumento absolutamente legítimo, merecido y validado, con lo cual es incuestionable a día de hoy. La cuestión recae en los matices, los cuales son coyunturales. El gran impulsor del REF es el Gobierno de Canarias y las instituciones canarias. ¿Cómo se entiende el REF en el Gobierno central? Es difícilmente entendible en múltiples ocasiones y los políticos canarios saben muy bien lo que cuesta explicar y sustentar su legitimidad cada vez que hay un cambio de gobierno o cada vez que hay que revalidar los incentivos del mismo.

Las coyunturas económicas del país también afectan a los criterios y políticas de la Agencia Tributaria, lo que hace que en determinados momentos puedan ser más o menos restrictivos en términos en la revisión de los incentivos. Por ejemplo, con la Zona Especial Canaria, tenemos un Consorcio que en términos generales funciona magníficamente. El Consorcio está conformado por el Ministerio de Hacienda y el Gobierno de Canarias, hasta ahí todo bien, pero donde habrían fallado es que en ocasiones ha faltado trabajar algo más la interacción y conciliación de criterios con la Agencia Tributaria, lo cual en determinados momentos ha afectado a la solidez del principio de seguridad jurídica.

¿Se le ha dado la correcta difusión a un instrumento como es la Zona Especial Canaria?

Al principio no lo suficientemente. No obstante, posteriormente se ha hecho un gran trabajo de difusión y promoción que se mantiene en la actualidad. El error del pasado es que se hacían grandes actos de promoción a los que acudían muchos empresarios, pero no los directores financieros o asesores fiscales.

A mi juicio, los grandes retos de la ZEC son la estabilidad, la unificación de criterios, y promocionar la compatibilidad del incentivo con el resto de herramientas REF.

Blindar el REF, incorporando protección estable frente al ISD y el IP, asegurarían para siempre la estabilidad socioeconómica de Canarias, y consolidaría nuestra condición de paraíso, pero no sólo para los que nos visitan, sino para todos los que vivimos, emprendemos y creamos riqueza desde aquí. Ahí lo dejo.

La tasa de la discordia

Un año electoralista es lo que tiene, y supongo que deberíamos estar todos habituados a que los partidos políticos, tanto aquellos que están gobernando como aquellos que están en la oposición, saquen la batería de propuestas con el fin de barrer tantos votos sean posibles para los próximos comicios. Este año, entre muchas promesas como millones en mejoras, o incluso el hecho de asegurar que en pocos meses se arreglarían las colas de la TF-5, está la propuesta del cobro de una tasa turística.

Los últimos meses se ha ido desempolvando la posibilidad de implantar una tasa turística, medida que ha abanderado podemos bajo el nombre de "ecotasa". En paralelo, el gobierno de Ángel Víctor Torres se muestra dispuesto a estudiarla en una próxima legislatura porque asegura que este no es el momento, pues los efectos pueden ser dañinos para el sector, mientras que el Partido Popular se niega rotundamente a implantar una medida de este tipo. Opiniones para todos los gustos y carne de debate los últimos meses y para las próximas semanas. En el otro lado, en el de los empresarios del sector turístico, encontramos una tajante negativa a una ecotasa ni a nada que se le parezca. Como argumento principal, entre otros, la cantidad que aporta ya el sector turístico en cuestión de impuestos, sin olvidar el perjuicio que supondría al turismo de las islas, traducido en menos turistas en el archipiélago al dejar de ser un "destino amable".

Todo esto llega cuando comienza también a intensificarse el descontento entre los canarios residentes en las islas ante lo que ellos aseguran una llegada masificada de turistas y la consiguiente merma del territorio. El aumento del precio del alquiler, el encarecimiento de la vivienda también a consecuencia del crecimiento del alquiler vacacional, atascos cada vez más largos y playas y montes llenos, generan rechazo entre cada vez más población.

Sin embargo, y volviendo a la implantación o no de la llamada ecotasa que sí tienen diversos territorios dentro de nuestro país, es una medida que requiere de un análisis profundo, tanto para aquellos que piden su creación, como para aquellos que rechazan rotundamente. Varias preguntas me surgen: ¿Dejarán de venir los turistas por tener que pagar, por ejemplo, 1 euro por persona y día? ¿Se dedicará lo recaudado en su totalidad a proyectos de medio ambiente o a paliar los efectos nocivos del turismo? ¿Se dedicará a mejorar infraestructuras turísticas? ¿A Sanidad y a fines sociales? ¿O simplemente tendrá fines recaudatorios para una administración que parte de superávit para seguir pagando cargos de confianza? ¿Podemos comparar un territorio como Baleares, con un turismo estacional, con un territorio como Canarias que recibe turistas todo el año?

La sensación que tenemos los ciudadanos es que estas medidas, muchas veces, carecen de debate profundo, a penas están desarrolladas en profundidad, tanto en su contenido como en las implicaciones legales, pero son medidas que quedan muy vistosas en el programa electoral, tanto para posicionarse a favor como en contra. Todos los canarios, empresarios, políticos y ciudadanos, tenemos claro que las islas deben caminar con paso firme hacia un turismo que sea sostenible en el tiempo, sostenible a nivel medioambiental, social y económico. Nuestro territorio es pequeño, un territorio rico en patrimonio natural y cultural que merece ser cuidado, pero no menos cierto es que la mayor parte de nuestro PIB depende del sector turístico puesto que esa supuesta diversificación de la economía que vendría después se la pandemia nunca llega. El pan nos lo da el turismo, nos guste o no.

Por lo tanto, reflexión, queridos amigos, reflexión y debate para encontrar las mejores soluciones. Somos un territorio amable que siempre ha recibido con los brazos abiertos a quienes quieren conocer nuestras virtudes, con familiares y amigos trabajando para el sector de manera directa e indirecta. No queremos "cargarnos el turismo" estoy segura. Cómo conseguir esa convivencia entre turismo, sociedad y territorio es el debate, más allá de centrarnos en la implantación de una tasa turística o no. Este no es un debate banal, no debería ser tratado de esta manera por un puñado de votos.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Canarias

Tres años del covid ¿se acuerdan del personal sanitario?

OPINIÓN

ANA VEGA

Muchos se preguntarán a santo de qué saco ahora el tema.

Pues bien, las circunstancias han hecho que tenga que estar en un hospital una vez por semana.

No hay que pensar mucho para saber (al menos quienes me conocen), que siempre suelo observar para así después poder dejar mi reflexión de todo aquello que nos debería importar.

Pero no, aquí se trata de mirar a otro lado, culpar a médicos, celadores, personal de enfermería, cocina... En fin, una larga lista de quienes están dentro de hospitales, clínicas y centros sociosanitarios.

Dijeron o, mejor dicho, dijimos que aquella pandemia nos iba a cambiar la vida y que íbamos a ser diferentes, siendo más honestos, solidarios y empáticos.

Pues no, eso ni pasó ni pasa hoy. Y es que en este país la amnesia selectiva forma parte de nuestro ADN, o al menos el de muchos.

He vivido de cerca, aunque debido a la que fue mi profesión formó parte de mi vida y de ahí el estar siempre al tanto por tener la suerte de tener amistades y familiares del gremio.

¿Recuerdan cuándo a dos enfermeras, quizás más, les rayaban el coche, los vecinos poniendo carteles para que no fuese a su casa porque les iban a contagiar?

¿Y ese personal sanitario corriendo de un lado para otro porque no daban abasto?

Al mundo se le debió olvidar que son seres humanos, con familias a quienes no pudieron ver en esa pesadilla que supuestamente debería habernos cambiado.

Pues bien. Desde que ocurrió y se "fue", cosa que no es así porque ya forma parte de nuestro planeta, se vuelve a las andadas, insultando, tratándoles como si fuesen criados, al igual que en otros sectores que ya hablaremos de ello en otro momento.

Las quejas continuas, si tardan mucho en entrar los pacientes la culpa es del médico. Si las citas se posponen continuamente, también. Y es que son el escudo del sistema sanitario.

Ahora me dirían que no, que la culpa es del gobierno de la nación, así como el de los autonómicos. En este caso hablo de Canarias, pero de Madrid también evidentemente.

Se nos ha olvidado que quien ya gobernaba en este país, Pedro Sánchez al igual que el autonómico Ángel Víctor Torres, sin olvidarnos del vicepresidente Román Rodríguez, les tocó bailar con el más feo. Lo recalco porque siempre se utiliza el término femenino y va a ser que yo lo pongo en masculino.

Con esto quiero decir que la Sanidad Pública es un bien preciado que nos hace estar a la cabeza. Y dejemos de desviar el tema, la sanidad pública ha sido y está siendo maltratada y los cabezas de turcos son los de siempre, los trabajadores.

Quiero que quienes lean este artículo, en caso de interesarles, miren hacia atrás a estas dos comunidades en concreto, Madrid y Canarias. De las demás no me quiero arriesgar.

Pongan los partidos políticos en una balanza, de un color o de otro. Bueno, ahora ya no es sólo azul y rojo, por este largo camino han ido naciendo otras formaciones políticas. Sean sinceros y digan quienes han protegido la sanidad pública, así como a sus trabajadores.

Sí, no se me adelanten, que ya sé que las situaciones económicas, así como el calendario laboral o los días de descanso se han convertido en una pesadilla.

Digan la verdad. Hablen desde sus experiencias como pacientes o como personal contratado.

Quien abandonó la pública para alimentar la privada, y quien arropó lo público.

Era inevitable no sacar el tema político, ya que estamos a punto de ser testigos del pistoletazo de salida.

Tenemos médicos de familia, especialistas, enfermería, personal de cocina, de lavandería, de limpieza, auxiliares, administrativos, que han terminado por abandonar e irse fuera de este país, porque aquí el futuro es incierto.

Pero no nos engañemos, esto no ha pasado desde la pandemia, viene desde mucho más atrás. De ahí la importancia de poner esa balanza.

¿Saben lo que les dije al personal sanitario cuando operaron a mi hijo?, gracias. Gracias por no borrar la sonrisa de vuestros labios, de llevar como buenamente podéis esta situación tan triste, en donde lo único que pedís es la comprensión y apoyo de familiares y pacientes.

Sí, ellas y ellos estuvieron antes de la pandemia, durante la pandemia y después de la pandemia.

Y pregúntense cuántos murieron de COVID, familiares que perdieron sin poderlos ver, amistades. O cuantos hoy en día siguen en tratamiento psiquiátrico o psicológico.

Este artículo he querido dedicárselo a ellas y ellos a quienes nos cuidan y salvan vidas.

Gracias.

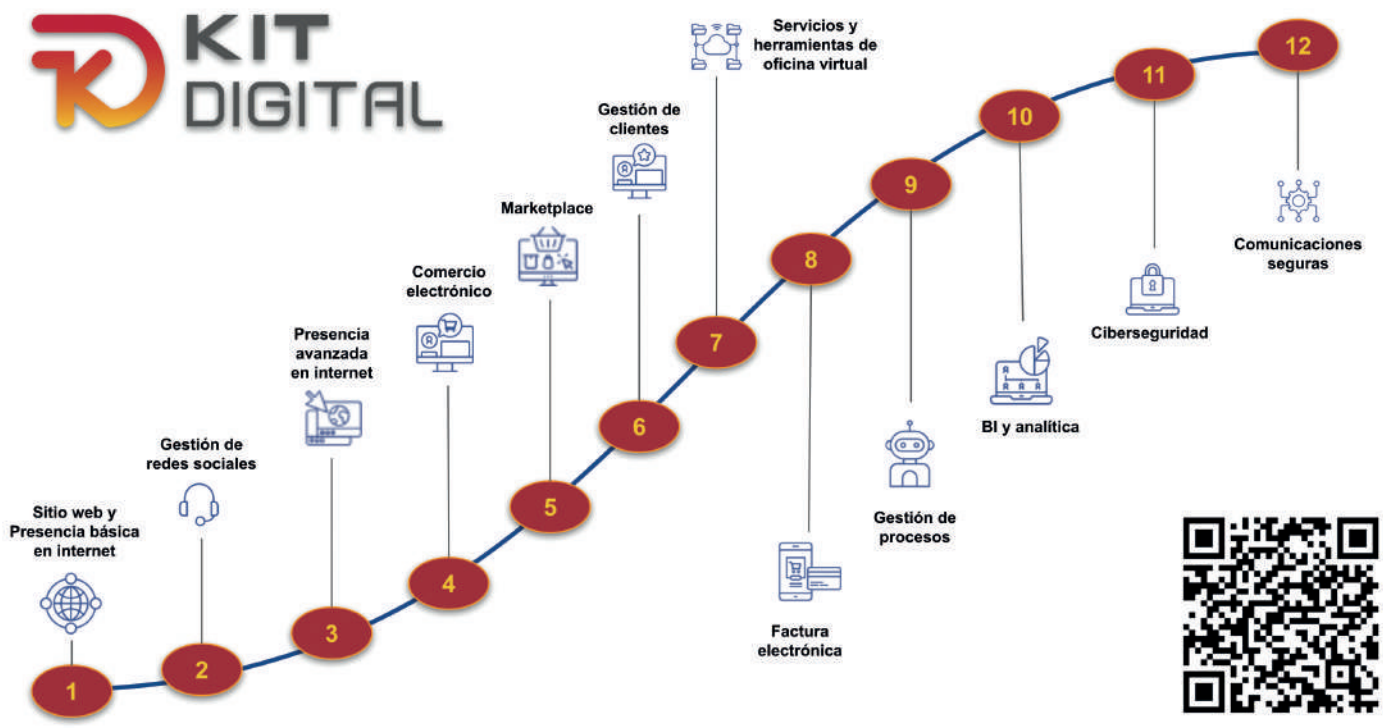
Tribuna de Canarias
Periódico regional líder de información Económica y Política en las Islas Canarias

Edición: *Grupo de Comunicación TDC S.L.*
Directora: *Montserrat Hernández*
Secretaria de gerencias: *Raquel Gómez*
Marketing y Tecnología: *La Pepa Studio*
Maquetación: *Amidi Agencia*

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

nº 36 | **Depósito Legal TF 231-2020**
Imprime: TFPRINT, S. L.

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



El Camino de la Digitalización

OPINIÓN

JORGE ALONSO

CIO DE VELORCIOS GROUP

Jorge Alonso

@jalonso_VG

Es de admirar el esfuerzo que la sociedad está haciendo para digitalizarse a toda prisa y no perder el tren del futuro que viene marcado por el ritmo de los 1 y los 0. Este proceso de transformación no es sencillo de gestionar ni de asimilar y corremos el peligro de dejar muchos muertos por el camino si no hacemos bien las cosas.

A tenor de los resultados, y si comparamos el índice de madurez digital de España antes de 2020 con el actual, debemos estar razonablemente contentos; pues el avance del país en esta materia es notable, aunque todos seamos conscientes de que todavía nos queda mucho camino por recorrer.

En este sentido las pautas que nos vienen de Europa están claras y no dejan mucho margen a la interpretación: la digitalización es una prioridad que estará en la agenda de todos los países en los próximos años, independientemente del color político.

Los fondos Next Generation son el instrumento para hacer de esta declaración de intenciones una realidad y el Kit Digital una de las principales herramientas para hacerla posible.

Nadie puede negar el impacto que el Kit Digital está teniendo en el aumento del grado de digitalización de nuestro país. El número de solicitudes recibidas por Red.es, la enorme cantidad de agentes digitalizadores que se han dado de alta en el programa y, sobre todo, las acciones que ya se han ejecutado, así lo atesoran.

Pero, sin embargo, todavía es posible sacarle un mayor provecho a esta ayuda ya que, en algunas ocasiones, los bonos de mayor importe pueden presentar dificultades para ser canjeados en su totalidad.

El Kit Digital nos marca un camino a la digitalización que debemos comprender antes de ponernos en marcha para saber con exactitud en qué punto del recorrido estamos y cuál es la siguiente parada.

Existen doce categorías de servicios digitales a los que podemos acceder con nuestro bono: Sitio web y Presencia básica en internet, Comercio electrónico, Gestión de redes sociales, Gestión de clientes, BI y analítica, Servicios y herramientas de oficina virtual, Gestión de procesos, Factura electrónica, Comunicaciones seguras, Ciberseguridad, Presencia avanzada en internet y Marketplace.

Contado así, una persona que no esté muy puesta en la materia sólo verá epígrafes inconexos y le será sumamente complicado elegir en qué categoría o categorías emplear el importe de su bono. Probablemente termine gastándolo en aquello que conoce o que más le suena despreciando otros servicios que quizás necesita, pero que es incapaz de identificar.

Intentemos hacer una lectura alternativa de los doce servicios del Kit Digital con la intención de convertirlos en un camino que dibuje la estrategia de digitalización de nuestra compañía. Cada cual deberá decidir en qué estación del trayecto se encuentra y en cuál se quiere bajar. Pongámonos en marcha.

A la hora de arrancar el proceso de digitalización de nuestro negocio lo primero que necesitamos es disponer de un Sitio Web y Presencia básica en Internet (1). Esta es la casilla de salida. Si nuestra empresa no cuenta con un sitio web ahora es el momento de ponernos a ello. Pero seguro que además de tener una web también queremos gestionar nuestras redes sociales (2) para dinamizar el negocio y darlo a conocer a nuestros futuros clientes. Aquí tienes la segunda parada.

Tal vez desees tener aún más visibilidad en la red y quieras contratar un servicio de Presencia Avanzada en Internet (3) para generar más demanda. En este caso será muy recomendable que parte del importe del bono lo destines a esta categoría.

Como ves, estas tres primeras paradas del camino nos garantizan que nuestro negocio está bien colocado en internet y que nuestros clientes nos encontrarán con facilidad. ¡Sigamos avanzando!

En el caso de que queramos vender productos y/o servicios a través de internet deberemos pensar en soluciones de Comercio Electrónico (4) que den soporte a nuestra tienda online e incluso, si fuera necesario, desplegarnos en un Marketplace (5) que nos ayude a posicionar mejor los productos. Lógicamente, estas dos paradas sólo tienen sentido si tu negocio se apoya en internet para la venta, de lo contrario bastará con con los tres primeros puntos para dar por cubierto nuestro posicionamiento estratégico en la red.

Y ahora que ya tenemos todo preparado es el momento de abrir las puertas de nuestro negocio para que entren los clientes. Lo normal es que queramos saber todo sobre las personas que se interesan por nuestra empresa: cómo se llaman, cuáles son gustos, sus preferencias; también, seguramente, queramos enviarles algún correo con información que sea relevante para ellos... Toda esta Gestión de Clientes (6) requiere de herramientas que nos faciliten este proceso. A partir de ahora el CRM será tu aliado que hará crecer tu negocio.

Nuestra empresa ya está en marcha así que necesitaremos organizarnos de puertas hacia dentro para ser ágiles en los procesos y poder destinar la mayoría del tiempo a atender a nuestros clientes. Apoyarnos en el trabajo colaborativo, compartir agendas, tener la información allá donde sea preciso... En resumen, contar con buenos Servicios y herramientas de Oficina Virtual (7) para poder trabajar allí donde lo necesitemos.

Nuestros clientes comienzan a comprar y consumir, así que ha llegado el momento de activar la Factura Electrónica (8) para facilitar el proceso y dar un servicio de calidad. Pero seguro que además necesitas llevar la contabilidad, controlar el inventario, organizar la logística y hacer toda una Gestión de procesos (9) que den soporte al negocio para que todo vaya sobre ruedas. Ahora es un buen momento para dejar todo preparado para crecer.

La digitalización de la empresa nos está permitiendo tener muchos datos acerca de nuestra actividad: cuál es el producto que más vendemos, quiénes son nuestros clientes top, qué día de la semana es el que más facturamos, cuál es el margen medio de nuestro negocio... ¿Y si convertimos todos estos datos en información útil que nos aporte el conocimiento que necesitamos para tomar las mejores decisiones? Disponer de una herramienta de Business Intelligence y Analítica (10) te dará el salto de calidad que necesitas para marcar la diferencia con tus competidores.

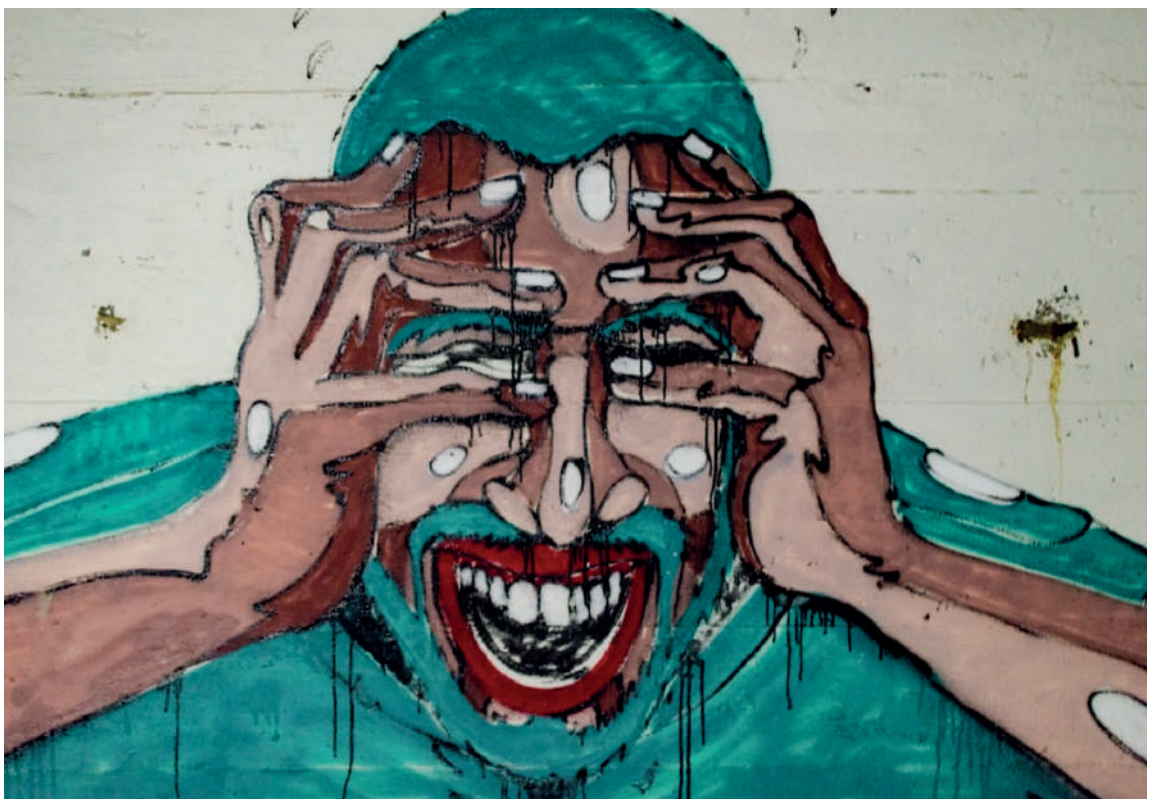
Ahora sí, ya puedes decir que has digitalizado tu negocio, pero tienes que saber que es preciso protegerlo de los ciberataques si quieres dormir tranquilo y evitar sustos innecesarios. Para ello tendrás que disponer de herramientas de Ciberseguridad (11) y Comunicaciones Seguras (12) que velen por la integridad de tu empresa. ¡Has llegado a la última parada!

Y este es el camino de la digitalización que te plantea el Kit Digital. Ahora solo es cuestión de montarte en el tren de los 1 y los 0 y decidir en qué paradas te tienes que bajar para ir completando el trayecto. Si lo haces así podrás sacarle el máximo partido al bono y emplearlo en su totalidad para digitalizar tu empresa.

Pero recuerda, la idea no es que sigas esta guía a pies juntillas, sino que la tomes como una estrategia para planificar tu camino hacia la digitalización. Lo ideal es que cada empresa personalice su itinerario y lo adapte a sus necesidades concretas y a las particularidades de cada una de las categorías que componen el Kit Digital para aprovechar el bono al máximo.

¡Buen viaje!

A ritmo de tecno…estrés



OPINIÓN
PRESEN SIMÓN
DIRECTORA DE
TRANSVERSALIA CONSULTING

in Presen Simón Rael

Son las 6 de la mañana. Te despiertas y, en automático, consultas el teléfono observando, con aturdimiento, que la bandeja de entrada de tu correo electrónico está repleta de emails del trabajo. Solo pensarlo da escalofríos.

Poco después, suena tu teléfono. Esta vez es un compañero por WhatsApp "¿No recibiste aquel mensaje que envié anoche? ¿No estabas conectado?", te reclama. ¡Deberías estar siempre online!, le faltó añadir.

Estas situaciones que a todos/as nos resultan familiares son cada vez más comunes y las tenemos más normalizadas. Si, además, vienen acompañadas de una sensación de ansiedad casi palpable es muy probable que estemos superados por el "tecnoestrés", término utilizado por primera vez en 1984, por el psiquiatra norteamericano, Craig Brod, y, posteriormente, en 1997 por Michelle Weil y Larry Rosen, en su libro homónimo. Y mientras Brod, lo definió como una enfermedad de adaptación causada por la falta de habilidad para tratar con la tecnología de manera saludable, los segundos explicaron cómo el uso continuado de la tecnología puede tener efectos psicológicos, como la adicción.

En este contexto, ya no hablamos de estresores sino de – atención –"tecno"estresores, los cuales están asociados a eventos, hechos, creencias y demandas laborales relacionados con la tecnología, siendo percibido todo ello de forma peyorativa por empleados/as y directivos/as.

En España, desde 2018, cuando el 51% de las personas trabajadoras en España admitía contestar llamadas o correos electrónicos en su tiempo libre, se puso en marcha la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, cuyo artículo 88 fijaba que los empleados tienen el derecho a no recibir comunicaciones relacionadas con su trabajo fuera de su horario laboral -de hecho, obliga a las empresas a desarrollar un protocolo de desconexión digital-.

Y en 2021, en el contexto de la expansión del teletrabajo, el Ejecutivo profundizó un poco más en este derecho a través del artículo 18 de la ley 19/2021 de trabajo a distancia.

No obstante, la realidad es que, a pesar de la regulación, que establece que las personas no están obligadas a contestar WhatsApp, emails o llamadas más allá de su jornada de trabajo, el porcentaje de personas empleadas que aseguran no poder desconectar digitalmente no ha dejado de crecer en los últimos tres años.

De hecho, el informe de Desconexión Digital de Infojobs indica que, actualmente, el 75% de las personas en situación de empleo de nuestro país, responde llamadas o emails fuera del horario laboral, mientras que antes de la que estallara la crisis sanitaria -concretamente febrero de 2020- este mismo porcentaje era del 63%.

Pero lo curioso es lo siguiente: según estos estudios 1 de cada 2 personas trabajadoras señala que no desconecta porque se siente en la obligación de responder, el 38% afirma que su puesto de trabajo así lo requiere y el 24% alega que son los asuntos pendientes los que no les permiten desconectar. A sumar, el 74% contesta también llamadas o correos durante las vacaciones o fines de semana. Bisbal diría que "son los máquinas"…permítanme la broma por quitar algo de hierro al asunto, porque, lo cierto es que, esta tendencia a la 'supradisponibilidad' se está convirtiendo en un problema social.

A la luz de estas cifras, podríamos deducir que, a más horas de conexión, mayor productividad, pero lo cierto es que no es una regla que se cumpla, salvo excepciones, claro está. Esto, al menos, es lo que dice Microsoft.

Según un informe publicado por el gigante tecnológico, basado en una encuesta a 20.000 personas trabajadoras en más de 20 países europeos, la tecnología distrae a los/as empleados/as en lugar de aumentar su productividad. Solamente el 21% de las personas encuestadas dijo sentirse "muy productiva". Algunas aseguraron que la cantidad de correos electrónicos, mensajes y notificaciones les abruma y les impide concentrarse y, otras señalaron que la tecnología que usa su empresa les supone un obstáculo para ser más eficientes.

Parece entonces que la disponibilidad de tecnología a nuestro alcance, no se traduce necesariamente en impacto, no al menos vinculado a la productividad, aunque sí que lo estaría con la merma en la salud mental que se produce como consecuencia del estrés tecnológico.

Según la Lancaster University, existen cinco condiciones a las que los usuarios de tecnología pueden estar sometidos determinando un nivel de tecnoestrés en el trabajo:

- Tecno-sobrecarga: Hace alusión a la percepción que debido al uso de tecnología se está trabajando más horas, más rápido y aumentan las demandas de trabajo.
- Tecno-invasión: Se vincula a la percepción que manifiestan las personas de que la tecnología invade su vida personal, estando siempre en línea y conectados a la red.
- Tecno-complejidad: Se refiere a la percepción de sentirse incompetente, en un entorno tecnológico muy complejo; perciben que su conocimiento no es adecuado para realizar las tareas y, por tanto, se ven obligados a invertir más tiempo en el aprendizaje tecnológico.
- Tecno-inseguridad: Se enlaza con el temor a perder el trabajo por alguien que está mejor capacitado en el uso de la tecnología o por ser reemplazado por nuevos procedimientos basados en tecnología.
- Tecno-incertidumbre: Se conecta a la sensación que provoca en las personas los constantes cambios y actualizaciones tecnológicas permanentes, por lo cual se sienten obligados a actualizar sus conocimientos de forma permanente.

Para las personas, se impone sin duda, un cambio de mentalidad necesario en la nueva era. Para las empresas será necesario abordar la implantación de una cultura digital robusta. De hecho, el informe de Microsoft determinó que, en las empresas en las que la cultura digital es fuerte, en torno, al 22% de las personas se sienten más productivas.

Y es que, en las empresas, los cambios tecnológicos pueden orientarse a la tecnología en sí misma y las posibilidades que ella ofrece, o a las personas que la deben utilizar. La realidad indica que este aspecto tiende a estar descuidado, es decir que se suelen tener poco en cuenta las capacidades de aprendizaje, adaptación y motivación de las personas usuarias por obligación de las nuevas tecnologías con la consiguiente frustración y estrés que se genera.

En lo que atañe a nosotras, como personas, debemos entender que los aspectos mentales son más lentos de modificar, pero que podemos aprender a cambiar la manera de entender cada estímulo. Para ello es fundamental que veamos las ventajas reales del cambio tecnológico para así poder participar en su mejor instrumentación, para convivir con las nuevas tecnologías de una manera saludable.

Porque la situación es inequívoca. Vivimos en la era de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y debemos adaptarnos a ello, siendo conscientes de todas las ventajas que ha supuesto la revolución tecnológica para la sociedad, pero sin olvidar que la utilización inadecuada también puede provocar ciertos riesgos psicosociales para las personas.

Nadie es imprescindible. Repito. Nadie es imprescindible. Porque, si bien es cierto que, todas las personas somos únicas y aportamos valores y talentos únicos, no por ello, debemos interiorizar que somos necesarios/as para resolverlo todo. Esto, lejos de ayudarnos a sentirnos mejor, nos angustia sobremanera, inmersos/as en un círculo vicioso que no tiene fin.

Dejar de lado el complejo de "dueño/a de la fábrica", nos hará sentir mejor con nosotros/as mismos/as y con quiénes nos rodean. Además, nos permitirá contar con más energía para hacer frente a las demandas derivadas de nuestro trabajo y vinculadas a la tecnología. No lo olviden… todo, todo, menos una cosa, tiene solución. Lo demás, a su debido tiempo y en la prioridad que le corresponda.

Consideraciones al proyecto de ley por el derecho a la vivienda. Llama a tu abogado. Lo vas a necesitar

Hace un par de meses, desde esta columna, anunciamos como una de las próximas batallas por la seguridad jurídica serían los arrendamientos.

A nadie engaño si afirmo que en este país en general y en este archipiélago en particular, la vivienda es la hucha del ahorro de las familias. ¿Quién no tiene o quién no conoce quien tiene a un familiar o conocido con un pequeño apartamento que tiene arrendado para complementar sus ingresos o sus pensiones?

El proyecto de ley por el derecho a la vivienda pretende modificar entre otras, una norma, ley de enjuiciamiento civil, que va a obstaculizar la recuperación de tu vivienda o, si quieren exponerlo de otras maneras, facilitar la oposición de la ocupación.

Hay varias cosas llamativas: la primera, es que exigen para admitir a trámite la demanda una certificación del registro de la propiedad en el que consten la relación de propiedades del demandante para acreditar al juzgado si es o no gran tenedor. La segunda es que, si el actor es gran tenedor, debe acreditar si el demandado es o no vulnerable, a través de un informe que debe aportar el propietario una declaración responsable de haber acudido los cinco meses antes a servicios sociales para obtener un informe de tu ocupa. La tercera es que si el ocupa utiliza tu vivienda como habitual te obligan a ir a conciliación o mediación.

OPINIÓN
LUIS ABELEDO
ABOGADO
Luis Abeledo Iglesias
@luisabeledo

Por otro lado, en la subasta de las viviendas también se introducen una serie de modificaciones que retrasará la adjudicación del bien cuando exista una deuda.

En relación con la actualización de rentas, la norma consolida las subidas de la renta con el índice de garantía de competitividad actual en detrimento del IPC en los contratos hasta el 31 de diciembre de 2023. Es llamativo que las pensiones si se actualicen con el IPC pero las rentas de vivienda, no. Además, para aquellos contratos que deban ser actualizadas en el ejercicio 2014, el incremento no podrá ser superior al 3%.

El proyecto de ley también plante modificar el artículo 10 de la Ley de Arrendamientos Urbanos a través de introducir un apartado regulando que, en los contratos de arrendamiento, podrá aplicarse a solicitud de un arrendatario una prórroga extraordinaria en casos de vulnerabilidad manteniendo las condiciones del contrato. Es decir, si su vivienda estuviera en una zona que sea considerada como tensionada tendrá una prórroga obligatoria de tres años, si tu inquilino es vulnerable y se cumplen unos requisitos previstos.

La consideración de zona tensionada afectará a la determinación de la renta. En estos supuestos, la renta inicial no podrá exceder de la última renta de contrato de arrendamiento de vivienda habitual que hubiese estado vigente en los últimos cinco años en la misma vivienda una vez aplicada la actualización anual sin que puedan incluir otras cuotas o gastos que no estuviesen recogidos en el contrato anterior.

El proyecto de ley establece la posibilidad de aumentar un diez por ciento de esta media si se aplican una serie de condiciones.

Tenemos otra novedad interesante: antes del 31 de diciembre de 2024 el INE definirá un índice de referencia nuevo con lo que la actualización vía IPC desaparece para siempre, a priori.

El proyecto de ley establece en su título IV una serie de derechos e información básica en los contratos de arrendamiento que nos aventuramos a pronosticar que puede ser el nuevo pleito masa contra los arrendadores. Arrendadores que serán los malos de la película como si fueran las actuales entidades financieras.

El proyecto de ley nos dirige hacia la nulidad de determinadas cláusulas de un contrato de arrendamiento por no entregar la información precontractual correspondiente. Pone el foco en aquellos supuestos en que la vivienda esté ubicada en zona residencial tensionada en cuyo caso, el intermediario y el propietario, deberán informar de la cuantía de la última renta del contrato que hubiese estado en vigente en los últimos cinco años así como el valor, atendiendo al índice de referencia de aplicación.

No dudo que en estos supuestos aparecerá algún sistema de contrato puente para elevar la renta y que irá en contra del precio de la renta.

Más allá de cualquier valoración política. Cada uno tendrá la suya. La realidad jurídica es que la ley modifica una serie de normas que tendrá varios efectos: por un lado, limitan el derecho a la propiedad del arrendador y aumentan derechos del arrendatario. Por otro lado, desde un punto de vista procesal -el juicio de toda la vida- complican los requisitos del desahucio con unas medidas que dilatarán en el tiempo los desahucios.

Malos tiempos para hacer un contrato de arrendamiento una vez se apruebe este proyecto de ley.

Récord de instalaciones de autoconsumo fotovoltaicas

OPINIÓN
SEBASTIÁN MARTÍNEZ
CEO DE GREEN EFFICIENT SOLUTIONS
Sebastian Martinez
@Sebas_pvsolar

Evolución del Autoconsumo FV en Canarias

	kW 2019	Nº Inst. 2019	kW 2020-2023	Nº Inst. 2023	Pot. Media Instalada en kW	Tendencia
Gran Canaria	5.030	230	26.940	3.277	8,2	Residencial
Tenerife	2.580	155	36.180	3.774	9,6	Residencial
Lanzarote	2.000	84	9.030	840	10,75	Residencial
Fuerteventura	1.470	43	9.190	924	9,95	Residencial
La Palma	770	46	3.100	491	6,13	Residencial
La Gomera	40	3	1.120	114	9,8	Residencial
El Hierro	60	5	350	59	5,93	Residencial

El pasado mes de marzo en el primer Foro de Energías Renovables de Canarias (FERC) el Consejero José Antonio Valbuena y la Directora General de Energía Rosana Melián dieron a conocer los datos de la evolución del autoconsumo en Canarias (en la tabla anexa pueden encontrar el crecimiento en estos años).

Los datos publicados para el sector de las instalaciones eléctricas demuestran que la tecnología fotovoltaica llega para quedarse, que la ciudadania ha visto que estos sistemas provocan ahorro económico y que ayuda al medioambiente.

En 2019, el gobierno aprobó el RD 244/2019 que establece las condiciones para el autoconsumo fotovoltaico con el objetivo de impulsar la transición energética y facilitar la tramitación de estas instalaciones. Asimismo esta tecnología llegaba a precios asequibles al mercado lo que incrementó su demanda y desde entonces hemos visto cada vez más tejados con paneles solares. También hay que decir que este auge tiene su impulso por los elevados costes energéticos que hemos tenido en los últimos meses llegando a pagar hasta 400€ por Megavatio.

Las 20 instalaciones de autoconsumo diarias que se están registrando durante el 2023 están sacando a la luz aspectos a mejorar para no frenar el cambio del modelo energético, aquí las más importantes:

Subvenciones

Después de la avalancha de solicitudes de subvención Next Generation como era previsible hubo colapso administrativo y todavía quedan expedientes, sobretodo de personas físicas, por abonar lo que corresponde alrededor de un 45% sobre lo invertido en una instalación FV que viene siendo unos 3.000€ a 7.500€. Creo que para este año se debería pensar en solucionarlo ya sea aumentando el número de servidores públicos o agilizando los procedimientos. Me gustaría que en próximas convocatorias de subvención se reduzca el plazo de adjudicación a 6 meses.

Intrusismo profesional

Proliferan de manera alarmante las instalaciones de mala calidad o que simplemente no funcionan. Me parece bien que busquemos el precio más económico para tener una instalación fotovoltaica, pero debemos exigir que quién la realice tenga los permisos necesarios y que este dado de alta en industria y seguridad social, debemos exigirlo sea para una instalación en una vivienda como en una nave industrial. Recordar que si no se legaliza la instalación, no se puede acceder a ninguna subvención o bonificación.

Comercializadoras Eléctricas

Siguen poniendo trabas a la solicitud o abono de la compensación de excedentes. Desde el momento de la instalación están pasando más de 4 meses para que las comercializadores eléctricas reconozcan y nos descuenten en nuestra factura eléctrica lo que corresponde.

Sede Electrónica

Asinelte, la asociación empresarial de instaladores eléctricos ha denunciado en un comunicado el mal funcionamiento de la sede electrónica del Gobierno de Canarias. Esta sede sirve para subir toda la documentación para legalizar y solicitar subvenciones y según denuncia Asinelte esta web se cae constantemente retrasando e incluso perdiendo convocatorias de subvención.

Regulación Eléctrica Canaria

Algo que nos perjudica notablemente pero no nos damos cuenta en el día a día es que nuestra regulación es la peninsular y en sistemas insulares nos retrasa el desarrollo enormemente.

Nuestros políticos deberían exigir un marco regulatorio atendiendo a nuestras características, somos islas con generación eléctrica independiente en cada isla, tenemos 7 sistemas de transporte de energía y se nos regula como si estuviéramos entre Andalucía y Extremadura.

Necesitamos que se reconozca que estas dificultades no solo se arreglan con compensaciones económicas sino con unas reglas de juego acorde a nuestra idiosincracia y las nuevas tecnologías existentes, sin esto no podremos democratizar la energía y ser una región libre de emisiones de CO2 que es lo que tenemos como meta para el 2030.

La igualdad, el gran reto de la humanidad

OPINIÓN
AGONEY MELIÁN
PRESIDENTE DE AJE CANARIAS

Agoney Melián Sosa
@agoney_melian

Dicen que cuando se sueñan las cosas se cumplen. Sin embargo, yo que soy un soñador empedernido, sé que esto es mentira, que es tan solo el principio de que las cosas sucedan.

Cuando de verdad queremos lograr un objetivo, hay que trabajarlo, esforzarte, ser paciente y equivocarte una y otra vez hasta dar con la tecla. Algo que no todo el mundo está dispuesto a hacer.

Las personas que se quejan de que no les salen las cosas, suelen ser impacientes, despreocupadas y con poca capacidad para entender que las cuestiones importantes, tienes que explicarlas bien, con las palabras adecuadas, la emoción y el lenguaje idóneo.

Hoy, en mis letras, quiero aprovechar la ventana que me ofrece este medio para hablar un tema que es de vital importancia para el desarrollo de nuestro planeta. La igualdad.

Salir del armario

Suena a broma, pero he tenido que salir tantas veces del armario, que casi se está convirtiendo en una escena recurrente. Sientes un poco de incomodidad por aquello del qué dirán, pero lo asumes con valentía y te animas a decirlo porque, según tus valores, es lo correcto.

Hoy quiero confesar, para quienes no me conozcan bien, que soy un orgulloso feminista, de esos que creen en la igualdad y en la diversidad como parte del camino para construir una sociedad más bonita y empática. Y aunque a veces sienta miedo al rechazo, aquí estoy, siempre dando la cara como parte de una lucha en la que creo, y en la que no pienso quedarme en el banquillo.

He ido a Wikipedia y les copio este párrafo que me parece revelador.

El feminismo es un movimiento político y social, una teoría política y una perspectiva filosófica que, según la RAE, postula el «principio de igualdad de derechos de la mujer y el hombre».[1] De acuerdo con la ONU Mujeres, el feminismo en principio lucha por la equidad de género y por el reconocimiento de las mujeres como personas físicas y sujetos de derecho.[2]

Y es que creo que todo el mundo en su sano juicio no puede defender otra cosa que no sea esto, y es por ello por lo que no quiero que nadie se aproveche de un término genérico que tiene un significado concreto. Sí, soy feminista y no me importa que lo sepan.

Comisión de igualdad de CEAJE

Hace unos días estuve por Madrid cumpliendo uno de los hitos más importantes de la organización que representa a la juventud empresaria de nuestro país. Un hito del que me siento muy orgulloso.

Me siento orgulloso y no por haber sido uno de los impulsores de esta, sino porque creo que, con un gran cariño y generosidad, nuestro presidente, Fermín Albaladejo, y el resto del Comité Ejecutivo, formado por mujeres y hombres valientes de todo nuestro país, han asumido el reto como propio, sin miramientos y apoyando, de manera unánime la iniciativa. Somos una gran organización.

Llegó el gran día, y después de la increíble presentación de mi compañera Ana de Valencia, tuvimos la oportunidad de escuchar con atención a la presidenta de la comisión de igualdad del Congreso de los Diputados, Carmen Calvo.

Fue una charla enriquecedora, racional y filosófica a la vez que hizo que el acto fuese toda una declaración de intenciones. Y aunque no estuve de acuerdo en muchas de sus apreciaciones, yo sí que quiero que la gente sea feminista y nadie me sobra en las causas justas fue un auténtico placer y honor escucharla. Es una persona con la que creo que tendría una buena conversación entendiendo, que es alguien que al igual que a mí, le apasiona su país.

Sacando pecho

Para mí este evento es una parada más en el camino. Una parada preciosa, enorme y muy satisfactoria. Sin embargo, yo llevo muchos años llevándome alegrías similares.

Desde Canarias hemos hecho grandes iniciativas que hablan del talento femenino; porque nosotros, desde siempre hemos defendido en la igualdad real sin exclusión por cualquier tipo de distinción por raza, sexo, orientación sexual o religión. Y lo hemos hecho poniendo en marcha WO+MAN, un proyecto que quería convertir la organización en un espacio agradable para la mujer. Los Secrets After Woks destinados a crear espacios de encuentro femenino. Y el proyecto estrella, El Club de Capitanas, un espacio de personas talentosas hablando del mundo de la empresa, algo revolucionario que ya se ha exportado en otros territorios.

Seguro que nos queda tantísimo por hacer que sacar pecho podría sonar triunfalista, pero a veces es bonito saber de dónde vienes y dónde estás, tomarte un respiro y disfrutar de las pequeñas conquistas.

Las mujeres de AJE

Hablando de personas talentosas, no quiero irme sin contarte que en AJE tenemos un gran panel de mujeres que han hecho de esta organización algo grandioso.

Todas y cada una de ellas, han formado parte de una historia que no debemos olvidar. Sheila Trujillo rompió el techo de cristal, convirtiéndose en la primera presidenta de AJE en la historia de nuestro archipiélago, y María Delgado lo pulverizó haciendo la misma hazaña después de haber sido nuestra increíble Secretaria General. La historia de AJE, tiene acento femenino llena de nombres como el de Azucena, una imprescindible de la casa.

Solo en las juntas podrás encontrar a Cybell, Arianna, Alba, Karina, Esther, Laura, Natalia, Paola, Raquel H., Raquel V., Yasmina, Jessica, Laura o Naomi. Pero si te vas a la masa crítica podrás encontrar a increíbles empresarias de las que me siento infinitamente orgulloso por su empuje y tenacidad.

Ya me despido, pero no sin antes felicitar a la directora de este medio, mi compañera y Secretaria de Comunicación, Monserrat Hernández. Una valiente madre, empresaria y amiga, que ha sido galardonada con el "Premio Líder Joven de la Sociedad Civil". No me digan que no es para estar orgulloso.

Sin duda bregaremos en el camino por aquellas causas que consideremos justas. Porque un día, tendremos que mirar atrás y rendir cuentas de lo que hicimos, pero sobre todo de lo que no.

Muchos son los desafíos que se presentan en los años venideros, pero no les quepa duda de que hay uno que preponderará. La igualdad, el gran reto de la humanidad.

¿Nos creemos la sostenibilidad?

OPINIÓN
MIGUEL BORGES PAREJO
TOURISM SALES MANAGER

Sostenibilidad, ese concepto tan repetido, manido y tan necesario al mismo tiempo para un buen desarrollo de la actividad hotelera en la actualidad, vocablo introducido desde hace tiempo en nuestras conversaciones del día a día, pero que al margen de su uso lingüístico, necesita de medios técnicos en los establecimientos alojativos para que se sustancie en una realidad, así como unos objetivos e indicadores claros para que se materialice en algo concreto en la práctica.

Y este es el quid de la cuestión, ¿nos creemos la mayoría la sostenibilidad?, ¿o se habrá convertido en un lugar común más de las tendencias dominantes del postureo occidental?, creo que la respuesta más acertada la de que hay personas, proyectos y empresas que si se lo creen y otros que no, en este sentido no deja de ser importante que reciclemos y separemos las basuras, deberíamos ir más allá con medidas de eficiencia energética que pasan por la técnica, pero también por la toma de conciencia individual de no gastar más energía de la que necesitamos.

Para ello, el sector turístico debería de ir más allá de las certificaciones, que quedan muy bien y pueden dotar de un sistema de sostenibilidad a las empresas pero no garantizan que sus medios técnicos y humanos lleven en su ADN la sostenibilidad como medida de mejora medioambiental y porque no, también de ahorro energético y disminución de costes.

Nuestros alojamientos, por diversas razones que tienen que ver con sus consumos energéticos necesitan implementar medidas y planes de sostenibilidad más ambiciosos, que preserven y conserven nuestro medio natural de manera que se proteja la principal materia prima de nuestra industria, que es el destino y sus atractivos ambientales, de manera que podemos añadir al turismo como un motivo más para cuidar lo que nos rodea, para seguir desarrollándonos y generando riqueza aparte de por los evidentes motivos no lucrativos de manera directa.

Hay alojamientos en nuestra tierra que se creen la sostenibilidad, que la practican, y para ello invierten en ella más allá de realizar los reciclajes de materiales más básicos, con lo que así aportan valor al destino y también de sus propios negocios. Pero al mismo tiempo hay otros que o bien no se lo creen o no pasa de ser una mera declaración de intenciones que nunca acaba de sustanciarse en algo concreto en la práctica.

A estos incrédulos les deseamos que se lo crean lo antes posible y que inviertan en medidas que contribuyan a hacernos más sostenibles y al mismo tiempo rentables, eficientes y responsables.

Al calor de una noticia de última hora, he creído oportuno justo antes de enviar este artículo el matizar que la sostenibilidad del destino no puede obviar la seguridad jurídica, y que colectivos ecologistas y sociales no deberían de ejercer presiones que pretendan saltarse la ley a la torera promoviendo así una suerte de inseguridad jurídica que espante a la inversión y empobrezcan nuestra tierra.

OPINIÓN
ÓSCAR DÍAZ MÉNDEZ
DIRECTOR DE AGENCIA
PARA OVB ALLFINANZ
Óscar Díaz Méndez
oscar.diaz@ovb.es

¿Regulación o intervencionismo en el mercado Inmobiliario?

Ahora sí, después de más de 2 años de tira y afloja en las negociaciones, hay un acuerdo para el mercado de la vivienda.

En pocas palabras, las novedades que incorpora la nueva ley son un límite a la revalorización de alquileres en vigor, un control de alquileres en áreas tensionadas, la obligación de que el propietario asuma los gastos de la inmobiliaria, incentivos fiscales para propietarios, penalizaciones a pisos vacíos y una cuota mínima de hasta el 30% de vivienda de alquiler social en promociones.

Lo cierto es que es difícil condensar en pocas palabras un acuerdo tan polémico.

La gran novedad de la nueva ley es la incorporación de un tope para los contratos de alquiler en vigor, cuyo precio podrá subir como máximo un 2% este año, y un 3% el que viene. También se creará un índice para fijar los límites de subida a partir de 2025 mientras que antes, cuando firmabas un contrato de alquiler, el propietario tenía derecho a subírtelo una vez al año conforme a lo que hubiera subido el IPC.

En marzo de 2022, el Gobierno aprobó un límite del 2% a la actualización del precio de los contratos de alquiler en vigor. Aquellos propietarios que tuvieran un piso alquilado, y cuyo contrato fuera a cumplir su renovación anual, no podrían subir el alquiler a sus inquilinos más de un 2%, sin embargo, este límite, que entonces se concibió como una medida extraordinaria, es el que pasa a convertirse en la norma.

Otra de las novedades es el polémico control de precios de los alquileres, del que tanto ha dado que hablar en los últimos años, será una realidad. Los propietarios de viviendas ubicadas en *zonas tensionadas* no podrán subir el precio de sus pisos en alquiler.

A diferencia del límite a la revalorización de los contratos de alquiler (se aplica en toda España, pero solo afecta a los contratos de alquiler ya firmados); el control de alquileres funciona diferente: solo se aplica en zonas tensionadas, pero afecta a todas las viviendas en alquiler, estén o no alquiladas.

Habrá diferencias entre grandes y pequeños propietarios (el acuerdo anterior establecía la definición de gran propietario a partir de 10 pisos en propiedad, pero el nuevo acuerdo baja el umbral a 5 propiedades)

El pequeño propietario tendrá que congelar el alquiler fijando como referencia el precio del último contrato en vigor.

El gran propietario (5 o más viviendas en propiedad): El precio al que alquile los inmuebles en propiedad ubicados en zonas tensionadas no podrá superar el índice de precios que fije la comunidad autónoma.

Ahora, ¿Es perjudicial un control de precios?

Con la aprobación de la ley de vivienda, el Ejecutivo se enfrenta a la difícil tarea de encontrar soluciones efectivas para el problema del acceso a la vivienda, haciendo malabares entre dar seguridad a los propietarios y proteger a colectivos vulnerables, garantizando el derecho a una vivienda digna.

Pero muchas de las medidas anunciadas, como los controles de precios, amenazan con llevarse por delante un derecho igual de constitucional; el de la propiedad privada.

La inseguridad jurídica que puede provocar la nueva regulación podría hacer que muchos propietarios opten por retirar sus viviendas del mercado. Esto reduciría la oferta, lo que, a su vez, provocaría el efecto contrario al deseado: el encarecimiento de los alquileres.

Todos los informes advierten de que un control de precios donde se castigue al propietario que suba el alquiler, o se le imponga un precio máximo, provocará una reacción en cadena de efectos adversos que dificultarán, todavía más, el acceso a la vivienda de los inquilinos.

Aunque el efecto más inmediato de un control de alquileres es que, obviamente, logra topar precios, a largo plazo, puede provocar una serie de efectos secundarios que deterioren el mercado, entre ellos, que los propietarios (que ahora mismo son los que proporcionan oferta, ya que apenas hay vivienda de alquiler social) saquen sus viviendas del mercado.

Apoyados en la teoría económica, y también en la experiencia fallida del control de precios en países como Alemania, Francia, los informes vienen a argumentar que, si el propietario no logra rentabilizar el piso que alquila, porque se le obliga a ofrecerlo a un precio inferior, terminará vendiéndolo, a corto plazo y, a largo plazo, dejará de construir o invertir en nuevas viviendas destinadas al alquiler, llevándonos a la escasez de oferta y subida de precios a largo plazo.

Tecnología y gestión de datos: el supermercado del futuro

OPINIÓN
ALONSO FERNÁNDEZ
SECRETARIO GENERAL DE ASUICAN
Alonso Fernández

Las innovaciones técnicas en las tiendas físicas, así como los cambios en las demandas de los consumidores van a reconfigurar los supermercados del futuro. Un futuro que cada vez está más cerca.

Hablamos de un sector -el sector de la alimentación- que lleva inmerso en un proceso de cambios y avances desde hace muchos años. Los supermercados se sumergieron en el mundo tecnológico hace muchos años con la implementación del código de barras, un código que ha permitido facilitar el pase por caja y la identificación, tanto del producto como de su precio.

No obstante, la aplicación y la finalidad del código de barras no se remonta exclusivamente a un mero reconocimiento del producto, sino que ha permitido gestionar el stock de las tiendas en relación con sus plataformas logísticas. Un avance que ha supuesto una mayor y mejor transformación del proceso de aprovisionamiento de las tiendas, pudiendo evitar al máximo, por una parte, la pérdida de alimentos -el desperdicio alimentario- y, por otra, la falta de mercancías para el consumidor.

Incidiendo en la gestión de los stocks, hay que partir de la base de que el promedio de un establecimiento comercial puede estar entre 12.000 y 20.000 referencias para un supermercado medio. Esto hace que la gestión que se llevaba antiguamente, la cual se hacía mirando los productos que estaban en el lineal de forma manual, se torne inviable. Hoy, con la mecanización de todos los sistemas, es posible conocer en cada momento cuáles son los niveles de reposición para esos establecimientos de cara a evitar, entre otras cosas, la pérdida de alimentos porque se caduquen. Asimismo, es necesario que aquellos que tengan una alta rotación por ventas estén continuamente chequeados, de tal manera que se puedan hacer dos servicios mínimos de entrega de mercancías por tienda para que las líneas cubran siempre las necesidades del consumidor.

No sabemos por dónde va a avanzar la tecnología, pero de lo que no cabe duda es de que la gestión de los datos es fundamental, tan fundamental como lo es el Internet de las cosas, los códigos de barras o los sensores. El objetivo último del empleo de esta tecnología es trasladar desde el establecimiento una mayor calidad de compra al consumidor. En este sentido, la gestión de los metadatos es importantísima. Las nuevas tecnologías están facilitando que el consumidor acceda a la información de cada uno de los alimentos que va incorporando a su cesta de la compra incluso, partiendo de etiquetas inteligentes con códigos QR en los propios lineales donde puede encontrar toda la información relativa a ese producto y a su trazabilidad, por ejemplo: cuándo y dónde se produjo.

De lo que se trata es de acercar más los productos al consumidor, y viceversa, para obtener la mayor cantidad de información en todos los aspectos. Información que debe estar cuando el consumidor la requiera porque, ciertamente, cuando vamos a comprar a los establecimientos de alimentación efectuamos una compra de necesidad que, por tanto, queremos realizar en el menor tiempo posible. En este sentido, hay que tener cuidado con la cantidad de información que se facilita, no dándosela al cliente, sino teniéndola ahí para que cuando el cliente quiera acceder a ella la pueda encontrar. Si no es así, con el inmenso número de productos y referencias que cuenta un supermercado le darías al consumidor tal cantidad de información que sería incapaz de procesar.

Esta gestión de los datos de cara al cliente es importante para conocer cuáles son los gustos del consumidor. Todos los movimientos de productos que salen por el lector de escáner en las cajas de los supermercados nos permiten ir conociendo cuáles son los gustos del consumidor y, por tanto, adaptar mejor los surtidos a lo que el usuario va solicitando. Ahí podemos ver desde las horas a las que se compran determinados productos a las rotaciones de los mismos. Todo esto nos ayuda a hacer un mejor encaje entre lo que dispone el establecimiento y lo que el cliente necesita.

No obstante, más allá del consumidor también destaca la tecnología aplicada al proceso logístico y de aprovisionamiento. La tecnología Blockchain cala en todos los procesos logísticos, donde se incorpora al productor y distribuidor de esas mercancías con los propios stocks de gestión de almacenes. Esta relación produce que se acorten los tiempos de respuesta y, sobre todo, que se ajusten las cantidades a los requerimientos de los establecimientos, lo que supone una mejora de la rotación del producto y, por ende, el consumidor puede acceder a productos más frescos.

Se ha trabajado mucho en la optimización de la gestión de los pedidos de las tiendas a sus plataformas y luego de sus plataformas a sus proveedores, una gestión que está cada vez más integrada, lo que hace que el punto de pedidos, que es cuando el establecimiento necesita reponer esa mercancía in time, se produzca casi en el momento, haciendo que el artículo entre en la tienda antes de que se produzca una rotura de stock, es decir, que haya producto para el siguiente consumidor.

En definitiva, estamos ante un avance sustentado en el empleo de los códigos de barras y la tecnología de análisis de datos.

La importancia de cosumir lo nuestro

OPINIÓN
LIS PEÑA
DIRECTORA DE SABORES DEL NORTE CANARIAS

El consumo de productos locales es una tendencia cada vez más popular entre los consumidores conscientes de la importancia de apoyar la economía local y reducir la huella de carbono. En el caso de la isla de Tenerife, esta tendencia es particularmente relevante, ya que la producción local es una fuente importante de empleo y un elemento clave para preservar la identidad cultural de la isla.

Pero, ¿qué sucede cuando hablamos de la importancia del producto local fuera de Tenerife? En este contexto, el valor de los productos locales se hace aún más evidente, ya que permiten a los consumidores de otras regiones acceder a productos frescos y de calidad, mientras que apoyan a la economía local de Tenerife.

Al elegir productos locales, los consumidores fuera de la isla contribuyen a reducir la dependencia de las importaciones de alimentos y otros productos, lo que a su vez reduce las emisiones de gases de efecto invernadero y apoya la sostenibilidad. Además, comprar productos locales de Tenerife también significa apoyar a los productores locales, permitiéndoles seguir invirtiendo en sus negocios y mantener sus comunidades prósperas.

En resumen, la importancia del producto local fuera de Tenerife radica en la capacidad de los consumidores de otras regiones de disfrutar de productos frescos y de calidad, mientras que contribuyen a la sostenibilidad económica y ambiental de Tenerife. Así que la próxima vez que estés haciendo compras, recuerda la importancia de elegir productos locales de lo nuestro y apoyar la economía y el patrimonio cultural de la isla.

SUARDIAZ TenerTrans

Tu asesor logístico de confianza

SERVICIO SEMANAL GRUPAJE PENÍNSULA - CANARIAS

Embarcamos semanalmente desde:
MADRID, BARCELONA, VALENCIA Y SEVILLA A TODAS LAS ISLAS CANARIAS
Disponemos de servicio Express con los mejores tiempos de tránsito:
EN TODOS LOS PUERTOS
Realizamos recogidas en desde cualquier punto, incluyendo:
PENÍNSULA, EUROPA O CUALQUIER ORIGEN INTERNACIONAL
Entregamos con medios propios:
EN TODAS LAS ISLAS CANARIAS
Realizamos todos los trámites aduaneros (OEA, entre otros certificados):
TANTO EN ORIGEN COMO EN DESTINO

Contáctanos

TENERIFE	T 922240789	comercial.tenerife@tenertrans.com
LAS PALMAS	T 928464480	comercial.laspalmas@tenertrans.com
MADRID	T 916601914	comercial.madrid@tenertrans.com
BARCELONA	T 627264228	comercial.madrid@tenertrans.com

suardiaz.com SUARDIAZ Group @suardiazgroup

La transformación digital, el único camino: Aferrarnos al mundo tal y como lo conocemos nos alejará de una aventura inevitable: el futuro

OPINIÓN

MARÍA DE LA SALUD GIL ROMERO
PRESIDENTA DE LA AECP

El Sector de la Construcción es uno de los sectores a los que más le cuesta adaptarse al ecosistema digital. Siendo, como es, un sector dinámico, trascendente para la economía y el bienestar social; que ha de bregar cada día por su rentabilidad, castigada y ajustada por ser una actividad muy madura, con continuos cambios normativos, exigencias técnicas, modernización de maquinaria, etc., sin embargo, se enfrenta a la era digital como algo ajeno a "su costumbre", a "sus maneras", "a su modo de ver las cosas", "funcionando hacia dentro". No termina de creer que, sólo a través de un proceso de transformación digital bien dirigido, podrá vencer las barreras a las que se enfrenta.

Muchas de estas barreras son "características" de un sector con complejas cadenas de valor y suministros, con dificultad de compartir información en todos los niveles, la falta de personal cualificado para afrontar los retos de la ejecución, gestión y análisis de los datos y la reducida cultura de la I+D. Por todo ello, el sector necesita de una transformación profunda desde lo cultural a lo tecnológico.

Es por esto que la organización que presido (AECP) está liderando un proceso de reconversión sectorial con el objetivo de desarrollar una marca desde parámetros de especialización, modernidad, innovación y sostenibilidad y nuestra zambullida en el cambio pasa indefectiblemente por la transformación digital del sector. Nuestra vocación: convertirnos en agentes del cambio generando una visión innovadora común.

De la mano de expertos tecnológicos hemos abordado un diagnóstico de madurez digital. Diagnosticar cuál es el estado actual en esta materia para, a continuación elaborar un plan director de digitalización personalizado a las empresas participantes en el proyecto. Un proyecto, por cierto, apoyado por la Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo del Gobierno de Canarias, dándonos una visión muy amplia de cuál debe ser el presente y futuro en esta materia y qué objetivos y herramientas son necesarios para abordar el cambio, identificando más de 300 acciones específicas a desarrollar.

Pero el reto consiste en abordar el cambio desde el liderazgo empresarial. Nuestra organización asume el reto de "convencer", de involucrar a los máximos dirigentes de las empresas, a aquellos que determinan su futuro tomando decisiones cada día y para ello, necesitábamos que visionaran el mundo digital desde la perspectiva del pensamiento estratégico, mediante un proceso formativo en transformación digital para directivos. De lo contrario, cualquier intento sería en balde. La formación es clave y es muy satisfactorio comprobar cómo, cada día que pasa, cada día en que el conocimiento hace mella en nosotros, se nos abren las expectativas, la ilusión de un nuevo descubrimiento, la determinación de andar ese camino, convencidos de la evolución.

La rapidez con que lo digital nos arrolla enmascara su inevitable implantación. Apenas percibimos cómo se hace sigilosamente presente en nuestras vidas, tornándose en imprescindible, venciendo las resistencias y dando satisfacción a sus "agentes". Pronto, estaremos solos ante una realidad que nos expulsará del mercado si no le ponemos remedio.

La pandemia puso de manifiesto que quienes estaban mejor preparados para la continuidad y adaptación de sus empresas fueron aquellos que habían apostado por la tecnología y la digitalización. Digitalizarse significa visión, capacidad estratégica, supervivencia, competitividad, eficiencia.

Pero la digitalización de nuestra actividad no es sólo un objetivo sectorial/empresarial. El impacto positivo en las empresas, el nuevo modelo organizacional, la investigación y el desarrollo de nuevos procesos constructivos que abaraten costes de producción y mejoren su calidad y comportamiento, con materiales más resilientes y sostenibles generará un impacto socioeconómico y medioambiental irrefutable.

La industrialización, la impresión 3D en hormigón, asociada a la robótica (experiencias reales por la empresa canaria "Evocons"), son ya una realidad. Eso significa que la innovación y la investigación son realidades materializables en nuestra misión estratégica hacia la digitalización.

Una de las principales características de la construcción industrializada es la agilidad de los procesos el conocimiento previo de costes y tiempo, la reducción de riesgos en obra, el control de residuos, la sostenibilidad y eficiencia energética, entre otras muchas.

Es por esto que contamos con una Oficina Técnica de Digitalización que ofrece servicios de consultoría tecnológica y asesoramiento técnico para facilitar la implantación de los Planes Directores de Transformación Digital de las empresas del sector. Nuestras empresas tendrán a su disposición profesionales tecnológicos que las acompañarán durante el proceso, haciéndoles sentir seguras en su travesía hacia la transformación digital.

La puesta en marcha de nuestro HUB DE INNOVACIÓN acelerará los proyectos que están en un estado más avanzado y de este modo fomentaremos la innovación y creación de nuevas iniciativas, especialmente focalizadas en Realidad Virtual, Realidad Aumentada y Realidad Mixta con experiencias inmersivas.

No cejaremos en nuestro empeño. La transformación digital del Sector de la Construcción no puede ser abordada con carácter voluntarista, ni incumbe únicamente a nuestra actividad. Siendo como somos elementos vertebradores desde el punto de vista económico y social, esta tarea ha de ser abordada a través de un Plan estratégico gubernamental y específico para nuestro sector, que contemple de manera integral todas las variables: infraestructuras eficientes, edificios digitalizados, materiales con memoria capaces de responder a estímulos externos, edificios con enfoque verde, viviendas de arquitectura híbrida y más asequibles, impresión tres D robotizada, BIN, etc.

Y, por otro lado, acompañado de un Plan Complementario de Formación que complemente a las acciones que ya llevamos a cabo a través de nuestra Fundación Laboral de la Construcción con la complicidad y acompañamiento del Servicio Canario de Empleo. Hemos de intensificar las las competencias digitales de nuestros recursos humanos.

Empecé diciendo que nuestro sector es al que más cuesta adaptarse al ecosistema digital; quiero terminar diciendo que, transcurridos dos años del inicio de esta aventura, y a pesar de las dificultades, no ha disminuido un ápice nuestra determinación. Recorrer la travesía está siendo toda una aventura. Gracias a todos/as los que nos acompañan. Cuidado futuro, vamos en tu busca.

ENTREVISTA

Juan Antonio Martel: "Estamos teniendo inmensas dificultades para sobrevivir"

JUAN ANTONIO MARTEL
PRESIDENTE DE ASTRACAN (ASOCIACIÓN DE TRANSPORTISTAS DE CANARIAS)

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

¿Cuál es la aportación que realiza ASTRACAN al empresariado del transporte de Canarias?

ASTRACAN es una asociación que representa a autónomos y pymes del sector de transportes de mercancías y de viajeros. Intenta, ante cualquier normativa u organismo público, estar a la defensa del sector.

¿Qué balance hace de los tiempos acontecidos? Tiempos, cabe decir, que inestables económicamente, con una situación de inflación que ha repercutido en una subida al alza del precio de los combustibles...

Siempre ha sido un sector que está a la palestra del resto de los sectores, que asume todos los costes habidos y por haber, a veces nosotros mismos ni nos creemos cómo sobrevivimos. No obstante, el alza del combustible y de todos sus derivados ha hecho que el sector se tambalee y estemos en la situación en la que estamos. Con un condicionante, estamos en un periodo en el que los conductores están en una edad avanzada, se están jubilando y no hay conductores que quieran estar en el sector. A su vez, lo que se paga no corresponde con lo que se trabaja y con las responsabilidades del puesto. Estamos teniendo inmensas dificultades para sobrevivir.

¿Cuáles son las peticiones que realizan desde esta asociación en aras de mejorar la situación del sector?

El sector del transporte en Canarias no tiene nada que ver con la situación de otras comunidades de España. En Canarias el territorio está fragmentado, es un territorio con unas peculiaridades y cumplir con las normativas europeas, estatales y autonómicas se hace imposible. En la actualidad somos eco, por un sistema de control horario y de seguridad que está inventado para largas distancias y, sin embargo, en Canarias pasamos más tiempo en momentos de carga y descarga que conduciendo un vehículo. Este sistema no se muestra acorde a la realidad, lo que está haciendo que tengamos que afrontar un sobrecoste por sanciones, siendo las arcas de la administración las únicas que se ven favorecidas ante la recaudación. Una recaudación de 5 millones de euros que parten de Canarias y Baleares.

¿Responde positivamente la administración a las peticiones del sector?

El gran problema con respecto a lo que preguntas es que nadie sabe la realidad de este sector hasta que no es miembro o propietario y se dedique a trabajar con un camión o una guagua. El transporte es una actividad enormemente complicada, que tiene que cumplir con una serie de condiciones y requisitos muy estrictos. De hecho, no hay conductores.

Aquellos que nos dedicamos a esta actividad es porque la hemos heredado, el 90% no ha sido por iniciativa propia, sino que parte de nuestros antepasados y nosotros hemos recogido lo que nos han dejado.

¿Existe cierta incertidumbre entre los emprendedores a la hora de adentrarse en esta actividad? ¿Es difícil comenzar en este sector?

Sí. No solo por lo poco que se gana, sino por lo mucho que se invierte. Cuando te gusta y empiezas a indagar en qué necesitas para poner en marcha el negocio o la actividad, te das cuenta de todos los requisitos que has de cumplir, no es solo tener un carnet de conducir, como pasaba hace tiempo. Ahora tienes que tener el carnet de conducir y una capacitación profesional que te acredite que puedes conducir un vehículo, sea una guagua de viajeros o un camión de mercancías. Con lo cual, solo como conductor ya tienes ciertas dificultades.

Desde ASTRACAN ofrecen diversos servicios como, por ejemplo, la creación de páginas web. ¿Estamos ante un sector digitalizado?

No. Desgraciadamente en la era digital en la que estamos se sigue utilizando muchísimo papel y no se cree en la tecnología. Tenemos los sistemas tecnológicos, pero no creemos en ellos, porque carecemos de preparación y formación. Estamos ante un sector cuyo rumbo siempre ha sido al alzar, como muchos tenían carnet de conducir, si no tenían trabajo en la construcción se adentraban en este sector.

¿Cuál es su valoración de cómo va a evolucionar el sector del transporte en este 2023?

A pesar de la incertidumbre económica, hay trabajo. Si queremos llenar nuestras despensas el transporte es fundamental; si queremos trasladarnos de un sitio a otro tenemos que subirnos a un vehículo y la movilidad es la que es.

Estamos en un momento complejo, decepcionados todos aquellos que nos dedicamos al sector, porque las circunstancias no son nada positivas. No sabemos lo que va a pasar, viene un año de cambios, un año de elecciones y no sabemos cómo lo vamos a poder tomar. Cada vez caen más empresas, se cierran más puestos de trabajo y cada vez tenemos más carencias.

Cuando un cliente nos pide que necesita aumentar su flota, porque tiene más trabajo a nosotros nos repercute en un problema, sobre todo porque se carece de la parte humana, no hay conductores. Ahora mismo cualquier conductor que cae enfermo no puede ser sustituido, no hay personal. Estamos en una situación muy difícil y oscura.

ENTREVISTA

OLIVER ALONSO
CEO DE DOMINGO ALONSO GROUP

Oliver Alonso: "El vehículo eléctrico tendrá que convivir con otras motorizaciones"

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Domingo Alonso Group se alza como uno de los grupos empresariales más importantes de venta de coches de Canarias. La pregunta es inevitable ¿cómo van las ventas de coches en las islas?

Aún no llegamos a números pre-pandemia pero estamos mucho más cerca. Las estimaciones nos dicen que cerraremos el 2023 aproximadamente -15,4% por debajo del mercado registrado en 2019. Somos optimistas pero también cautos. Estos últimos años, marcados por la Covid-19, la falta de componentes, la crisis del transporte o la guerra de Ucrania, nos han enseñado a trabajar semana a semana e incluso día a día. Gracias a esta capacidad de adaptarnos a cualquier circunstancia, somos líderes indiscutibles del sector en Canarias y uno de los grupos automovilísticos más importantes del territorio nacional.

¿Cuál es la posición que está tomando DAG, en los últimos años, en materias de movilidad y sostenibilidad?

En Domingo Alonso Group somos conscientes de su importancia para el futuro de nuestro negocio y hemos sido pioneros en ambas materias. Llevamos años apostando y ofreciendo nuevas fórmulas de movilidad para nuestros clientes como el renting para particulares o empresas con myCarflix, el renting flexible de vehículos comerciales de Xtravans, o Lovesharing, el primer motosharing de Canarias.

Por otro lado, nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 nos ha llevado a ser una de las primeras compañías en el archipiélago en contar con un área destinada a trabajar en el cálculo de la huella de carbono y la implantación de medidas de reducción y compensación. En Domingo Alonso Group contamos con un departamento exclusivo de sostenibilidad que reúne a un equipo de 3 personas y un plan estratégico 2023 - 2030.

Gracias a ello, hemos activado multitud de medidas como nuestros planes de energía verde o la adopción de herramientas digitales que nos ayudan a convertirnos en una compañía "paperless" o papel 0. Por supuesto, otro de los grandes destacados en materia de sostenibilidad ha sido la apuesta por el autoconsumo con la instalación de placas solares en nuestros concesionarios. Actualmente, contamos con una red activa de 10 instalaciones, que suman 365 KW de potencia y han aportado el 20% de nuestra energía consumida en 2022, evitando el envío de 425 TON de CO_2 a la atmósfera. Estos números serán aún mejores a cierre de este año puesto que tenemos contemplado seguir ampliando nuestra red de autoconsumo.

Por otro lado, hemos revisado nuestros protocolos de gestión de residuos para integrar y estandarizar procesos eficientes en todas las áreas de nuestro negocio. A su vez, la monitorización del consumo de agua y luz en tiempo real de nuestros centros no ha regalado grandes aprendizajes en la gestión de la energía y hemos localizado puntos de mejora.

En tan sólo 4 años hemos dado grandes pasos en materia de sostenibilidad y comenzamos a ver los primeros frutos, no sólo con el ahorro energético sino también con reconocimientos que nos animan a seguir trabajando para ser más eficientes con los recursos. Recientemente, siete de nuestros concesionarios han obtenido la certificación "Econcesionario" otorgada por FACONAUTO.

¿Cómo imagina el parque móvil en las islas dentro de 10 años? ¿Es sostenible la movilidad de nuestras islas?

En España, a finales de 2022, el 47% de los vehículos en circulación tenían más de 15 años de antigüedad y, dentro del ámbito nacional, Canarias es una de las comunidades autónomas con peor situación con uno de los parques más antiguos, desactualizados y por consiguiente, que genera mayor cantidad de emisiones. Confío en que dentro de 10 años el entorno sea muy diferente y veamos un rejuvenecimiento gradual del parque pero para alcanzar este difícil objetivo, hay que poner sobre la mesa un par de puntos críticos y cruciales.

Nuestro mercado carece de incentivos al consumo que faciliten la renovación de vehículos y que logren sacar de nuestras calles a los más contaminantes. Si bien es cierto que contamos con IGIC 0% para vehículos eléctricos, se trata de una medida discriminatoria, destinada a un pequeño porcentaje del mercado y que castiga a motores que hoy en día apenas emiten CO_2. Hacen falta medidas que incidan directamente en los impuestos de matriculación facilitando el acceso a todo tipo de vehículos, también de combustión, puesto que hay clientes cuyo poder adquisitivo no les va a permitir acceder a otro tipo de motorización. Es por esto que el futuro de la movilidad debe ser sinónimo de convivencia entre las distintas tecnologías. No podemos demonizar unas en favor de otras y, mucho menos, castigar y limitar a los consumidores.

Paralelamente, en Canarias, para dibujar ese futuro libre de emisiones, existe otro gran problema del que poco se habla: cómo obtenemos la energía. Todos conocemos la respuesta y no nos gusta. Quemar combustible es totalmente incompatible con un entorno sostenible. Una vez más, somos testigos de la falta de agilidad y rapidez de las administra-

ciones públicas en adaptarse al cambio y no es un tema precisamente nuevo. Es urgente que el impulso de infraestructuras y el empleo de energías renovables gane velocidad, en un lugar como Canarias y sus recursos no hay excusa. Del caso contrario, los esfuerzos de los agentes de la movilidad o cualquier empresa, serán completamente en vano y dentro de 10 años tendremos una movilidad que seguirá siendo igual de contaminante. Veremos qué ocurre pero siempre será más fácil pasar la responsabilidad al sector del automóvil ¿no?

Incidiendo en el Gobierno de Canarias y partiendo de la coyuntura económica actual, ¿cómo valora su gestión?

Volvemos a hablar de la falta de agilidad y rapidez. Es una de las grandes asignaturas pendientes de nuestro país. Nuestra administración pública clama a gritos una reforma integral. Sufrimos una tediosa burocracia, excesivamente lenta y muy pesada para cualquier tipo de gestión. Todos conocemos algún caso que lleva más de 15 años en un cajón esperando obtener licencias.

Es un hecho, la administración pública nada a contracorriente de empresas y autónomos que cada vez lo tenemos más difícil. Y este es otro de los puntos que más me preocupan, la falta de empatía y de empuje a la iniciativa privada en nuestra economía. Es una lástima que en nuestro país el mayor crecimiento del empleo corresponda al área pública como vimos a finales de 2022. ¿Quién sustenta esos salarios sino los autónomos y las empresas privadas? Esto sí que no será sostenible a largo plazo. Y hablando más allá de términos económicos, gracias a las reformas y medidas más recientes, España ha pasado a ser un lugar donde la generación de riqueza, innovación, esfuerzo, nuevas ideas y trabajo se ha vuelto una actividad destinada a unos pocos "locos emprendedores" que deciden seguir su "sueño", mientras la mayoría, según parece, prefiere vivir del estado.

¿Cómo valora usted la llegada del coche eléctrico? ¿Se impondrán sobre los de combustión o se verán obligados a convivir?

El vehículo eléctrico está siendo protagonista de uno de los momentos más disruptivos del sector pero no puede ser el único actor en esta transformación. Su elevado precio, la falta de infraestructuras o escasez de puntos de recarga, de momento, lo convierten en una alternativa poco accesible para gran parte de la población y pone en duda que la sociedad sea capaz de cumplir los plazos establecidos por la Unión Europea.

Queda mucho camino por recorrer pero, ya lo mencionamos antes, la industria ha evolucionado incorporando nuevas tecnologías, desarrollos y mejoras como la notable reducción de emisiones en los motores de combustión que no podemos ignorar. El vehículo eléctrico tendrá que convivir con otras motorizaciones y nuevos jugadores que se incorporan al partido como el hidrógeno, principalmente en el transporte interurbano y vehículos pesados, o los combustibles sintéticos, a los que la UE ya ha abierto la puerta más allá de 2035.

En el sector transporte existen también otros agentes como el transporte marítimo o aéreo que deben ponerse las pilas y seguir el ejemplo del gran compromiso de la industria del automóvil con la sostenibilidad. Todos están invitados a colaborar en la reducción de la huella de carbono del transporte demostrando que la movilidad del presente y futuro está caracterizada por la diversidad y la convivencia de la tecnología.

Ante los cambios legislativos, ¿estáis empezando a notar una preocupación por parte del cliente respecto a las etiquetas con las que cuenta el vehículo?

Hemos recibido clientes con dudas sobre la nueva normativa pero no tantos como esperábamos. Las etiquetas limitarán la circulación de algunos vehículos y la libertad de movimiento de los ciudadanos. En el archipiélago sabemos que hay previstas 9 Zonas de Bajas Emisiones (ZBE) pero parece que nadie tiene del todo claro qué es lo que va a ocurrir en nuestras ciudades ni cuando.

Nuevamente, se trata de medidas discriminatorias que esta vez van a conseguir que el centro de nuestras ciudades se convierta en lugares tremendamente aburridos y vacíos. Las ZBE castigarán duramente al pequeño comercio local y la hostelería que verán cómo su clientela escogerá grandes superficies donde poder llegar sin problema con sus vehículos. Esta situación no es nueva, hace 30 años ocurrió lo mismo en muchas ciudades alemanas y a la vista está el resultado, el centro de muchas de ellas se ha quedado "muerto" con muy poco que ofrecer.

Ya cuentan con Rent a car tradicional, Renting flexible... ¿cuál sería el siguiente paso en la división de movilidad?

Seguir innovando e implementando tecnología que nos ayude a ofrecer nuevos y mejores servicios. Para este fin, es clave la gestión del dato. En Domingo Alonso Group hacemos una fuerte apuesta por el conocimiento y la tecnología contando con partners como Sales Force que nos ayudan a ser una compañía "Data driven", es decir, conducida por los datos o, como nos gusta decir a nosotros internamente, "el Amazon de la movilidad". Solo así podremos adelantarnos a las necesidades de nuestros usuarios para tener la solución de movilidad más adecuada en el momento preciso.

No cabe duda de que las carreteras de las islas están cada vez más congestionadas, suponiendo más quejas por parte de los usuarios. ¿Qué soluciones cree que aportan los modelos de movilidad del grupo?

No considero que tengamos un problema general pero sí existen puntos críticos desde hace más de 20 años que continúan sin solución. En Las Palmas de Gran Canaria tenemos dos grandes ejemplos, la rotonda de Belén María en El Sebadal donde se forman interminables retenciones cada día o Torre Las Palmas que sigue soportando el mismo tráfico del que hablábamos en los inicios de la circunvalación. Y si salimos de la ciudad ¿qué ocurre en el trayecto Las Palmas de Gran Canaria - aeropuerto? ¿Qué pasó con la tangencial de Telde?

> "Hacemos una fuerte apuesta por el conocimiento y la tecnología contando con partners como Sales Force que nos ayudan a ser una compañía "Data driven", es decir, conducida por los datos o, como nos gusta decir a nosotros internamente, 'el Amazon de la movilidad'"

Si preguntas a las instituciones o a la opinión pública, la respuesta será muy simple: hay demasiados coches. Sin embargo, la realidad es que no se han tomado decisiones a tiempo y mucho menos se ha invertido en el orden de nuestras ciudades o en la adaptación y mantenimiento de infraestructuras. El estado de Circular por muchas carreteras en la isla de Gran Canaria se ha vuelto un auténtico peligro por culpa de los incontables socavones y baches.

Es un debate sin resolver que lleva décadas en la sociedad canaria porque no se ha gestionado ni previsto correctamente el crecimiento de nuestra población y de las necesidades de movilidad. Por nuestra parte, seguiremos siendo pioneros con nuestros servicios e intentaremos mejorar el día a día de los canarios con soluciones reales.

La tecnología está cambiando el modelo de negocio. Se habla de la digitalización al completo del sector, concretamente de digitalizar un proceso muy complejo como lo es el comprar y vender un coche. ¿Cuáles son los pasos que da DAG en este sentido?

En Domingo Alonso Group estamos más que familiarizados con la digitalización del sector. Es una transformación que iniciamos hace años y hoy en día somos capaces de vender un vehículo de forma digital sin que el cliente pase por el concesionario. Estamos preparados para responder a nuestros clientes en el mundo virtual pero también de manera presencial.

Las personas buscamos experiencias y valoramos enormemente el trato humano, en Domingo Alonso Group tenemos una mentalidad "phygital" con la que tratamos de unir ambos mundos para ofrecer la mejor experiencia de cliente bien sea digital o en nuestros establecimientos. Tal es nuestro compromiso, que contamos con un departamento de Customer Experience destinado a velar por ello.

Actualmente estamos inmersos en gran cantidad de proyectos digitales y también en muchos otros centrados en nuestro negocio "físico". Seguiremos desarrollando ambos campos para ofrecer una experiencia 360, acorde a lo que significan nuestras marcas y lo que esperan nuestros clientes.

Próximamente, tendremos otro claro ejemplo de lo que significa esta experiencia "phygital" con la apertura de un nuevo concesionario y taller oficial de Volkswagen en el sur de Gran Canaria.

Para concluir, ¿cómo valora la evolución de DAG en estos últimos años? ¿Y con qué expectativas miran hacia un futuro?

Domingo Alonso Group es una compañía cercana a los 90 años de historia y en 2023 estamos de triple celebración. Cumplimos 70 años como distribuidor de Volkswagen, el cuarto importador más antiguo del mundo, celebramos 25 años junto a la marca Skoda y ya sumamos 10 años como importadores de Hyundai.

En este tiempo, nuestro ADN innovador y espíritu de trabajo nos ha llevado a un crecimiento exponencial, doblando nuestra facturación en los últimos seis años y estando presentes en más de 35 países con un equipo de 1.200 personas de las que estoy tremendamente orgulloso.

Miramos hacia el futuro con ilusión, con ganas de seguir liderando la movilidad y seguir creciendo. Trabajamos en multitud de proyectos y sabemos que en Canarias existen aún muchas posibilidades de desarrollo y crecimiento. Somos conscientes de que en nuestro territorio existirá un límite por lo que también miramos hacia Latinoamérica para detectar oportunidades y desarrollar negocio junto a nuestro socio el Grupo Salvador Caetano.

Sin duda, los próximos años se presentan prometedores y emocionantes para todos a los que nos apasiona la tecnología, la innovación y, por supuesto, la movilidad.

ENTREVISTA

SEBASTIÁN FRANQUIS
CONSEJERO DE OBRAS PÚBLICAS, TRANSPORTES Y VIVIENDA DEL GOBIERNO DE CANARIAS

Sebastián Franquis: "A Canarias se le tiene como una referencia al hablar del sistema de transporte"

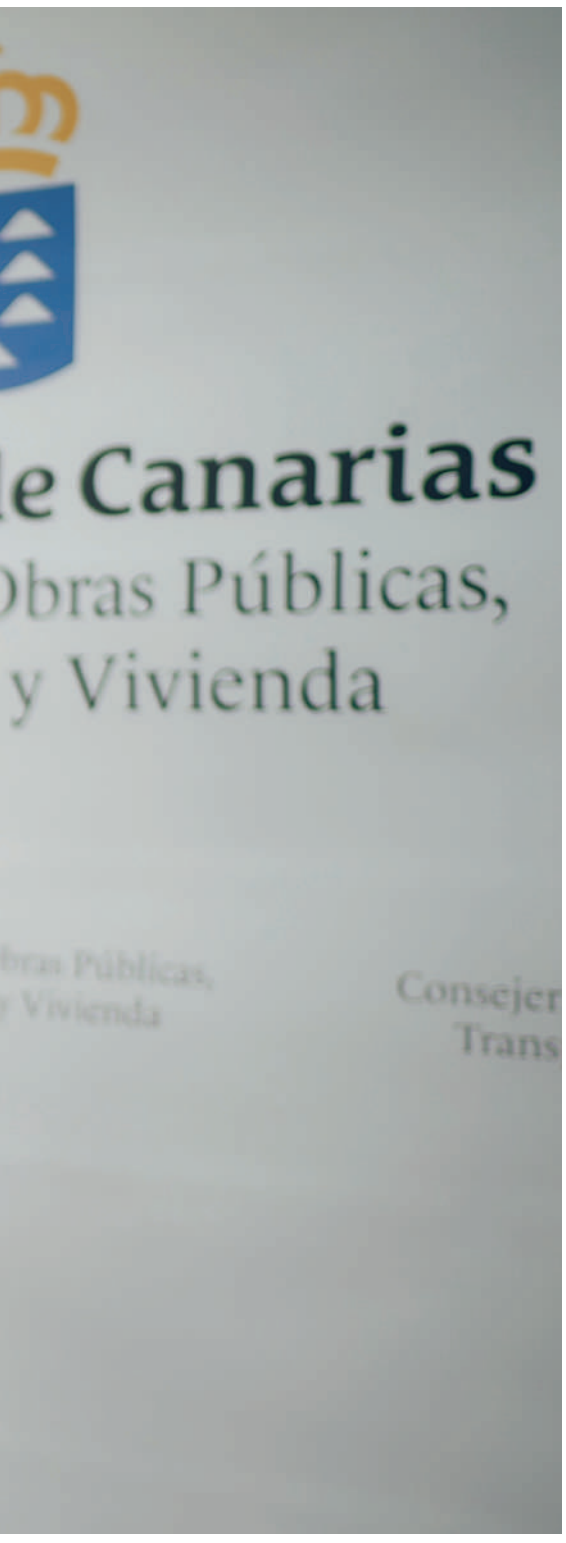
M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

¿Qué valoración hace de esta legislatura en la que usted ha estado al frente como consejero de Transportes?

Lo que se ha demostrado a lo largo de esta legislatura es que tenemos un magnífico sistema de transportes en Canarias, tanto el transporte aéreo, como el marítimo y el terrestre.

La pandemia puso a prueba a todos los sectores, pero especialmente al sistema de transporte, el cual fue capaz de resistir la situación. Un sistema que tuvimos que paralizar en un momento en el que Canarias tenía una muy buena conectividad con el resto del mundo a través del sector aéreo y unas magníficas comunicaciones en el sector marítimo y terrestre.

El sector del transporte fue uno de los sectores económicos, junto con la construcción y otros sectores, que mantuvieron vivas las constantes vitales de la economía. Nos permitió que no hubiera problemas de abastecimiento, que la medicina y todo lo demandado por los hospitales llegara en tiempo y forma. Es verdad que se produjo una reducción considerable de las frecuencias, porque teníamos que protegernos del virus,



pero mantuvimos esas conexiones mínimas entre el transporte marítimo, aéreo y terrestre que permitieron afrontar la situación con garantías y demostrar que el sistema de transporte en Canarias es un ejemplo de modelo a seguir no solo en otras comunidades autónomas similares a nosotros, sino en otros países europeos. A Canarias se le tiene como una referencia al hablar del sistema de transporte.

En materia de transporte y movilidad, ¿qué avances destacaría?

Si incidimos en la movilidad, destacaría en términos generales el avance en la conectividad. Canarias ha avanzado en conectividad, lo cual es un hecho evidente y objetivo. Desde que se aprobó la bonificación del 75% en el transporte aéreo, que también se consigue en el marítimo, se ha conseguido una mayor conectividad en el archipiélago, especialmente en el territorio insular. Esta bonificación ha permitido que los canarios y canarias se muevan con muchas más facilidades que con las que se movían antiguamente.

Consecuentemente, esto nos ha permitido ganar muchísimo en términos de movilidad y conectividad interna, pero también externa. Nuestras conexiones con el resto de los países europeos están en niveles anteriores a la pandemia. Asimismo, cabe destacar las conexiones con el territorio peninsular, donde vemos como empresas canarias empiezan a ocupar espacios en península.

Creo que la gran apuesta que tiene pendiente el sector, y considero que en la próxima legislatura se ha de alcanzar, es un gran acuerdo entre la administración pública y el sector del transporte de nuestra comunidad. Se debe pactar una estrategia de movilidad sostenible en la que obligatoriamente el sector del transporte inicie el proceso de transición hacia la sostenibilidad.

Una transición que hay que pactarla, financiarla y, por tanto, apoyarla, siendo hoy en día el sector del transporte uno de los que más contaminación producen. Esto se debe, entre otras cosas, a que los medios y las nuevas tecnologías llegan a este sector, principalmente a la aviación, con más retroceso del que llegan a otros sectores de la economía.

No obstante, la administración pública tiene que hacer un esfuerzo por pactar una transición basada en una estrategia de movilidad sostenible de cara al futuro, y hacerlo de acuerdo con los sectores económicos para que esa estrategia sea lo más factible y ligera posible, sin contratiempos en lo económico.

> *La administración pública tiene que hacer un esfuerzo por pactar una transición basada en una estrategia de movilidad sostenible de cara al futuro*

Incidiendo en esta transición a la que ha de abocar el sector del transporte de Canarias, ¿qué opinión le merece el proyecto de los trenes en el archipiélago?

Yo creo que es un instrumento de movilidad sostenible que, además, consume poco territorio. En las islas es imposible seguir consumiendo territorio para el desarrollo de nuevas carreteras. Además de consumir poco territorio, es una apuesta clara por el transporte sostenible. Los trenes en Canarias se van a impulsar a través de hidrógeno verde, con lo cual tenemos garantizado que esté dentro de la estrategia de movilidad sostenible.

Son dos proyectos muy importantes, proyectos muy costosos a la par que muy necesarios. Yo no me imagino a Canarias en un futuro sin trenes comunicando los aeropuertos con los principales puertos y las zonas metropolitanas de las islas mayoritarias. La alternativa del tren es una opción viable, que se enmarca en la apuesta realizada por la Unión Europea, fomentando este tipo de transporte. Considero que para Canarias, por sus limitaciones de suelo, sería lo más conveniente.

En su opinión, ¿en qué líneas de trabajo se ha de incidir para posicionar al archipiélago como un referente en movilidad sostenible?

Primero, se ha de pactar con el sector la estrategia de movilidad sostenible a llevar a cabo y en la que debemos avanzar todos. Se han de pactar los tiempos y lo que se ha de hacer, lógicamente, con la aportación de la administración pública para que ese proceso sea lo más asumible posible. Son costes que no puede asumir en su totalidad el sector del transporte por sí solo. Esto es clave. Ahí estaremos detallando la hoja de ruta para que Canarias se sitúe en el lugar que le corresponde en su meta de alcanzar un transporte sostenible, además de que estaría dentro de la estrategia de la Ley de Cambio Climático que el Parlamento aprobó hace un año y medio.

Sin duda alguna, y por otra parte, hay que seguir creando infraestructuras que fortalezcan los tres ejes fundamentales de comunicación con los que cuenta nuestra comunidad, que son: la comunicación Gran Canaria - Tenerife, Fuerteventura - Lanzarote y la comunicación de Tenerife con el resto de las islas verdes. Estos ejes de comunicación y transporte hay que ir reforzándolos con mejores infraestructuras, potenciando los medios de transporte, las inversiones en carreteras, en infraestructuras, mejorando los aeropuertos y, por supuesto, los puertos marítimos.

> "No me imagino a Canarias en un futuro sin trenes"

Puertos marítimos que cabe decir que en Canarias son muy importantes. Hemos conseguido desarrollar una autopista aérea, pero también una autopista marítima, lo cual se demuestra todos los días por el número de frecuencias. Un transporte cómodo y, en términos económicos, asumible que permite a mucha gente viajar.

Por todo lo comentado, estamos muy pendientes de la relación con el sector y con las empresas que, además, son en su gran mayoría empresas canarias, lo cual nos da un plus a la hora de trasladar al conjunto del país y de la Unión Europea que el transporte se está llevando a cabo por empresas canarias que gestionan y operan muy bien, con servicios a precios razonables y de mucha calidad, tanto en el transporte aéreo, como marítimo y terrestre.

Guillermo Maldonado: "Trabajamos para diferentes empresas ayudándoles en la planificación del desplazamiento al trabajo"

ENTREVISTA

GUILLERMO MALDONADO
CONSEJERO DELEGADO EN GRUPO CONSULTOR Y SOCIO DIRECTOR EN TEMA INGENIERÍA

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

En Tema Ingeniería apuestan de lleno por una movilidad sostenible a través de la puesta en marcha de proyectos que fomentan el bienestar económico, social y medioambiental. En este sentido, ¿cuáles están siendo las líneas de desarrollo a seguir por la entidad?

En Tema Ingeniería estamos trabajando fundamentalmente en dos líneas. En primera instancia, trabajamos en la elaboración de los denominados planes de movilidad urbana sostenible, apoyando a las administraciones públicas -principalmente ayuntamientos- en la elaboración de un plan que planifique la movilidad de las ciudades desde una perspectiva sostenible.

Esta movilidad sostenible pone el foco en los modos blandos de desplazamiento, que son aquellos medioambientalmente más sostenibles y que proponen un trayecto activo por parte del usuario, como el desplazamiento a pie, en bicicleta o el transporte público.

Por su parte, la segunda línea de desarrollo comprende el equivalente a la movilidad sostenible en las ciudades, pero para las empresas. Trabajamos en los planes de transporte y desplazamiento al trabajo. En este caso, trabajamos para diferentes empresas ayudándoles en la planificación del desplazamiento al trabajo por parte de los trabajadores, los proveedores y las mercancías.

¿Cuáles están siendo las principales necesidades de las ciudades en este ámbito?

Las ciudades tienen varios frentes abiertos. Para fomentar modos de desplazamiento más sostenibles tienen que trabajar en la mejora de los espacios públicos y en una reserva de espacios específicos para, por ejemplo, la bicicleta. Ya se han construido, en muchos casos, una serie de redes, pero lo que ocurre es que muchas de estas redes se han ido realizando a retales y ahora en lo que tienen que trabajar las ciudades es en generar redes conexas.

Otra línea en la que se está trabajando en muchas ciudades es en la promoción del transporte público vía la mejora del servicio del transporte en general, bien dando una mejor cobertura o mejorando las condiciones a nivel de servicios. Por ejemplo, en Las Palmas se está trabajando en la construcción de la metroguagua, un proyecto que busca un cambio modal hacia el transporte público vía la introducción de un modo de transporte muy competitivo, más rápido y más frecuente, de forma que conseguiremos que la ciudadanía cambie del vehículo privado hacia el transporte público.

Luego, también se está trabajando en proyectos relacionados con la digitalización para entender cómo funcionan las ciudades y poder ofrecer mejor información a los usuarios de manera que puedan tomar mejores decisiones respecto a su movilidad.

¿Cómo motivamos al usuario para que apueste por la movilidad sostenible?

Las estrategias son varias. Por un lado, lo que hay que fomentar es que la gente utilice el sistema de transporte público o el desplazamiento a pie, ¿cómo se hace? Pues consiguiendo que esos sistemas sean más atractivos. Pero, por otro lado, debes disuadir del uso del vehículo privado. Normalmente, estas disuasiones se llevan a cabo a través de restricciones a la circulación o estacionamiento de vehículos. Por ejemplo, hay políticas en este sentido como los servicios de estacionamiento regular -la zona azul- . Asimismo, hay otra medida en la que en determinadas zonas donde se observan problemas de contaminación se debe limitar el acceso de los vehículos más contaminantes. En este sentido, hay una ley en España que establece que las ciudades de más de 50.000 habitantes tienen la obligación de establecer zonas de bajas emisiones.

¿Qué proyectos, de en los que están inmersos en la actualidad, destacaría?

Desde el Grupo trabajamos en el ámbito nacional e internacional y desde Canarias se apuesta también por esa internacionalización, donde ya hemos desarrollado experiencias en África occidental. Tenemos oficinas en Santa Cruz de Tenerife, Las Palmas, Madrid, Valencia, Galicia y Castilla y León. Por ende, tenemos proyectos en toda España.

Entre los proyectos interesantes a destacar, está el Plan Insular de Movilidad Sostenible de la isla de Tenerife. Un proyecto muy interesante en el que estamos trabajando para el Cabildo de Tenerife y que tiene por objeto la elaboración de un plan de movilidad para toda las isla con los objetivos que hemos comentado de sostenibilidad.

También en Las Palmas de Gran Canaria hemos estado trabajando con una asistencia para Guaguas Municipales, enmarcada en el proyecto de la metroguagua. Trabajamos, por ejemplo, en las actualizaciones de los modelos de demanda para ver qué demanda se espera que vaya a tener el nuevo sistema o en el estudio de impacto en el tráfico para asegurar qué impacto va a tener sobre la circulación la introducción de una plataforma reservada.

> "Se está trabajando en proyectos relacionados con la digitalización para entender cómo funcionan las ciudades y poder ofrecer mejor información a los usuarios"

A nivel personal, ¿qué le ha llevado a involucrarse tanto en la movilidad sostenible?

Llevo en la empresa más de 23 años, siempre hemos trabajado en el sector del transporte y, fundamentalmente, mi evolución en la empresa ha estado ligada a la elaboración de estudios de tráfico.

El mercado ha ido evolucionando, empezamos a hablar de planes de tráfico, luego comenzamos a hablar de planes de transporte, y en un momento dado se comienza a introducir la movilidad integral y empiezan a planificarse las ciudades. El salto a la movilidad sostenible se remonta al año 2009, cuando se empiezan a introducir estos conceptos. Nosotros, de forma natural en la empresa, siempre hemos trabajado en el sector y no podemos estar fuera de la realidad. La realidad es que el medio ambiente es importante y la movilidad es una de las fórmulas para intentar reducir la huella de carbono, las emisiones, el impacto en la sociedad…

Julian Sastre: "Nuestras ciudades deben ser caminables y amables para que todos podamos disfrutar de ellas"

ENTREVISTA

JULIAN SASTRE
SOCIO DIRECTOR
Y FUNDADOR DE
CONSULTORA ALOMON

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

En Consultora Alomón son expertos en movilidad sostenible, transportes y ciudades. ¿En qué proyectos se adentra la entidad en este 2023?

Aunque desde hace casi 20 años que existe la empresa, hemos trabajado en muchos sectores del transporte, sin duda, tenemos que destacar tres grandes campos: la movilidad sostenible, lo que abarca desde planes de movilidad para ciudades o territorios, planes de accesibilidad universal, zonas de bajas emisiones, proyectos de entornos escolares, planes, directores y proyectos de la bicicleta

El segundo campo es el del transporte público, trabajamos tanto desde el lado de la administración como de las empresas privadas, es un sector que conocemos muy bien y en el que inicié precisamente en mi carrera profesional en el Consorcio regional de transportes de Madrid

Finalmente, otro campo es el de estudios de demanda y modelización del transporte, donde hemos alcanzado una experiencia increíble con el equipo trabajando, no solo en España, sino en toda América Latina

Por supuesto, quiero destacar nuestra experiencia en temas de transporte de mercancías y puertos, siempre desde el lado tierra. Es un nicho que muy pocas empresas de consultoría disponen y que nos orgullece decir que hemos podido desarrollar proyectos tanto en España como en América

En el archipiélago actualmente estamos trabajando en muchos municipios, especialmente en Tenerife destacando, entre otros, San Cristóbal de La Laguna, donde nuestra Directora en Canarias, Henar Martin, ha trabajado en muchos proyectos relacionados con la implantación de la zona de bajas emisiones y el plan de movilidad, así como proyectos de la bicicleta.

Nuestra vocación es aportar cercanía, además de experiencia dentro del archipiélago canario

¿Cuál es el diagnóstico que pueden hacer hoy, desde Consultora Alomón, de la movilidad y el transporte en los territorios canarios?

El tema del liderazgo es una cuestión que es un problema, no solo en Canarias, sino también en la Península, hay casos como el alcalde de Pontevedra que de tener una ciudad diría que horrible en 20 años la ha transformado y es especialmente atractiva desde el punto de vista turístico y una referencia internacional. Gracias a un liderazgo político, hay que tener capacidad técnica pero también una voluntad política clara de valentía, estamos ya ante un momento clave porque el compromiso es que en 2030 debemos de ser ambientalmente neutros y eso exige un cambio radical al que vamos tarde, es una cuestión ya de salud y supervivencia.

Como dice Janette Sadik-Khan, ex-Comisionada de Trasporte de la Ciudad de Nueva York es también una cuestión económica. Esta mujer que ha sido responsable del cambio en la movilidad de Nueva York dice que las ciudades donde de verdad está en auge la economía son aquellas que han apostado por la movilidad sostenible.

Esto también lo ejemplifico explicando la razón por la que la gente va a los centros comerciales, y es porque llega y ya tranquilamente camina. El consumo y por tanto el desarrollo económico se produce de forma mucho más significativa cuando puedes caminar y disfrutar del momento.

Por eso nuestras ciudades deben ser caminables y amables para que todos podamos disfrutar de ellas, y para que la economía sea mejor.

Otro gran reto que veo en Canarias y que por ejemplo nosotros hemos participado en el Puerto del Rosario y en La Matanza son los proyectos sobre la mejora de la accesibilidad inclusiva, creo que aquí hay mucho que trabajar y está muy relacionado con la caminabilidad de las ciudades.

Hay un 8 % de personas con discapacidad en España, pero también hay un 17 % de personas de la tercera edad y luego hay otras muchas personas que por embarazos, lesiones temporales, etc. tienen problemas de movilidad reducida. Pero todos pasamos por algún momento de estos con lo cual tenemos que pensar en diseñar la ciudad para todos

Finalmente, el factor turismo y del territorio limitado es una cuestión a considerar en toda la planificación de la movilidad y territorial. Esta semana salió además la noticia de que si fuera país, Tenerife sería el séptimo con mayor número de coches por habitante, eso es un factor fundamental y preocupante.

Ante una necesidad clara de crear ciudades sostenibles, la movilidad es un pilar importante que implica también la formación de nuevos ecosistemas. ¿Considera que Canarias está a la vanguardia de estos cambios?

Un tema que me parece importante señalar y que creo que destaca Canarias son los procesos participativos. La movilidad en las ciudades está o debe estar muy conectada con el tema del Urbanismo y del modelo de ciudad y la vida en las ciudades es cada vez más compleja y requiere más integración entre los distintos componentes de la sociedad. En ese sentido desde Consultora Alomon contamos con el INSTITUTO DE MOVILIDAD, que, además de su experiencia en todos los procesos de formación y difusión de la movilidad sostenible, trabaja mucho en los procesos participativos y de integración de las diferentes visiones, lo que ayuda sin duda a mejorar los proyectos, aunque la responsabilidad final sea siempre de los responsables locales o autonómicos tanto técnicos como políticos

Tambien quiero destacar el enorme esfuerzo en tecnología que se está haciendo desde el Cabildo de Tenerife y TITSA por la tecnología. Aplicaciones, bigdata, espero que pronto empiecen a verse resultados.

¿Qué retos debemos afrontar en este sentido desde el archipiélago para avanzar hacia este tipo de movilidad? ¿Qué características son indispensables para que la movilidad sostenible sea una realidad?

Suelo explicar que frente al dicho de el palo y la zanahoria, es al contrario, la zanahoria y luego el palo, ahora se habla mucho de zonas de bajas emisiones, por ejemplo, como forma de restringir el tráfico en determinadas áreas, especialmente contaminadas.

No se debe abordar, en mi opinión, estos proyectos sino como auténticos planes de movilidad en los que se den soluciones de movilidad y se contribuya al modelo de ciudad. Porque si no, nos vamos a cargar las ciudades o los centros históricos. Hay que poder llegar a estos centros.

Y desde luego tendrá que ser en modo sostenibles como caminar, bicicleta o el transporte público. En este sentido, respecto al transporte público, creo que hay que convertirlo en el pata negra de la movilidad motorizada, es decir que se pueda ir más rápido y cómodo que yendo en coche. Para eso hay que generar red de plataformas reservadas y trabajar también en dos aspectos que me parecen muy importantes:

• Por una parte en la Intermodalidad y en la alianza de la movilidad personal con el transporte público, para que así tenga una cobertura mayor y se pueda llegar desde cualquier sitio y rápido para conseguir un puerta a puerta muy parecido al del coche .

• Por otra parte en el tema tecnológico, de tal forma que la información sobre el tiempo de llegada paradas, tiempo de llegada, destino, etc. y también la propia integración tecnológica en la forma de pago de todos estos modos sostenibles sea de primer nivel.

> *Nuestra vocación es aportar cercanía, además de experiencia dentro del archipiélago canario*

En los últimos años la movilidad ha cambiado a gran velocidad. Actualmente, podemos desplazarnos caminando, en bici, en patinete, en coche eléctrico compartido, en plataformas tipo Uber o Cabify, en taxi, en transporte público, en el vehículo propio... El ciudadano tiene muchas opciones, pero también anda desconcertado. Para dar pistas, ¿cuáles serán las tendencias que se impondrán a medio y largo plazo?

Respecto a las tendencias, yo creo que todos esos modos nuevos han llegado para quedarse, pero tienen que estar regulados, cada uno puede tener su lugar pero tienen que funcionar correctamente, si han surgido es porque el ciudadano tenía una necesidad que no estaba cubierta.

Lo que sí me parece más fundamental en la tendencia es que toda la parte de diseño se trabaje desde el punto de vista de la pirámide invertida de forma que se diseñe pensando primero en los peatones, luego en la bicicleta, como movilidad activa, en el transporte público, las mercancías y en último lugar en el coche, no como hasta ahora que llevando menos porcentaje de desplazamientos el mayor espacio en las ciudades para la movilidad lo tienen en estos momentos los coches.

ENTREVISTA

LUZIA PEÑATE
DIRECTORA GERENTE DE YAJOBUS

Luzia Peñate: "El trabajo de conductor está muy poco valorado por la sociedad"

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

¿Dónde opera Yajobus?

Yajobus desarrolla su actividad principalmente en el sur de Gran Canaria, aunque también hacemos excursiones por toda la isla. No obstante, solo operamos en Gran Canaria.

¿Qué tipo de servicios ofrecen?

Nosotros ofrecemos todo tipo de servicios. Nuestra fuerza son los servicios turísticos, centrados en los hoteles, llevamos a los turistas a la playa y los regresamos al hotel donde se hospedan. Este servicio es demandado fundamentalmente por hoteles que se encuentran alejados de la playa.

Por otra parte, entre las líneas de negocio, tenemos concertado colegios con el Gobierno de Canarias y hacemos traslados al aeropuerto, así como excursiones de todo tipo.

¿Prevén un 2023 positivo en lo que a cifras se refiere?

Sí. De momento estamos desbordados por solicitudes de viajes.

A pesar de lo positivo que se presenta el 2023, ¿atisban algún reto al que deban hacer frente?

El reto se centra, sobre todo, en encontrar conductores cualificados.

¿A dónde cree que se remonta este problema?

Es un problema que se remonta a toda Europa, no solo a Canarias. En los últimos años se han impuesto muchos más requisitos para acceder al trabajo de conductor, es muy caro obtener el carnet de conducir y el CAP. A su vez, los horarios son irregulares. Para mí, el trabajo de conductor está muy poco valorado por la sociedad y por ello puede que la gente se abstenga de entrar en la profesión.

Digitalización y sostenibilidad parecen ser conceptos que se repiten como un mantra en el camino de la transformación empresarial. ¿En qué punto de digitalización se encuentra Yajobus y qué planes de desarrollo tiene?

Hoy por hoy está todo digitalizado, tanto los servicios, las reservas, la comunicación con los conductores como el control de horas de conducción. Todo está digitalizado. Esto no es un impedimento para que los conductores accedan al trabajo, todo lo contrario, facilita mucho el mismo.

Desde el punto de vista medioambiental, ¿qué tipo de motores tiene en su flota y qué opciones barajan de cara a los próximos tiempos?

Estamos continuamente renovando nuestra flota. De hecho, ahora mismo estamos con la renovación de flota, para lo que hemos obtenido una subvención por parte de la Unión Europea. Estamos quitando mucha flota antigua para renovarla y adquirir nuevos vehículos, pero seguimos apostando por los vehículos diésel.

Para concluir, ¿qué proyectos plantean para el medio-largo plazo?

Primero, nuestro objetivo es intentar seguir con la actividad, porque no es fácil sino encuentras gente que quiera conducir. Además, la competencia es feroz, por lo que nos basamos en querer seguir y renovar la flota.

Cabe decir que la renovación de flota es un esfuerzo continuo que hacemos las empresas del sector, porque todos los años hay que adquirir nuevos vehículos para estar posicionados en el mercado, lo cual supone una fuerte inversión. Es un sector que mueve mucho dinero, pero es muy caro, un sector en el que se debe invertir mucho dinero sin tener nada asegurado.

Zeben Taima: "Si apostáramos por tener toda una flota eléctrica sería inviable el negocio"

ENTREVISTA

ZEBEN TAIMA
DIRECTOR DE LA DELEGACIÓN DE CANARIAS DE INSIDE LOGISTICS

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

No cabe duda de que las empresas de la logística y el transporte afrontan 2023 con incertidumbre frente al panorama internacional actual. ¿Cómo valora usted estos primeros meses del año?

Estos primeros meses del año están siendo positivos, tenemos una tendencia al alza, pero sí que se empiezan a ver brotes de que vamos a tener problemas a partir del tercer trimestre del año. Ahora mismo, muchos compañeros del sector me comentan que están en pleno crecimiento, a la par que nosotros, que estamos creciendo sobre el 30% aproximadamente. No obstante, las previsiones que tenemos en base a nuestros clientes, que son sobre todo grandes superficies, estiman que empezaremos a bajar a partir del tercer trimestre.

¿Cuáles son los problemas que considera usted que propiciarán esta caída de la que nos habla?

La recesión económica. Nosotros dependemos de los grandes comercios y el frenazo que está sufriendo el comercio nos afectará en gran medida. Aunque muchos establecimientos están creciendo, simplemente crecen por la subida del IPC, no porque vendan más artículos. Todo ello se traduce en menos mercancías que transportar y almacenar y, por ende, en un descenso en la facturación de nuestra compañía.

A parte, el panorama laboral cada vez se tercia más rígido. Nos obligan a efectuar contrataciones fijas, lo cual nos limita a ser flexibles a la hora de afrontar los diferentes picos de campaña que tenemos durante todo el año.

Como compañía, ¿qué objetivos estratégicos se han fijado para este 2023 en Canarias?

Entre los objetivos estratégicos, nos centramos en terminar con los procesos de digitalización del transporte y de todas las áreas del almacén. A la par, estamos en un proceso formativo para poder estructurar mejor la empresa, porque con un crecimiento del 30-40% se hace necesario estructurar la compañía de una manera correcta, dotándola de talento y tecnología.

¿Qué aspectos adquieren importancia dentro del proceso formativo comentado?

Para nosotros el talento de las personas lo es todo. No constituimos una empresa que venda un producto, nuestro valor lo aportan las personas y el conocimiento que tengan para ser eficientes entre las diferentes operativas que tenemos y el buen servicio que prestamos.

En este sentido, las líneas formativas están enfocadas a todas las áreas de la empresa, desde la tecnología hasta la administración.

Por su parte, otra gran preocupación gira en torno a la cuestión energética y la sostenibilidad. ¿Qué líneas se van a seguir en este capítulo?

Ya tenemos parte de la flota electrificada. El año pasado compramos aproximadamente 20 vehículos nuevos que emiten bajas emisiones y ahora hemos adquirido dos nuevos vehículos eléctricos más una cabeza tractor eléctrica. No obstante, aún no se ha definido por parte de la administración un plan claro al respecto, por lo que estamos efectuando averiguaciones por nuestra parte en torno al consumo y la eficiencia de los vehículos. Lo cierto es que este tipo de vehículos son un 100% más caros que un vehículo de combustión, no todos los clientes están dispuestos a asumir ese sobre coste. Aún así, nosotros estamos apostando, sacrificando parte de nuestro margen.

En la actualidad tenemos más de 100 vehículos y si apostáramos por tener toda una flota eléctrica sería inviable el negocio. Creemos que el camino a seguir es este, pero aún existe mucha incertidumbre en el ámbito.

> "Con un crecimiento del 30-40% se hace necesario estructurar la compañía de una manera correcta, dotándola de talento y tecnología"

¿Qué papel juega la colaboración con la administración en la mejora de la eficiencia de la cadena de suministro? ¿En qué situación nos encontramos actualmente?

Nosotros con la administración pública no tenemos ningún contacto, excepto los meros trámites que tenemos que cumplir con ellos en cuanto a licencias de apertura o tarjetas de transporte.

A grandes rasgos, ¿qué planes a futuro comprende Inside Logistics?

En la actualidad, estamos ampliando flota, tenemos pendiente recibir durante este año en torno a 12 vehículos nuevos, hemos ampliado el almacén de Tenerife a 11.000 m2 y tenemos previsto ampliar el de Gran Canaria en unos 50.000 m2. En breve comenzaremos con una nueva línea de negocio, un servicio que solemos subcontratar en islas no capitalinas y, si todo sale bien, esperamos que en el último trimestre del año podamos hacer repartos desde islas capitalinas hacia Lanzarote, Fuerteventura, La Palma, La Gomera y El Hierro.

Oscar Díaz: "Las materias primas más importantes con las que cuenta el Grupo 1844 son la constancia, la juventud y las ganas de seguir creciendo"

ENTREVISTA

OSCAR DÍAZ
CEO DE GRUPO 1844

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Grupo 1844 se conforma como un grupo empresarial, estando el 90% de sus empresas vinculadas directa o indirectamente al transporte de pasajeros. ¿En qué medida han evolucionado desde vuestros inicios hasta la actualidad?

Grupo 1844 ha evolucionado muchísimo. Yo formo parte, junto con mi prima, de la tercera generación. En los inicios la compañía era llevada por mi abuelo, quien transportaba leche en un camión. Con la segunda generación se pasó a la creación de talleres y al transporte de viajeros por carretera y en la tercera generación estamos apostando por crear compañías de servicio especializadas en el transporte.

Posicionándose a la cabeza del servicio de transporte de pasajeros en el archipiélago canario, se consolidan como líderes en el transporte terrestre con más de 14 millones de pasajeros al año. ¿Qué supone este hecho para la compañía?

Primeramente, es una satisfacción para nosotros el que podamos transportar a tantos clientes con éxito, seguridad y calidad. Cada vez más gente apuesta por nuestro grupo nos ve como un pilar fundamental en el transporte terrestre de viajeros en Canarias.

Es un orgullo que tanta gente apueste por viajar con Grupo 1844 y, por ende, por los valores que transmite la empresa.

¿Qué líneas tomarán en consideración para seguir avanzando a este ritmo, fidelizando cada vez a más y más clientes?

> "En la tercera generación estamos apostando por crear compañías de servicio especializadas en el transporte"

Estamos inmersos en varios proyectos de fidelización del cliente. Estamos en una época de expansión como compañía, en Canarias hemos recuperado, tras el COVID, los niveles de turismo de 2019, donde existían buenos ratios de pasajeros. Sabemos que hay una cuota de mercado y dentro de la misma nos gustaría cada vez tener un poco más de cabida, porque los clientes quieren viajar con nosotros, ellos entienden que somos la mejor compañía con la cual realizar sus viajes en Canarias.

Por su parte, han creado empresas propias con la finalidad de paliar vuestras necesidades en el sector de la mecánica, neumáticos, repuestos o informática. ¿Con qué otras empresas cuenta el grupo en este sentido?

Como comentaba, en los inicios de la compañía se desarrollaron talleres, la segunda generación trabajó mucho en el transporte de viajeros por carretera y, tras esto, se vincularon los talleres propios a las guaguas y a una compañía del grupo encargada de suministrar repuestos. Ahora, en esta tercera generación, intentamos ampliar esta estrategia con la visión de crear empresas en torno al transporte de viajeros desarrollando entidades como Innobus, una compañía de reciente creación enfocada a la tecnología especializada en transporte de viajeros; Legalbus, una compañía jurídica especializada también en transporte de viajeros; Segurbus, una correduría de seguros…

Siempre intentamos crear compañías alrededor de nuestra unidad de negocio principal, compañías que atraen talento y aportan un valor añadido a la actividad principal del grupo. Ahora, no solamente nos enfocamos en las guaguas, sino en las guaguas y los servicios que se requieren para el desarrollo de la propia compañía.

¿Qué supone garantizar un servicio óptimo no dependiente de terceros?

Si tienes que depender de terceros el desarrollo es muy complicado y más tras la pandemia, pues hay lo que yo denomino como una guerra de recursos. Pienso que ahora mismo hay una falta de recursos muy grande y si no tienes internamente talleres o una compañía de repuestos que esté velando constantemente por tener stock para que, a su vez, las guaguas puedan salir a trabajar con toda la seguridad pertinente, el desarrollo de la empresa se puede estancar. En otras palabras, si no tienes compañías internamente dentro del grupo empresarial que te ayuden a poder cumplir con los objetivos de transportar cada vez a más pasajeros, se estancará la compañía en su totalidad. Por ello, cada vez más apostamos por internalizar compañías que nos ayuden a poder seguir con el crecimiento que el propio grupo prevé y quiere.

¿Cuál es vuestra presencia a escala regional? ¿Qué peso tienen, como grupo dedicado al transporte, en Canarias?

Este sector se divide en subsectores, estaríamos hablando de que nuestra presencia turística es de un 50%, dependiendo de la isla, hay islas en las que tenemos más y en otras menos cuota, pero la media es de un 50% aproximadamente. En el sector de transporte regular de viajeros tenemos en torno a un 10-15% y en el sector escolar viene siendo un 40%.

No obstante, si miramos al número de unidades de guaguas que tenemos en Canarias oscila entre 800 guaguas de un total de 4.000 guaguas existentes en el archipiélago, lo que supone un 20% del total.

Una empresa que, además, aporta un valor económico adicional en el archipiélago ofreciendo empleo a 1200 empleados y empleadas...

Correcto. Siempre ha sido un pilar fundamental dentro de la familia, siempre han primado los empleados por encima de nosotros. Es una responsabilidad pero, a su vez, es algo que nos llena de orgullo.

Generar empleo es una de las principales misiones de un empresario y en nuestro ADN el crear empleo y proyectos que puedan ser desarrollados por el personal del grupo es algo que nos da mucha alegría.

Incidiendo en la actual coyuntura política y económica, ¿cómo atisban este 2023? ¿Están siendo positivos estos primeros meses del año?

Los primeros meses del año están siendo positivos porque, en líneas generales, hemos recuperado los niveles aproximados de 2019 en cuanto a volumen de trabajo, pero la problemática que ahora mismo nos conlleva es que los costes -como en todos los sectores- se han elevado muchísimo.

Estamos inmersos en una guerra constante para poder ajustar nuestros precios a los costes que tenemos. Política y económicamente deberíamos tener una mayor ayuda para poder ajustar los precios, partiendo de la viabilidad de la compañía, pues los costes son elevadísimos y están en constante cambio. Si no acatamos la situación y somos capaces de transmitir precios rápido arruinaríamos la viabilidad de la compañía.

> "Apostamos por internalizar compañías que nos ayuden a poder seguir con el crecimiento que el propio grupo prevé y quiere"

¿Qué retos le depara el futuro a Grupo 1844?

Yo siempre he sido una persona que mira el vaso medio lleno y no medio vacío. Considero que Grupo 1844 ahora mismo está en una posición favorable, tenemos a mucha juventud dentro del grupo, no solo en la propiedad, sino en la compañía en sí; apostamos por la juventud, por los recursos humanos, la sostenibilidad y la digitalización. La materia prima más importante con la que cuenta Grupo 1844 es, a día de hoy, la juventud, las ganas y las ansias de seguir creando.

Lucía Fuentes: “Hemos visto un cambio en la mentalidad y en los hábito de las personas residentes en la isla, cada vez son más los que se suman al uso de la guagua”

ENTREVISTA

LUCÍA FUENTES
CONSEJERA DE TURISMO, TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DEL CABILDO DE EL HIERRO

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Recientemente, el Cabildo de El Hierro ha realizado inversiones en aras de fomentar la movilidad sostenible. ¿A qué ámbitos se han dirigido las mismas?

Este año la principal inversión que hemos hecho proviene de la subvención otorgada por parte del Ministerio para la bonificación del transporte público. Una subvención que ha venido a bonificar el 100% del transporte en guagua, aunque se limita a aquellos que sean viajeros frecuentes y hagan más de 15 viajes al mes. Es por ello que desde el Cabildo de El Hierro lo hemos ampliado a toda la población. Independientemente del número de viajes que el ciudadano realice en el mes, el transporte en guagua será gratuito al 100%.

Por su parte, desde Presidencia se han desplegado ayudas para la compra de vehículos eléctricos e instalación de estaciones de carga, a través de los dividendos que se han repartido desde la empresa insular de Gorona del Viento.

Como usted comentaba con anterioridad, cabe destacar la apuesta que hacen desde el Cabildo por fomentar el uso del transporte público, bonificándolo al 100%. ¿Cuál ha sido la respuesta por parte de la ciudadanía?

Ha sido una respuesta muy positiva, superior a la que esperábamos. Tanto es así, que ya en enero notábamos un considerable incremento en la demanda del bono residente canario, pero la realidad viene a constatar que la demanda no ha parado de aumentar desde que se optó por su gratuidad. Nos encontramos a mediados de abril y aún en este mes sigue siendo bastante elevado el número de personas que solicitan el bono.

No cabe duda de que el sector del transporte ha sido uno de los que más adversidades ha tenido que enfrentar en los últimos tiempos. ¿A qué retos se enfrenta la movilidad en la isla de El Hierro?

En el contexto de El Hierro los retos y los problemas siempre son diferentes a los del resto de las islas. Hablamos de una población que no llega a los 10.000 habitantes.

Lo que sí es verdad es que con el paso del tiempo el turista opta más por el transporte público en detrimento del coche de alquiler. En este sentido, nosotros siempre intentamos atender a la demanda. Adaptamos cada año las rutas partiendo de la demanda existente por parte de la población, con el objetivo de que la misma pueda acceder a través del transporte público al trabajo, a escuelas de idiomas, a escuelas de música… Vamos adaptando las rutas, los horarios y las frecuencias a medida que va evolucionando esa demanda.

¿Qué proyectos y líneas de trabajo toman en consideración desde este área?

Desde este área nos estamos focalizando en mejorar las paradas de guaguas, la señalización de esas paradas y en seguir implementando la digitalización. Con el proyecto de “El Hierro en Red” se ha incurrido en muchas mejoras dentro del ámbito de la digitalización, que supone un avance, no solo para el usuario, sino a nivel operativo, tanto para la cooperativa Transhierro que presta el servicio como para nosotros como institución a cargo de este servicio.

> *Vamos adaptando las rutas, los horarios y las frecuencias a medida que va evolucionando esa demanda*

Hablamos, no solamente de una App donde se puede ver en tiempo real qué es lo que sucede con las guaguas, sino que también se han instalado máquinas expendedoras -que antes no existían- en las principales estaciones, con lo cual se ha automatizado el servicio de compra y recarga. En la misma línea, también se han instalado máquinas canceladoras en todas las guaguas de la isla y se ha dispuesto de paneles informativos en las estaciones y en algunas de las marquesinas de las paradas. Lo que nos gustaría es poder aumentar ese número de marquesinas que se han digitalizado y que la gente pueda ver en tiempo real qué guaguas están en camino, cuánto les falta para llegar…

¿Es, por ende, el transporte público el futuro de la movilidad?

No sé si me atrevería a decir que es el futuro de la movilidad, porque es verdad que estamos muy dispersos en cuanto a la ubicación de viviendas. Hay lugares en los que el uso del coche privado va a ser necesario, pero sí es verdad que hemos visto un cambio en la mentalidad y en los hábito de las personas residentes en la isla, cada vez son más los que se suman al uso de la guagua. Esta mentalidad es muy visible entre los jóvenes, quienes demandan en gran medida el servicio.

Ya existe una concienciación desde los más pequeños, pasando por los jóvenes, hasta los adultos, respecto a la necesidad de una movilidad sostenible partiendo del uso del transporte público...

Sí. Además, en El Hierro tenemos la gran ventaja de saber que no va a haber retrasos por congestiones en el tráfico o de que en las guaguas siempre hay plazas disponibles, no como en otras islas mayores, donde no sabes las colas con las que te vas a encontrar y lo que ellas suponen en el retraso de los horarios. Esos problemas no los tenemos aquí, lo cual es positivo saber para así poder apreciarlo y que sea un motivo más por el que hacer uso de este transporte.

Siempre hablamos de la gente residente, pero también es verdad que son muchos los turistas que usan la línea de conexión con el aeropuerto y con los diferentes miradores para la realización de senderos. En lugar de alquilar un coche para acceder al sendero, van en guagua, se quedan al inicio del sendero y saben que va a haber otra guagua en la que pueden subirse cuando lleguen al final de ese recorrido.

Al vislumbrar esta concienciación, lo que hemos hecho ha sido adaptar, en la medida de lo posible, las rutas a los senderos y a esos movimientos que sabemos que los turistas demandan.

ENTREVISTA

VÍCTOR QUINTANA
DIRECTOR GENERAL DE GUAGUAS GLOBAL

Víctor Quintana: "Nuestro principal reto es facilitar una movilidad eficaz y sostenible que no dependa del coche"

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

¿Cuál ha sido la evolución de Guaguas Global desde sus inicios hasta la fecha?

Desde que se fundaron Utinsa (que tenía la concesión Centro-Norte de la isla) y Salcai (con la concesión Sur-Sureste) en el año 73 hasta la fecha, el transporte público ha evolucionado en gran medida. Por ese entonces, se crearon las dos empresas se estuvo trabajando así hasta el año 2.000, año en el que nació Guaguas Global. Hoy en día ofrecemos un servicio de calidad acorde a lo que se demanda, lo cual ha repercutido positivamente en un aumento del número de viajeros. La evolución de la compañía ha sido constante en estos casi 50 años. El desarrollo económico y social, el crecimiento poblacional y también el importante aumento en la llegada de turistas ha sido un desafío para ofrecer un servicio de transporte público de calidad, eficaz y eficiente, en función también del desarrollo de las propias infraestructuras que se han ido sumando a la red (carreteras, estaciones, intercambiadores). Sería difícil resumir en pocas palabras tantos años de gestión que ha ido continuamente en crecimiento: más líneas, más kilómetros a recorrer, más clientes, más y mejor flota, más formación para nuestra plantilla. Todo este crecimiento ha ido acompañado de la innovación tecnológica que nos ha ido permitiendo ofrecer un mejor servicio: más resiliente y sostenible.

50 años suponen una gran trayectoria, así como un servicio ya consolidado. ¿Cómo plantean celebrar el cumplimiento de estas 5 décadas?

Este año, con el 50 aniversario de Utinsa y Salcai (como Global empezamos en el año 2000), la idea es ir realizando actos con motivo de nuestro aniversario. Hay que recordar que los dueños de la empresa somos los trabajadores y trabajadoras, lo cual supone una peculiaridad importante. La gestión de este tipo de empresas dista de la de una empresa capitalista convencional, lo que conlleva estar continuamente en una labor de comunicación e implicación para que todos conozcan de primera mano las decisiones que se toman. Este modelo de negocio antepone a las personas frente al beneficio económico; pone en práctica valores como la equidad y la solidaridad; se organiza en torno a la participación democrática y transparente en la toma de decisiones; fomenta la responsabilidad social y el desarrollo sostenible, desde el punto de vista medioambiental, pero también desde el punto de vista social.

Asimismo, además de los festejos internos que tuvieron lugar el pasado marzo, hemos renovado nuestra identidad corporativa con una imagen más fresca, actual y cercana; el uniforme lo cambiaremos a lo largo del año y haremos exposiciones por los distintos pueblos, intentando rememorar junto a la ciudadanía de la isla nuestro 50 aniversario… En definitiva, los actos que iremos desarrollando van en esta línea.

¿Cómo definiría la situación actual de Guaguas Global y cuáles son los objetivos y líneas de actuación que se han marcado para el futuro?

Ahora mismo, en el presente y futuro a corto plazo, estamos centrados en poder atender el incremento de viajeros que estamos teniendo de la mejor forma posible. Estamos incrementando la plantilla de conductores y conductoras para poder hacerle frente. En estos primeros tres meses del año 2023, si los comparamos con enero, febrero y marzo de 2019, estamos teniendo un 60% más de viajeros. Un 60% más de viajeros no es fácil de absorber con las mismas prestaciones, lo cual nos obliga a poner más líneas, más conductores y más guaguas. En este sentido, hemos tenido que incrementar la flota, partiendo de la base de que desde que las encargas hasta que te llegan tardan 10 meses e, incluso, un año. Por ende, el futuro a corto plazo lo centramos en poder atender a la demanda con la que contamos en la actualidad. Y el futuro a medio-largo plazo pasa por renovar la concesión que caduca en el año 2027, por lo que nuestros esfuerzos se centrarán en trabajar para poder seguir estando otros 10-15 años prestando servicio.

En cuanto a la flota, ¿cuáles van a ser las estrategias a seguir? ¿Por qué tecnologías apostarán?

En el tipo de servicio que realizamos, que es interurbano de corto recorrido, actualmente no hay flota con combustibles alternativos que sirvan para dar el servicio. Las guaguas eléctricas, que es la alternativa que existe a los combustibles fósiles, están orientadas a servicios urbanos, pero en otros recorridos la autonomía con la que vienen estas guaguas no es suficiente para trabajar el día entero. Un vehículo tiene que trabajar mínimo 16 horas al día, dos turnos de trabajo, mañana y tarde, y si no es capaz de dar ese servicio se rompe la estructura de explotación. No se puede tener un vehículo eléctrico para trabajar por la mañana y otro para trabajar por la tarde, es inviable desde el punto de vista de explotación.

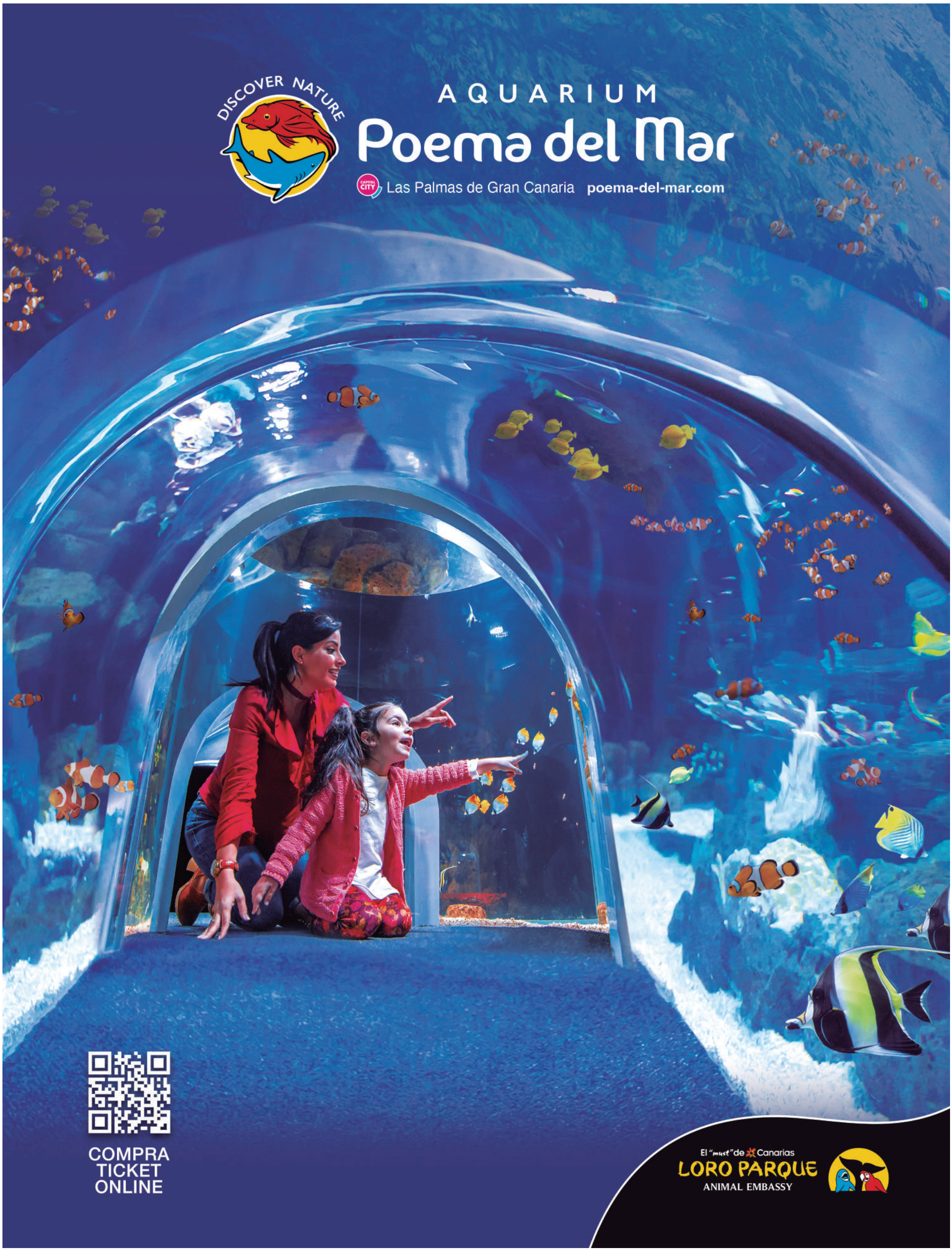
El hidrógeno parece ser una buena alternativa y una solución a este problema de autonomía. Este año esperamos tener una guagua de hidrógeno funcionando e iremos haciendo pruebas para ver cómo funcionan. De todas formas, estamos expectantes al desarrollo de los avances que se producen en el mercado gracias a las nuevas tecnologías, para ofrecer nuestro servicio con el menor impacto medioambiental posible.

Bajo su punto de vista, ¿cuáles son las necesidades que ha de solventar el transporte interurbano en Gran Canaria para posicionarse y qué más personas se animen a usarlo?

Si queremos captar más clientes (que dejen su coche en casa y opten por el servicio regular) habría que invertir presupuesto en mejorar la red del servicio. Me refiero a incrementar la frecuencia de algunas líneas, creación de líneas directas que unan grupos poblacionales importantes y dar prioridad a la guagua en las zonas habituales de congestión del tráfico, donde no se vea penaliza por el uso desmedido e insostenible que parte de la población hace del coche.

En paralelo se necesita una mayor conciencia social de la importante misión que cumple un servicio básico como es el transporte público y de su papel en la tan necesaria lucha contra el cambio climático. Cada vez más personas se convencen de los beneficios sociales, económicos y medioambientales del transporte colectivo, pero queda mucho camino por recorrer en esta conciencia común de la necesidad de recuperar espacios, especialmente en el ámbito urbano, y recurrir a las alternativas de la movilidad sostenible que representa el transporte público.

Por otra parte, también es necesario avanzar hacia un sistema intermodal conectado que facilite a los ciudadanos y ciudadanas una red integrada de movilidad eficaz que desvirtué la utilidad del coche particular.


DISCOVER NATURE
AQUARIUM
Poema del Mar
CAPITAL CITY
Las Palmas de Gran Canaria
poema-del-mar.com
COMPRA
TICKET
ONLINE
El "must" de Canarias
LORO PARQUE
ANIMAL EMBASSY

Javier Gutiérrez: "Hacemos "un traje a medida" a nuestros clientes en función de sus necesidades aportando valor a su cadena de producción"

ENTREVISTA

JAVIER GUTIÉRREZ
DIRECTOR GENERAL DE SUARDIAZ TENERTRANS

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

SUARDIAZ TenerTrans ha ido evolucionando a lo largo del tiempo al mismo ritmo que lo han hecho las exigencias del mercado. Atendiendo a este hecho, ¿en qué posición se encuentra actualmente la empresa? ¿Cuál es la situación de SUARDIAZ TenerTrans respecto al mercado?

SUARDIAZ TenerTrans, se destaca como una de las empresas líderes en el sector transitario canario. Apoyados en nuestros más de 30 años de experiencia y fundamentados en nuestro origen canario, año tras año seguimos creciendo y ampliando servicios fuera también de nuestras fronteras, formando parte de SUARDIAZ Group, lo que le da una mayor presencia y posición dentro del mercado.

Son múltiples los servicios que ofrecen, ¿cuáles destacaría?

Ofrecemos un servicio de logística integral, lo que implica que gestionamos todos los trámites vinculados a la cadena de transporte de mercancías marítimo, aéreo y multimodal, desde el propio transporte, la logística, las gestiones aduaneras, servicios de almacenaje y distribución, asesoría a nuestros clientes… En definitiva, ofrecemos un servicio integral que dé cobertura a toda la cadena de suministro tanto a nivel local como a nivel nacional e internacional.

Asimismo, incidiendo en el mercado, ¿cuáles están siendo las principales demandas a las que deben atender?

Estamos en un momento muy cambiante y de mucha exigencia por parte del mercado. Nos enfocamos en ofrecer servicios muy personalizados, de manera que hacemos "un traje a medida" a nuestros clientes en función de sus necesidades aportando valor a su cadena de producción. En este sentido, la digitalización, la adaptación a las nuevas normativas en los diferentes ámbitos, la descarbonización del servicio y la cercanía a nuestros clientes son los principales aspectos en los que estamos trabajando de manera intensa.

En 2015 SUARDIAZ TenerTrans fue certificado por las autoridades aduaneras europeas como Operador Económico Autorizado -OEA-. ¿Qué viene a remarcar esta certificación?

El Operador Económico Autorizado es la mayor figura con la que la aduana distingue a una empresa. Implica que somos una empresa de total confianza de la aduana para todas las gestiones aduaneras que realizamos.

Este es uno de los proyectos en los que tanto SUARDIAZ TenerTrans como SUARDIAZ Group estamos muy implicados. Recientemente, en 2022, hemos obtenido la revaluación positiva del OEA, consiguiendo renovar esta certificación. Es, sin duda, uno de los asuntos principales en los que volcamos nuestros esfuerzos para continuar siendo una empresa de total confianza para la aduana y nuestros colaboradores.

> *Recientemente, en 2022, hemos obtenido la revaluación positiva del OEA*

Poniendo el foco en el futuro, ¿qué proyectos toman en consideración de cara al consiguiente desarrollo potencial de la empresa?

En primer lugar, un proyecto que es de pasado, presente y futuro para SUARDIAZ Group y, por supuesto para SUARDIAZ TenerTrans, es el de cuidado y desarrollo de nuestro personal. Consideramos que nuestra plantilla es el mayor valor con el que contamos, por ello nos enfocamos mucho en el crecimiento de nuestro propio personal. A partir de aquí, nos enfrentamos a varios retos y proyectos que tienen que ver con la implantación en nuevas plazas en Península donde aún no estamos presentes, la inversión en digitalización, la adaptación a la nueva normativa medioambiental en la que está muy implicado el Grupo y, como comentaba anteriormente, en esa personalización y excelencia en nuestros servicios que nos permitirá seguir en una posición líder en el mercado y adaptarnos a las necesidades de nuestros partners, que es como consideramos a nuestros clientes.

Por otro lado, he de destacar la presencia de SUARDIAZ TenerTrans en diferentes asociaciones del sector, entre las que destaca ATEIA (Asociación de Transitarios) desde la cual aportamos nuestro granito de arena para apoyar y ser parte de las decisiones que se tomen en el entorno de nuestro sector.

Pedro Ribeiro: "Sostenibilidad y digitalización es un binomio inseparable en la gestión de Metrotenerife"

ENTREVISTA

PEDRO RIBEIRO
DIRECTOR GERENTE DE METROTENERIFE

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Recientemente, ha sido elegido como gerente de Metrotenerife. Con su incorporación a la compañía operadora del servicio de tranvía, ¿cuál ha sido la primera impresión? ¿Con qué se ha encontrado?

Tras seis años afrontando otros retos profesionales, regreso a Metrotenerife y la primera impresión es totalmente satisfactoria. La empresa que me he encontrado es, obviamente, bastante diferente a la que dejé en 2016. En la distancia he seguido la evolución de la compañía y debo decir que no ha dejado de crecer. El proyecto en sí se mantiene fiel a los principios básicos iniciales de transportar personas en un medio sostenible, con gran capacidad y que ofreció una nueva alternativa de movilidad en la zona metropolitana de la isla.

En la actualidad, la situación financiera de la empresa se ha visto fortalecida con la emisión de Bonos Verdes; somos referente internacional y nacional en el sector del transporte guiado por el desarrollo de productos tecnológicos y de ingeniería, así como por la oferta de nuestros servicios de consultoría y asistencia técnica en Operación y Mantenimiento que ofrecemos y hemos desarrollado en 10 países de cuatro continentes.

Evidentemente, no me puedo olvidar del propio servicio de tranvía. El próximo mes de junio se cumplen 16 años de su puesta en marcha y desde entonces, y gracias al compromiso de todo el equipo de Metrotenerife, la calidad en el conjunto del servicio, es decir, accesibilidad, puntualidad, el confort, etcétera, es una de las prioridades que identifican nuestro tranvía y así se refleja en los datos de demanda. Somos parte de un servicio público que, incluso en situaciones adversas, como la pandemia, hemos seguido trabajando para y por la ciudadanía, ese es nuestro objetivo cada día.

¿Qué ha supuesto para usted ponerse al frente de Metrotenerife?

Está siendo una mezcla de sentimientos. Sin duda estoy ilusionado por regresar a una 'casa' que también considero mía. En 2004, a través de la empresa Transdev, vine a la isla para coordinar y supervisar los aspectos de desarrollo, producción y montaje del tranvía, y posteriormente fui nombrado director de Operaciones, cargo que desempeñé hasta finales del año 2016. Ahora regreso como gerente y, sin duda, es una gran responsabilidad estar al frente de una compañía tan potente como Metrotenerife. Una nueva etapa profesional que afronto con total entusiasmo porque cuento con la colaboración de un cualificado y excelente equipo de profesionales en todos los ámbitos, lo que nos permitirá que la marca Metrotenerife continúe siendo un referente dentro y fuera de la isla.

¿En qué medida se están compenetrando el tranvía y el resto de transportes públicos?

El Cabildo Insular de Tenerife posee las dos principales empresas de transporte colectivo de la isla, el servicio de guaguas, a través de TITSA, y el del tranvía operado por Metrotenerife.

Dos empresas públicas, cuya gestión y actividad deben ir de la mano. Contamos con un sistema de billetaje unificado y en coordinación con los servicios de tranvías y guaguas. Ambos operadores hemos tenido que adaptarnos a la situación que se originó con la llegada de la gratuidad en el transporte público en Tenerife, y que nos ha llevado a alcanzar casi un 50% de crecimiento de nuestra demanda, respecto al pasado ejercicio. Así, el servicio del tranvía se ha ido adaptando en un proceso que ha sido más largo de lo esperado, por lo que, en la actualidad, estamos trabajando con todos los profesionales de la empresa para alcanzar las mejores soluciones. Todo ello, siempre en la línea de ofrecer la mejor alternativa de movilidad para la ciudadanía.

¿Qué futuras ampliaciones de líneas del tranvía se están barajando?

En nuestra hoja de ruta tenemos diversos proyectos ferroviarios en la isla, varios de ellos ya preparados para poder ser ejecutados. Ya es conocido el proyecto de la prolongación de la Línea 1 hacia el aeropuerto de Los Rodeos, una propuesta estratégica para la conexión de la zona metropolitana con su aeropuerto de referencia. También se ha trabajado en la ampliación de la Línea 2 hasta La Gallega con el objetivo de cohesionar y acercar diversos barrios del suroeste de Santa Cruz a la zona metropolitana. Y en los últimos meses se ha dado a conocer la redacción de otros dos proyectos, como son la Línea 3 Santa Cruz - Muelle Norte y la Línea 4 desde el Hospital Universitario La Candelaria hasta Añaza que podrán dar servicio a cerca de 48.000 personas.

Las ciudades crecen al ritmo de la presión demográfica, se reclama una mayor y mejor movilidad sostenible. En Tenerife la densidad de vehículos es insostenible, 821 por cada 1.000 habitantes, para un territorio limitado como es nuestra isla. En fin, nosotros estamos preparados para poner en marcha estos proyectos que con toda seguridad van a mejorar la calidad de vida de la población y que convertirán a las ciudades en espacios urbanos más habitables y amables. En el mismo sentido, también seguimos trabajando en los proyectos de los trenes para el sur y norte de nuestra isla.

Los fondos europeos han llegado con dos ejes claros: sostenibilidad y digitalización. ¿En qué punto está la compañía en ambos casos?

Sostenibilidad y digitalización es un binomio inseparable en la gestión de Metrotenerife. Operamos uno de los sistemas de transporte público más sostenibles y eficientes medioambientalmente como es el tranvía. En nuestro caso, un transporte no contaminante que ha contribuido en la mejora ambiental de Santa Cruz y La Laguna al evitar la emisión de 4.362 toneladas de CO_2 durante el periodo 2018-2021 y al eliminar de sus calles unos 2.000.000 de desplazamientos en vehículo privado cada año.

Además, debido a la pendiente continua del trazado de nuestra red, conseguimos aprovechar la energía generada por la frenada de los tranvías que descienden, para ser utilizada por los tranvías que operan en sentido ascendente. De esta manera, gracias a la energía regenerada por el frenado conseguimos ahorrar un 34% del consumo por tracción del total de nuestra flota.

También disponemos de una planta fotovoltaica ubicada en la cubierta de nuestras instalaciones de Talleres y Cocheras, cuya capacidad de producción de energía renovable es de 880 kW. Precisamente, el año 2021 el 18% de las necesidades energéticas de la red tranviaria fueron cubiertas por la energía generada en esta planta.

A todo esto, debemos sumar otros desarrollos tecnológicos que ponen de relieve la importancia de la digitación para Metrotenerife, el sistema integral de billetaje (Vía-Móvil) y SIMOVE (Sistema de Monitorización de Velocidad Embarcada), y que en la actualidad estamos comercializando en el mercado ferroviario internacional.

> *Creo que debemos seguir en la misma línea que tan buenos resultados ha dado a la compañía. Trabajar cada día para ofrecer a los ciudadanos un transporte de calidad, competitivo, eficaz, porque nuestros clientes son nuestra máxima prioridad*

De manera que reitero que sostenibilidad y digitalización son criterios fundamentales en el día a día de la gestión de la compañía; criterios que siempre estamos dispuestos a fomentar y potenciar como objetivo de nuestro desarrollo empresarial.

¿Cuáles son los principales ejes o planes de futuro para Metrotenerife?

Creo que debemos seguir en la misma línea que tan buenos resultados ha dado a la compañía. Trabajar cada día para ofrecer a los ciudadanos un transporte de calidad, competitivo, eficaz, porque nuestros clientes son nuestra máxima prioridad. Por otro lado, nuestra voluntad sería poner en marcha nuevas líneas en servicio, tanto de tranvía como de trenes. Estamos preparados para ello.

Como empresa, también tenemos la obligación de superarnos y por ello debemos continuar con el proceso de internacionalización de la marca Metrotenerife a través de nuestra oferta de servicios de consultoría y asistencia técnica y de la exportación de los sistemas de innovación y tecnología que hemos creado para el sector del transporte guiado.

Manuel Sánchez: "Faconauto Canarias puso en marcha "Ruta 2035", un programa de televisión en el que tratamos de aportar luz e información a la ciudadanía sobre la transición hacia el vehículo eléctrico"

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Trasladándonos a las ventas de vehículos, ¿cómo valora Faconauto la situación socioeconómica actual? ¿Cómo afecta la misma a la venta de vehículos?

Fundamentalmente, lo que más está afectando es la subida de los tipos de interés, porque encarece muchísimo los créditos. En Canarias, la mayor parte de las ventas de vehículos a clientes particulares se hace a través de una financiación, hablamos de casi el 85% de las ventas. Por tanto, las familias tienen que hacer frente a un encarecimiento de las cuotas de esos créditos que en ocasiones no pueden asumir o bien, son las entidades financieras las que no aprueban esas operaciones de crédito, porque la situación económica del cliente hace inviable la operación. Hay que tener en cuenta que la renta per cápita en Canarias es de las más bajas de España. Esto afecta a nuestras ventas, evidentemente, pero también a la venta de cualquier bien de consumo.

Contexto internacional, inflación… los precios de los coches no paran de subir. ¿Qué hay detrás de esta subida?

No es cierto que los precios de los coches no paren de subir, no se trata de que haya subido en sí el precio del vehículo, lo que ocurre es que la inflación, al encarecimiento de las materias primas, del transporte, etc, tiene su reflejo en el precio del vehículo. Básicamente, son los efectos de una economía de escala. Si suben los costes de producción, sube el precio final del producto.

En estos momentos nuestra previsión es que habrá una regulación de los precios en los próximos meses porque la industria vuelve a tener la capacidad de producción de antaño. Hemos vivido un periodo de gran escasez de stock, por la falta de microchips y otros componentes que ahora se está superando.

Aún a pesar de la subida de precios, la intención de compra de un vehículo en España sigue al alza. ¿Qué volumen de negocio supone el mercado de ocasión para los concesionarios de las marcas?

El mercado de ocasión ha crecido mucho en los últimos años por esa falta de stock que mencionaba antes. No teníamos vehículos nuevos para ofrecer a nuestros clientes. Podríamos decir que la venta de vehículos de ocasión en un concesionario supone, aproximadamente, un 40% de sus ventas, y el otro 60% corresponde a vehículos nuevos. Pero esto tampoco pretende ser una afirmación categórica, porque estos porcentajes varían mucho en función de las marcas, no todas tienen un gran volumen de vehículos de ocasión.

¿Cómo está influyendo en las ventas la incertidumbre del comprador sobre qué tecnología elegir para su coche? ¿Observan una mejora en el conocimiento de las diferentes tecnologías de los posibles compradores que visitan los concesionarios?

La incertidumbre y la confusión es total. Lo vemos cada día en nuestros concesionarios, donde llegan clientes con un montón de dudas sobre el tipo de vehículo que desean comprar. No saben por qué tipo de tecnología optar, les preocupa los inconvenientes con los que se pueden encontrar, la falta de puntos de recarga, etc.

Es cierto que nuestros profesionales, nuestros asesores de venta, realizan una labor extraordinaria de información al cliente, pero la incertidumbre y las dudas están ahí. Conscientes de esta problemática, Faconauto Canarias puso en marcha el año pasado "Ruta 2035", un programa de televisión conducido por nuestra vicepresidenta ejecutiva Yara de León, en el que tratamos de aportar luz e información a la ciudadanía, sobre esta transición hacia el vehículo eléctrico, cómo será la movilidad del futuro, qué pasará a partir de 2035, qué tipos de tecnologías de propulsión existen actualmente, qué tipos de cargadores, ayudas a las que se pueden optar… En este programa participan desde los fabricantes hasta el consumidor final, pasando lógicamente por la Administración, para que cuente al ciudadano qué está haciendo y qué medios está poniendo para lograr una movilidad libre de emisiones. Como presidente de Faconauto Canarias, tengo que agradecer el apoyo que hemos recibido de Televisión Canaria y de la Consejería de Transición Ecológica del Gobierno de Canarias para la puesta en marcha de este programa que, por cierto, regresa a las pantallas a partir de septiembre.

Por su parte, ¿qué balance hace sobre la evolución del mercado de coches eléctricos

Una evolución muy lenta. Las previsiones del Gobierno de España respecto a la implantación del vehículo eléctrico son mucho más optimistas que los datos que arroja la realidad. En lo que llevamos de año, el vehículo eléctrico apenas llega al 5% de las ventas. Hablamos solo de turismos y vehículos todoterreno. Apenas se han matriculado 670 coches. El año pasado, se matricularon en total 2.118 turismos y todoterrenos eléctricos, y tampoco se superó al 5% del total de las ventas de todo el año 2022. Con estas cifras estamos muy lejos de cumplir los objetivos climáticos de Europa, que ya ha fijado el fin de la venta de vehículos de combustión en 2035. Mientras no se desarrolle la infraestructura de recarga y, sobre todo, mientras no se agilicen los trámites de las ayudas, hablamos de un plazo de año y medio de espera, va a ser muy difícil que el mercado del vehículo eléctrico vaya al ritmo deseado, si no hay un empuje decidido por parte de las Administraciones públicas.

Algunas marcas están potenciando sus canales de venta online, ¿qué papel juegan los concesionarios en este contexto?

Un papel fundamental. La digitalización de nuestro sector, y más concretamente de nuestros concesionarios no es algo nuevo para nosotros. Llevamos ya unos años transformándonos digitalmente. Hoy en día cualquier operación de compra se inicia en el mundo digital. Un cliente visita una media de 3-4 webs de concesionarios y consume una media de 11,4 piezas de contenido online antes de pasarse por nuestras instalaciones. El "customer journey" ha cambiado. Ahora el cliente es más digital, lo sabemos y como concesionarios estamos adaptando constantemente nuestras estrategias digitales, dando respuesta a lo que demandan nuestros clientes.

Pero no hay que olvidar que la entrega de un vehículo siempre se realiza en un concesionario. No es un producto que puedas comprar por internet y que te vaya a llegar a casa a través una empresa de mensajería.

Luis Rodríguez: "La gratuidad para el pasajero siempre es y será un estímulo"

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Transportes Insular La Palma se conforma como una cooperativa que ha diversificado sus servicios. No solo ofrece un servicio regular que presta en concesión administrativa al Cabildo Insular de La Palma, sino que ha desarrollado una división de transportes de mercancías y otra de recepción de turistas. En este sentido, ¿cómo valora el desarrollo de estos últimos meses?

Estos últimos meses se han ido desarrollando bastante bien. En la parte de transportes de mercancías estamos consolidando la empresa en su tercer año, tratando de aportar una base sólida para el futuro que pueda tener a partir del medio plazo -del quinto o sexto año- para poder afrontar el futuro con el total de las garantías.

Y en el caso del receptivo, teniendo en cuenta la grave crisis turística que sufre La Palma en comparación con el resto de islas Canarias, la situación no es tan favorable como se quisiera. No habíamos logrado sobrepasar la pandemia para tener que afrontar la erupción del volcán que ha supuesto la pérdida de camas y de conectividad, es por ello que nos está costando bastante más crecer en ese sentido. No obstante, ahí sí tenemos una base sólida para lo que pueda venir en un futuro y esperamos que se recuperen y aumenten las cifras de turismo.

No cabe duda de que la erupción del volcán trajo consigo innumerables desgracias. Entre ellas, la limitación en conexiones para llegar de una zona a otra, perdiendo así trayectos realizados por Transportes Insular La Palma. En la actualidad, ¿se ha logrado paliar este problema?

En parte ya podemos atravesar las coladas con líneas que unen Los Llanos y Fuencaliente, así como Los Llanos con El Remo y el Charco Verde, pero la principal zona turística de la isla y del Valle de Aridane, que es Puerto Naos, sigue cerrada. Estamos hablando de 5.000-6.000 camas que están totalmente vacías y el problema de los gases nos genera dudas en relación a cuándo podrá abrirse; son 5.000-6.000 personas, entre turistas y habitantes de la zona, que no tienen la posibilidad de utilizar el servicio.

Por otra parte, el Cabildo insular ha suprimido el requisito de los 15 viajes para la gratuidad, por lo que cualquier persona que use el transporte público con uno de los bonos no tendrá coste alguno. ¿Qué opinión merece para usted la medida adoptada?

Nosotros vemos esta medida como positiva. Ya teníamos la gratuidad desde el mes de septiembre y la idea del Cabildo Insular era ver cómo repercutía la gratuidad en esos 3-4 primeros meses. Hubo un incremento bastante grande en el número de pasajeros y no veíamos la necesidad de acogernos a la limitación de los 15 viajes que salió a la luz en enero.

No veíamos la necesidad, tanto el Cabildo como nosotros, de implantarla en La Palma, el mes de julio- que la gratuidad se iba a implantar en septiembre y pudimos prepararnos a sabiendas de que tenemos menos usuarios de los que había antes de la pandemia, con lo que no teníamos la necesidad de estar tan preparados. Si es verdad que hay algún horario en hora punta que se puede saturar, pero entiendo que en otras islas esa manera brusca de efectuar el cambio sin una planificación, con el problema de suministro de vehículos y de componentes, les cogió a muchos por sorpresa, saturando de lleno el servicio. Y eso al fin y al cabo se traduce en una prestación del servicio con menor calidad.

> "Ya podemos atravesar las coladas"

Asimismo, en la búsqueda de una movilidad más sostenible, eficiente y respetuosa con el medio ambiente han adquirido la primera guagua híbrida de La Palma. ¿Cuáles serán los siguientes pasos a seguir en este ámbito?

Estamos bastante contentos con este vehículo híbrido que ha mejorado las prestaciones en consumo. A lo largo del verano vendrán 5 vehículos más que harán un total de 6 vehículos híbridos.

Poniendo la mirada en el 2024, estamos viendo de qué manera podremos afrontar con fondos europeos la compra de una nueva flota híbrida. Si es verdad que aquí, en La Palma, para todos los servicios de clase 2, interurbanos, que tenemos entre municipios, es difícil tener vehículos eléctricos, puesto que no están preparados para esos recorridos y sobre todo para afrontar la orografía de La Palma.

En definitiva, estamos muy esperanzados con este cambio, esperamos poder tener una isla sostenible, manteniendo su signo distintivo de Reserva de la Biosfera.

¿Cuáles son los objetivos a futuro con los que cuenta Transportes Insular La Palma?

Queremos mantener el servicio regular que tenemos ahora mismo e intentar mejorar las prestaciones en relación a la sostenibilidad, manteniendo a los usuarios que han optado por este transporte gracias a la gratuidad.

Queremos tener una isla abierta en su totalidad, es decir, recuperarnos del volcán y volver a abrir aquellos enclaves que están cerrados, que nos darán la posibilidad de aportar un mejor servicio y de atraer a más turismo.

¿Considera usted que vamos en buena dirección en relación al uso del transporte público? ¿Se están haciendo bien las cosas desde la administración?

La gratuidad para el pasajero siempre es y será un estímulo.

Desde el punto de vista de la operatividad de la compañía que gestiona el transporte, en nuestro caso sabíamos con antelación -desde puesto que ya habíamos alcanzado el tope de usuarios y limitar esos servicios hacía que mucha gente tuviera que utilizar la guagua obligatoriamente para cumplir los 15 viajes, saturando el servicio. Lo vimos como una medida contradictoria a la apuesta que había hecho el Cabildo Insular con la gratuidad.

Destacamos la labor y el crecimiento que ha tenido nuestro operador de excursiones dentro de nuestra isla La Palma Transfer & Tours que ha tenido una gran acogida entre los turistas que nos visitan.

También con nuestro receptivo Nuevo Rumbo DMC hemos tenido la posibilidad de atraer muchísimos turistas con nuestra gestión con los Touroperadores y cruceristas, así como de un turismo de grupos que de manera muy variada van llegando.

Además de las nuevas marcas La Palma Congress and Events enfocada a traer a la isla un turismo MICE que pueda permitirnos continuar mostrándo el encanto que tenemos a estos colectivos tan de moda en este momento y con una gran capacidad de consumo en destinos.

Javier Vargas: "El Club elogger cuenta ya con cerca de 12.000 socios"

ENTREVISTA

JAVIER VARGAS
DIRECTOR GENERAL
DE E-LOG

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

e-log se conforma como un operador logístico que facilita el comercio electrónico en todo el territorio nacional y que, como operador de última milla, tiene una marcada especialización territorial aportando soluciones específicas para Canarias y Baleares. A rasgos generales, ¿cuál es la situación actual del sector de la logística?

Somos un sector que ha crecido de forma significativa en los últimos años con la irrupción de las ventas on line como nuevo canal de distribución, con una importante relevancia social y económica, representado el 8% del PIB y más de un millón de puestos de trabajo; en paralelo, ha evolucionado mucho tecnológicamente, tanto en la gestión logística pura de procesos de almacén como en la de entrega al cliente final.

Este panorama alentador, no está exento de problemas a resolver, tales como el incremento de los costes de explotación, falta de personal cualificado y el relevo generacional de conductores; de igual modo, el reto de la reducción de emisiones en el que estamos todo el sector concienciado e inmerso, no es sencillo de abordar por la falta de infraestructuras y vehículos de emisión cero que se ajusten a los requerimientos de nuestra actividad.

¿Qué valoración hace de la evolución de la compañía -teniendo en cuenta la situación del sector- en este último año?

Siendo e-log una Compañía con un pasado y un presente muy ligado a Canarias, en los últimos años hemos desarrollado nuevas líneas de negocio abordando nuevos territorios con gestión propia, como es Baleares, y en la que la logística y servicios de fulfillment tienen actualmente un peso muy notable, lo que nos ha permitido un crecimiento en 2022 por encima de la media del sector representando un 68% con respecto a 2021, año en el que igualmente crecimos a doble dígito.

Independientemente de las cifras, este último año ha posicionado a e-log en una situación privilegiada para poder seguir invirtiendo y ser el referente en los sectores y territorios en los que estamos especializados.

No cabe duda de que el sector logístico siempre se adapta a las necesidades de cada momento. En la actualidad, el e-commerce ha sufrido un incremento importante. ¿Qué retos implica este crecimiento?

Básicamente, los resumiría en dos grandes retos: optimizar y desarrollar las eficiencias operativas para mejorar el servicio y ajustar los costes; el otro gran reto, pasa por el desarrollo de un modelo de gestión interna y entregas ecommerce más sostenible. Como indicaba antes, la adecuada utilización de la tecnología la convierte en la aliada perfecta para optimizar el reparto y reducir emisiones pero debemos migrar a un modelo de entregas ecommerce donde la experiencia de compra se acompañe del componente social y medioambiental y, para ello, opciones de recogida en Puntos de Conveniencia/*Parcel Shops* y Buzones/*Loockers* debería ser el formato mayoritario a la vez que incluye al comercio tradicional en el canal on line como parte de la ecuación y fuente de oportunidades de ingresos y flujo de potenciales clientes a sus tiendas.

Cabe incidir en la creación del Club elogger, ¿qué viene a aportar el mismo?

Uno de los objetivos fundacionales de e-log hace seis años y que mantenemos vivo fue el de universalizar y democratizar, si me permitís la expresión, las compras on line desde Canarias. Es de todos conocido, especialmente por los residentes canarios, el geoblocking o bloqueo de un 60-70% del ecosistema ecommerce a las compras desde el archipiélago.

Desde entonces, trabajamos en el asesoramiento y animando a las tiendas de península a abrirse al mercado insular con un potencial nada desdeñable y dándoles la cobertura logística y soporte aduanero pare ello. Siendo este un camino lento, decidimos dar oportunidad a los canarios de poder comprar en cualquier tienda del mundo venda o no en Canarias, y lo hicimos a través del Club elogger de Compradores On Line canarios, una tienda on line de servicios delivery por la que gestionamos la entrega de sus compras en Canarias apoyándonos en nuestra infraestructura en península y las islas.

A fecha de hoy, el Club elogger cuenta con cerca de 12.000 socios y permite al residente canario superar la frustración de verse excluido de este ecosistema digital

¿Y qué nos puede comentar acerca de e-log Travel?

Al igual que nuestra División de Última Milla está especializada territorialmente en nuestros dos archipiélagos, la División Logística lo está sectorialmente.

e-log facility representa un servicio de fulfillment adaptado a las necesidades del sector ecommerce y a las particularidades de los diferentes productos que gestionamos en nuestros almacenes, tanto de península como de Canarias y Baleares y que nos permiten acercar el producto al mercado local.

e-log travel es una logística 360 diseñada específicamente para el sector turismo y a través de la cual prestamos cobertura a sus acciones de marketing, campañas de catálogos, merchan, documentaciones de viajes, dotación de consumibles a la red de agencias minoristas y una BBDD actualizada de estas que se traduce en importantes ahorros a nuestros clientes. Tenemos la satisfacción de habernos convertido en cómplices de un sector tan decisivo en nuestro país, siendo el principal proveedor de servicios logísticos para este en España y Portugal.

Para terminar, ¿cuáles son los retos y tendencias de cara al futuro?

Como sector, las indicadas arriba y, e-log como Compañía, amén de compartir estas, seguir creciendo como empresa de nicho en nuestras verticales de negocio y desarrollar nuevas iniciativas innovadoras dirigidas a los sectores a los que nos dirigimos y territorios en los que operamos de forma directa.

Ángel Lima Moeck: "El año pasado batimos récord, transportamos a 275.000 pasajeros"

ENTREVISTA

ÁNGEL LIMA MOECK
GERENTE DE TRANSHIERRO

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

¿Cómo ha vivido la Sociedad Cooperativa de Transportes de la isla de El Hierro este último año? ¿Ha sido un año positivo en cuanto a volumen de negocio?

El volumen de negocio ha evolucionado positivamente respecto al año 2021, pero también es verdad que en el año 2021 veníamos de un año de pandemia y creo que, no teniendo las mismas circunstancias, cualquier año siempre es mejor. La pandemia ha sido un antes y un después en los resultados económicos de muchísimas empresas. Afortunadamente, el año pasado fue un año de recuperación.

Como usted comenta, fue un año de recuperación pero, a la par, fue un año de inestabilidad económica ante el alza de los precios. ¿Cómo han hecho frente a esta situación?

Con muchísimas dificultades. La facturación ha sido buena, porque hemos facturado más, pero también es verdad que en gasto hemos tenido un incremento importantísimo, y todo con la excusa de la guerra de Ucrania. Ya El Hierro históricamente ha sido una isla cara en cuanto a los combustibles, pero con la guerra de Ucrania los combustibles y derivados del petróleo han sufrido un incremento importante, haciendo de 2022 un año complicado, con muchos frentes abiertos.

Y luego ha habido otro problema añadido. Nosotros, como empresa que prestamos un servicio de transporte escolar, nos hemos visto en una situación donde la administración nos tiene contratados por precios del año 2009-2010 pero, sin embargo, el gobierno se ha dedicado a subir el Salario Mínimo Interprofesional. Con lo cual a nosotros, que tenemos precios pactados a la hora de cobrar, nos resulta muy complicado hacer frente a los salarios, puesto que no se adapta lo que cobramos con lo que nos obliga a pagar el Estado.

Demandan una regulación que se ajuste a la realidad...

Exacto. Que sea proporcional y que una cosa dependa de la otra, pero la administración se centra en un contrato que se ha prorrogado. Esta prórroga ha supuesto que lo que nos pagaban en el 2010 sea lo mismo que nos pagan ahora en el 2023. Afortunadamente, este año, a base de presiones, por parte del Gobierno de Canarias han regularizado todos esos precios atrasados, que así y todo, muchas veces con ellos no logramos cubrir lo que supone el coste laboral, que es de los gravámenes más importantes que tiene una empresa.

Cambiando de tercio, en cuanto a demanda de servicios, ¿atisban una tendencia al alza? ¿Hay más pasajeros de lo habitual?

Hay más pasajeros de lo habitual, tanto en el transporte público como en el transporte discrecional. En el transporte discrecional, porque al desaparecer la pandemia la gente ha vuelto a salir, quiere viajar y usa los servicios turísticos que ofrecen las agencias de viajes.

Por su parte, el transporte público ha sufrido un incremento importantísimo. El año pasado batimos récord, transportamos a 275.000 pasajeros, una cifra muy importante para la isla de El Hierro, pues cuenta con muy poquitos habitantes, pero la gente se anima a usar el transporte público por varias razones:

1. Ha entrado en vigor una ayuda del Gobierno de Canarias, con la que a los residentes canarios el precio del transporte público es gratuito.

2. A ese valor añadido de coste 0, tenemos que el coste de los combustibles ha subido tanto que llenar el depósito supone destinar a ello una gran parte del sueldo.

Dentro de los diferentes sectores en los que se sitúa esta Sociedad Cooperativa, tales como el transporte regular, los taxis o el alquiler de vehículos. ¿Cuál destacaría? ¿Por qué están apostando los ciudadanos y turistas en la isla de El Hierro?

Por el transporte público. Es verdad que el transporte público en cuanto a frecuencias se puede mejorar, pero hay buenas comunicaciones entre los núcleos urbanos y ahora mismo donde más notamos el incremento de pasajeros es en el transporte público, más que en coches de alquiler, en el uso del taxi o del transporte discrecional.

Como te decía, la gente no quiere coger el coche ante el coste de la gasolina y si encima le das la posibilidad de tener un bono residente canario con el que pueden viajar gratuitamente durante el año 2023, la gente aprovecha.

Luego, el turista se compra el bono por viajes y visita la isla por 1 euro en cada traslado, un precio muy asequible.

Acabamos de salir de una festividad clave ante la llegada de turistas: la Semana Santa. ¿Cómo valoran desde Transhierro la misma? ¿Supuso un aliciente ante la llegada del verano?

Siempre es el preámbulo de las vacaciones estivales. El servicio público tuvo movimiento, pero aquí quien se llevó la medalla de oro es la parte relacionada con los coches de alquiler. Toda la flota ha sido alquilada. Lo que pasa es que estamos hablando únicamente de cuatro días, es verdad que son fechas importantes, pero son solo cuatro días, no es como en verano, que estás desde julio a septiembre con un volumen de trabajo importante. Así y todo, los resultados fueron buenos.

Si incidimos en las nuevas tecnologías, ¿cómo se acerca TransHierro al cliente?

Mejorando en su manera de comunicar a través de la nueva página web, tratando de facilitar los distintos servicios que presta. En el transporte público contamos con una aplicación para que los usuarios sepan cómo planificar cuando llegan a El Hierro su viaje, sus rutas y sus horarios. En el servicio de taxis facilitamos formularios para que el usuario pueda hacer una reserva en caso de que quiera que el taxi le espere en el punto de recogida a una hora concreta, lo mismo hacemos con los coches de alquiler.

Asimismo, tratamos de dar difusiones en redes sociales acerca de nuestras mejoras, nuestro compromiso con el medio ambiente, con la calidad, con la salud laboral… Al fin y al cabo, de lo que se trata es de comunicar.

En cuanto a la flota de guaguas, ¿cuáles serán las próximas apuestas?

Entre las próximas apuestas, en junio contamos con la adquisición de dos vehículos con capacidad para 60 personas para reforzar el servicio público. Hemos apostado por dos vehículos nuevos en este sentido y próximamente se incorporarán también dos taxis nuevos para el municipio de Valverde y Frontera, apostando por renovar flota.

José Ángel Hernández: "Nuestra demanda permanente es el aligeramiento de los requisitos burocráticos en el sector del transporte"

ENTREVISTA

JOSÉ ÁNGEL HERNÁNDEZ
SECRETARIO GENERAL DE LA FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE TRANSPORTES DE CANARIAS

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Muchas son las problemáticas a las que ha tenido que enfrentarse el transporte en los últimos años. Por fortuna, existen federaciones empresariales como la Federación de Empresarios de Transportes de Canarias, encargadas de velar por el sector, representándolo ante las instancias del poder político y administrativo. ¿Cómo valora usted el desarrollo de estos primeros meses del año 2023?

Han sido y están siendo meses muy complicados. De por sí las legislaturas tienen dos puntos que nosotros llamamos de "inactividad administrativa y política", que se ubican al principio cuando se acaban de nombrar los gobiernos y, por lo tanto, están comenzando a valorar los retos que tienen que afrontar. Y luego está el punto en el que nos encontramos ahora, en el cual ya se considera que están de salida con la convocatoria de las elecciones para el 28 de mayo. Esto último significa que todos los trámites que tenemos que concluir dentro de la presente legislatura hay que sacarlos a toda velocidad.

Todo ello inmersos en una situación bastante desfavorable, porque la inflación está afectando al sector del transporte de una manera especialmente cruel. Hay que tener en cuenta que el combustible, que ya venía desde el año 2022 en una subida imparable, supone más del 50% de los costes de explotación de nuestras empresas. Esto añadido al incremento de costes, como puede ser el coste laboral o de productos de financiación bancaria, tiene a nuestro sector pasando unos momentos no demasiado agradables.

Hablamos de un progresivo encarecimiento de los combustibles. ¿Han planteado a la Administración alguna vía para paliar este problema?

Sí. Hay dos vías: una Estatal y una de la Comunidad Autónoma. Empezando por la Comunidad Autónoma de Canarias, nosotros hemos de reconocer que ya desde el año pasado el Gobierno de Canarias vino aplicando una exención de los impuestos que gravan a los combustibles, en este caso en las empresas de transporte hablamos de una exención del 90%. Esta exención se planteó originariamente por un periodo de 6 meses, pero las condiciones económicas han propiciado su prorroga. El periodo actual finaliza el 30 de junio, pero ya el Gobierno de Canarias nos ha adelantado que se va a prorrogar al menos hasta finales de este año 2023, con lo cual, en ese sentido, están contribuyendo de una manera muy potente a tratar de reducir los efectos negativos del aumento de los costes.

Y luego, por otra parte, el Gobierno del Estado ha venido aplicando una serie de medidas como fueron los famosos 20 céntimos de reducción en el combustible que para nuestro sector es básico, pues somos el único sector productivo cuya dependencia de los derivados del petróleo superan el 50% de los costes de explotación, no hay ninguna otra actividad que tenga una dependencia tan fuerte como la nuestra.

Estas medidas han contribuido a reducir los efectos negativos, pero no han conseguido paliar en su totalidad los efectos negativos del incremento de los precios. Los ratios de rentabilidad de nuestras empresas se han visto reducidos al mínimo, lo que sí es verdad es que de momento han ido consiguiendo, por lo menos, compensar los costos. Con lo cual, el ejercicio de 2022 se cerró con unos márgenes de beneficio sectorial cercano al 1%, lo que es básicamente mantener la empresa viva y en este ejercicio 2023 no parece que tenga mejor pinta. Por lo tanto, estas medidas proporcionadas tanto por el Estado como por la Comunidad Autónoma están siendo básicas. Si no hubieran existido estas medidas en Canarias no hubiéramos conseguido remontar la inflación.

Entiendo que las dificultades a las que debe enfrentarse hoy un transportista son muchas y muy graves, pero si tuviera que destacar el principal problema que afrontan a día de hoy estos profesionales, ¿cuál señalaría?

Lamento decir que uno de los principales problemas que tiene el sector del transporte es la Administración Pública. Tenemos una actividad excesivamente reglada por una multitud de administraciones diferentes que, además, actúan de manera independiente tanto a la hora de promulgar sus leyes y reglamentos, como a la hora de gestionar, y luego las empresas de transporte tienen que intentar cumplir todas al mismo tiempo.

Me remito a algunas situaciones como, por ejemplo, el transporte escolar. En este año hemos tenido que llegar a dos planteamientos de paro, uno en enero y otro en abril, y el principal problema no es económico, sino la falta de gestión por parte de la Consejería de Educación en estos expedientes. Parece increíble, pero dentro de una situación inflacionista como en la que estamos que una administración se convierta en un problema grave para las empresas de transporte en guagua de Canarias es muestra evidente de esto. Otro de los elementos claros es la demandada adaptación de la normativa del tacógrafo a la realidad del archipiélago, con lo que llevamos un montón de tiempo avanzando a pasos de tortuga para que se trate de amoldar una normativa básica e imprescindible para nuestras empresas, teniendo en cuenta que en el resto de los archipiélagos de la geografía europea ninguna isla tiene en aplicación este método del tacógrafo. Un método que supone la ralentización de la gestión, mayores costes para las empresas y, por lo tanto, disminuye la capacidad competitiva de las mismas.

Nuestra demanda permanente es el aligeramiento de los requisitos burocráticos en el sector del transporte. Y luego, algo que nos parece increíble es que en Canarias la administración pública de transporte, tanto a nivel de Comunidad Autónoma como de Cabildos Insulares, no esté digitalizada, seguimos tramitando documentos con papeles en carpeta debajo del brazo.

En una situación de caída de ingresos, ¿se está retrasando la renovación de flotas de vehículos?

Sí, de una manera bárbara. Primero, porque el grado de confianza de las empresas respecto del futuro ha decaído de una manera muy importante. Segundo, con márgenes de beneficios tan pequeños no hay capacidad para estar renovando flota. Pero a esto, además, se han añadido algunas cuestiones de orden internacional. La conocida como crisis de los chips electrónicos unida a que países como China o la India, que son productores de acero y aluminio -elementos básicos para la construcción de guaguas y camiones- hayan pasado de ser simples productores a fabricantes de vehículos, a llevado a que ya no exportan estos materiales y, por lo tanto, las fábricas de camiones y guaguas no tienen capacidad desde finales del año 2021 de garantizarle a los compradores los vehículos que ellos quieren comprar y ni siquiera la fecha de entrega. Actualmente, en Canarias el periodo medio de entrega cualquier camión o guagua -independientemente de la marca- una vez se compra el mismo, supera los 18 meses. Y lo peor de todo es que cuando una empresa encarga un vehículo no va a saber cuál es el precio de ese vehículo hasta el momento de la entrega, porque durante ese periodo puede variar el precio al alza, según nuestras estimaciones, por encima de un 30-40% respecto al precio que tenía el vehículo cuando se hizo el encargo.

Esto está produciendo una incapacidad material de poder renovar la flota, lo que se une también a las dificultades económicas. De hecho, uno de los elementos que hemos puesto encima de la mesa al Gobierno de Canarias en las negociaciones que estamos llevando a cabo en relación a los retrasos en los pagos del transporte escolar, es que estos retrasos están impidiendo que las empresas puedan encargar ahora las guaguas que ya sabemos que nos van a ser falta para el año 2025. Un problema tremendamente importante, partiendo de la base de que las guaguas escolares a los 18 años de antigüedad -por ley- no pueden realizar ese tipo de servicios. Si no se produce una renovación de flota podríamos encontrarnos ante una quiebra sectorial.

Para terminar, ¿qué futuro le augura al transporte y qué retos afrontará el sector?

El transporte, sobre todo en Canarias, que por su lejanía y fragmentación del territorio tiene una dependencia total del transporte terrestre interior, estoy convencido de que tiene un gran futuro. Lo que pasa es que tiene grandes retos y dificultades. Uno de ellos es la modernización de las empresas, y no me estoy refiriendo solo a la modernización de los vehículos en sí, sino a la estructura empresarial. Tenemos que tratar de dar un paso hacia delante y para ello necesitamos ayuda institucional en elementos como la digitalización de nuestros servicios, hay que tratar de llevar los servicios de transporte de la parada al teléfono móvil de nuestros ciudadanos y eso conlleva un gran reto. Tenemos que tratar de homogeneizar los servicios que prestamos en toda la comunidad autónoma, me refiero por ejemplo al bono de residente canario, que hay un bono diferente, con condiciones diferentes en cada una de las islas; lo razonable sería que existiera un bono que pudiera ser utilizado en cualquier medio de transporte de cualquier isla.

No podemos olvidarnos de un pulmón económico insustituible, que son los puertos canarios. Hasta la fecha no ha habido una política clara de fortalecimiento de la logística en Canarias, ya en la pandemia se vio que los servicios de transporte de mercancías fueron los únicos que consiguieron garantizar suministro de mercaderías a la ciudadanía. En Canarias no tenemos actualmente zonas logísticas destinadas al transporte de mercancías y creemos que ese es un reto que la Comunidad Autónoma debe afrontar más pronto que tarde para poder garantizar una estabilidad a la capacidad logística dentro del archipiélago.

Rosa Martín: "Queremos crear la primera universidad especializada en transporte en Canarias"

ENTREVISTA

ROSA MARTÍN RODRÍGUEZ
DIRECTORA DE FUNDACIÓN NOS MOVEMOS

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

¿De dónde y con qué fin nace la Fundación Nos Movemos?

La iniciativa de la Fundación Nos Movemos nace del Grupo 1844, un grupo que lleva asentado en Canarias casi medio siglo dedicándose al transporte de viajeros. Estamos ante una empresa familiar que ha crecido gracias a Canarias, a su población y a la implicación de la sociedad en el negocio, la fundación viene siendo una forma amable de agradecimiento.

La fundación se crea con el fin de optimizar el desarrollo de la sociedad canaria. En este sentido, se han creado en torno a 4 líneas de actuación muy características con una perspectiva general. Por un lado, está la infancia y la discapacidad, que aporta, ayuda y colabora con la población; por otro lado, está el desarrollo del empleo, en una apuesta por el talento canario; el voluntariado, generando una cultura en base a la ayuda y, por último, el transporte solidario, pues la logística hoy en día se está convirtiendo en un bien necesario, pero muy caro, por lo que a aquellas instituciones vinculadas a la educación o a determinadas discapacidades que necesiten y precisen de una logística, las apoyamos con el servicio que pueden aportar nuestras guaguas.

Ahora mismo estamos trabajando a nivel nacional ante la falta de conductores especializados. Teniendo presente esta demanda se ha creado el proyecto de "Empleo sobre ruedas", una iniciativa que nace de la demanda que existe en la actualidad de conductores actualizados con las competencias necesarias. Estamos hablando de un transporte inmerso en una etapa de digitalización que sufre una brecha generacional, siendo la edad media de los chóferes de 50 años, personas a las que el ámbito digital ya se les ha escapado. Se ha creado este proyecto teniendo en cuenta tres parámetros claves. Uno de ellos es la formación técnica que se precisa para conducir un vehículo de estas características, el carnet D y el CAP. Asimismo, hemos creado dentro del proyecto una línea transversal, se les proporciona a los participantes competencias digitales, competencias psicológicas para que desarrollen y tengan en cuenta el posicionamiento de la persona en el puesto de trabajo, competencias comunicativas y también tenemos un módulo de competencias lingüísticas.

Por otra parte, nos hemos ido a las áreas de desarrollo local y acción social de ayuntamientos y Cabildos y los beneficiaros son personas con alta exclusión social. En Lanzarote, por ejemplo, tenemos a un grupo de mujeres víctimas de violencia de género, y en Fuerteventura, a través de Cáritas, tenemos un grupo compuesto por mujeres víctimas de este tipo de violencia y mujeres de alta exclusión social.

Hay un colectivo de personas que por circunstancias determinadas están en una situación extrema. El hecho de darles una formación vinculada a un puesto de trabajo les ayuda, pues todo participante tiene un empleo 100% asegurado. Comienzan con una formación técnica, siguen con una formación transversal y entran al mundo laboral. Durante todo ese proceso la fundación se encarga de gestionar que todos los actores cumplan su papel. En la misma línea, hemos creado un grupo de voluntarios corporativos que actúan como tutores, por lo que existe un acompañamiento durante todo el proceso.

Ya contamos con testimonios que dejan constancia del valor de estas acciones, que dejan constancia de cómo con una formación de 3 meses se puede acceder al mercado laboral a través de un puesto de trabajo de calidad con un compromiso mínimo de 2 años.

Algo a destacar es que inciden en apostar por el papel de la mujer en este tipo de puestos de trabajo, siendo un sector muy masculinizado hasta la fecha, lo cual supone abrirle puertas a todas las mujeres, especialmente a aquellas que cuentan con dificultades para incorporarse a la vida laboral...

Exacto. Luego son esas mismas mujeres las que nos comentan lo empoderadas que se sienten al conducir una guagua.

El origen no recaía en centrarnos en las mujeres víctimas de violencia de género, pero ha sido todo un éxito. Además, nos estamos dando cuenta que esas personas, una vez se incorporan a la empresa, vienen con características de excelencia, pues han tenido una trayectoria personal que las ha hecho fuertes y resilientes. Tal es el éxito, que me encuentro en Madrid presentando el proyecto a ANGTRA y AETRAN que han contactado con nosotros.

¿Cómo atisban que será la acogida a nivel nacional? ¿Pretenden cubrir cada vez más territorio o va tratarse de una acción puntual?

Nuestra intención era actuar únicamente en Canarias, pero nos han conocido, nos han visto y nos han demandado. Tenemos una presentación en IFEMA con la Secretaría de Estado, Movilidad y Transporte y con todo un equipo de transportistas, porque estamos ante un problema a nivel nacional.

Estamos ilusionados. En 15 días tenemos una presentación en Alicante y ya se han puesto en contacto conmigo también desde Andalucía, porque nos han visto, han visto el éxito. Es un proyecto que está cubriendo muchas partes, está cubriendo la parte del transporte, la parte social y estamos trabajando dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible cuatro objetivos claves:

1. La pobreza. Los índices de pobreza son altos y muchas de las personas que acuden a nosotros logran obtener, en muchos casos, el primer sueldo de sus vidas. Recaemos en la dignidad de la persona tras el transporte.

2. Alianzas. Comprendemos un vínculo de alianzas con instituciones públicas y asociaciones. Ya contamos con alianzas, por ejemplo, con la Fundación Mapfre o con Fundación La Caixa.

3. Desarrollo económico. Estas personas que estaban viviendo de subvenciones o ayudas se encuentran en la actualidad trabajando y, por ende, contribuyendo al crecimiento del país.

4. Lograr la igualdad entre los géneros. Ha sido un proyecto creado en base a una necesidad, pero con perspectiva social y que está cubriendo unas expectativas que no teníamos.

Hay una formación muy importante vinculada a este puesto de trabajo que muchas veces desmerecemos y que a lo largo de la historia no se le ha dado la importancia que tenía...

Dentro de nuestra misión está, entre otras cosas, como dice el presidente de la Fundación llegar a un colegio y que los niños digan "quiero ser chófer de guaguas". La logística lo es todo y tener competencias y la formación adecuada es crucial. Hoy una guagua no tiene tan siquiera espejos retrovisores, está todo digitalizado, se acerca más al esquema de un avión que al de una guagua convencional. Lo mismo sucede con los mecánicos, un mecánico hoy en día trabaja con bata blanca y un ordenador. Dignificar el puesto de trabajo entra dentro de nuestra iniciativa. La fundación no tiene fronteras, no entiende ni de partidos políticos, ni de preferencias, somos una fundación libre y nutrimos a otras empresas de mano de obra sin miramientos.

¿Existe una buena relación con la administración pública?

Sí. La acogida ha sido fabulosa. Es cierto que no pensaba que fuera a tener tal acogida, pero no nos han dicho nunca "no", nos han recibido con los brazos abiertos.

Para la empresa que preside la fundación, el Grupo 1844, es todo un orgullo ser el precursor de esta iniciativa tan importante, que está teniendo tanto éxito...

Sí. Una cosa muy importante es que la fundación, como no atiende a temas corporativos, se muestra como un vinculo de unión. Hay un buen ambiente en el sector del transporte, con competidores como en todos los sectores, pero en este sentido estamos ante una forma de unión, de remar juntos por una misma causa no solo económica, sino también social.

¿Cuáles serán los siguientes pasos que dará la Fundación Nos Movemos?

El siguiente paso será crear en Canarias la universidad especializada en transporte, consolidarnos como un referente dentro de la formación del transportista en todo su conjunto. Ya estamos conformando su estructura administrativa para ser un referente en este sentido.

Y luego, otra parte que tenemos en borrador y que será futura, se basa en una unión mar, tierra y aire entre todos los transportistas para crear proyectos de impacto en la sostenibilidad.

Alfredo Zorraindo: "Tendremos un 10-15% más de volumen de negocio respecto al volumen de años anteriores"

ENTREVISTA

ALFREDO ZORRAINDO
PROPIETARIO DE TRANSPORTES RO RO CANARIAS

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

¿Qué balance hacen desde Ro Ro Canarias de los meses acontecidos?

Desde Ro Ro Canarias hacemos un balance positivo de los meses acontecidos. Frente a los acontecimientos económicos y políticos que han tenido lugar, los meses han sido positivos, hemos tenido un óptimo volumen de trabajo. Inclusive, en los tres primeros meses de este año hemos trabajado más respecto a la misma fecha del año anterior.

¿Qué volúmenes prevén gestionar en los próximos meses?

Según las previsiones, teniendo en cuenta los tres últimos meses, tendremos un 10-15% más de volumen de negocio respecto al volumen de años anteriores.

¿Se trata de un sector que crece al alza?

Ro Ro Canarias es una empresa familiar que empezó muy poco a poco. Constantemente hemos ido creciendo y no hemos tenido altibajos. No obstante, no sabría indicarte si este hecho se debe a que estamos inmersos en un mercado creciente y fructuoso, o si se debe a la estrategia de marketing por la que hemos optado. Un marketing cada vez más eficiente que hemos ido implementando con el transcurso del tiempo.

La economía atiende a una desaceleración a finales de este año. ¿Podría la misma afectar a Ro Ro Canarias?

No tenemos previstas las consecuencias de una posible desaceleración de la economía por el tipo de servicio que prestamos. Nosotros normalmente damos un servicio a clientes particulares ante el transporte de vehículos entre península, Canarias y Baleares. Creo yo que independientemente de la economía, bien atendiendo a su crecimiento o desaceleración, la mudanza de personas entre Canarias y península es siempre constante, sobre todo cuando hay una desaceleración de la economía y la gente comienza a quedarse sin trabajo, que empieza a buscar nuevos rumbos. Nosotros ofrecemos ese servicio para este tipo de clientes en cuanto al traslado de sus enceres personales y vehículos. En definitiva, no creo que nos afecte una desaceleración económica.

¿Algún reto que afrontar este año?

No. Los retos a los que nos enfrentamos son los habituales, como ir mejorando en prestación de servicios. En este sentido, tenemos previsto el desarrollo de una aplicación web dirigida a los clientes para que puedan hacer un seguimiento en tiempo real de su transporte.

En términos de innovación, apuestan fuertemente por la digitalización...

Sí. De hecho, nuestra empresa está completamente digitalizada.

Para concluir, ¿por dónde pasa el futuro de Ro Ro Canarias?

Nuestra previsión es la de siempre, nosotros no tenemos pensado ampliar los servicios, más allá de los que ya ofrecemos. Nuestra intención es mantenernos y seguir creciendo poco a poco como lo venimos haciendo desde hace mucho tiempo.

Alexis Montesdeoca: "La tecnología y la sostenibilidad son dos pilares fundamentales que definen nuestra hoja de ruta"

ENTREVISTA

ALEXIS MONTESDEOCA
DIRECTOR REGIONAL DE CANARIAS DE GRUPO RHENUS

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Rhenus, siendo uno de los proveedores de servicios logísticos líderes a nivel mundial, cuenta con delegaciones propias en Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura, dotadas de almacenes aduaneros. ¿Qué ha llevado al grupo a realizar esta fuerte apuesta por Canarias?

En Grupo Rhenus entendemos la singularidad logística canaria y sabemos responder al desafío que representa abastecer a un archipiélago situado a 1.400 kilómetros de la Península, con una población de 2,2 millones de personas repartidas en siete islas.

Este conocimiento es fruto de una larga trayectoria. Nuestra especialización en el transporte de mercancías con Canarias tiene sus orígenes en 1982 y, desde entonces, Canarias se ha consolidado como un eje estratégico para nuestra actividad.

Hemos crecido de la mano de sus empresarios, al ritmo del avance económico y social que han emprendido las islas a lo largo de las últimas décadas y ahora seguimos apostando decididamente por Canarias porque queremos continuar formando parte de esta historia de crecimiento.

Los últimos datos aportados por el Instituto Canario de Estadística confirman estas expectativas: las importaciones canarias aumentaron a cierre de 2022 un 41 por ciento respecto al año anterior; mientras que las exportaciones canarias se dispararon hasta un 49 por ciento, situándose como la comunidad autónoma española con mayor ritmo de crecimiento.

Son unos resultados espectaculares, que confirman la importancia creciente del comercio exterior para las islas y, por tanto, que la logística es un elemento cada vez más decisivo para la competitividad de las empresas canarias.

¿Qué servicios logísticos ofrecen en la actualidad?

Somos un partner logístico integral en Canarias porque garantizamos una cobertura integral a las necesidades de la cadena de suministro, tanto en el transporte con origen o destino en las islas, como en la operativa logística interna, tanto del archipiélago como de las islas.

Por una parte, conectamos a las empresas instaladas en el archipiélago con cualquier destino de la Península, el conjunto de Europa o de Asia, y nos adaptamos a sus necesidades y a sus mercancías, con servicios marítimos y aéreos para la paquetería, la mercancía paletizada o la carga completa.

A la vez, contamos también con una amplia oferta de transporte entre el archipiélago, para carga parcial y completa, así como una completa gama de tráfico terrestre para garantizar la conectividad en el interior de cada una de las islas, en la que incluimos servicios de temperatura controlada para el sector de la alimentación y el farmacéutico.

Toda esta cartera de soluciones de transporte la completamos con diferentes servicios de almacenamiento y gestión aduanera, por lo que nos convertimos en el único interlocutor para las empresas a lo largo de toda su cadena logística.

A su vez, ¿con qué recursos e infraestructuras cuenta el grupo a día de hoy?

Disponemos de una estructura propia de delegaciones en Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura, con una amplia red de centros dedicados al almacenamiento, autorizados como Almacén de Depósito Temporal (ADT) y Local Autorizado de Mercancía para la Exportación (LAME).

A estos activos, se suma toda la infraestructura de Grupo Rhenus en la Península, ya que en un territorio insular y ultraperiférico como Canarias, con una gran dependencia de las importaciones procedentes de la Península, la logística comienza mucho antes de que las mercancías lleguen por vía marítima o aérea.

Toda esta red se sostiene gracias a un amplio equipo de profesionales especializados en los tráficos con el archipiélago, que son nuestro gran factor diferencial. Su experiencia y dedicación es el principal valor añadido que ponemos a disposición de las empresas canarias.

Y si incidimos en la tecnología, ¿qué peso tienen las innovaciones tecnológicas en el desarrollo de un servicio de calidad?

La tecnología y la sostenibilidad son dos pilares fundamentales que definen nuestra hoja de ruta y cada servicio que prestamos. Cuando digitalizamos un proceso, incorporamos una innovación o invertimos en un nuevo desarrollo tecnológico estamos aportando eficiencia que beneficia a la productividad de nuestros clientes, pero también en un uso más eficiente de los recursos. Por este motivo, entendemos que el salto de calidad para una empresa logística pasa necesariamente por este binomio de tecnología y sostenibilidad.

Esta visión la estamos materializando actualmente en Canarias con una gran apuesta por la digitalización en la tramitación documental del transporte, la incorporación de servicios IT o soluciones de tracking para el seguimiento de la mercancía. Nuestro objetivo es poner al servicio de los clientes las mejores herramientas para garantizar que la logística se convierta en un factor de competitividad para su negocio, con el menor impacto medioambiental posible.

En este compromiso por la innovación y la sostenibilidad partimos con una gran ventaja. En una empresa de la dimensión global de Rhenus, con 39.000 personas trabajando en todo el mundo, permanecemos actualizados en la continua evolución tecnológica en la que está inmersa el sector logístico, poniendo a prueba permanentemente las prácticas más disruptivas, participando en proyectos con centros de investigación o estableciendo alianzas con otros líderes de la industria en la búsqueda de una mejora constante de procesos.

¿Qué previsión de crecimiento plantean para este 2023?

Somos muy optimistas de cara a los resultados de 2023. Continuamos inmersos en un entorno sumamente complejo a escala internacional y permanecemos en alerta ante la incertidumbre económica, pero confiamos plenamente en el mercado canario. Cada día nuestros clientes nos transmiten la fortaleza de la actividad económica de este mercado y el análisis de distintos índices, como el índice de confianza empresarial o los propios resultados de las autoridades portuarias canarias, nos muestran que el clima continúa siendo muy favorable para el comercio y, por tanto, para la logística.

Tenemos muy interiorizado que nuestro crecimiento está absolutamente vinculado al de nuestros clientes y cada paso que damos está ideado para aportar nuevos argumentos a los empresarios para que nos confíen sus mercancías. Este es el camino que seguimos en Rhenus para continuar consolidando nuestro crecimiento en Canarias y mantener una posición de liderazgo en los tráficos logísticos con el archipiélago.

Sobre Rhenus

Grupo Rhenus es uno de los principales especialistas en logística, con operaciones comerciales en todo el mundo y una facturación anual de 8.600 millones de euros. Rhenus emplea a 39.000 personas, que trabajan en 1.120 localizaciones y desarrollan soluciones innovadoras a lo largo de toda la cadena de suministro. Ya sea en el ámbito del transporte, el almacenamiento, el despacho de aduanas o los servicios de valor añadido, la empresa familiar agrupa sus operaciones en varias unidades de negocio con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes en todo momento.

Juan Artiles López: “Sentimos que no se nos valora como se nos tendría que valorar”

ENTREVISTA

JUAN ARTILES LÓPEZ
PRESIDENTE DE FEDETAX

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

¿Cuál es la situación actual del sector del taxi en Canarias?

Actualmente nos encontramos ante un sector que se está recuperando, lo cual se asocia a la recuperación del sector turístico en las islas. De momento, estamos en fase de recuperación, aunque sin llegar, en muchos casos, a las cifras de 2019.

Se habla mucho desde las instituciones públicas de incentivar el uso del transporte público, incidiendo en el uso de guaguas. ¿Sienten estar desplazados ante este tipo de políticas? ¿Sienten que no se incentiva el uso del taxi?

Completamente. Sentimos que no se nos valora como se nos tendría que valorar. No se nos ayuda, por ejemplo, a promocionarnos. Siempre se habla del transporte público en referencia a las guaguas. Nosotros entendemos que somos un transporte público esencial, cubrimos gran parte de las necesidades de movilidad de la población y nos sentimos, en ese aspecto, bastante abandonados por las instituciones.

¿Qué peticiones hacen a la administración?

A las administraciones públicas pedimos, fundamentalmente, cumplir la ley en lo que se refiere a los trabajos de los microbuses y a la aplicación y el respeto al tacógrafo en las guaguas.

Hasta la fecha, ¿han respondido positivamente las instituciones públicas a vuestras peticiones?

La realidad es que en este curso político las relaciones con la parte política de la administración han sido prácticamente nulas, sobre todo con el Gobierno de Canarias. Aunque con los técnicos y el personal administrativo sí que ha habido una comunicación fluida, políticamente no hemos tenido ninguna relación.

¿Esperan que en esta nueva legislatura puedan tener una mejor y mayor comunicación con el Gobierno?

Sí. Es que a peor no puede ir.

No cabe duda de que la inflación y el elevado coste del combustible ha dañado la economía del sector. Un sector en el que recientemente se han actualizado precios que estaban sin actualizar desde 2013. Ahora se pagará un 20% más a la hora de utilizar el servicio interurbano...

Efectivamente. Eso es lo que arroja el estudio que se encargó desde el Gobierno de Canarias. Una vez se estudió la situación, se actualizaron los precios, y la tarifa, por ende, ha aumentado. Hay que tener en cuenta que desde el 2013 no se subían las tarifas, lo que hicimos en el 2017 fue una revisión en torno a la forma de aplicación de la tarifa, pero la subida en sí no se llevaba a cabo desde 2013, llevábamos prácticamente 10 años sin actualizar la misma.

Una subida que se ajusta bastante más a la realidad de los costos y de la explotación. No es que tengamos actualmente una rentabilidad exponencial, pero sí que se aproxima a lo que debe ser.

¿Cuáles son los retos a futuro a los que se enfrenta este sector?

Los retos a futuro a los que nos enfrentamos pasan por ser capaces de desarrollar nuestra propia forma de explotar el taxi en Canarias para evitar que las grandes plataformas entren en competencia con nuestro sector. Debemos prepararnos para hacerle frente a esa competencia.

¿Por dónde cree usted que pasa el futuro del taxi en Canarias?

El futuro del taxi en Canarias pasa por la capacidad que tengamos nosotros como sector de asumir nuevos retos para competir con otras plataformas. Así como con la capacidad que tengamos de competir contra nosotros mismos para dar un mejor servicio y consolidar una oferta en condiciones. El reto del taxi a futuro somos nosotros mismos.

ENTREVISTA

JUAN MANUEL HERNÁNDEZ
DIRECTOR COMERCIAL DE MOTOR 7 ISLAS

Juan Manuel Hernández: "La tecnología digital está revolucionando el sector del automóvil"

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

El sector de la automoción es uno de los más afectados por la revolución digital. Un sector inmerso en una profunda transformación en el que las tecnologías entran a disrumpir a una velocidad sin precedentes. ¿Cómo está afectando este cambio de paradigma a los concesionarios?

Como a todos los sectores, la revolución digital, efectivamente, nos está afectando. Clientes que antes solían venir y pasar por las exposiciones a recabar información sobre los diferentes modelos y marcas sobre los que estaban interesados para su compra, ahora lo hacen principalmente en primera instancia a través de Internet, concretamente, a través de la página web de los concesionarios o de las redes sociales. En esta línea, cuando ya tienen una decisión o un número reducido de dos o tres vehículos y modelos que les interesan, vienen al concesionario con una idea clara de qué es lo que quieren, sobre qué precio se mueve lo que quieren, el equipamiento… Consecuentemente, el pase a exposición se ha reducido un poco, supliéndose con la información que traen los clientes tras indagar en el ámbito digital.

Incidiendo en el vehículo, ¿cuáles son las tecnologías que están produciendo un mayor cambio o mejora en los mismos?

Los vehículos a día de hoy son ordenadores con ruedas. Cuentan con sistemas de geolocalización, digitalización de la multimedia, conectividad del vehículo con otros vehículos y con el propio concesionario y la marca… No cabe duda de que la tecnología digital está revolucionando el sector del automóvil.

> "El pase a exposición se ha reducido un poco, supliéndose con la información que traen los clientes tras indagar en el ámbito digital"

A su vez, se habla de un consumidor más exigente y con una nueva forma de entender la movilidad. ¿Cuáles son los cambios más importantes y qué medidas toman las empresas para estar al día de los nuevos perfiles de consumo?

Nosotros, a través de las marcas y de nuestras propias redes sociales, estamos conociendo cada vez más el perfil del cliente. La tecnología nos ayuda a conocer el perfil del consumidor y a adaptarnos a las necesidades de este cliente digital. Con lo cual, la comunicación es bidireccional: el cliente se nutre de la información que las marcas y los concesionarios le ofrecemos y nosotros nos nutrimos de la información que nos deja el cliente a través de sus necesidades digitales.

Otra de las consecuencias del cambio de paradigma que está viviendo el sector tiene que ver con el empleo. ¿Cuáles son los perfiles que más demanda el sector? ¿Cuáles son los nuevos retos a los que se tienen que enfrentar las compañías en la gestión del talento?

Todo lo relacionado con la informática, la tecnología, innovación, el I+D+i y la información comprenden los perfiles más demandados, aunque la parte comercial también sigue demandando perfiles como, por ejemplo, asesores comerciales.

> "La tecnología nos ayuda a conocer el perfil del consumidor y a adaptarnos a las necesidades de este cliente digital"

No obstante, los nuevos asesores comerciales deben tener un perfil digital, adaptado a la nueva formación digital, partiendo de la base de que el nuevo cliente se orienta por cuestiones digitales. Por otro lado, ha de tener conocimiento respecto a la tecnología del vehículo, por lo que estamos ante un perfil comercial más técnico y digital.

¿Qué nos podría comentar respecto a las ventas en Motor 7 Islas? ¿Atisban una tendencia positiva?

Ahora mismo todo depende de la disponibilidad de vehículos. Seat el año pasado, ante la escasez de microchips y otros componentes, tuvo ciertas dificultades para poder entregar vehículos. Todos estos vehículos se están entregando este año, hay una demanda contenida que se está satisfaciendo positivamente.

La producción de algunas marcas -como la nuestra- se está normalizando, por lo que la entrega de vehículos está siendo buena, el mercado en Canarias está creciendo. Esta demanda contenida y la buena situación económica que se perfila en Canarias gracias a la entrada de turistas nos hacen prever un crecimiento de mercado.

Antolín Goya: "Coordinadora es la confederación sindical más importante en los puertos españoles"

ENTREVISTA

ANTOLÍN GOYA
COORDINADOR GENERAL DE COORDINADORA ESTATAL DE TRABAJORES DEL MAR (CETM)

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

¿Cuándo y bajo qué necesidad nace Coordinadora Estatal de Trabajadores del Mar?

Coordinadora Estatal de Trabajadores del Mar se fundó en julio de 1979, prácticamente cuando estaba emergiendo la democracia en España. Un momento en el que nuestro colectivo es objeto de ataques por parte del gobierno de ese momento, a la par que vive la falta de respuesta, la ausencia de una defensa firme por parte de los sindicatos en esa época.

Ante esa situación, los colectivos de portuarios de ese momento decidieron crear Coordinadora, como la llamamos de manera breve; a partir de ello empezaron a liderar las asambleas, las negociaciones e iniciar su expansión por toda España, participando tanto en foros de decisión a nivel estatal como europeo.

Somos un sindicato democrático con un objetivo principal, que es la defensa de los intereses profesionales, económicos y sociales de los trabajadores cuyo entorno laboral es el portuario.

Trabajamos en un sector estratégico y especializado que realiza su labor en los puertos; de hecho, hay que tener en cuenta que cerca del 60% de las exportaciones y el 85% de las importaciones, es decir, el 53% del comercio exterior español con la Unión Europea y el 96% con terceros países pasa por nuestras manos, somos conscientes de ello y de nuestra responsabilidad.

Coordinadora es la confederación sindical más importante en los puertos españoles y está formada por la Coordinadora Estatal de Estibadores Portuarios (CEEP) y Coordinadora Estatal de Trabajadores de los Puertos (CETP).

A través de CEEP defendemos a los trabajadores dedicados a la actividad de carga, descarga, estiba y desestiba de buques, es decir, al sector de la estiba portuaria. Precisamente, en lo que a estiba se refiere, Coordinadora es el sindicato mayoritario en representación sindical del sector en los puertos; por ejemplo, el 100% de los trabajadores de estiba en puertos como Barcelona, Algeciras, Las Palmas o Valencia están afiliados a Coordinadora, una posición que nos hace ser líderes en las negociaciones.

En cuanto a nuestra otra parte, CETP, defendemos a los trabajadores de operaciones, oficina y mantenimiento de las empresas estibadoras, amarradores, remolcadores, personal de corporaciones de prácticos, de autoridades portuarias, transportistas, personal de consignatarias, de servicios auxiliares del puerto y de actividades relacionadas con el transporte marítimo. Y se trata de una parte en el que estamos creciendo exponencialmente, cada día contamos con más afiliación y, sobre todo, contamos con más representantes o delegados en diferentes empresas.

Además, tenemos representación europea e internacional formando parte de la European Dockworkers Council (EDC), integrada por las organizaciones sindicales del sector de la estiba más representativas de los países de Francia, Eslovenia, Suecia, Dinamarca, Chipre, Malta, Portugal, Grecia, Montenegro, Italia, Croacia, e incluida España a través de Coordinadora.

En ese espacio internacional, nuestro compromiso es hacer más fuerte el presente y el futuro del sindicalismo en Europa, en la que trabajamos decidiendo con autonomía, sin permitir imposiciones y luchando siempre con voz propia.

¿Cuáles son las bases que sustentan a esta confederación sindical?

Los pilares de nuestra organización se centran en la lucha, el carácter asambleario, la profesionalidad, la solidaridad, la unidad del sector y el orgullo de pertenencia. Además, tenemos una fuerte conciencia social y un compromiso solidario tanto con causas de ámbito local, estatal como mundiales.

Somos un sindicato que defendemos la unidad dentro del colectivo como clave fundamental para el cambio de cualquier realidad, pues es lo que creemos que no da la fuerza, y promulgamos la participación de todos los afiliados, por eso creamos una organización que es de tipo asamblearia, es decir, donde todos los afiliados participamos y tenemos voz en las asambleas para que la posición final del colectivo sea democrática, el reflejo más fiel posible de cada uno de sus miembros.

Desde Coordinadora apuestan decididamente por la mejora continua de la formación en los puertos, no solo en el ámbito profesional, sino también en el sindical. Coméntenos las líneas de formación más relevantes para los tiempos venideros.

Estamos ante una sociedad cambiante, donde las nuevas tecnologías nos condicionan en nuestro trabajo y, me atrevo a decir, que esto ocurre en prácticamente todas las actividades profesionales, o por lo menos algo similar.

Estamos en un momento en que los puertos se están transformando hacia una mayor digitalización, experimentando cambios tecnológicos y normativos; es una tendencia hacia un mundo cada vez más competitivo y globalizado, nuestro sector no es ajeno a ello.

El hecho de ser más competitivos nos abre como reto el ayudar a captar cada día más tráficos para nuestros puertos y evitar que las navieras prefieran operar en muelles donde el nivel de profesionalidad no es tan bueno o que no cumplen al 100% las normativas en materia de seguridad y salud o en el ámbito medioambiental.

Otra de las cuestiones que afecta, en este caso a nuestra profesión, es la constante de trabajar por la seguridad jurídica del sector, por lo que debemos continuar trabajando para que ante posibles cambios normativos que se puedan suscitar no se genere una merma de los derechos laborales de los profesionales, por lo que la labor de la Acción Sindical para Coordinadora es clave.

¿Y cómo están abordando la acción de formación?

En Coordinadora consideramos que es básica la formación de los compañeros para el desarrollo de su actividad, para enfrentarse a los cambios tecnológicos y normativos con todas las garantías. Es básica para ofrecer un servicio de calidad, de prestigio que nos permita estar preparados para captar nuevos tráficos.

Por eso, estamos fomentando, dentro de nuestra labor sindical, que se cubra la necesidad de que nuestros compañeros en los puertos cuenten con formación profesional específica, para tener una mano de obra especializada y cualificada, donde además se incluya la formación continua, ya que nuestro compromiso requiere estar siempre adquiriendo los conocimientos necesarios que nos permitan abordar los constantes cambios que se dan en nuestro sector.

En tanto que la profesionalización también es parte del avance de nuestro modelo de sindicato, nuestro futuro como tal pasa por continuar en la defensa y promoción de nuestros intereses profesionales, económicos y sociales, incidir en la acción sindical, e invitar a nuestra afiliación a ser activos, a participar más en estos aspectos.

De ahí que también hayamos puesto empeño en la formación sindical para los delegados y delegadas, para que cuenten con las herramientas necesarias, ya que no cabe duda de que los numerosos retos a los que nos enfrentamos diariamente exigen contar con representantes preparados para afrontarlos.

¿Con qué retos se enfrentan a este 2023?

En el año 2022 sacamos adelante el V Acuerdo Marco de la Estiba tras una compleja negociación que iniciamos en el año 2017. Posteriormente, fue denunciado por la patronal minoritaria del sector ante la Audiencia Nacional, que terminó desestimando la denuncia y ratificando al 100% nuestro convenio que quedó plenamente consolidado.

Estamos en un momento en que, por un lado, comienzan las renovaciones de los convenios colectivos locales y, por otro, están en marcha diversos procesos de disolución de algunos Centros Portuarios de Empleo, el V Acuerdo Marco de la Estiba nos aporta seguridad, y es este uno de los aspectos en los que estamos trabajando.

Como reto general y, en el que trabajamos en el día a día, es que los miles de trabajadores del sector hagamos, entre todos, crecer los puertos de una manera justa y equitativa, porque sabemos que es posible desarrollar nuestras profesiones en unas condiciones dignas y estables.

ENTREVISTA

ALEJANDRO CARBALLO
RESPONSABLE DE OPERACIONES DE TRANSPORTES CARBALLO

Alejandro Carballo: "La consolidación en el mercado canario ha sido uno de los hitos más importantes de nuestra trayectoria empresarial"

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Desde Transportes Carballo proporcionan cobertura a nivel internacional gracias a unos sistemas informáticos que así lo permiten. En esta línea, ¿cuáles han sido las últimas incorporaciones tecnológicas?

Para Transportes Carballo la implantación de procesos tecnológicos son un eje principal con el que poder recabar información y datos contrastados para ejecutar decisiones logísticas óptimas, que se transforman en dar un servicio con garantías a nuestros clientes. Como incorporaciones tecnológicas ya implementadas, hemos introducido en la compañía:

1. Aplicación de geolocalización en nuestra flota para controlar a tiempo real y notificar a nuestro cliente en todo momento el transcurso de su mercancía. Esta herramienta nos aporta datos de carácter logísticos relevantes.

2. Software para la gestión de albaranes digitales: aportamos una aplicación móvil para los dispositivos del personal de la compañía para hacer las gestiones pertinentes con el cliente y retornar a nuestra base de datos lo relativo a esta práctica, incluyendo la supresión del papel que conlleva todas estas prácticas.

3. Software de gestión documental para departamentos internos de la compañía.

4. Programas de digitalización implementados para ahorrar en tiempo y costes.

¿Qué valor añadido han aportado tanto a la empresa como al cliente final?

Gracias a los procesos de transformación que hemos introducido mediante la tecnología, estos reportes de valor añadido son claves para ofrecer un servicio de calidad y que esté a la altura del cliente final. Con estos cambios, se abre la posibilidad de que la compañía pueda dar un salto tanto cualitativo como cuantitativo y que se acerque lo más posible a las exigencias de nuestros clientes.

¿En qué se basa vuestro proceso de digitalización?

Nuestro proceso de digitalización se sostiene sobre una marca de software que nos han ofrecido para ahorrar en tiempo y costes en lo que respecta a la tramitación burocrática interna, relacionada con albaranes, incidentes en carretera… Es decir, que todo lo que nutre al departamento de administración tenga un menor coste y conlleve un menor tiempo, pudiendo así dedicarnos a otras tareas.

¿A qué responde el rápido crecimiento Transportes Carballo? ¿Qué les diferencia del resto de la competencia?

Para poder abordar esta pregunta tenemos que trasladarnos a los comienzos de la compañía, y es que en ella viene intrínseca el espíritu emprendedor y constancia que nos caracteriza. Con estas bases que se mantienen intactas, hemos aprovechado las nuevas oportunidades de mercado, respondiendo eficientemente a las demandas del mercado y a los estímulos provenientes de la innovación para ser competitivos y posicionarnos como elemento diferenciador.

Otro aspecto que trabajamos gira en torno a la marca Carballo. Apostamos por generar engagement entre nuestros clientes o posibles clientes, integrando políticas de branding que suman a la compañía.

¿Cómo valora por ahora el transcurso de los primeros meses del año?

Estos primeros meses del año están siendo de gran incertidumbre, no solo para nuestro sector y actividad, sino en general creo que es un detonante que nos mantiene en constante alerta a todo el tejido empresarial. Y en cierto modo no es malo, ya que de esta manera nos preparamos para los diferentes escenarios venideros y aplicamos políticas que amortiguan y se adaptan mucho mejor a la situación presente.

¿Cómo ha influido en vuestra entidad la subida del precio de los combustibles?

Esta subida de precios no ha dejado indiferente a nadie. Como a todas las empresas, esta situación no ha sido favorable y ha contrarrestado de manera significativa las operaciones diarias de la compañía. La adaptación a este nuevo escenario requiere de grandes esfuerzos y decisiones que tengan el mínimo impacto en nuestros clientes finales.

"Estamos estudiando nuevos mercados y la posibilidad de desarrollar nuevos trabajos fuera de nuestro territorio"

¿Cuáles son los hitos más importantes que han conseguido a lo largo de su trayectoria?

Creemos que la consolidación en el mercado canario ha sido uno de los hitos más importantes de nuestra trayectoria empresarial. De esta manera, nos ha permitido impulsarnos a otros mercados y localizaciones en las que nos encontramos actualmente trabajando, como en el territorio nacional, donde estamos ya asentados, así como en algunos proyectos que hemos realizado a nivel internacional, principalmente en Europa.

De los proyectos desarrollados a nivel internacional, ¿cuál destacaría?

De los proyectos internacionales, uno que destacamos es el llevado a cabo en Alemania hace cuatro años con la movilización de una de nuestras grúas LR 1.600 para un trabajo en un parque eólico en el que permanecimos ocho meses. Para nosotros este proyecto supuso un salto cuantitativo y cualitativo.

¿Plantean algún proyecto de carácter internacional para los tiempos venideros?

Sí, por supuesto. Ahora mismo tenemos algunos sobre la mesa. Nos encontramos estudiándolos, atendiendo a su viabilidad. En esta misma línea, estamos estudiando nuevos mercados y la posibilidad de desarrollar nuevos trabajos fuera de nuestro territorio -el archipiélago canario-.

Jon Ramsden: “Nuestro objetivo final es seguir expandiendo nuestras conexiones”

ENTREVISTA

JON RAMSDEN
DIRECTOR COMERCIAL Y DE MARKETING DE CANARYFLY

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Canaryfly se constituye como la aerolínea que ofrece los mejores precios en el transporte entre islas. Cuenta con una estrategia de precios competitivos que beneficia a los 40 mil canarios que vuelan con la compañía cada mes. Para usted, ¿qué opinión merecen estos primeros meses del año? ¿Atisban una tendencia al alza en lo que respecta al crecimiento de la entidad?

El 2023 ha arrancado con fuerza. En estos cuatro primeros meses se han cumplido nuestras expectativas de ocupación y teníamos una previsión de crecimiento elevada. Así que si consideramos el 2022 como el año de la recuperación, el 2023 se ratifica como el año en el que vamos a superar los datos prepandemia. Esperamos que sea un año muy positivo para el sector turístico y de transporte, que con seguridad repercutirá positivamente en toda la economía canaria.

Háblenos de las previsiones para este año en lo que a pasajeros y volumen de negocio se refiere.

El pasado mes de noviembre incorporamos a nuestra flota un nuevo avión, con el que esperamos incrementar la oferta de plazas en más de un 25%. Esto, unido a la confianza de los pasajeros, esperamos que se traduzca en un incremento del volumen de negocio que nos permita seguir creciendo en los próximos años.

¿Seguirá siendo esta estrategia de precios competitivos la que marcará los próximos años de la compañía?

Tenemos una política de precios bajos continuada, esa es nuestra propuesta de valor. Siguiendo estos criterios, todos los usuarios de Canaryfly que compran con antelación sus billetes, se aseguran precios imbatibles para viajar entre islas. Pero, además, este último año hemos dado un giro en nuestra política promocional, con nuevas fórmulas de descuentos en semanas puntuales. De esta manera, los clientes pueden aprovechar semanas con rebajas del 30% en todos los billetes o semanas donde pueden adquirir los billetes a cinco euros. A estas promociones pronto se sumará una nueva campaña muy atractiva por la que los niños menores de once años volarán gratis durante el verano.

Adicionalmente, este año también hemos renovado la imagen de nuestras campañas, que continuarán usando el tono desenfadado y con un toque de humor que nos caracteriza, pero con un aire nuevo, que confiamos en que nos ayudará a dar un nuevo paso adelante para potenciar nuestra imagen de marca y para que cuando los viajeros canarios piensen en viajar entre islas continúen eligiéndonos.

Cabe incidir en que uno de los puntos fuertes de Canaryfly es la puntualidad. ¿Cómo valoran los clientes el servicio prestado?

La puntualidad es uno de los pilares fundamentales de Canaryfly. De hecho, podemos asegurar que tenemos una tasa de puntualidad más elevada que la media de nuestros competidores, tanto en el transporte marítimo como en el aéreo.

Sabemos que llegar a tiempo al destino es uno de los parámetros por el que nos eligen nuestros clientes. Por esta razón, ponemos todos nuestros esfuerzos para mantenerlo.

Sin embargo, a pesar de nuestros esfuerzos, en ocasiones se producen retrasos debido a factores externos que escapan a nuestro control. Comprendemos que esto puede causar molestias y frustración en los pasajeros afectados, y por eso hacemos todo lo posible para minimizar los efectos negativos de estos incidentes.

Además, queremos destacar nuestra política de seguridad, es algo que consideramos fundamental y es siempre prioridad para nuestra compañía. Somos una compañía low-cost pero no escatimamos nunca en cuanto a seguridad se refiere.

En cualquier caso, nuestra política de transparencia nos lleva a admitir los fallos cuando se producen y a buscar soluciones para que los clientes afectados puedan continuar con su viaje de la manera más cómoda y rápida posible. Estamos abiertos al diálogo y dispuestos a escuchar sus sugerencias y críticas para mejorar nuestro servicio día a día, porque lo que buscamos es ofrecer una experiencia de vuelo satisfactoria para todos nuestros usuarios.

¿Aumentarán las conexiones entre islas?

Incrementar las conexiones entre islas está dentro los objetivos principales de la compañía, para mejorar nuestro programa actual y añadir algunos destinos adicionales para ofrecer a nuestros pasajeros más opciones de viaje.

Sabemos que la conectividad interinsular es fundamental para nuestros clientes, por eso esperamos poder implementar estas mejoras en un futuro cercano y ofrecer una experiencia de viaje más fluida y accesible para todos.

Nuestro objetivo final es seguir expandiendo nuestras conexiones y mejorar la experiencia de vuelo, estamos comprometidos y ocupados en este fin y esperamos poder anunciar pronto más novedades al respecto.

Además de Canarias, ¿barajan expandir la compañía hacia otros destinos?

Nuestra prioridad en este momento es fortalecer nuestra posición como la alternativa preferida para los canarios que buscan vuelos dentro de Canarias. Sin embargo, esto no significa que no estemos abiertos a expandirnos a otros destinos en el futuro. No obstante, antes de hacerlo, debemos asegurarnos de que podemos ofrecer la misma calidad de servicio y puntualidad que ofrecemos en el archipiélago. Además, cualquier expansión requeriría una cuidadosa planificación y análisis de mercado para garantizar que sea una decisión viable y sostenible. Por ahora, nuestro enfoque principal está en fortalecer nuestra posición en Canarias, y si lo logramos, podremos considerar expandir nuestra actividad a otros destinos en el futuro.

ENTREVISTA

LEOCADIO AFONSO
DIRECTOR DE GRUPO RAFAEL AFONSO

GRUPO RAFAEL AFONSO

Leocadio Afonso: "Preocupa el poder adquisitivo que pueda tener el ciudadano para la adquisición de vehículos"

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Grupo Rafael Afonso cuenta con varios concesionarios oficiales en Las Palmas de Gran Canaria. ¿Qué marcas comercializan?

Nosotros actualmente comercializamos las marcas Renault, Dacia y Mazda. Apostamos por los coches asiáticos, un futuro bastante cierto.

¿Qué valoración hace del sector del automóvil en estos momentos?

Realmente, la economía, a mi parecer, se tercia un poco extraña. Hay sectores que funcionan muy bien, de lo cual yo me alegro, y después hay otros sectores que no funcionan tan bien. Entre ellos, el sector de la automóvil está sufriendo, hay marcas que lo sufren más y otras menos, sobre todo por las restricciones que nos están haciendo determinadas marcas a los concesionarios a la hora de vender a distintos sectores, como puede ser el rent a car. Son volúmenes importantes que perdemos, las marcas han empleado esta política atendiendo a la falta de vehículos, no entiendo yo que sea así y no considero que se pueda discriminar a un sector como el que he comentado, que tantos volúmenes nos da año a año.

¿Cómo se están adaptando los concesionarios a la nueva realidad tecnológica?

La realidad tecnológica, como usted comenta, es una realidad inmediata. Cada vez el cliente viene menos a la exposición, pero sigue viniendo, aunque se vende mucho por Internet.

Asimismo, incidiendo en las innovaciones, los coches cuentan con mucha tecnología y por ello se han alzado muchísimo los precios. En este sentido, preocupa el poder adquisitivo que pueda tener el ciudadano para la adquisición de vehículos.

Nos adentramos en una situación en la que el precio del coche aumenta exponencialmente, impidiendo que gran parte de la ciudadanía pueda acceder a su compra...

En los últimos dos años no cabe duda de que ha subido el IPC una barbaridad, pero el precio del vehículo, acompañado de muchas tecnologías, que no todos los clientes valoran porque no las necesitan, ha subido de una forma descomunal. No veo que los sueldos hayan subido en la misma medida, no veo que el poder adquisitivo de las personas esté acorde a la subida de precio del vehículo, porque no solo es el precio del vehículo, no podemos olvidar que las hipotecas están subiendo, la comida está subiendo… Hay prioridades para los ciudadanos.

¿Está justificada la subida del precio de los vehículos? Pues no lo sé. Si lo han subido es porque hay clientes que lo pagan, pero no veo yo una mayor aplicación de la tecnología sobre el precio que se está imponiendo. Y no quiero tirar piedras sobre mi propio tejado, pero sí quiero ser sincero y honesto a la hora de comentar lo que se está haciendo por parte de las marcas. Ahí deberían estar las Patronales para ayudar un poco a nuestro propio sector, porque ayudándonos a nosotros ayudamos al público en general.

¿Se muestra el cliente preocupado ante el tipo de coche que quiere y debe comprarse? En otras palabras, cuando el cliente acude al concesionario, ¿acude con una idea fija o se muestra preocupado ante la decisión que ha de tomar?

A mi forma de entender el sector del automóvil, nos obligan a que vendamos muchos coches eléctricos. Evidentemente, las infraestructuras son las que son, pero es que el precio del coche también es el que es.

Yo creo que el diésel lo están descartando, entre otras cosas, porque hay muchas marcas que ya no comercializan el vehículo diésel. Los clientes se decantan, principalmente, por el coche de gasolina o el híbrido.

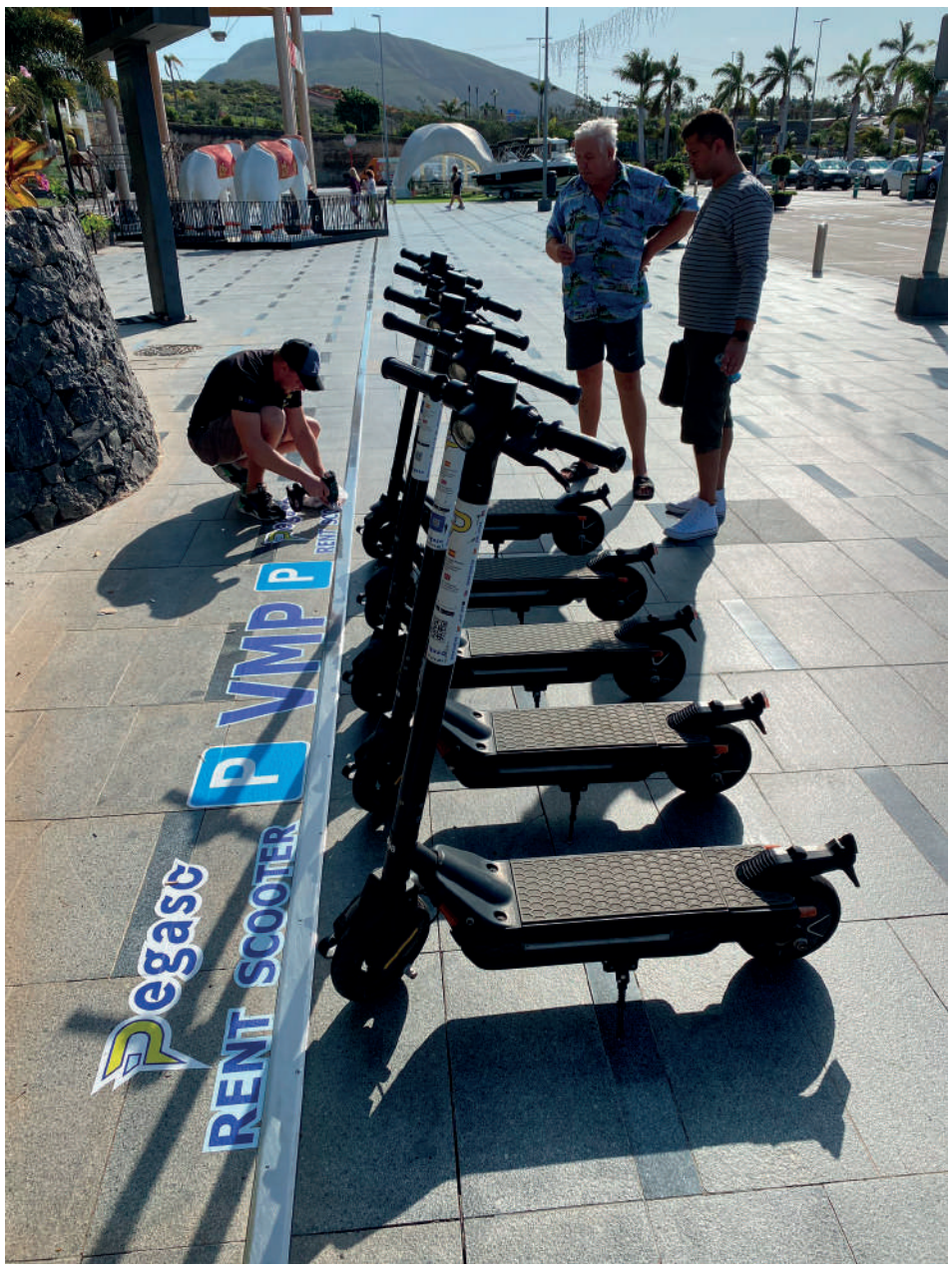
No obstante, la forma en que se está llevando la información por parte de los políticos, sin querer criticar a nadie, y por parte de las marcas, junto con los concesionarios, está desconcertando al cliente.

> "Nos obligan a que vendamos muchos coches eléctricos"

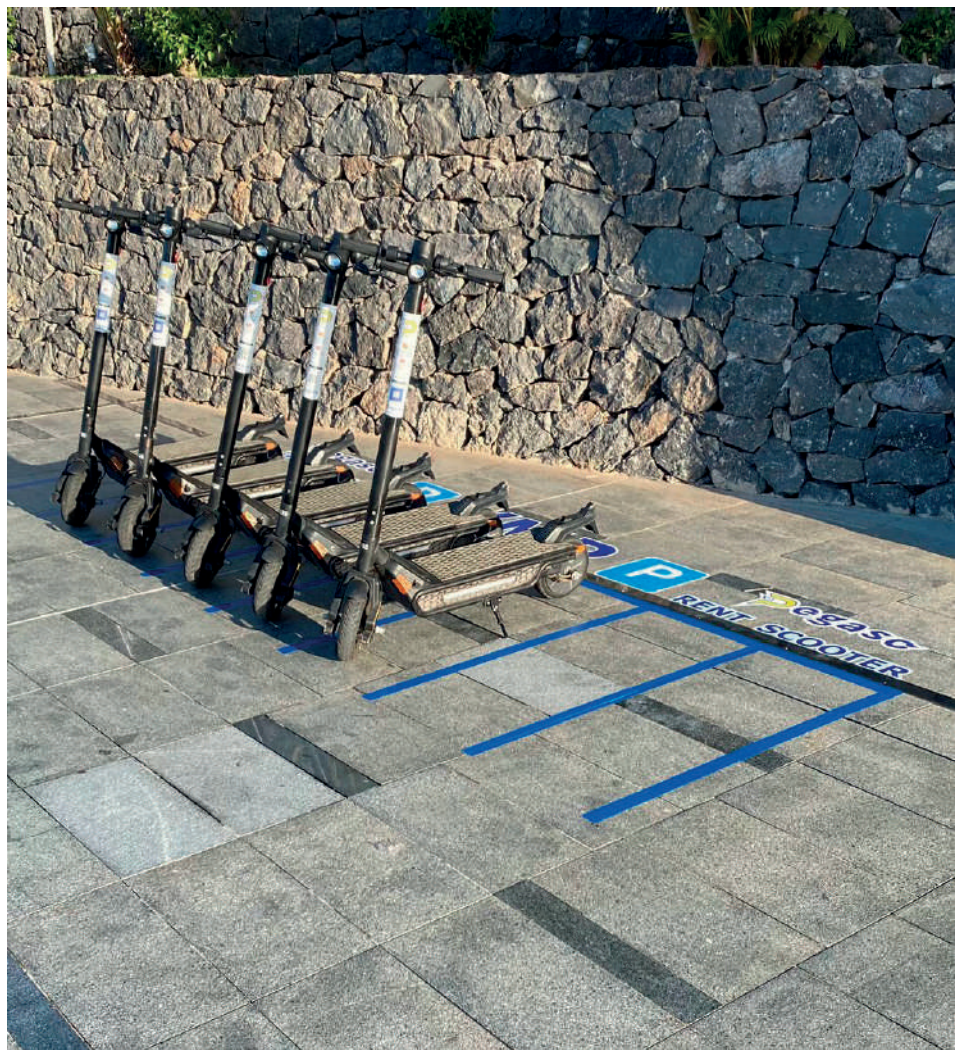
¿Plantean implementar proyectos en Grupo Rafael Afonso a medio-largo plazo?

En Grupo Rafael Afonso van a haber algunos cambios. Nos estamos reestructurando como muchísimas otras empresas, pues no solo vivimos del sector del automóvil, vivimos también de los inmuebles y de un rent a car interno. A parte de lo que ya estamos haciendo, queremos implementar nuevos proyectos, pero con marcas que nos den una garantía de continuidad y que aunque se trate de volúmenes bajos nos aporten rentabilidad.

Una cosa de la que no hemos hablado y en la que me gustaría incidir es en la baja rentabilidad que aún seguimos teniendo los concesionarios comparado con la subida de los precios, los márgenes siguen siendo muy bajos en relación a las inversiones tan fuertes que tenemos que hacer. Todo esto, unido a la bajada de volumen, hace que pensemos qué es lo que se debe hacer en cada momento y nunca debe ser en detrimento del cliente.



Rafael Vázquez: "Hoy por hoy el patinete eléctrico es un sistema económico y limpio"



ENTREVISTA

RAFAEL VÁZQUEZ
RESPONSABLE DE INNOVACIÓN DE PEGASO

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE CANARIAS**

¿Qué oportunidades de movilidad ofrece Pegaso?

En Pegaso estamos inmersos en un proceso de innovación totalmente diferente a lo que actualmente existe en el ámbito de la movilidad urbana. No es que inventemos muchas cosas, pero sí que copiamos lo que funciona en otras ciudades o en otros países. De hecho, nosotros lo que queremos es regularizar y legalizar todo el sistema de patinetes eléctricos, en el que creo que hay un poco de desorden.

Lo que actualmente hay por aquí, sobre todo en Canarias, está lejos de lo que debería ser el sistema: gente que no cumple las normas, que circula con el patinete como no debe, que va sin los sistemas de seguridad, que aparca donde le parece… Esto no debe ser permitido, porque al final el negocio puede sufrir las críticas y las sanciones de la autoridad competente. Por eso hemos querido llegar a acuerdos, como se ha hecho en otras ciudades como Barcelona para regularizar este ámbito. Queremos regularizar donde sí y donde no se deben aparcar los patinetes. En principio empezamos con patinetes, pero posiblemente hablemos con el tiempo de vehículos sostenibles.

Estamos también en un proceso de estudio para facilitar, como en otras ciudades, a los estudiantes o trabajadores un método de transporte rápido, seguro y barato para ir a su puesto de trabajo o a su universidad.

Apuestan por la movilidad compartida, ¿qué papel está teniendo la movilidad compartida y en este caso el uso del patinete eléctrico en el impulso a la movilidad sostenible?

Figúrate: un estudiante en La Laguna que tiene que ir a la universidad. Él coge el patinete en la zona en la que habita, se va a la universidad, donde tiene un parking donde depositar el patinete, paga por minutos e, incluso estamos ya ideando un paquete de minutos para este tipo de personas -estudiantes o trabajadores-, deja el patinete en la universidad y a la vuelta, si lo desea, puede coger el patinete y volver a donde habite.

¿Qué evitamos? Evitamos el uso de un vehículo contaminante, evitamos que el chico tenga que disponer de los horarios del transporte público… Le damos libertad.

También estamos pensando en el turismo, pero sobre todo estamos pensando en la población de Canarias, tenemos que evitar que la población utilice su vehículo, sobre todo en el centro de las ciudades.

Su actividad se ubica en la actualidad en el sur de Tenerife, ¿plantean otros territorios en los que desarrollar su idea de negocio?

Sí. En toda la isla. En principio, estamos situados en el sur, pero tenemos que ir visitando todos los municipios y llegando a acuerdos con los ayuntamientos, porque tiene que haber por medio un acuerdo mutuo que facilite su uso. Incluso, habrán sitios en los que podamos hacer, al igual que existe el carril bici, el carril patín.

¿Considera el uso del patinete eléctrico como una alternativa a largo plazo?

Sí. Luego saldrán otros medios de transporte más modernos y diferentes, pero hoy por hoy el patinete eléctrico es un sistema económico y limpio, siempre que se le dé el uso adecuado.

¿Por dónde pasa el futuro de Pegaso?

Nosotros estamos actualmente en un proceso de crecimiento para posicionar todo este tipo de movilidad sostenible. Concretamente, estamos en un proceso de autocarga de las baterías mediante energía solar a través de unos armarios donde se colocan las baterías y son cargadas; nuestros patinetes disponen de GPS, por lo que en cualquier caso si quedan en cualquier sitio por dejadez del usuario vamos y los recogemos y, del mismo modo, vamos cambiando las baterías sin tener que mover los vehículos.

> "Tenemos que evitar que la población utilice su vehículo"

Asimismo, estamos buscando un tipo "cajón" que va a ir en el monopatín y en el que va incorporado un casco y un chaleco que serán obligatorio para el que vaya a conducirlo. Lo que intentamos es que sea un método seguro tanto para el conductor como para el vía andante.

ENTREVISTA

CARLOS PIÑERO
GERENTE DE TRANSPORTES FRAN

Carlos Piñero: "Fuimos portada de todos los medios del mundo, ahora somos el olvido de la mayoría"

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

Al mirar hacia atrás, ¿qué reflexión hace sobre estos dos últimos años?

Estos dos últimos años han sido bastante complicados para nosotros por varios motivos. Salíamos de una pandemia que nos castigó fuertemente, ya que hicimos un esfuerzo titánico por mantener la plantilla al completo, lo que mermó nuestra liquidez y después nos golpeó, desgraciadamente, el volcán en nuestra Isla de la Palma, el cual nos dejó sumidos en un abismo empresarial en toda la comarca del Valle, sin entrar a valorar todas las desgracias personales que trajo consigo esta situación. Una situación que ha hecho de la sociedad palmera una sociedad más fuerte y unida que nunca. Fuimos portada de todos los medios del mundo, ahora somos el olvido de la mayoría, un ejemplo de que al final tenemos que salir adelante con los medios que tenemos a nuestro alcance.

¿A qué retos se enfrenta el sector del transporte en los tiempos que corren?

Los retos hoy en día se centran en los medios que tenemos para desempeñar nuestra actividad. Tenemos una carencia de productos que hace que los precios no paren de subir un mes tras otro, en líneas generales.

A finales del año 2022 pasaron cosas que años atrás eran impensable. Por ejemplo, que los concesionarios ofrezcan vehículos industriales con dos o tres años de uso casi al mismo precio de vehículos nuevos; que el coste del combustible no pare de subir, que el Adblue haya triplicado su coste, y así toda una lista de incrementos que hace que el ciudadano tenga que pagar un coste más elevado por lo que va a comprar. Mientras tanto, nosotros tenemos que estar continuamente reduciendo costes en otras área para poder asumir parte de esos desvíos y no tenerlos que repercutir en su totalidad.

¿Cómo han solventado el aumento desmedido del precio de los carburantes?

Hacemos las rutas de recogidas y de entregas planificadas con la suficiente antelación para evitar volver a sitios dos veces y promovemos que se desplacen a determinados lugares los vehículos más cercanos, y así optimizamos el consumo y el desgaste de los vehículos. Además, tratamos de ajustar el tamaño del vehículo a la carga que movemos, lo que también contribuye a un ahorro.

¿Dónde desarrolla Transportes Fran su actividad?

Transportes Fran es una empresa palmera que desarrolla su actividad en las islas de La Palma y Tenerife, uniendo el tránsito de mercancías entre estas dos islas en los dos sentidos a diario.

¿Con qué planes de expansión cuenta la entidad?

En referencia a este asunto entendemos que la isla de La Palma en la actualidad tiene una carencia en torno al tránsito de mercancías con Gran Canaria, por lo que sería bueno para nuestro desarrollo como empresa el iniciar o cubrir con una frecuencia diaria el tránsito de mercancías con la isla de Gran Canaria, beneficiando a su vez a nuestra isla de La Palma

Se conforman como un operador integral de servicios de logística y transporte para todo tipo de productos. En este sentido, ¿en qué áreas de trabajo están centrados en la actualidad?

En la actualidad estamos centrado en un abanico amplio de transporte de todo tipo de mercancías, con especial hincapié en la mercancía pesada para la actividad de la construcción y obra civil.

¿Cómo atisban el desarrollo de este año 2023?

Este año seguiremos con la incertidumbre del incremento del precio del combustible y demás suministros para el desarrollo de nuestra actividad.

Estamos adaptándonos, desarrollando nuestra actividad con los elementos que existen a fecha de hoy y retrasando nuestras necesidades para poder ofrecer unos mejores precios con la plena confianza de que estos tiendan a estabilizarse poco a poco.

Santa Cruz de Tenerife celebra su 529 aniversario

Santa Cruz de Tenerife está de celebración; la cosmopolita capital atlántica es contemplada por los 529 años de historia que han transcurrido desde el desembarco de las tropas castellanas de Alonso Fernández de Lugo, un 3 de mayo de 1494.

El ayuntamiento de la Muy Leal, Noble, Invicta y Muy Benéfica Ciudad, Puerto y Plaza de Santa Cruz de Santiago de Tenerife, ha preparado un programa de actividades culturales, deportivas, gastronómicas y de ocio para toda la familia. La agenda festiva comenzó el viernes 21 de abril con la tradicional lectura del Pregón y se extenderá hasta el próximo 30 de mayo, Día de Canarias.

En esta ocasión, fue el periodista santacrucero Juan Galarza, el encargado de leer un pregón que llevaba por título: Fútbol e identidad. Un paseo por Santa Cruz y sus barrios. A partir de ahí, se desarrollarán una serie de eventos grabados en el corazón de los chicharreros, como la elección de la Reina de las Fiestas de Mayo. El viernes 28 de abril, la plaza de la Candelaria acogerá el desfile de 35 jóvenes ataviadas con la vestimenta tradicional canaria, en un espectáculo en el que participará la representante española en el Festival de Eurovisión 2023, Blanca Paloma, además de Efecto Pasillo, Chago Melián y un elenco de artistas canarios.

El día grande de las Fiestas de Mayo es el Día de la Cruz, donde los chicharreros y chicharreras salen a las ramblas para disfrutar de las diferentes actividades previstas como el concurso de cruces de flores naturales y flores recicladas, estas últimas elaboradas por el alumnado de centros escolares; o pasear por el parque García Sanabria para recorrer la XLVI Exposición de Flores, Plantas y Artesanía; además de contemplar las más de setenta carpas, talleres infantiles o food-trucks instalados; y por supuesto, alguna de las 11 funciones que ofrecerá Gorgorito.

El multitudinario Baile de Magos, que se celebra en el entorno fundacional de la calle de la Noria en la víspera del Día de la Cruz, es una gran cena tradicional para compartir retales de tradición, gastronomía y folclore canario. En esta ocasión el consistorio santacrucero ha puesto a la venta un total de 712 mesas, que a buen seguro se agotarán en pocas horas.

La música tiene un papel especial en la agenda festiva, en la además de las consolidados citas musicales Tajaraste, Santa Cruz Corazón Mundial del Bolero, Son 21, Los Cantadores o Santa Blues, se suma una programación que incluye diferentes conciertos gratuitos durante los cuatro fines de semana en el escenario de la plaza de la Candelaria. Algunos de los artistas que participarán en las Fiestas de Mayo 2023 serán Caco Senante, Carmina Mundi, la Banda Municipal de Música o Delokos, entre otros.

La agenda de actos de las fiestas fundacionales de Santa Cruz de Tenerife, se podrá consultar en la página web elcorazondetenerife.com y en los respectivos perfiles sociales municipales.

Santa Cruz de Tenerife
AYUNTAMIENTO

SOCIEDAD
DE DESARROLLO

elcorazondetenerife.com

Sergio Lloret: "Es un plan en el que analizamos uno de los problemas más importantes que tenemos en Fuerteventura: la movilidad"

ENTREVISTA

SERGIO LLORET
PRESIDENTE DEL CABILDO DE FUERTEVENTURA

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

El Cabildo de Fuerteventura aprobó recientemente el nuevo Plan Insular de Transporte y Movilidad Sostenible 2023-2026. ¿Qué objetivos persigue el mismo?

Este nuevo Plan Insular es una actualización del que ya existía en la legislatura pasada, es una obligación ir actualizando las previsiones del plan y analizando la problemática del sistema de transporte insular, no solo en el ámbito de las competencias del Cabildo, sino también en cuanto a otros aspectos que son competencia de los ayuntamientos.

Se ha hecho un gran esfuerzo en la elaboración del mismo. Es un plan en el que analizamos uno de los problemas más importantes que tenemos en Fuerteventura: la movilidad. En él recaen algunos aspectos relacionados con el taxi, pero fundamentalmente con el transporte público, así como con el desarrollo de otras modalidades de transporte que hay que ir fomentando.

Una herramienta que viene a planificar y desarrollar los diferentes modos de movilidad, tanto urbana como interurbana, ¿cuáles son las apuestas en este sentido? ¿Qué tipo de movilidad ha de predominar en la isla de Fuerteventura?

Desde un punto de vista urbano, lo que se sugiere es intentar fomentar el uso del transporte público reduciendo el uso del vehículo privado. En esta línea, se quieren desarrollar modos de transporte sostenibles con red de carriles bicis, con la mejora de los itinerarios peatonales y, sobre todo, con la accesibilidad de los itinerarios peatonales, porque para que puedan ser utilizados y los usuarios se sientan cómodos utilizándolos tenemos que garantizar las condiciones de seguridad, pero también de accesibilidad.

Y en cuanto al transporte interurbano, que es uno de los principales problemas que tenemos en nuestra isla, hay una concesión que data de los años 50, en la que se han ido -dentro del marco contractual- incorporando aquellas mejoras que se han podido pero que, sin duda, es completamente insuficiente para atender la actual demanda de Fuerteventura, isla que cuenta con 165.000 habitantes de población residente y turistas. El transporte interurbano se está viendo completamente desbordado, sobre todo ahora que, con la subida del coste de los combustibles y el bono gratuito, hay una mayor demanda del transporte público, lo cual es positivo y hay que abordarlo.

Lo hemos comunicado, tenía que haberse hecho antes, pero ahora estamos a marcha forzada para establecer una nueva concesión administrativa del servicio de transporte público insular que analice la demanda de Fuerteventura, la Fuerteventura de hoy y la de dentro de 25-30 años, incidiendo en rutas, frecuencias, paradas y la necesidad de vehículos, incorporando como aspecto básico la sostenibilidad de los vehículos en cuanto al combustible y garantizando la accesibilidad universal al sistema de transporte público insular.

¿Cómo se va a financiar esta herramienta? Pues conlleva unos costes de desarrollo y aplicación elevadísimos...

Sí, sin duda. Evidentemente, ahora mismo no tenemos fondos propios, no solo para implantar la nueva concesión, sino para las infraestructuras y las modificaciones en el sistema del transporte público insular. No obstante, hay fondos públicos europeos y nacionales que ayudan a todas aquellas iniciativas que vayan destinadas a fomentar el uso del transporte público y estén alineadas con los compromisos del transporte, pero para ello debemos tener definido este documento, que es la fase en la que estamos.

Estamos en una fase de estudio, estudiando la demanda insular a 25-30 años para saber cómo debe ser el nuevo sistema de transporte público en cuanto a las infraestructuras necesarias y las características de los vehículos, analizando frecuencias, rutas y paradas porque, sin duda, tenemos que darle una clara transformación al actual, que es completamente deficiente.

> *El Plan Insular de Transporte y Movilidad Sostenible es un documento dinámico, que podrá ser revisado, actualizado y complementado las veces que sean necesarias*

En paralelo, estamos adoptando medidas dentro del marco contractual de la concesión vigente que nos permite -con ciertas limitaciones- incorporar las mejoras posibles.

¿En qué medida se ha implicado a la población en este nuevo Plan Insular de Transporte y Movilidad Sostenible?

Hemos incidido en varias reuniones participativas con todos los ayuntamientos y colectivos vinculados al transporte: taxistas, profesionales del transporte de mercancías, asociaciones de transporte… Son varias las reuniones que hemos tenido durante la elaboración y una vez elaborado se hizo una reunión abierta a la que se invitó a las instituciones de la isla y a todos los colectivos para explicar las conclusiones de este sistema de transporte público que ya está aprobado y publicado. Un plan que establece las líneas generales, tanto para el Cabildo como para los ayuntamientos, y las líneas a desarrollar.

Asimismo, trasladamos que el Plan Insular de Transporte y Movilidad Sostenible es un documento dinámico, que podrá ser revisado, actualizado y complementado las veces que sean necesarias en todas aquellas cuestiones que veamos que sean importantes abordar.

Esther Cabrera: "Prevemos cerrar el año con cifras récord en el servicio regular de guaguas"

ENTREVISTA

ESTHER CABRERA
DIRECTORA GENEREAL DE INTERCITY

M.H. | **TRIBUNA DE CANARIAS**

La gratuidad del transporte público ha tenido una repercusión colateral: el incremento de viajeros está derivando en la puesta en circulación de más vehículos y, por lo tanto, en la necesidad de tener más conductores. ¿Cómo ha solventado Intercity esta problemática?

Tal y como ocurre en otros sectores, efectivamente falta mano de obra. Es una situación generalizada, a nivel europeo. Pero es cierto que, además, desde el pasado septiembre, con el anuncio de la gratuidad del servicio en el bono de residente canario, el esfuerzo ha tenido que ser mucho mayor. La búsqueda ha sido más intensa para poder llegar a ofrecer el servicio en tiempo y forma, debido al incremento de pasajeros.

En Intercity nos encontramos en búsqueda permanente de conductores y conductoras. Lo anunciamos a través de nuestros canales de comunicación y de nuestra red de contactos.

¿Cuál es su balance de los resultados, en cuanto a número de pasajeros se refiere, del pasado año? ¿Prevén superarlo en el presente 2023?

Como comentaba anteriormente, nuestra actividad se ha visto alterada por las medidas anunciadas en septiembre de 2022. Las mismas fueron renovadas en diciembre y han supuesto un incremento notable de pasajeros. En concreto, si comparamos el primer trimestre de 2023 con el mismo periodo de 2022, estamos hablando de más de 421.000 pasajeros más.

Con la tendencia que estamos observando actualmente, prevemos cerrar el año con cifras récord en el servicio regular de guaguas.

¿Qué planes tiene la compañía para este 2023 en lo que respecta a la flota de vehículos?

En este primer semestre del año se han adquirido cinco guaguas nuevas, incrementando nuestra flota hasta los 64 vehículos. La previsión para el segundo semestre es adquirir ocho guaguas más para atender la demanda creciente.

La digitalización es uno de los ámbitos en los que toda empresa debe centrarse. ¿En qué medida han invertido desde Intercity para mostrarse más cercanos al cliente a través de las nuevas tecnologías?

En Intercity siempre hemos entendido la necesidad de facilitar a los ciudadanos el acceso a la información. La apuesta por la digitalización ha sido clara desde hace años. No sólo a través de nuestros canales propios -contamos con web y app- sino también a través de otras plataformas como Moovit y Google Transit. Recientemente hemos contratado la actualización de nuestra web, con buscador propio, para que el usuario pueda conocer bien nuestras rutas y organizar su viaje. Además, también estamos desarrollando campañas de marketing y comunicación para dar a conocer nuestro servicio, nuestras herramientas y, en resumen, lo que ofrecemos más allá de la línea regular.

> "En Intercity nos encontramos en búsqueda permanente de conductores y conductoras. Lo anunciamos a través de nuestros canales de comunicación y de nuestra red de contactos"

En su opinión, ¿cuáles diría que son los principales problemas que aquejan al sector?

Principalmente pondría el foco en dos cuestiones que nos afectan desde hace tiempo: el déficit de infraestructuras y, como consecuencia, el tráfico. Podemos hacer el mayor de los esfuerzos por ser puntuales pero el tráfico supone un obstáculo diario. Como sociedad, actores públicos y privados debemos buscar soluciones y, sobre todo, tratar de agilizar estos procesos.

Todo un éxito la XIX Feria del Libro

La Plaza de la Constitución acogió la décimo novena edición de la Feria del Libro. Esta muestra se ha consolidado en el tiempo y sigue siendo todo un atractivo para amantes de la literatura y el público en general. A lo largo de estos tres días se contó con la participación de librerías de la isla que ofrecieron descuentos en la venta de libros. Entre otras se contó con El Viajante; La Educación; Agapea; Librería Evangélica; Librería Techy de La Laguna; Librería Ofra de Santa Cruz y Cuentos en la Cabeza de Tacoronte. También se contó con Cristina García Carballo; la Fundación Canaria Orotava de la Ciencia (FUNDORO); la Asociación Cultural Pinolere; Nakama Mundo Friki, editorial Ida y Vuelta y editorial Zech.

A lo largo de tres días se llevaron a cabo también múltiples actividades lúdico-culturales como rutas nocturnas temáticas por el casco histórico, así una fue por el cementerio municipal guiada por José Maza con motivo de sus doscientos años, y la otra por distintos rincones pintorescos del centro urbano bajo el título 'La Orotava a través de la literatura'. También se realizaron presentaciones de libros de la mano de los propios autores, contándose entre otros con Pilar Torres; Yeroboam Perdomo; Domingo Garí; Yanira Montañez; Sonia Cruz, Julio Domínguez Expósito y Natalia González.

Entre las actividades novedosas destacó el taller degustación ¡qué libro me bebo!, realizándose maridaje de libros históricos con vinos de Tenerife. Destacaron también los conciertos de Coro de Gospel Nova Voce, el didáctico a cargo del timplista Pedro Izquierdo, la actuación de la 101 Brass Band y la velada musical de textos canarios y composiciones de la literatura universal con Clavinova. Mientras que para los más pequeños se ofrecieron talleres como el de manualidades 'libros alterados' a cargo de la Ranilla Espacio Artesano; una sesión de cuentacuentos infantil y familiar a cargo de Ana Tovar, y también se contó con Güicho Estévez "Cantando Cuentos".

En el marco de la feria, por la que pasaron cientos de personas cada jornada, se entregaron los premios del X Concurso Literario de Microrrelatos Rafael Arozarena; del XIII Concurso Literario de Microrrelatos Armando San Juan y del Relato Hiperbreve.

Como actividad complementaria, los escaparates de la Villa muestran en sus escaparates, hasta el 7 de mayo, las obras presentadas al concurso Bookface organizado por el área de Juventud. La Biblioteca Municipal acogió la semana pasada Des-Paisajes, un foto-libro; recital foto-poético de 21 duplas a cargo de Manolo García e Imeldo López. Y este espacio también expone, hasta el 5 de mayo, la exposición de Domingo Lima Domínguez "Lápiz, prosa y verso".

Sandra García-Sanjuán: “Starlite Occident es un dinamizador de destinos que atrae a público de 95 nacionalidades”

ENTREVISTA

SANDRA GARCÍA-SANJUÁN
FUNDADORA DE
STARLITE OCCIDENT

REDACCIÓN | **TRIBUNA DE ANDALUCÍA**

¿Qué novedades podremos encontrar en Starlite Occident para este año 2023?

Starlite Occident 2023 va a ser la edición en la que más novedades se podrán presenciar. Estas no solo se verán en la cartelera del festival, sino que podremos ver una gran diferenciación en otros ámbitos. Si bien es cierto que nuestra programación para este año es muy potente a nivel de grandes artistas internacionales. Es más, el pistoletazo de salida lo dará Yusuf/Cat Stevens, quien no viene a España desde 1976. Lo cierto es que la mayor diferenciación podrá verse en la decoración y la oferta culinaria. En este sentido, a nivel decoración visual vamos a sorprender. Además, contaremos con una plaza gastronómica en la que convergerán cuatro nuevos restaurantes de diferentes especialidades: Temazo, Tanabata, Ánima y Sandra’s Caviar Bar. Temazo será una brasería que unirá la dieta mediterránea con un toque de fuego. Tanabata estará especializado en la gastronomía japonesa. Por el contrario, Ánima ofrecerá toda una experiencia mexicana. Por último, Sandra’s Caviar Bar será ese restaurante exclusivo donde se podrá probar manjares del mar y la tierra. En resumen, estamos haciendo un esfuerzo muy grande a nivel experiencia.

¿Cuál es la importancia de Marbella en este sector?

Marbella tuvo su época dorada, pero durante varios años se ha visto sumergida en una etapa de decadencia que Starlite Occident está revirtiendo. Nuestro festival está resucitando la imagen y poniendo de nuevo en valor al municipio malagueño. En efecto, Starlite es un dinamizador de destinos que atrae a un público muy amplio, procedente de 95 nacionalidades, y cuyo impacto económico alcanzó los 315,5 millones de euros en su última edición, según el estudio realizado por PriceWaterhouseCoopers. De hecho, nuestro impacto total en el PIB es comparable al de los principales eventos nacionales. Por ejemplo, el Mobile World Congress de 2022 alcanzó los 240 millones de euros, una cifra muy elevada, pero que nosotros hemos superado con creces. Además, tenemos una gran visibilidad dentro y fuera de nuestras fronteras gracias a numerosas agencias de comunicación internacionales y junto a esto, nuestra gran variedad de fechas facilita la visita de muchas personas. En efecto, cuanto menos acotado tengas el evento, más personas tendrán la posibilidad de acudir en esas fechas propuestas.

Supongo que, durante los tres meses de duración del festival, también dinamizan el empleo en Marbella.

Sí. En Starlite Occident generamos más de 1000 empleos en cada edición de forma directa, indirecta, tractora e inducida. Por ejemplo, en términos relativos a Málaga y al sector, los puestos que generamos en cada edición equivalen al 40,6% de los empleos FTE del sector de la agricultura de la ciudad andaluza. Al final, los puestos que creamos no solo duran los meses del festival, sino que requiere de más tiempo para la puesta a punto y el desmontaje de las estructuras, por lo que son muchas las familias que viven de Starlite Occident.

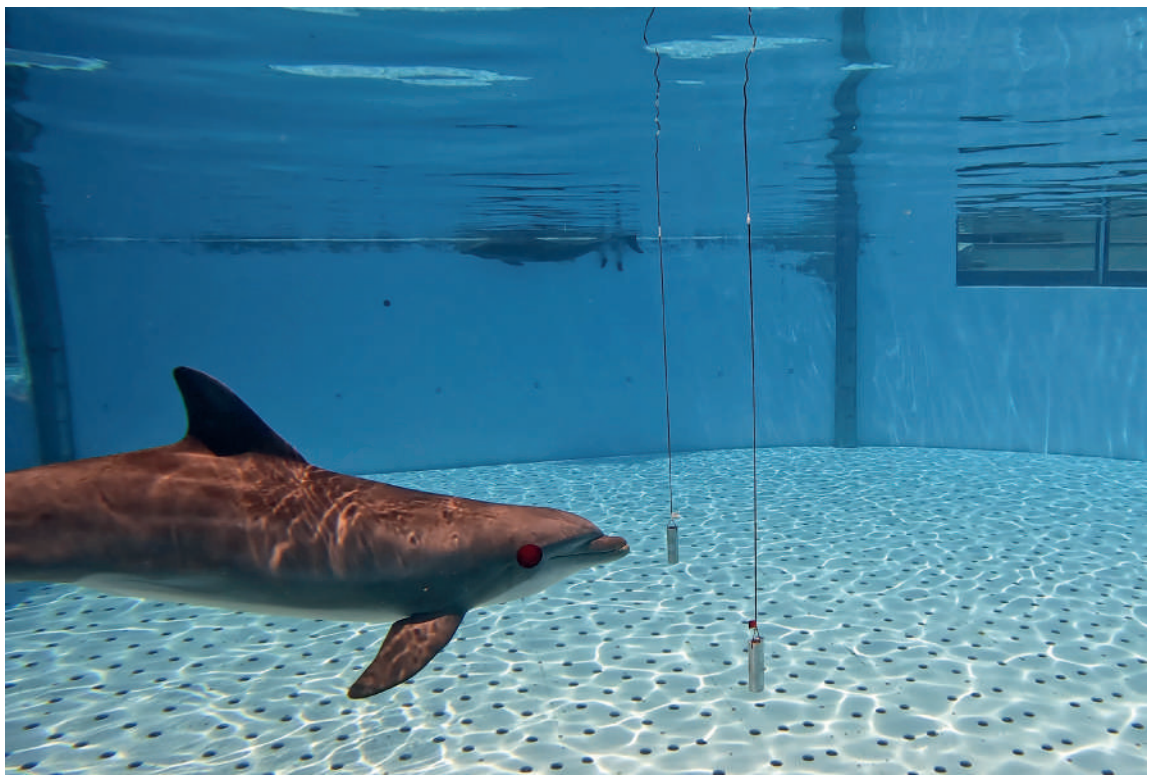
¿Cómo han transcurrido los dos años en los que el COVID obligó a parar en diferentes sectores?

Han sido años complicados. Organizar un evento con la mitad de aforo y con la imposición de ciertas medidas tenía un coste inmenso. Nosotros, a pesar de no recuperar los gastos, decidimos seguir adelante y comernos el mundo. No queríamos parar porque nuestros profesionales tenían que comer de algo y porque si parábamos nuestro equipo humano no iba a quedarse parado y cambiaría de trabajo y, por ende, hubiésemos tenido una gran falta de personal a la vuelta. También, era una misión social porque queríamos devolverle la ilusión y la motivación al público, así como queríamos devolverle la oportunidad de hacer felices a los propios artistas. Es más, nuestro gran esfuerzo terminó de construir la marca. Ningún festival de renombre a nivel internacional retomó su programación y medios de comunicación de todas las partes del mundo se hicieron eco de nuestra actividad.

¿Qué hace la Fundación Starlite?

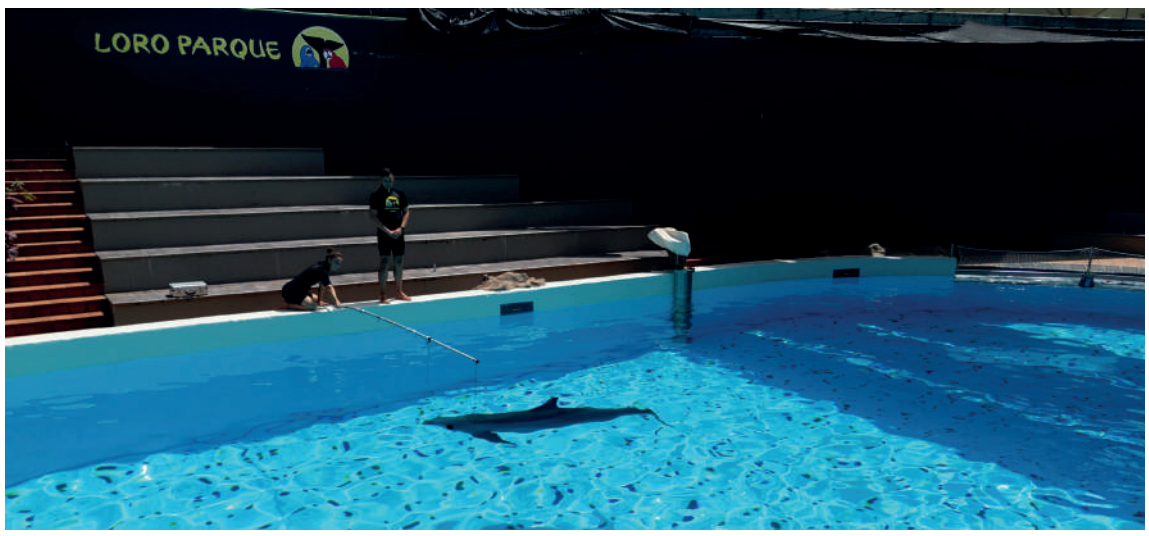
Principalmente, la Fundación Starlite apoya todas las causas benéficas de Antonio Banderas. De hecho, la gran parte de lo recaudado en la gala solidaria está destinada a Lágrimas y Favores, la fundación del actor malagueño que está enfocada en la provincia de Málaga. El resto de los fondos se reparte entre diferentes organismos, como CUDECA, una asociación dedicada a los tratamientos para pacientes con cánceres terminales; la Universidad de Málaga con el fin de crear becas para alumnos que quieran estudiar en el extranjero; o la Fundación Niños en Alegría, una asociación que fundé junto con Alejandra Alemán, y mediante la que estamos construyendo escuelas en las Regiones de Guerrero (México). Con la Fundación Niños en Alegría también llevamos la supervisión de las escuelas construidas e impartimos formación al profesorado, ya que ser maestro en el país latinoamericano es un título que se hereda y son muchos los profesionales que no cuentan con la preparación necesaria para ello. Es una labor muy bonita porque también hacemos que los niños sean líderes de sus zonas y tengan los recursos necesarios para ser lo que deseen ser. Por último, hemos de mencionar que la Fundación Starlite está empezando a apoyar a nuevos talentos que tienen complicado abrirse camino en la música por la compleja situación del sector.

Loro Parque descubre que los delfines distinguen objetos que se diferencian en el grosor de un pelo

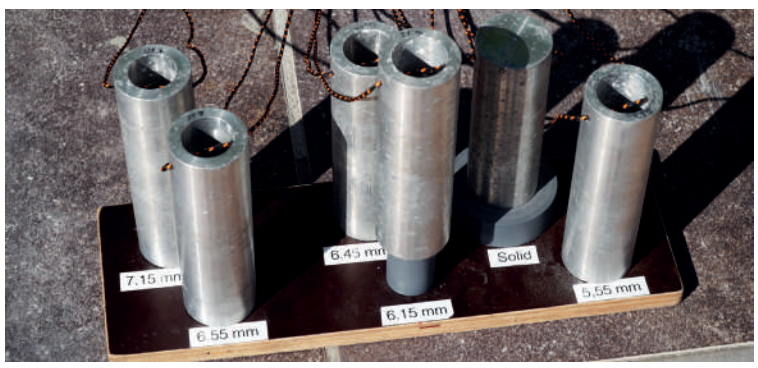


Delfín se aproxima a uno de los cilindros durante el experimento. Foto: LP.

El estudio, realizado junto a Loro Parque Fundación y en colaboración con la Universidad del Sur de Dinamarca, busca entender con mayor detalle las habilidades de ecolocalización de los delfines



Delfín realizando el experimento en las instalaciones de Loro Parque. Foto: LP.



Los cilindros utilizados durante la investigación: Foto: LP.

Los delfines tienen una capacidad muy precisa para detectar objetos en el agua, en concreto, pueden distinguir objetos que se diferencian en el grosor de un pelo. Así lo han descubierto el zoológico Loro Parque y Loro Parque Fundación, en colaboración con la Universidad del Sur de Dinamarca, en una nueva investigación sobre la capacidad de ecolocalización de los delfines.

El estudio, financiado por la Oficina de Investigación Naval (ONR por sus siglas en inglés) de Estados Unidos, busca conocer de manera más detallada cómo los delfines nariz de botella *(Tursiops truncatus)* utilizan la ecolocalización en condiciones de baja visibilidad y cómo las acciones humanas, como el ruido, afectan a esta técnica.

La ecolocalización es una habilidad de algunos animales para desplazarse en la oscuridad mediante la emisión de ondas sonoras y el eco que rebota en los objetos de su alrededor. De este modo, crean una imagen de su entorno y detectan los peligros que les rodean.

El sonar natural de los delfines, afectado por la actividad humana

Al entender esta técnica, Loro Parque y la Universidad del Sur de Dinamarca cuentan con datos clave sobre el sonar natural de la especie para garantizar su bienestar en los zoológicos y en la naturaleza.

"Existen en libertad amenazas masivas a las que se enfrentan estos animales, como es el ruido, por eso es crucial la investigación científica para mejorar la efectividad de la conservación en mamíferos marinos", remarcan los investigadores.

Las acciones del ser humano en el medio acuático afectan gravemente al sonar natural de los delfines. El ruido que generan los barcos, la exploración sísmica o sonar militares interfieren en sus señales, dificultando su comunicación, navegación y la búsqueda de alimento.

Por esta razón, el estudio abre una nueva vía para entender cómo el ser humano afecta a estos animales en su entorno natural y desarrollar programas y medidas para su protección.

Los delfines pueden detectar hasta 0,3 y 0,1 mm de diferencia entre objetos

La información sobre los sonidos que emiten y cómo son capaces de controlar este sonar natural, junto con los movimientos de cuerpo y cabeza, "ayudarán a entender las técnicas usadas por los delfines durante la navegación y el forrajeo", explica Ariana Hernández, investigadora de la Universidad del Sur de Dinamarca.

Para la investigación, los delfines llevaban ventosas de gelatina en los ojos para emplear únicamente la ecolocalización al dirigirse a un objetivo concreto. En la primera prueba, los delfines debían dirigirse a una bola específica, discriminando otras de distintos materiales y densidades; en la segunda, fueron entrenados para dirigirse a un cilindro de 6,4 mm, discriminando otros de distintos grosores.

"Los delfines han tomado la decisión de cuál elegir a menos de 1 metro de distancia. La capacidad de discriminación es muy precisa, pudiendo detectar hasta 0,3 y 0,1 mm de diferencia, lo cual nos da mucha información de cuáles son sus límites ecolocalizando", detalla Hernández.

Tras el proceso, grabado con cámaras e hidrófonos, se analizaron las señales acústicas del delfín, así como su comportamiento y estrategias para distinguir los objetos. El siguiente paso será simular situaciones más complejas, con materiales que camuflen objetos u obstáculos en las piscinas, entre otros.

Sobre Loro Parque

Loro Parque, embajada animal con más de 50 años de historia, cuenta con la reserva de papagayos más grande y diversa del mundo, así como con especies y ecosistemas de los cinco continentes. La institución, junto a Loro Parque Fundación, mantiene un firme compromiso con la conservación de la biodiversidad en las Islas Canarias y refuerza el papel de los centros zoológicos modernos acreditados como protectores de la fauna amenazada.

El Parque cuenta con la Placa y la Medalla de Oro al Mérito Turístico otorgada por el Gobierno de España y la Medalla de Oro del Gobierno de Canarias, entre otros galardones. Además, ha sido reconocido con el Premio Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial y es el único zoológico de Europa que cuenta con la Certificación de Bienestar Animal "Humane Certified" de la entidad American Humane.

A lo largo de su historia, Loro Parque se ha convertido junto con el acuario Poema del Mar, el parque acuático Siam Park, el restaurante Brunelli's y el Hotel Botánico y Oriental Spa Garden en las más reputadas entidades turísticas de Tenerife y las visitas obligadas de las Islas Canarias.

Wolfgang Kiessling posa junto a José Antonio Valbuena con el reconocimiento. Foto. Moisés Pérez/ LP.

Loro Parque es reconocido por el Gobierno de Canarias por ser el primer zoológico del mundo en obtener una huella de carbono negativa

El consejero de Transición Ecológica del Gobierno de Canarias, José Antonio Valbuena, tuvo la oportunidad de comprobar de primera mano las acciones que ha llevado a cabo la entidad para conseguir este hito

Loro Parque se ha convertido en el único zoológico del mundo en conseguir una huella de carbono negativa. Se trata de un acontecimiento que marca un antes y un después, no solo para la compañía, sino para la lucha contra el cambio climático. En una visita en el día de hoy, 3 de abril, el consejero de Transición Ecológica, Lucha contra el Cambio Climático y Planificación Territorial del Gobierno de Canarias, José Antonio Valbuena, entregó un reconocimiento a Loro Parque por este extraordinario logro.

Además, Valbuena tuvo la oportunidad de visitar las instalaciones de energías renovables con las que cuenta el Parque, a través de una visita guiada donde se le explicó toda la labor que hace Loro Parque en este ámbito y cómo ha conseguido este hito trascendental para la supervivencia del planeta.

El consejero destacó el ejemplo que supone que "una empresa de tanta envergadura y conocida internacionalmente en el ámbito turístico apueste sin ambages y con claridad por las energías renovables, la gestión hídrica y la reducción de los gases de efecto invernadero".

José Antonio Valbuena entrega el reconocimiento a Wolfgang Kiessling. Foto: Moisés Pérez/ LP.

De esta manera, Loro Parque y la excelencia de sus proyectos han afianzado a Canarias en una posición privilegiada a nivel mundial, no solo como destino turístico sostenible y de calidad, sino como referente en la protección del medio ambiente.

Loro Parque, compañía líder en la lucha contra la crisis climática

Loro Parque ha sido una de las empresas pioneras en Canarias en el uso de energías renovables. El zoológico consume energía 100% sostenible, con instalaciones de energías no contaminantes tanto dentro como fuera del zoológico. Asimismo, el objetivo de la compañía para este año es que la huella negativa de carbono se alcance en el resto del grupo.

Además, la embajada de los animales lleva años impulsando planes para eliminar la utilización de plásticos de un solo uso, y cuenta con un innovador sistema de gestión hídrica. Consecuentemente, la entidad ha recibido numerosos certificados y reconocimientos en el área medioambiental. Por ejemplo, Loro Parque cuenta con la certificación EMAS, la herramienta de auditoría medioambiental oficial de la Unión Europea, y ha recibido numerosas distinciones por sus iniciativas en conservación de la biodiversidad mundial.

"Desde nuestra creación hemos desarrollado una sensibilidad especial hacia el cuidado de nuestro planeta. La delicada situación que sufren los animales en la naturaleza como consecuencia de nuestras acciones, nos ha hecho reafirmarnos en la imperiosa necesidad de ponernos manos a la obra para revertir todo el daño que hemos hecho al mundo", explicó el presidente y fundador de Loro Parque, Wolfgang Kiessling.

Con este reconocimiento, el Gobierno de Canarias pone en valor y reconoce a aquellas entidades que hacen una contribución significativa en la lucha contra el cambio climático.

1 de mayo
Día del
Trabajo

global
conectamos con lo que te mueve

El 80% de las personas encuestadas manifiestan que **seguirán viajando** en Global, aunque tengan coche.

El Índice de Satisfacción de Clientes con la calidad de nuestro servicio es de **7,8**.

7 de cada 10 clientes afirman que nuestra calidad de servicio es **mejor o mucho mejor** que otras empresas del sector.

El 100% de las personas trabajadoras son, a su vez, **accionistas** de la empresa.

El 100% del personal disfruta de un **contrato indefinido** a jornada completa.

El 100% de la plantilla se jubila con una antigüedad media de unos **33 años**.

Datos: Convenio Colectivo de Global (2022-2024)

Datos: Estudio de Satisfacción de Clientes (Diciembre-2022)

Cepsa GOW: el nuevo programa de fidelización de Cepsa

Cepsa ha lanzado su nuevo programa de fidelización, Cepsa GOW, después de haber sido pionera en el lanzamiento del primer programa de fidelizaciones de estaciones de servicio en España hace casi 20 años, conocido como "Porque TU vuelves"

Cepsa ha renovado su programa de fidelización, el cual ha pasado a denominarse "Cepsa GOW". En concreto, el nuevo programa, que toma el relevo al "Porque TU vuelves" que tenía casi 20 años de vigencia, permitirá a sus miembros conseguir saldo, tanto en Cepsa como en sus compras del día a día, para canjear por combustible, recargas eléctricas, lavados o productos de la tienda de Cepsa.

Cabe incidir en que los miembros del programa 'Porque TU vuelves' pasarán a disfrutar de todas las ventajas Cepsa Gow y sus puntos-descuento acumulados se transformarán en saldo equivalente en euros.

Estamos ante un programa vinculado a un amplio ecosistema de alianzas, pudiendo sus clientes obtener hasta un 10% de saldo para canjear en Cepsa por comprar en más de 40 marcas colaboradoras, incluyendo Amazon, eDreams, Europcar, Mediamarkt, Pangea y Sprinter, entre otros. En este sentido, podrán incurrir en un ahorro de más de 300 euros al año.

Además, los miembros de este programa podrán obtener 6 céntimos de saldo por litro en combustible Óptima y 5 céntimos por litro en combustible Star, con lo que la multienergética prolonga así los descuentos que había establecido a principios del mes de abril para sus clientes fidelizados.

Según Elena Cabrero, directora de Marketing del negocio de Mobility & New Commerce de Cepsa: *"Cepsa GOW es un nuevo paso adelante dentro de la estrategia 2030 de la compañía, 'Positive Motion', mediante la que Cepsa está adaptando sus servicios a las necesidades de sus clientes y a las nuevas tendencias del mercado, gracias a la creación de alianzas y apostando por la digitalización, para poner a disposición de sus clientes un programa de fidelización novedoso, sencillo y útil en su día a día".*

La unión entre Cepsa y Wizz Air: una apuesta por el combustible sostenible para la aviación

Los combustibles sostenibles reducen las emisiones de CO2 hasta en un 90 % respecto a los combustibles tradicionales

Cepsa y Wizz Air firman un acuerdo para la investigación y producción de combustible sostenible de aviación (SAF, por sus siglas en inglés) a partir de materias primas circulares, que contempla el suministro de este tipo de combustible para las rutas de la aerolínea en España a partir de 2025.

El acuerdo sigue los pasos de la iniciativa llevada a cabo en el Aeropuerto de Sevilla, donde más de 200 vuelos, entre los que se encontraban varios de Wizz Air, despegaron utilizando SAF producido por Cepsa.

Este combustible sostenible se producirá a partir de residuos orgánicos, como aceites usados de cocina o deshechos agrícolas, entre otros, fomentando la economía circular y reduciendo las emisiones de los aviones hasta en un 90 % en comparación con el queroseno convencional.

Este nuevo acuerdo viene a dejar constancia del firme compromiso de Cepsa con el SAF y su ambición de liderar la producción de este combustible sostenible, con una capacidad de producción anual de 800.000 toneladas en 2030. Una alianza que, además, consolida el propósito de Cepsa, siendo uno de los principales productores y suministradores de combustibles para la aviación del mercado español, de convertirse en un referente dentro del sector de las energías limpias y liderar la descarbonización del transporte aéreo.

Tobi Pardo, director de Aviación de Cepsa, ha afirmado: "En Cepsa trabajamos para crear soluciones que logren que el transporte aéreo sea más sostenible. Alianzas como la alcanzada con Wizz Air para impulsar el SAF son cruciales en nuestra senda de descarbonización, que abordamos de la mano de nuestros clientes".

Cepsa aspira a liderar en 2030 la fabricación de biocombustibles en España y Portugal, con una capacidad de producción anual de 2,5 millones de toneladas, enfocándose especialmente en impulsar la sostenibilidad del tráfico aéreo, alcanzando una capacidad de producción anual de 800.000 toneladas de SAF.

Tribuna de Canarias

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

Islas Canarias
publicidad@tribunadecanarias.es
redaccion@tribunadecanarias.es
www.tribunadecanarias.es

MAYO MMXXIII

0 760412 179960