



María Aránzazu Artal: "Aportamos talento a las productoras mediante la formación que impartimos dentro del Parque Científico y Tecnológico" P5



Ignacio Baeza: "Impulsamos iniciativas generadoras de empleo, que ofrezcan nuevas oportunidades sostenibles" P22



María de la Salud: "Tenemos la vocación de desarrollar la formación profesional en Canarias" P23



Belén Machado: "La conservación del medio ambiente y de la biodiversidad es uno de los pilares de Fundación Cepsa" P33



Ángela Delgado: "Somos, si cabe, menos competitivos de lo que ya éramos" P39

Tribuna de Canarias

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

JUNIO MMXXIII | 1,20€ | Islas Canarias

TRIBUNADECANARIAS.ES

Santiago Guerra: "La estrategia de futuro de Binter pasa por reforzar la operativa con los destinos de nuestro entorno más cercano" P3



ENTREVISTA.
COORDINADOR GENERAL DE BINTER



Fran Blanco: "Aqualia apuesta por Canarias como plataforma de desarrollo y punta de lanza de nuevos progresos en la industria del agua" P2

NUEVA ECONOMÍA

Agoney Melián.
Presidente de AJE Canarias
Turismofobia y mala educación P11



Jorge Alonso. CIO de Velorcios Group
Inteligencia Artificial: Poder y Responsabilidad P12



Sebastián Martínez. CEO de Green Efficient Solutions
La transición ecológica y los posibles paradigmas políticos P14



Alberto Bernabé. Asesor Turístico y Senior Advisor en PwC España
Abróchense los cinturones P15



Presen Simón. Directora de Transversalia Consulting
La voz de las personas P16



ENTREVISTA.
DELEGADO EN CANARIAS DE AQUALIA



El futuro económico de Canarias a debate en el primer JH Economic Forum Canarias P4

CEOE Tenerife entidad acreditada para la validación de planes de empresa P6



La Confederación Canaria de Empresarios inaugura el Foro para la Colaboración Público Privada en Canarias P7

ESPECIAL FUNDACIONES | AGUAS | AUDIOVISUALES

Fran Blanco: “Aqualia apuesta por Canarias como plataforma de desarrollo y punta de lanza de nuevos progresos en la industria del agua”



ENTREVISTA

FRAN BLANCO
DELEGADO EN CANARIAS
DE AQUALIA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cuál es la visión de futuro de Aqualia? ¿Cómo se imagina la compañía a las puertas del año 2030?

Nuestro Plan Estratégico de Sostenibilidad 2021-2023 (PESA) nos permitió realizar un ejercicio de reflexión sobre la compañía que somos, la que queremos ser en el futuro y cuál es el camino que debemos seguir para conseguirlo. Queremos ser una organización que no solo preste un servicio, sino que sea capaz de regenerar e impulsar la riqueza natural de las comunidades donde opera. Esto implica una transformación cultural hacia la sostenibilidad que requiere poner a las personas en el centro.

Nos proyectamos hacia un futuro en el que seguiremos cuidando de los ciudadanos de la forma que mejor sabemos hacerlo: la gestión sostenible del agua. Ese es, y siempre será, el corazón de nuestro negocio.

El Cabildo de Tenerife apuesta por la regeneración y la desalación de aguas para disminuir la alta dependencia

actual de las galerías y pozos. La desalación, ¿es garantía de un desarrollo sostenible en las islas?

Como bien dices, una de las políticas hidrográficas de Tenerife es apostar por la producción de agua potable mediante desalación de agua de mar para salvaguardar los actuales acuíferos de pozos y galerías. Debido al cambio climático, cada vez llueve menos. Las galerías y pozos están viendo mermado su caudal, y ello repercute en la calidad del producto.

Por lo anteriormente comentado, no cabe duda de que la producción de agua potable mediante desalación de agua de mar es importantísima dada la situación actual de los acuíferos, así como por la mejora notable en su calidad.

Las estrategias europeas y española avanzan hacia la digitalización, que determinará, en parte, los avances en materia medioambiental. ¿Qué papel tiene para Aqualia la digitalización en términos de descarbonización y circularidad del agua?

En Aqualia hemos definido un rumbo a seguir y asumimos un compromiso ineludible con la transición digital hacia la sostenibilidad. El papel de la digitalización es clave porque no se puede gestionar algo que no se mide.



Una de las grandes carencias actuales es que no se disponga todavía de toda la información necesaria para saber exactamente cuántas pérdidas se producen en las redes de distribución de agua por filtraciones, roturas o fugas, pero gracias a la digitalización, haremos visible lo invisible y en tiempo real.

Una red digitalizada nos permite disponer de toda la información necesaria para gestionar de forma óptima los recursos hídricos a través de criterios de inteligencia artificial y baremos de probabilidad de ocurrencia o frecuencia. Es un gran avance poder predecir y estimar, por ejemplo, los requerimientos de agua y de energía en tiempo real de una población. Además, medimos el volumen de agua no registrada y, por supuesto, trabajamos en la mejora de las infraestructuras para aumentar su eficiencia.

“El papel de la digitalización es clave porque no se puede gestionar algo que no se mide”.

Por su parte, están apostando por Aqualia Live, un sistema inteligente que unifica toda la gestión del ciclo integral del agua. ¿Cuál es el objetivo que persigue esta herramienta?

Aqualia Live es una plataforma propia, diseñada por nuestros expertos, profesionales con un amplio know how tanto del ciclo integral del agua como a nivel tecnológico. Es un sistema inteligente que unifica toda la gestión del ciclo integral del agua en torno a una única plataforma con multitud de módulos interconectados entre sí para un servicio completo y eficiente.

Su principal objetivo es mejorar la eficiencia, tanto hídrica como energética. Para ello, necesitamos digitalizar no solo el parque de contadores, sino también todos los activos que conforman el ciclo integral del agua, es decir, bombeos, potabi-

lizadoras, estaciones de bombeo de agua residual, etc. Con ella vamos a digitalizar todos los datos que tenemos y a gestionarlos de forma inteligente.

La plataforma Aqualia Live como tal, a través de diferentes herramientas, comprende el 100% de los procesos y servicios prestados por Aqualia.

“El principal objetivo de Aqualia Live es mejorar la eficiencia, tanto hídrica como energética”.

De los proyectos de I+D+i desarrollados por Aqualia en Canarias, ¿cuáles destacarías?

Todos los proyectos de I+D+i puestos en marcha en Aqualia están alineados con las políticas europeas para la transición a una economía circular con huella de carbono cero.

Actualmente, Aqualia desarrolla en Canarias actividades de investigación en tres localizaciones de la isla de Tenerife. Algunas de ellas orientadas a dar solución a problemas históricos de restricción de agua para consumo humano en ciertas zonas de la isla como La Guancha, Icod o Puerto de la Cruz.

Entre los proyectos desarrollados en estrecha coordinación y colaboración con las administraciones, cabe destacar que Aqualia trabaja en Icod de los Vinos, tratando el agua de galerías para su uso como agua potable mediante nuevas membranas de nanofiltración de fibra hueca para la retirada de compuestos como el aluminio; en Puerto de la Cruz, tratando el agua mediante membranas biomiméticas de ósmosis inversa para la separación de nitratos del agua potable; y en Guía de Isora trabaja, desde hace años, en el desarrollo de nuevos sistemas de desalación de bajo consumo energético como el denominado Microbial Desalination Cell.

“Los proyectos de I+D+i puestos en marcha en Aqualia están alineados con las políticas europeas para la transición a una economía circular”.

A lo largo de este año pondrán la primera piedra de lo que será Aqualia Wave. ¿Qué valor añadido aportará este centro de I+D+i?

Aqualia apuesta por Canarias como plataforma de desarrollo y punta de lanza de nuevos progresos en la industria del agua, una apuesta que se sostendrá en el largo plazo incidiendo en el tejido investigador canario y en la mejora de los procesos que aplicamos en nuestra actividad diaria. De esta apuesta nace el centro Aqualia Wave, cuyo valor añadido se focaliza en el desarrollo de tecnologías y estrategias para el tratamiento del agua en Canarias.

Aqualia Wave se conformará como un centro multidisciplinar donde se desarrollarán, escalarán y posteriormente validarán tecnologías propias y de socios internacionales implicados en la búsqueda de la optimización de procesos de desalación, valorización de residuos, como las salmueras para la producción de materias primas, y acoplamiento de energías renovables al proceso de tratamiento del agua.

¿Cuáles serán las líneas de estudio a seguir desde Aqualia Wave?

En Aqualia Wave se instalarán inicialmente dos proyectos de Investigación que ya están en marcha en Aqualia: Sea4Value, un proyecto de investigación financiado por la Comisión Europea en la que se busca la extracción de Materias Primas Críticas de las salmueras de desaladoras, y Rewaise, un proyecto de investigación financiado por la Comisión Europea en el que se busca la optimización y descarbonización de los ciclos de agua.

Para concluir, ¿qué valoración hacen de la jornada llevada a cabo con múltiples medios de comunicación para acercarnos la gestión del ciclo integral del agua? ¿Cuáles fueron las sensaciones?

La jornada llevada a cabo por Aqualia tuvo lugar una semana después de la efeméride del Día Mundial del Agua y nos trajo consigo muy buenas sensaciones. Una jornada que, cabe destacar, cumplió el objetivo de acercarle a nuestros invitados la gestión del ciclo integral del agua, que sigue siendo una gran desconocida para la mayor parte de la ciudadanía; es decir, el recorrido que sigue el agua desde que se realiza su captación a partir del medio natural de origen, pasando por todo el proceso de potabilización del agua para que sea apta para el consumo, su distribución y finalmente la reincorporación de las aguas residuales, una vez depuradas, para ser devueltas al medio sin afección ambiental.

Santiago Guerra: “La estrategia de futuro de Binter pasa por reforzar la operativa con los destinos de nuestro entorno más cercano”

ENTREVISTA

SANTIAGO GUERRA
COORDINADOR GENERAL
DE BINTER

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo ha sido la evolución de Binter en los últimos años?

Binter lleva 34 años ofreciendo conexiones aéreas entre las islas del archipiélago canario con un claro enfoque de servicio público y, desde 2005, también con mercados exteriores, de manera que actualmente operamos vuelos directos entre Canarias y 33 destinos de fuera de las islas, 15 en el ámbito nacional y 18 en el internacional, incluyendo aeropuertos de África, Portugal, Italia y Francia.

En estas más de tres décadas Binter ha transportado a 75 millones de pasajeros; precisamente hace poco hemos alcanzado un nuevo récord de pasajeros diarios, en concreto el pasado 28 de abril, cuando 19.400 personas volaron con nosotros.

Actualmente, más de 1.800 personas trabajan para las diferentes empresas que forman el sistema Binter, compuesto por 15 empresas especializadas en cada una de las ramas del sector aéreo, con el fin de ofrecer un servicio integral y brindar la máxima calidad.

Creo que puedo decir sin miedo a equivocarme que la evolución de Binter ha sido muy grande y que trabajamos para que siga siendo así.

Muestra de ello es que Binter ha logrado convertirse en referente del transporte de Canarias, con protagonismo en Europa, donde ha sido siete veces premiada por la Asociación de Aerolíneas Regionales Europeas, ERA.

¿Con qué novedades nos sorprenderá la compañía para este año 2023?

Como ya saben, en Binter siempre estamos estudiando nuevas posibilidades para mejorar la conectividad de Canarias. Por ejemplo, hemos empezado a volar a Granada y este verano enlazaremos Canarias con Ibiza. También tendremos para este verano de nuevo los vuelos directos entre Madeira y los aeropuertos de Fuerteventura, Tenerife Sur o Lanzarote y hemos abierto una ruta directa entre este aeropuerto y el de Guelmim.

Además, estamos mejorando el programa de fidelización, ampliando la red de partners y aumentando las ventajas para sus miembros.

¿Qué planes a corto-medio plazo tienen en cuanto a destinos y flota para Binter?

Hemos encargado a Embraer cinco aeronaves nuevas del modelo E195-E2 que empezarán a llegar a finales de este año. Eso nos abre muchas oportunidades que estamos



barajando y que van desde el refuerzo de las rutas actuales a explorar nuevos destinos y rutas. En estos momentos no puedo desvelar mucho más, pero lo iremos contando a medida que se superen algunos hitos necesarios para avanzar en estos planes.

“Binter ha logrado convertirse en referente del transporte de Canarias, con protagonismo en Europa, donde ha sido siete veces premiada por la Asociación de Aerolíneas Regionales Europeas, ERA”

Cabe destacar que han sido designados como mejor aerolínea española en una encuesta realizada por parte de la OCU a 37 compañías. ¿Qué viene a dejar constancia este hecho?

Para todas las personas que trabajamos en Binter es importantísimo. Saber que nuestros clientes reconocen y valoran el

servicio diferencial que les prestamos de esta forma nos reafirma en nuestra manera de hacer las cosas, en poner al pasajero en el centro de todo el servicio que prestamos, en primar el servicio, la conectividad y el buen trato. Por eso siempre medimos el grado de satisfacción de nuestros clientes, que en las encuestas que realizamos nos están dando una valoración con indicadores de sobresaliente. Este reconocimiento de la OCU se suma a los que habíamos recibido antes, hasta en tres ocasiones, en los Travellers' Choice Awards de TripAdvisor, la mayor web de viajes del mundo. Unos galardones que identifican las compañías favoritas de los viajeros en todo el mundo a partir de las opiniones y reseñas que estos publican en la web.

Entre otros muchos aspectos, Binter destaca por su servicio a bordo. ¿Plantean cambios al respecto o mantendrán una línea continuista en el tiempo?

“Estamos mejorando el programa de fidelización, ampliando la red de partners y aumentando las ventajas para sus miembros”

Por el momento no nos planteamos cambiar el menú a bordo, aunque sí variar los productos que ofrecemos para adaptarnos a las diferentes estaciones o gustos. Y es que sabemos que está muy bien valorado entre nuestros pasajeros y que es una grata sorpresa para aquellos que no han viajado con Binter antes y a los que, en ocasiones, el personal de cabina tiene que explicar que es un servicio gratuito para todos los pasajeros. Nos preocupamos por ofrecer un aperitivo variado con productos de alta calidad.

Un servicio que, además, posiciona a Binter como la compañía canaria por excelencia, ¿cómo han logrado que el canario se sienta identificado con la marca y que no le importe pagar un poco más por viajar con ustedes?

Lo del coste habría que discutirlo, porque esa comparativa no suele hacerse con billetes que tienen las mismas condiciones que ofrece Binter y los canarios ya lo tienen claro. No es lo mismo el precio base de otras compañías, que el que acaba pagando el viajero si le suma una maleta, la selección de asiento o lo que te puedas tomar o comer en el avión.

Respecto a la identificación de los canarios con la marca, creo que se debe a que Binter es una empresa 100% canaria, que toma las decisiones desde la realidad que vivimos los que residimos en este archipiélago y eso se nota en la apuesta por abrir nuevas rutas directas a destinos a los que no se podía llegar sin pasar por grandes aeropuertos, en las facilidades para viajar por el mismo precio desde cualquier isla, en la apuesta por la conectividad de todas las islas, en la defensa de unas condiciones de viaje con un nivel de servicio óptimo, en la defensa de lo canario,...

¿En qué estrategias comerciales seguirán aunando esfuerzos en aras de fidelizar a los potenciales clientes?

La estrategia de futuro de Binter pasa por reforzar la operativa con los destinos de nuestro entorno más cercano, con el objetivo de seguir mejorando y ampliando la conectividad del archipiélago con el exterior.

Asimismo, analizamos la expansión de la compañía para sumar nuevos destinos. Buscamos oportunidades en grandes ciudades donde creemos que el producto que ofrece Binter tiene cabida, ya que no existe actualmente.

Por último, continuaremos invirtiendo en la ampliación, renovación y modernización de la flota para seguir ofreciendo el mejor servicio posible a los clientes, de alta calidad y comodidad, en aviones respetuosos con el medioambiente.

Para concluir, ¿cuáles son los planes a largo plazo por los que pasa el futuro de la compañía?

Lo único que puedo asegurarle sobre el futuro de Binter es que seguirá poniendo el foco en mejorar la conectividad de Canarias, difundir todo lo bueno que tienen nuestras islas, que es mucho, y dar el mejor servicio a sus pasajeros.

El futuro económico de Canarias a debate en el primer JH Economic Forum Canarias

► JH Asesores Financieros, el despacho canario especializado en servicios de asesoramiento financiero para empresas, organizó el primer "JH Economic Forum Canarias" el pasado 23 de mayo, centrado en "La evolución y perspectivas de la economía de las Islas Canarias"



La primera edición de JH Economic Forum Canarias no defraudó. Con un lleno absoluto en el prestigioso Hotel Iberostar Gran Mencey de Santa Cruz de Tenerife, un cartel de ponentes del más alto nivel y unos invitados entre los que estaban los más destacados empresarios, directivos y personalidades de las islas, el encuentro cumplió más que de sobra con todas las expectativas de los allí presentes. El objetivo estaba claro, y no era otro sino debatir con los mejores expertos acerca del futuro y las perspectivas de la economía de nuestro archipiélago teniendo el contexto al que se enfrenta, todo ello siempre bajo una perspectiva empresarial, en el que cada uno de los ponentes invitados líderes del sector económico, financiero y bancario, dio su visión. Cabe tener en cuenta que esta es la primera vez que, en un evento empresarial, se reúnen cinco directivos territoriales del sector bancario en las Islas Canarias.

El evento, conducido y moderado por la conocida presentadora de televisión, Silvia Jato, e inaugurado por Jorge Hodgson, socio director de JH Asesores Financieros, presumía de un elenco de ponentes de altísimo nivel, siendo uno de los mejores eventos de este tipo realizados hasta la fecha en las islas. Así, el abarrotado salón del Iberostar Gran Mencey contó con la participación de Daniel

Lacalle, doctor en Economía, profesor de Economía Global y Finanzas, además de gestor de fondos de inversión, que actualmente, es una de las personas más reconocidas dentro del sector económico nacional, y, además, está considerado como uno de los economistas más influyentes del mundo. También pudieron participar Manuel del Castillo, director general de Caja Siete, una entidad financiera canaria de capital privado, con más de 50 años de historia, que mantiene una plantilla de 350 personas, y con 90 oficinas distribuidas por todas las islas; Beatriz Martínez directora territorial



del Banco Santander, Guadalupe Hernández directora territorial del BBVA en las Islas Canarias y Luisa Julia Quevedo, directora regional del Banco Sabadell en canarias. Tres mujeres directivas, que cuentan con un gran reconocimiento dentro del sector financiero y empresarial del archipiélago canario; el cartel lo cerraba el director territorial de CaixaBank en las Islas Canarias, Manuel Afonso Salazar.

Muchas fueron las ideas que sonaron fuerte la mañana del 23 de mayo en el JH Economic Forum Canarias, desde "sin reducción del gasto público no habrá salida a la subida de inflación", hasta "las ratios de morosidad en canarias siguen siendo aceptables", pasando por "la demanda de créditos no se ha resentido a pesar de la subida de tipos" o "los tipos de interés no van a bajar a corto plazo". De esta manera, es reseñable

la apreciación de Daniel Lacalle acerca de la escasa recuperación económica de nuestro país en relación con otros del entorno, o del beneficio que está sacando del sector turístico; este sector también centró una parte interesante del debate, pues todos coincidían en el desafío que tenemos para seguir apostando y desarrollando un turismo que aún tiene mucho recorrido.

El organizador y patrocinador principal del evento es JH Asesores Financieros, junto a los Sponsorship: Grupo Ari, 5 Océanos, TopCar, Cabrera Rodríguez ETL, Navalia Canarias, Marver, Impescan, Grupo Varela, Endovascular Médica y AMC Construcciones.

JH Asesores Financieros, es un despacho fundado por el exdirectivo de banca, Jorge Hodgson Golding, que se ha focalizado de manera exclusiva en prestar servicios de dirección financiera externa para empresas en Canarias. Este despacho se ha centrado en prestar un servicio específico y fundamental para las empresas, que es el asesoramiento financiero y bancario. JH Asesores, presta servicios a 89 grupos empresariales de diferentes sectores de actividad y cuentan con un equipo de economistas y abogados.

En el año 2022, fueron ganadores de los premios CEPYME, por su destacada y reconocida actividad en los servicios financieros con las empresas de Canarias.

Durante los últimos cinco años de actividad, este despacho ha celebrado los Foros JH Asesores y los JH Talks, reconocidos encuentros empresariales en donde han participado destacadas personalidades como José María Aznar, Joaquín Almunia, Cristóbal Montoro, Daniel Lacalle, Gonzalo Bernardos, Mario Conde, y Emilio Duró.

María Aránzazu Artal: “Aportamos talento a las productoras mediante la formación que impartimos dentro del Parque Científico y Tecnológico”

ENTREVISTA

MARÍA ARÁNZAZU ARTAL DÍEZ
DIRECTORA INSULAR DE INNOVACIÓN



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿En qué han aunado esfuerzos en estos primeros meses del año desde el área de innovación del Cabildo de Tenerife?

Venimos trabajando desde el área de Innovación, no solo en estos primeros meses del año, sino desde hace mucho tiempo, en proyectos que para nosotros son importantes. Proyectos, sobre todo, que van aunados a diversificar la economía de la isla para que no todo se base en la industria turística, sino que también la innovación coja fuerza en ese sentido, a través de captación de empresas que vengan de fuera y de internacionalizar aquellas que tenemos en la isla.

¿Qué proyectos destacaría?

El proyecto principal y sobre el que realmente se engloba todo el trabajo del área de innovación es el Plan Director de Innovación, que lo hemos aprobado recientemente.

En este caso, lo que pretendemos es dar empuje a nuestras empresas e, incluso, captar a empresas de fuera. Todo ello sobre cuatro bases principales que son: la industria de la tecnología, las energías renovables, la I+D+i a nivel de convenios que se han firmado con la Universidad y otras instituciones, y también dar un empuje a las áreas audiovisuales, sobre todo en animación 2D y 3D y en el área del gaming.

Un Plan Director de Innovación que convertirá a Tenerife en un referente en I+D+i.

Sí, esa es nuestra intención. Además, el Plan Director de Innovación viene acompañado por un programa muy importante, sobre todo de formación y, en este caso, nuestro principal pilar es el Parque Científico y Tecnológico de Tenerife.

Este programa se llama “Talentum Tenerife” y dentro de él hay formación, acompañamiento a empresas, demostraciones,

foros, entre otras actividades. Está dividido en cuatro subgrupos que son:

-Talentum Future, enfocado sobre todo a jóvenes de entre 4 y 18 años.

-Talentum Project para de alguna manera acompañar a aquellos emprendedores que quieran comenzar con su actividad y necesiten algún tipo de empuje de aceleración.

-Talentum Business, dedicado a ofrecer formación a las empresas y a dar todo tipo de información.

-Talentum Research, de investigación, enfocado a la I+D+i sobre todo con la Universidad y otras instituciones como el Ins-

tituto de Astrofísica o el Centro Superior de Investigaciones Científicas, con quienes colaboramos estrechamente.

¿Está la sociedad y las empresas apostando por la innovación como sector estratégico para la economía canaria?

Sí, por supuesto que sí. Además, es que no queda otro remedio, de alguna manera hay que diversificar la economía, tienen que haber industrias complementarias. No tenemos fábricas, por lo que la única manera de diversificar y de no vernos siempre abocados a depender del turismo es impulsando la innovación. Asimismo, en el mundo tecnológico sobre el que estamos asentados no queda más remedio que apostar firmemente por las innovaciones.

“La única manera de diversificar y de no vernos siempre abocados a depender del turismo es impulsando la innovación”

Cada vez es más habitual toparse con rodajes de todo tipo por las calles de Santa Cruz. ¿Cómo apoyan desde esta área a esta industria que cada vez más se alza con potencial en la isla?

Sobre todo, apoyamos a los rodajes aportando formación dentro del Parque Científico y Tecnológico de Tenerife. En esta misma línea, apoyamos que todas las grandes producciones se realicen en la isla, para lo que aportamos talento a las productoras mediante la formación que impartimos dentro del Parque Científico y Tecnológico. En este sentido, como comentaba anteriormente, apostamos por la formación de la industria de animación 2D y 3D, así como por el mundo de los videojuegos, del gaming.

¿Qué objetivos persigue el área de innovación del Cabildo de Tenerife a largo plazo?

A largo plazo queremos que el Plan Director de Innovación se asiente firmemente y siga adelante con todos los proyectos y la estructuración que hemos hecho durante estos últimos meses. Para nosotros es muy importante que las empresas sepan que tienen a través del Plan Director de Innovación un respaldo, dentro de esas cuatro vertientes que comenté, ya sea para comenzar la actividad, internacionalizar su producto o salir a nuevos mercados. Nosotros lo que hacemos es respaldar el apoyo a las empresas para diversificar la economía de nuestra isla.

CEOE Tenerife entidad acreditada para la validación de planes de empresa

NUEVA CONVOCATORIA SUBVENCIÓN AUTÓNOMOS 2023 DEL SERVICIO CANARIO DE EMPLEO

-  **VALIDACIÓN DEL PLAN DE EMPRESA**
-  **GESTIÓN DEL ALTA DE AUTÓNOMO**
-  **APOYO EN SU SOLICITUD**

**SERVICIO DE ASESORAMIENTO
PARA EL AUTOEMPLEO Y EL
EMPREDIMIENTO
DE CEOE-TENERIFE:**

 **922 280 880**

 **sie@ceoe-tenerife.com**

 **Gobierno de Canarias**
Servicio Canario de Empleo

CEOE
Tenerife

 **GOBIERNO DE ESPAÑA**
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

 **SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL**
SEPE

El servicio de Asesoramiento Empresarial y Creación de Empresas de CEOE Tenerife se ha convertido en punto de referencia para aquellas personas que quieren poner en marcha una iniciativa empresarial en la provincia de S/C de Tenerife.

Este departamento, cofinanciado por el Servicio Canario de Empleo (S.C.E.) y Servicio Público de Empleo Estatal (S.E.P.E.), viene desarrollando en los últimos años asesoramiento personalizado de forma especializada en lo relativo a la elección de la forma jurídica, nuevos modelos de negocio, tutorización del Plan de Empresa, así como la tramitación del alta. Asimismo, favorece el acceso a las diversas subvenciones, ayudas o bonificaciones existentes, prestando apoyo técnico tanto en la solicitud como en la justificación.

Este año, el S.C.E. publicó las nuevas bases reguladoras de las subvenciones de referencia en Canarias para las iniciativas empresariales, que son las destinadas a la Promoción del Empleo Autónomo. Se trata de una ayuda cuya finalidad es la de facilitar la constitución de personas desempleadas en trabajadoras autónomas o por cuenta propia, cuyo importe oscila entre los 5.000 y 9.500 euros. Además, cuenta con tres modalidades: por establecimiento, financiera y de asistencia técnica.

Como novedad importante en los requisitos necesarios para esta nueva convocatoria abierta recientemente, se encuentra el haber confeccionado un *Plan de Empresa* o *Plan Económico Financiero* de la actividad económica por la que se solicita la subvención. Este debe ser validado por alguna de las entidades colaboradoras designadas por el S.C.E., de la que CEOE Tenerife forma parte a través del servicio de Asesoramiento Empresarial y Creación de Empresas.

Contamos con distintas oficinas ubicadas en Santa Cruz de Tenerife, La Orotava y Granadilla de Abona para recibir de forma gratuita este tipo de asesoramiento. Si desea ampliar información contactar vía email a: sie@ceoe-tenerife.com o al teléfono 922 280 880.



CORPUS CHRISTI

ARONA 2023
11 JUNIO

www.arona.org

 **ARONA**
Ayuntamiento

 **ARONA**
TENERIFE SUR
FIESTAS



La Confederación Canaria de Empresarios inaugura el Foro para la Colaboración Público Privada en Canarias



neficio de toda la sociedad en su conjunto, como quedó demostrado en los peores momentos de la pandemia, cuando “no hubo distinción entre la sanidad pública y la privada, y se firmó un convenio con las empresas privadas para potenciar la vacunación y lograr los datos menos desfavorables de fallecidos en el país por 100.000 habitantes. El papel de la CCE también resultó clave para que se aprobara una reforma laboral junto con los sindicatos más representativos, algo “inédito”.

La jornada tuvo un carácter eminentemente técnico y en su transcurso se contó con la aportación y experiencia de diversos expertos de reconocido prestigio y con una amplia trayectoria profesional en la planificación y gestión de modelos de colaboración y responsables de áreas legales y de organizaciones que impulsan y lideran alianzas con el sector público-privado a nivel estatal y regional.

La primera ponencia corrió a cargo de Mónica Reig, directora asociada del Centro de Gobernanza Pública de ESADE, quien explicó a los asistentes sobre el valor de la colaboración público-privada para generar desarrollo social y económico y a continuación, conocimos la visión estratégica, los retos y aspectos clave para impulsar la colaboración público-privada en Canarias de la mano de Fernando Tejedor, responsable del área de administrativo de Garrigues en Canarias; Mariano Megide, socio del despacho Uria Menéndez; y Eduardo Romero, socio de la consultoría AUREN; en un debate que estuvo moderado por Carles Agustí Hernández, consultor internacional en gobernanza.

A lo largo de este I Foro organizado por la CCE y que pretende convertirse en un marco de referencia a futuro que aúne lo público con lo privado y fortalezca los necesarios lazos que unen a los dos ámbitos de actuación, se trató de entender la idiosincrasia del sector público, alinear las lógicas de trabajo “colaborativo” y armonizar los tiempos de actuación, además de conjugar los criterios políticos, técnicos y profesionales que se deben abordar cuando se pretende generar sinergias enriquecedoras para un fin común.

Cabe recordar, tal y como coincidieron en señalar tanto el Presidente de la CCE, como el Presidente del Gobierno de Canarias, que durante la presente legislatura la colaboración entre lo público y lo privado resultó fundamental y se tradujo en numerosos acuerdos entre los agentes sociales, como el de concertación social, seguridad laboral, por la igualdad salarial entre géneros, el Pacto de la Ciencia, la firma de la Agenda Canaria 2030, y otras iniciativas que han contado con la participación, el diálogo y el consenso entre los agentes privados de la sociedad civil y las distintas administraciones públicas.



El pasado 16 de mayo, la Confederación Canaria de Empresarios organizó un FORO PARA LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA que fue inaugurado por nuestro Presidente, Pedro Ortega, y que también contó con la participación del Presidente del Gobierno de Canarias, Ángel Víctor Torres.

El acto se celebró en la Sala Cámara del Palacio de congresos de Canarias – Auditorio Alfredo Kraus de Gran Canaria, con la asistencia de un nutrido grupo de representantes del tejido empresarial de las Islas, además de la clase política y miembros de la Administración Pública.

En su intervención, el presidente de la CCE destacó que “la colaboración público-privada debe ser el vehículo que debemos impulsar para lograr la rápida recuperación y un futuro de crecimiento social y económico, pero hace falta compromiso” y en ese sentido, destacó la importancia de reforzar la seguridad jurídica, propiciar la simplificación de la burocracia administrativa y mejorar la eficiencia del gasto público, y “superar los prejuicios ideológicos que impiden que las fórmulas de este tipo avancen y mejoren la eficiencia en sectores clave para nuestro desarrollo social y económico, siendo además un mecanismo que nos pide Europa”.

Por su parte, el Presidente del Gobierno de Canarias señaló la importancia de estos mecanismos colaborativos y que van en be-



Abiertas las inscripciones de la 11ª edición de Olympo Boxes para acelerar proyectos innovadores en Canarias

son clave para el éxito de cualquier empresa. Para ello, se apoya en una metodología que persigue conseguir modelos de negocio sólidos que generen ingresos y que cuenten con una proyección sostenible y escalable desde fases tempranas.

Durante tres meses, los participantes trabajarán para acelerar sus proyectos de la mano de expertos y mediante metodologías ágiles, con un programa de monitorización basado en una doble vía que permite a los emprendedores consolidar su modelo de negocio y saber cómo ejecutarlo posteriormente.

La experiencia adquirida por Olympo Boxes demuestra que las startups que sobreviven en el mercado son aquellas que se centran en sus clientes con estrategias coordinadas por expertos, con los que se delimitan las hojas de ruta en las distintas fases de crecimiento de las empresas. Una vez se alcanza el objetivo de conseguir clientes, el siguiente paso es centrarse en la búsqueda de financiación para escalar las iniciativas.

Un programa de aceleración de startups referente a nivel regional

Las aceleradoras de startups se han consolidado como un elemento fundamental en el ecosistema emprendedor, desempeñando un papel crucial en el éxito y crecimiento de nuevas empresas. Estas iniciativas impulsan la innovación, fomentan la colaboración y brindan un entorno propicio para el desarrollo de proyectos disruptivos con un alto potencial de crecimiento. De esta manera, las aceleradoras se rigen como

auténticas catalizadoras del emprendimiento innovador.

La reciente aprobación de la Ley de Empresas Emergentes o startups ha destacado aún más la importancia de las aceleradoras en el ecosistema emprendedor, reconociendo el valor estratégico de las mismas al proporcionar el apoyo y los recursos necesarios para el desarrollo y crecimiento de nuevas empresas. Estas instituciones se convierten en aliados estratégicos para las startups, facilitando su camino al éxito al superar obstáculos iniciales y acelerar su crecimiento.

Canarias ha demostrado su firme apuesta por el emprendimiento innovador y tecnológico, con una creciente comunidad de startups y un ecosistema emprendedor en constante expansión. La región se posiciona como un destino atractivo para el desarrollo de proyectos con un enfoque disruptivo y, en este contexto, las diez ediciones anteriores han posicionado a Olympo Boxes como uno de los programas de aceleración de proyectos tecnológicos y de innovación líderes en el conjunto del Archipiélago.



Participantes de la X edición de Olympo Boxes durante la jornada de clausura en la Cámara de Comercio santacrucera.

► **La aceleradora canaria se ha posicionado como punto de referencia del ecosistema startup regional, que ya ha impulsado a más de 120 empresas consiguiendo reunir más de 5.000.000 de euros de financiación en sus ediciones anteriores**

La aceleradora de startups de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, Olympo Boxes, ya ha abierto el período de inscripción de su 11ª edición, consolidándose como un referente para todo el ecosistema startup y para todos aquellos emprendedores que cuenten con proyectos innovadores y con clara orientación tecnológica.

Olympo Boxes es una iniciativa de la Cámara provincial financiada por la Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo del Gobierno de Canarias, a través de la Dirección General de Promoción Económica y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Canarias avanza con Europa.

A lo largo de sus ediciones anteriores Olympo Boxes ha impulsado a más de 120 empresas, consiguiendo una tasa de supervivencia del 75% y una financiación que supera ampliamente los 5.000.000 de euros desde su puesta en marcha. Datos de éxito que muestran cómo este programa cameral de aceleración de startups supone una gran oportunidad para impulsar aquellos proyectos emprendedores de base tecnológica nacidos en el Archipiélago, consiguiendo de este modo diversificar el tejido empresarial canario.

Aquellas startups interesadas en participar podrán inscribirse en este programa

hasta el próximo 9 de junio a través de la página web de Olympo Boxes. Una vez iniciado el programa de aceleración, podrán contar con herramientas y recursos de vanguardia, talleres de trabajo intensivo y expertos que les ayudarán a desarrollar y mejorar el modelo de negocio de cada proyecto empresarial. Para ser seleccionadas, las startups deben contar con un proyecto de carácter innovador, un PMV (producto mínimo viable) y disponer de la capacidad para desarrollar una tecnología relacionada con el mismo.

Olympo Boxes: una metodología que construye modelos de negocio sólidos

El enfoque de Olympo Boxes se centra en sistematizar el proceso comercial y validar el modelo de negocio, dos aspectos que

La Cámara de Comercio de Gran Canaria consolida su compromiso con la transformación digital y verde de las micropymes y los autónomos

La transformación digital lleva varios años avanzando en el tejido empresarial grancanario, pero con la llegada de la pandemia del Covid-19, las pymes han sentido la necesidad de acelerar aún más ese proceso de digitalización, e impulsar a su vez la transformación de su actividad hacia una economía verde. Sin embargo, para muchas, la ejecución de este proceso no está siendo fácil.

La Cámara de Comercio de Gran Canaria ha llevado a cabo en el último año el Programa de Apoyo y Acompañamiento a la Transición Digital y Verde de Micropymes y Autónomos, financiado con fondos Next Generation UE a través del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (MRR), contando con la colaboración del Servicio Canario de Empleo. Este programa permitió la elaboración de un diagnóstico de situación personalizado y la posterior elaboración de un plan de acción a un total de 102 micropymes grancanarias. Además, esas empresas recibieron asesoramiento sobre las ayudas y subvenciones a las que podían acogerse para este fin.

El presidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria, Luis Padrón, que destaca la importancia que tienen para la actividad económica de la Isla el pequeño tejido empresarial, considera que la digitalización y la sostenibilidad son dos cuestiones claves para las micropymes y autónomos. En este sentido, afirmó: "la Cámara de Comercio de Gran Canaria se ha propuesto impulsar su transformación digital y verde, ayudándolas a compensar el sobreesfuerzo que están



Luis Padrón, presidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria.

realizando para adaptarse a todos estos cambios, y combatir la brecha digital que existe con respecto a las grandes empresas. No podemos permitir que las micropymes y los autónomos se queden atrás en este proceso, y para ello estamos trabajando".

Programa de Apoyo y Acompañamiento a la Transición Digital y Verde de Micropymes y Autónomos

De entre las más de 200 micropymes que mostraron interés en el programa, 102

fueron seleccionadas, 52 para el proceso de transformación verde, y 50 para la transformación digital. A todas ellas se les realizaron entrevistas personales o telemáticas, y a partir de las mismas se les elaboró un diagnóstico de situación personalizado.

Posteriormente se desarrolló un plan de acción, que se les envió para su puesta en marcha y para lo que, entre otros asuntos, se les asesoró sobre las líneas de ayudas disponibles e incentivos a los que acogerse.

A través de este proyecto, en lo que respecta a la digitalización, se asesoró sobre el desarrollo de programas dirigidos a implantar la factura electrónica, el desarrollo del ecommerce, actuaciones en materia de

ciberseguridad, presencia avanzada en internet y posicionamiento web, y la mejora de la explotación de los datos de la empresa, entre otros.

Y en relación a la sostenibilidad, se prestó asesoramiento sobre acciones dirigidas a disminuir el consumo energético; la selección de proveedores que apliquen mejores medidas sostenibles en su cadena de producción y logística, como el uso de vehículos eficientes energéticamente; o la gestión de residuos.

Aunque van por el buen camino, a los autónomos y las micropymes les queda mucho por hacer

En el marco de este proyecto, se realizaron dos estudios diagnósticos de situación de la transformación digital y verde en las microempresas grancanarias, y como conclusión se destaca el salto cuantitativo y cualitativo que se ha dado en cuanto a la sensibilización y concienciación de la importancia y ventajas de la digitalización.

Sin embargo, del estudio también se desprende que las micropymes y los autónomos no están aprovechando todas las potencialidades de los canales digitales en sus acciones de comercialización, promoción y venta, en buena medida por el déficit de conocimiento, competencias digitales y capacidad de aplicación de estos canales de venta on line.

En cuanto a la transformación verde, existe una notable disposición a implementar procesos circulares, si bien queda mucho por avanzar para la implantación más efectiva de la economía circular en las micropymes y autónomos.

La transformación digital y verde todavía tiene un largo camino por delante. Apostar por estas soluciones va a permitir a las micropymes diferenciarse de la competencia, porque el hecho de dar un salto importante con todo lo que este proceso lleva implícito, supone un incremento de calidad para cualquier pyme, sea cual sea el sector al que pertenezca.



 Calle Quevedo Edif. Quevedo, nº 5, 1º pta.
 38005 Santa Cruz de Tenerife
 922 213 588 / 922 213 700
 canaldearaya@canaldearaya.es



Resulta difícil digerir, un mes más, los resultados de paro juvenil. La misma escala hasta el 30% en el primer trimestre tras sumar 10.300 desempleados, lo que supone un 2,2% más que en el trimestre anterior, situándose la cifra total de jóvenes en situación de desempleo en 474.400 al finalizar marzo. Resulta extremadamente de digerir porque mañana, al mirar a la cara a una generación, nos debería costar explicarles que el modelo a seguir no es el de aquellos que aparecen gritando en los realities de la televisión sino el de miles de estudiantes universitarios que conviven con la incertidumbre y desesperanza que supone saber que este país parece no ofrecer alternativas ni siquiera a quienes se sacrifican, que este sistema educativo ha abierto las puertas a miles de estudiantes universitarios a sabiendas de que el mercado no estaba preparado para asumir semejante cantidad de licenciados, que sentenciamos al destierro a científicos, ingenieros o médicos habiendo gastado cientos de millones de nuestros impuestos en su formación para que sean otros países los que se benefician de ella.

Quizá con el tiempo, las instituciones entiendan que problemas endémicos como la escasa natalidad o la reactivación del mercado de la vivienda se solucionan ofreciendo un trabajo estable a los jóvenes que, a pesar de estos datos, siguen queriendo crecer en España. Quizá hoy muchos hablen de una generación perdida a la que se critica por carecer de valores olvidándonos de la cantidad de ellos que aprenden de otras generaciones cada día, cuando ven los telediarios o leen los titulares de los periódicos.

El problema endémico del desempleo juvenil

Aunque optimistas por naturaleza, hay días en que la realidad nos golpea y recuerda que queda mucho trabajo por hacer. El de las familias que deben educar en el sacrificio y la perseverancia, el de un sistema laboral en el que no puedes pedir experiencia si no me has dado la oportunidad de demostrar mi talento o el de un sistema educativo que

tendrá que empezar a pensar no solo en inculcar conocimientos sino también en formar actitudes.

La única apuesta por los jóvenes vendrá de aquellos que estén dispuestos a invertir en el futuro de España a sabiendas de que los resultados de sus iniciativas vendrán probablemente cuando ellos ya no estén, la verdadera solución llegará de la valentía de quien entienda que el futuro de este país no se divide en periodos de cuatro años y que apostar por los jóvenes es garantizar nuestro futuro, y aunque ahora no lo entiendan, también el suyo.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Canarias

Con la ayuda a domicilio no se juega

OPINIÓN
ANA VEGA

Cuando este artículo salga a luz ya habremos pasado las elecciones municipales, autonómicas y cabildos de esta España difícil de definir.

Pero no vamos a hablar de la campaña ni del resultado, porque entre otras cosas ni yo misma lo sé mientras escribo.

Hay un tema que debido a mi vinculación con ella desde el año 87 hasta el 94 formé parte del SAD en mi tierra, Madrid. Exactamente mi zona de trabajo se encontraba en la zona de Chamberí.

Ahí descubrí lo que empezaba a ser mi lucha por los derechos de las trabajadoras, así como conocer la historia de la Guerra Civil española, así como la posguerra.

Pero no me voy a exponer todo lo vivido, ya que no se trata de mí, como tampoco de mi ciudad.

Las protagonistas son las trabajadoras de la Ayuda a Domicilio (SAD) en la ciudad de Santa Cruz de Tenerife.

Hace dos años, si la memoria no me falla, me ponía en contacto con trabajadoras de esta ciudad, para contarnos a través de mi programa de radio a la presión que estaban sometidas.

Parecía surrealista. ¿Cómo iba a ser posible que 400 trabajadores, entre quienes también se encuentran 11 hombres, si la memoria no me falla, a trabajar en unas condiciones infrahumanas?

Pues sí, en el mes de mayo, a mediados volvían a sentarse en el estudio y no sólo se ratificaban, si no que también agregaban más detalles.

Siempre he dicho que no todo vale en política y mucho menos mostrando una absoluta dejadez ante las personas mayores, dependientes, así como a quienes les alegran la vida intentando darles una mejor calidad de vida. Es evidente que eso no ocurre.

El sector de la Ayuda a Domicilio en Santa Cruz se encuentra en una situación precaria, en donde muchas de las trabajadoras se ven obligadas a guardar colas en los comedores sociales, así como en el ayuntamiento recogiendo vales para poder dar de comer a sus hijas e hijos.

Precariedad laboral. Quien nos iba a decir que se pudiese dar esa temida situación.

En un pleno en dicha ciudad, la portavoz de las trabajadoras expuso en cinco minutos, porque es lo que se les permite cuando participan en los plenos, dejando claro sus reivindicaciones.

Hablan de conciliación familiar, y que mejor ejemplo el de estas mujeres, muchas de ellas en familias monoparentales. Que quede claro, por cierto, que el Word no me acepta la palabra monomarental.



Servicios que no pueden ser atendidos con la delicadeza que requieren. Viviendas en las que conviven personas con algún problema psiquiátrico severo, pero que, por la protección de datos, las trabajadoras no pueden saber lo que tienen, si las trabajadoras o trabajadores sociales.

Viviendas donde se ve según se abre la puerta se encuentran a un usuario con el "Síndrome de Diógenes".

Son tantas y tantas las diferentes situacio-

nes peligrosas y que atentan contra la salud de quienes les atienden, que es imposible no se haya hecho nada al respecto.

Un convenio que no hay por donde cogerlo y el cual se sale del convenio estatal, que sin ser en estos años el mejor, desde luego supera al que hay aquí.

Para ir terminando y para quien no lo sepa, si estas trabajadoras tienen que ir a movilizar un cuerpo, y debe ser con otra compañera o compañero, si son 5 euros lo que se les paga la hora, ésta es dividida entre dos. Sí, lo he puesto bien: 2,5€ cada uno. A lo mejor es un euro arriba el total, por si acaso. Eso sí, ambos deben permanecer una hora.

Si utilizan sus vehículos, sólo se les paga de domicilio a domicilio, ni el ir a su puesto de trabajo, como tampoco con su regreso. Bien pues se les paga a 0,25 el kilómetro.

No se les paga ningún plus de peligrosidad, en el que no sólo cuenta una posible agresión, si no también los productos químicos que se encuentran en dichos domicilios.

Pues sí, este artículo debía salir a la luz, y deseo que el ayuntamiento, responsable de las y los usuarios haya sido tratado en las elecciones, exactamente igual que ellos han hecho con seres humanos. Lo digo, porque ya sabemos que el ayuntamiento tiene una subcontrata para "gestionar" esta barbarie. Pero insisto, el bienestar de las personas es responsabilidad del alcalde y la concejalía de Servicios Sociales.

Espero y deseo que esta pesadilla que llevan sufriendo trabajadoras del sector termine cuanto antes. Así como se les reconozca la profesión "TÉCNICAS SOCIO SANITARIAS".

Artículo dedicado a Miriam Henríquez y Cristina Bas como parte de las representantes de la Unión Técnicas Sociosanitarias.

Todo mi apoyo incondicional.

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 37 | Depósito Legal TF 231-2020

Imprime: TFPRINT, S. L.



OPINIÓN

AGONEY MELIÁN
PRESIDENTE DE AJE
CANARIAS

 Agoney Melián Sosa

 @agoney_melian

Turismofobia y mala educación

No cabe duda de que, ante cualquier avance o circunstancia, lo importante es siempre adaptarse, que es justamente lo que ha hecho nuestra comunidad empresarial. Han invertido una cantidad de dinero ingente en proyectos que, sin perder de vista los miles de empleos que están vinculados al sector, mejoren la relación con el entorno y la calidad de vida de sus colaboradores y colaboradoras.

¿Y si te digo que tenemos en nuestras Islas una iniciativa de economía circular y de salud? Como lo lees, ASAGA y ASHOTEL han desarrollado una actividad que enlaza el sector turístico con el sector primario, y se llama "Tenerife Km 0- Comunidad Turística Circular". Trata de desarrollar dos sistemas comarcales como comunidades de minimización del desperdicio alimentario y de reciclaje de manera orgánica, cuyo principal proveedor son los hoteles participantes y que son unas 600 toneladas anuales.

¿Y si te digo que nuestras empresas dicen que ser energéticamente sostenibles es rentable? Así lo ha demostrado Fedeport, que mostró con un informe que conciliar la eficacia económica y empresarial operando en el mercado de forma sostenible, es posible.

Pero aún hay más, y es que FEPECO está trabajando para implementar el ODS número 9.1. y el 11.b, y ha apostado fuertemente por

la agenda verde de la UE y por implementar un crecimiento económico y social basado en el desarrollo sostenible, lo que desde la construcción es más que necesario.

¿Y si te cuento que hay grupos hoteleros o vinculados a la hostelería desarrollando proyectos increíbles con la participación de sus propios equipos? El proyecto BeGreen life que habla de sostenibilidad económica, social y medioambiental del grupo GF Hoteles es una iniciativa que te animo a conocer porque "no tiene desperdicio".

Esto son solo unos highlights de todos esos proyectos que estamos desarrollando desde nuestra propia casa para cuidarnos y protegernos, y que son el camino para construir una tierra en la que merezcamos vivir.

Ya está bien de que nos llamen explotadores.

Que hay empresarios que tienen dudosa reputación es algo que ya sabemos y con lo que estamos absolutamente en contra, al igual que estamos en contra de pensar que todos los trabajadores son unos holgazanes y poco responsables. Generalizar es una mala idea siempre, sea cual sea la dirección. Por eso, demonizar a un sector completo por la mala praxis de unos pocos, no solo es una mala idea, sino que es injusto y genera un ambiente tóxico en el mundo laboral y social canario.

Tengo muchos compañeros y compañeras que se dedican al sector hotelero y que son unas magníficas personas y mejores profesionales. Gente joven, con ganas de innovar que se preocupa por su equipo y por el planeta.

A la primera persona que escuché hace unos años hablar de eliminar el plástico en sus hoteles, fue a mi amigo Agustín Ruiz, director de La Laguna Gran Hotel. Ahora les parece normal, pero para la época, que un hotel quitase los amenities, era una acción revolucionaria, porque cuando los clientes entrasen en la habitación, no habría despliegues de botecitos que activaban la dopamina al pensar que tenías cositas de regalo. Este no es el único caso que conozco, por eso me atrevería a decir que basta ya de confrontar, que seamos responsables y que, sea cual sea el cambio que debamos de emprender, debe ser un camino de concordia, sin insultos ni piquetes más propios de la chusma que de líderes que quieren proponer un cambio.

¿Cuál es el plan?

Lo que está ocurriendo en el sur de Tenerife, no nos lo podemos tomar a broma. Los datos nos indican que, una grandísima parte de las personas que viven en Canarias, tienen ingresos gracias al sector turístico, y no se equivoquen, no les hablo de las camas de los hoteles.

Les hablo del chico que trabaja en la fábrica de refrescos, de quienes tienen pequeños comercios o quienes van al súper a comprar comida porque esto es una cadena.

En la pandemia, y en la post pandemia, un amigo que tiene una clínica dental en el sur me decía que la mayor parte de sus clientes eran personas que trabajaban en los hoteles, que había notado, debido al parón que la gente no iba a su centro y es que el turismo es tractor de otras economías le pese a quien le pese.

Si mañana cerramos los hoteles, y despedimos a toda esa gente, ¿cuál es el plan? ¿Cartilla de racionamiento? ¿Un Canarias que emigre? No me queda claro el plan.

Quiero finalizar haciendo una última reflexión. Imagina que vas por cualquier lugar del mundo, en algún sitio donde quizás no hables su idioma a pasar unos días con tu familia y se te acerca por la calle un grupo de personas gritando, con pancartas y en actitud agresiva. Seguro que nos tiraríamos las manos a cabeza, diríamos que son unos descerebrados y que no hay derecho a que hagan eso a nuestra gente.

Esto es lo que ha pasado sin que nadie haga nada en nuestras islas, estamos practicándonos canibalismo entre canarios y esto me parece un despropósito.

Por supuesto que estoy a favor de cualquier debate que hable de la mejora y del cuidado de Canarias. A favor de un debate sosegado, con argumentos y que planee el futuro de nuestra tierra y como queremos vivirla, pero, lo que han hecho está pasando ahora mismo no es esto. Estas acciones que debemos condenar con dureza, que nos deben parecer inadmisibles y que debemos denunciar sin ningún tipo de complejo no es defender Canarias. Es turismofobia y mala educación.

Que tenemos que pensar en cómo vamos a proteger el planeta en los próximos años, es un hecho. A gente como yo, no se le esconde que el esfuerzo que debemos hacer como especie es vital, pero de ahí a practicar el canibalismo, va un trecho que debemos de reflexionar si nos conviene saltarnos sin un plan, o estrategia que nos permita sostenernos en el hoy.

Escribir este artículo, me va a permitir hacer pedagogía sobre los proyectos increíbles que el sector turístico canario, que es una potencia mundial, ha puesto en marcha para cuidar a sus equipos, y para mejorar la sostenibilidad del planeta.

Una potencia mundial que ya habla de sostenibilidad.

Se ha comenzado una caza de brujas contra una parte del sector turístico canario que a lo largo de los años ha supuesto, sin ninguna duda, el progreso de la economía y por tanto de la sociedad de nuestra tierra.

Inteligencia Artificial: Poder y Responsabilidad

no podamos controlar su uso; pero tampoco se trata de quedarnos obnubilados delante de la pantalla viendo como nuestro nuevo superpoder tiene respuestas para todo.

Una cosa tan "tonta" como ChatGPT - que no nos olvidemos es un prototipo de chatbot de inteligencia artificial especializado en el diálogo - nos está sirviendo para darnos cuenta de que aún no estamos preparados para dar el salto.

El uso de esta herramienta se ha extendido como la pólvora en entornos educativos, e incluso muchos artículos y post de redes sociales se están escribiendo con ChatGPT, y lo cierto es que quienes lo hacen presumen de ello y se jactan de su "pillería". Supongo que esto va muy acorde con la picaresca española y ese gen que habita en el ser humano que invita a bordear la fina línea que marca la ética.

El debate está abierto y aunque nos parezca que es algo nuevo, la verdad es que cada cierto tiempo se vuelven a repetir las mismas cuestiones aunque con diferentes actores. ¿Recuerdan el impacto que supuso la llegada de las calculadoras a las aulas? A principios de los años ochenta aparecieron estos dispositivos "diabólicos" en las clases de matemáticas que traían al profesorado de cabeza. Incorporar el uso de la calculadora a los entornos académicos supuso todo un reto para la comunidad educativa que, por cierto, resolvió con éxito.

Pero ahora la pregunta que se escucha en las clases se ha actualizado y suena más o menos así: *¿Profe, se puede usar*

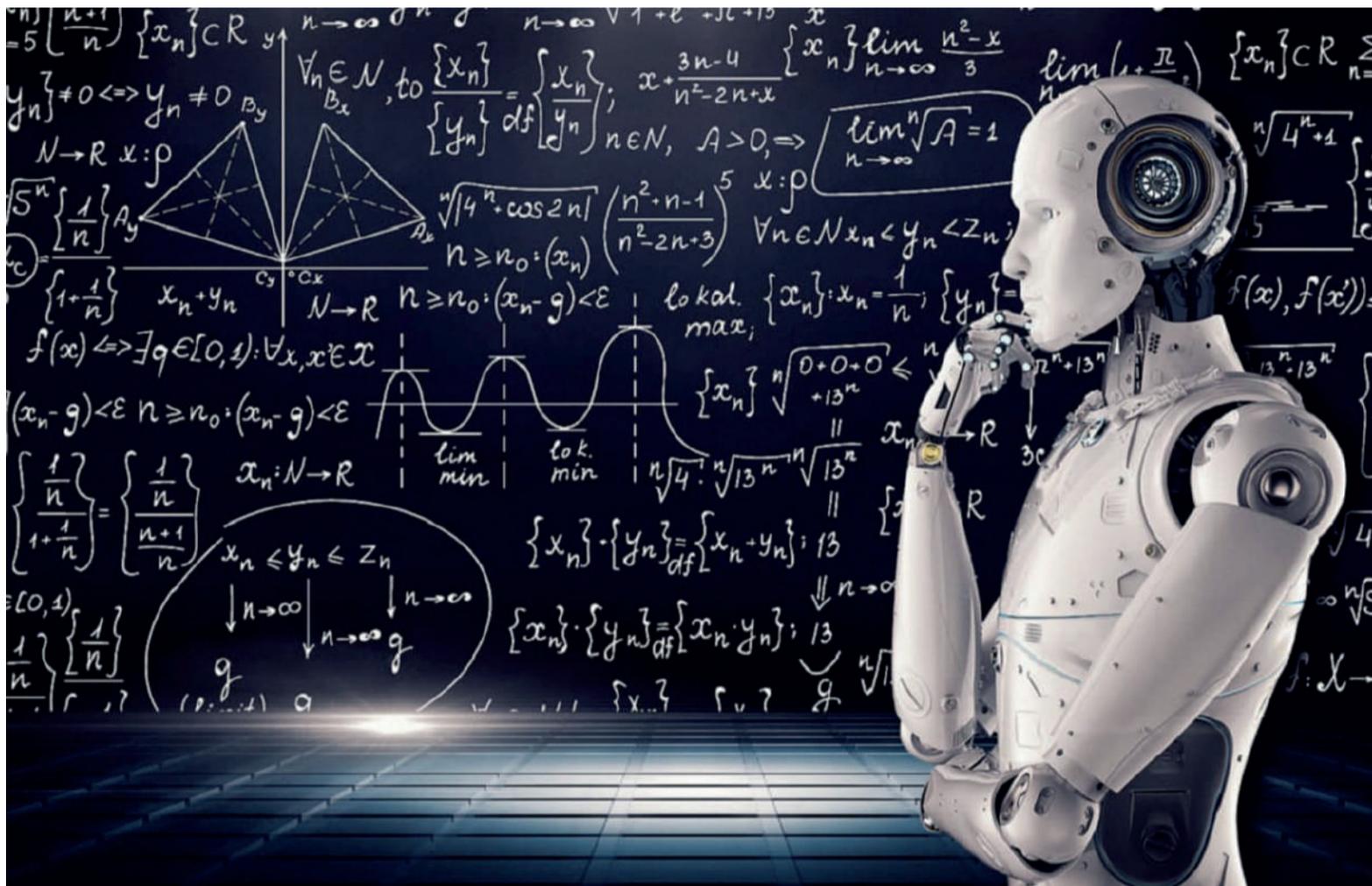
ChatGPT para hacer el trabajo de historia? Quizás la cuestión habría que formularla en otros términos y en lugar de decir "se puede" quedaría mejor decir "se debe".

Hay momentos en los que sentimos que todo lo que envuelve a la tecnología nos está superando y notamos el miedo que siempre acompaña al desconocimiento y a la incertidumbre. Percibimos que detrás de la IA se esconde una cierta pérdida del control que amenaza con la llegada de la dictadura de los robots que nos recuerda a los escenarios distópicos que tantas veces hemos visto en las películas futuristas.

Pero quizás este miedo tenga cierta justificación, y es que aunque esto no ha hecho nada más que empezar, a ChatGPT ya le ha salido un competidor que se alinea con el "lado oscuro" de la IA. Se trata de ChaosGPT, una inteligencia artificial malvada que pretende destruir a la humanidad. Solo pensarlos nos da pánico.

Parafraseando al Tío Ben: *"No quiero soltarte el rollo ni sermonearte"*, pero si este artículo sirve para que sigamos avanzando en el camino de la digitalización, bienvenido sea.

Por cierto, antes de acabar me surge una duda: ¿cómo sabe el lector que este artículo lo he escrito yo y no lo he creado con ChatGPT? ¿Cómo vamos a ser capaces de identificar la autoría humana frente a la de la máquina? No sé, pero algo se nos tiene que ocurrir porque muchos trabajos están en juego. Por aquí dejo una idea. :-).



OPINIÓN

JORGE ALONSO
CIO DE VELORCIOS GROUP

Jorge Alonso

@jalonso_VG

En estos días en los que el debate sobre el uso de la Inteligencia Artificial (IA) ocupa titulares de todos los periódicos, me ha venido a la cabeza la escena de la película Spiderman, de Marvel, en la que el Tío Ben habla con su sobrino ahora que sabe que tiene unos extraños "superpoderes".

El diálogo es muy corto, tan sólo un par de frases, pero encaja a la perfección con todo lo que estamos viviendo alrededor de este fenómeno que nos tiene revueltos. Esta es la transcripción:

- Tío Ben: Recuerda que un gran PODER conlleva una gran RESPONSABILIDAD.

- Peter Parker (Spiderman): ¿Tienes MIEDO de que me convierta en una especie de DELINCUENTE? Deja de preocuparte por mí. ¿Vale? Algo ha CAMBIADO. Ya lo SOLUCIONARÉ, pero no me sueltas el rollo.

- Tío Ben: No quiero soltarte el rollo ni sermonearte. Ya sé que no soy tu padre.

- Peter Parker (Spiderman): Pues no te comportes como tal.

- Tío Ben: De acuerdo.

Con el uso de ChatGPT, desarrollado por la de la compañía sin ánimo de lucro OpenAI, de repente, parece como si todos hubiéramos adquirido un "superpoder" que nos tiene deslumbrados y que nos otorga unas capacidades que han venido como un regalo de cumpleaños no esperado.

Es muy sano que sigamos debatiendo y hablando sobre el tema porque nuestro futuro, indiscutiblemente, va a estar muy vinculado al uso de la Inteligencia Artificial. Pero realmente las dudas no van dirigidas a la tecnología; ya se sabe que en esto es difícil ponerle puertas al campo. Lo cierto es que todas las dudas e incertidumbres se centran en la capacidad de las personas para hacer un uso RESPONSABLE de este nuevo PODER que viene de la mano de la IA.

La verdad es que, en este sentido, los antecedentes no hablan muy bien del comportamiento del ser humano. Pensemos, por ejemplo, en la barbarie que fue el lanzamiento de la bomba de Hiroshima y Nagasaki en 1945 cuyas consecuencias aún seguimos padeciendo, o en el enorme destrozo que estamos haciendo al planeta en este último siglo al amparo del supuesto progreso. ¿Por qué ahora tendría que ser diferente?

Desde luego, la Inteligencia Artificial posee un enorme potencial que, bien usado, puede mejorar nuestras vidas. ¿Qué pasaría si fuéramos capaces de anticipar con tiempo una enfermedad analizando tan solo unos pocos datos? ¿Quién no lo firmaría ya? ¿Y si pudiéramos predecir un desastre natural con la suficiente certeza y antelación para poder minimizar los daños y evitar la pérdida de vidas humanas?

No parece que el camino pase por demonizar la IA solo porque no la entendamos o

Se acercan elecciones

OPINIÓN

ALONSO FERNÁNDEZ
SECRETARIO GENERAL
DE ASUICAN

 Alonso Fernández

No cabe duda de que esta legislatura ha sido compleja, especialmente para nuestro sector. Entre otros aspectos, porque hemos atravesado una pandemia, una crisis, un volcán y una inflación de precios que, desgraciadamente, aún vivimos en estos momentos. Por todo lo acontecido, esta legislatura ha sido para nosotros tremendamente compleja, pero más aún si a ello le sumamos que en la actualidad, este Gobierno, el nivel de legislación y normativas que ha publicado ha sido tan alto que en muchas de las ocasiones se hace imposible llegar a entenderlos y definirlos hasta el final.

El apoyo al sector nunca es suficiente

Nuestro sector, el sector de la distribución alimentaria, los apoyos que tiene desde el Go-

bierno son escasos. De entrada, hay que pensar que todavía, y de manera oficial, el sector de la distribución alimentaria no ha sido clasificado como sector esencial, algo que durante la pandemia fue evidente. Necesitamos de esa "Esencialidad" sin la misma tenemos problemas y altísimos costes de gestión, es justo recordar que las mercancías, ya bien por las huelgas que han tenido lugar o por las situaciones acontecidas, siempre han llegado a manos del consumidor. No obstante, bien es cierto, y esto quiero dejarlo claro, que si no estamos considerados como sector esencial por el ejecutivo, si lo estamos por el consumidor que elige como su establecimiento preferente de compra el SUPERMERCADO y ello se debe no a la casualidad sino al constante trabajo realizado en los peores momentos que hemos vivido en nuestro país.

No olvidemos que nuestro sector es el que pone el alimento en la casa del consumidor. La cadena alimentaria está compuesta por muchos sectores todos ellos necesarios para un buen fin, un sector básico y necesario para la sociedad, que va desde las personas que producen en la tierra o en el campo, los que producen alimentos elaborados o procesados en la industria, hasta quienes facilitan al cliente el producto final.

Tanto la agricultura como la industria tienen niveles de protección importantes y



necesarios para su permanencia en un mundo tan globalizado, pero sin una figura esencial como lo es el supermercado, el comercio de proximidad, que pone esas producciones en manos del consumidor cuando

este lo requiere se rompería la cadena alimentaria. En muchas ocasiones no solo las pone en su mano sino que, además, distribuye el producto y lo pone en su propia casa.

Dado que vivimos en una sociedad en la que, afortunadamente, disponemos de altas comodidades, hay algunas de las mismas que hemos olvidado valorar. No valoramos el hecho de que tenemos en nuestras islas una red de establecimientos comerciales de alimentación, de supermercados, que es capaz de abastecer y atender la demanda de una población de 2 millones de habitantes y ya no solo de nuestra población sino que, además, satisface la demanda del turismo que nos visita y no olvidemos que estamos hablando de cifras cercanas a los 15 millones de turistas. En ese sentido, olvidamos que hay establecimientos que tienen mercancías, que están ahí preparadas, junto con las personas que trabajan en los mismos, para que cuando nosotros, como consumidores, queramos ir a adquirir el producto a la hora y en el día que estimemos oportuno, podamos hacerlo. Esa capacidad,

desgraciadamente, no es valorada por parte del ejecutivo.

La distribución alimentaria: un sector esencial

Lo lógico sería que nuestro sector ya fuera considerado como sector esencial y hasta la fecha no lo somos. Mientras no lo seamos tendremos problemas, problemas que pueden incidir en el suministro en el caso de huelgas de transporte o en los puertos, o sencillamente algún riesgo como ha sido esta pandemia, o volcánico, como ya hemos tenido. No tener esa consideración esencial dificulta nuestro trabajo. Pedimos para la próxima legislatura que el sector de la distribución alimentaria sea considerado como un sector esencial y todo lo que ello conlleva.

Además, estamos ante un sector que debe ser entendido por el Gobierno, no solo el nacional, sino también el autonómico. Que entienda que es un sector altamente potente y eficiente, que colabora e impulsa las producciones agrícolas e industriales locales para darles salidas, y que sin el mismo habría grandes problemas de crecimiento para estos sectores y de comercialización en el entorno local y sin estos volúmenes probablemente difícilmente generaría escala suficiente para la exportación.

Por último, pedimos una reducción notable de leyes y decretos que se publican. Para que el lector se posicione en lo que hemos vivido, hablamos de que en este año nuestro sector se ha enfrentado a una media de 2,5 normas por día. Esto hace imposible, y en muchos casos inviable en tiempo poder cumplir con toda esta normativa.



REPRESENTANTES PROFESIONALES DEL SECTOR AGRARIO DE CANARIAS

DEFENDEMOS:

- La agricultura y la ganadería como actividades empresariales.
- La producción de productos agrarios frescos de calidad y cercanía.
- El cooperativismo y las organizaciones de productores.
- La formación como vehículo para profesionalizar el sector.
- La tecnificación y digitalización del campo.

OFRECEMOS:

- Representación institucional a todos los niveles para negociar ayudas y normativas.
- Asesoramiento técnico.
- Formación especializada para el sector agrario.
- Departamento de Comunicación y prensa. Revista Campo Canario

 ASAGA.Canarias

 asagacanariasasaja

 Asaga canarias Asaja



922 23 77 50 www.asaga-asaja.com

La transición ecológica y los posibles paradigmas políticos

OPINIÓN

SEBASTIÁN

MARTÍNEZ

CEO DE GREEN

EFFICIENT SOLUTIONS

 Sebastian Martinez

 @Sebas_pvsolar

El pasado domingo todos los canarios acudimos a las urnas para elegir quién nos representará los próximos cuatro años tanto en nuestra ciudad, como en el Cabildo y la comunidad autónoma. A nivel global el mapa político está cambiando rápidamente, en estas elecciones hemos visto desaparecer a Podemos y Ciudadanos, aumentado significativamente la derecha en especial Vox. Ahora nos esperan semanas dónde los partidos intentarán hacerse con una coalición que les deje llegar a la mayoría mínima para gobernar, pero ¿qué pasará con la transición ecológica si llegan gobiernos de derecha en las diferentes administraciones?

Con las elecciones generales a la vuelta de la esquina y un PP empoderado por los resultados del domingo será que ¿volvemos al impuesto al sol? ¿Podrían echar a traste todos los avances en la independencia energética que hemos tenido? Acabamos de llegar al Gigavatio en renovables en Canarias, ¿podrían dejar de ser rentables estas inversiones? ¿Puede que después de haber realizado una inversión de miles de euros nos pongan una tasa impositiva por autoconsumir energía de nuestro tejado?

Tengo que reconocer que todas estas preguntas se me han pasado por la cabeza. Como empresario verde con más de 15 años en el sector he visto confirmadas todas estas preguntas. Cuando nuestro ministro de industria Soria (PP) nos amenazó con el impuesto al sol y sanciones astronómicas generó una inseguridad jurídica que provocó que las renovables se usaran para casos muy específicos y para sistemas aislados como por ejemplo el Astrofísico de Izaña, también su medida estrella y de carácter retroactivo de quitar las primas a las instalaciones renovables provocó una ola de demandas que todavía tribunales europeos están haciendo justicia y obligando a España a indemnizar por estas medidas.

Estas políticas nos hicieron estar a la cola europea en renovables y en el 2018 con la ministra Teresa Ribera y una batería de medidas claramente asesorada por Iberdrola y empresas españolas pioneras y líderes mun-



diales en renovables se logró dar la vuelta a la tortilla y ponernos a la cabeza en políticas verdes incluso superamos a Alemania. Con el RD 244/2019 explotó el mercado que hasta ese entonces estaba en coma y todo lo demás ya lo conocéis... récord sobre récord hasta el día de hoy.

Mi opinión al respecto es que no se le pueden poner diques al mar, las renovables

están siendo un motor económico en nuestras islas dando empleo de calidad a jóvenes y mayores, estos están siendo bien remunerados y las familias se están beneficiando de un ahorro significativo en sus facturas eléctricas y en nuestras islas se respira mejor aire.

Según programas electorales parece que todos los colores ven lo mismo, incluso Vox comenta que es una política estratégica para no depender de terceros países y así aumentar nuestros recursos al máximo posible. El PP en el senado hace unos meses invitó al sector renovable para transmitir que las tendencias europeas de apostar en verde y las del actual gobierno nacional se mantendrán ya que por sí solas han demostrado que son un pilar importante para el desarrollo del país y más a su favor después de lo de Ucrania y la crisis del gas.

Dicho todo esto respiro cierta tranquilidad al respecto, podrán cambiar el nombre de la consejería a otro pero las líneas marcadas sobre todo por Europa no parecen que vayan a cambiar y sinceramente me alegra. También me alegra que nuestra democracia sea tan sólida al ver el nivel de participación, ahora solo espero como todos que cumplan sus programas y sobretodo que solucionen las colas en cada vez más puntos de la isla, las emisiones de los vehículos son uno de nuestros principales problemas que afectan directamente la calidad de vida de nuestra tierra.

Reciclaje de metales y gestión de residuos

Recogida minoritaria

Recogida mayoritaria

Desguaces, escombros

Gestión de residuos

Centro Autorizado de Tratamiento (de vehículos fuera de uso)

Valorización de metales para fundición



Abróchense los cinturones

OPINIÓN

ALBERTO BERNABÉ
ASESOR TURÍSTICO Y SENIOR
ADVISOR EN PWC ESPAÑA

in Alberto Bernabé Teja

La aviación comercial tiene algunos retos por delante que podríamos calificar de titánicos.

Probablemente, el que más les quita el sueño, es el de la sostenibilidad en su operativa, en los tres ángulos (medioambiental, económica y social), pero me atrevería a decir que con prioridad absoluta el de la descarbonización.

Hace dos telediarios, seguro que el lector lo recuerda, de lo que se hablaba era de construir aviones más eficientes, que consumieran menos y que pudieran llegar más lejos (la influencia en la estructura de costes de una aerolínea del combustible, es enorme). Pero, poco a poco, el concepto y la sensibilidad respecto a la huella de carbono fue entrando en nuestras vidas, en la economía y en la legislación y así vemos como algunas aerolíneas te proponen (con poco éxito) pagar un poco más por el billete para compensar tu huella de carbono.

Claro, no nos olvidemos que la aviación (carga y comercial), suponen un 2% de las emisiones globales de CO₂. A priori, parece poco. Pero claro, si comparamos peras con peras, es decir, si comparamos los distintos medios de transporte, el aéreo es el más contaminante de todos por persona y kilómetro (especialmente en vuelos cortos), lo que

alimentó como la espuma el sentimiento de “vergüenza a volar” y una cierta evolución de las tendencias de viaje de consumidores que deciden hacer menos vuelos al año, o más largos en estancia o eliminar la opción del avión en cortas distancias. Todos estos cambios son, sin duda, riesgos para la industria turística y, ni que decir tiene, para los destinos ultraperiféricos e insulares, a los que no nos queda otro remedio que gestionarlos en la medida de nuestras capacidades.

Además, la UE no ha dejado de enseñar la patita en relación a nuevas tasas a la emisión de dióxido de carbono de la aviación, que se incrementarán hasta 2026, buscando así que la aviación cumpla con los objetivos climáticos marcados, que no es otro que lograr cero emisiones netas de carbono de la aviación en 2050.

En el camino de la descarbonización, se está investigando en tres tecnologías principales para reducir las emisiones, los combustibles sostenibles, el hidrógeno y la propulsión eléctrica.

Y donde las líneas aéreas se han puesto más las pilas, concentradas ahora en buscar alternativas al queroseno, intolerablemente contaminante, es en los combustibles sostenibles.

Es así como surgen los SAF (Sustainable Aviation Fuel), combustibles sostenibles que no exigen que la flota que surca nuestros cielos tenga que hacer cambios en su mecánica, ni así tampoco en las redes de almacenaje o suministro.

La UE, a través de la iniciativa Refuel Aviation, obliga a un uso mínimo del 2% de SAF mezclado con queroseno en 2025, un 5% en 2030 y un 63% e 2050.

Estos nuevos combustibles, que han de ser rigurosamente certificados, deben lograr reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero entre un 50 y 60% y su origen debe provenir de residuos, podas, aceites domésticos o desechos urbanos, entre otros.

¿Inconvenientes? Pues naturalmente,

varios, especialmente que a día de hoy, son mucho más caros que los convencionales (entre 3 y 6 veces más caro que el queroseno) y que la capacidad de producción es hoy a todas luces insuficiente (poco más del 1% en 2021) para nutrir la creciente demanda del sector, tanto es así, que los expertos hablan que harán falta muchos años para estar medianamente preparados, aún jaleados por incentivos y políticas que promuevan su uso.

Así United prevé tener una refinería de biocombustible operativa en 2026, Air France-KLM se ha aliado con Total Energies, Ryanair con Shell, Iberia con Cepsa y Repsol...

Y, curiosamente, justo estos días, en España, se ha constituido una Alianza (lobby?) para la Sostenibilidad del Transporte Aéreo en España (AST), formada por 900 organizaciones del sector para afrontar el que denominan como el mayor reto presente y futuro de la aviación, su descarbonización.

El camino es imparable.

Como imparable en el crecimiento de personas a nivel global, en parte por una mayor accesibilidad del turismo. Lo cierto es que AIRBUS prevé una demanda de aviones nuevos hasta 2041 de 39.490 unidades, el 40% reemplazará la flota existente y, más de 24.000 serán crecimiento. El 80% de todos los aviones serán de la categoría de pasillo único clásico, siendo el resto medianos o grandes.

Teniendo en cuenta que la vida útil de un avión comercial ronda los 25 años, hay que imaginar que vamos a seguir usando aviones “convencionales” para rato.

La NASA trabaja en algunos aviones totalmente eléctricos, de pocos pasajeros y pensado para trayectos cortos, así no parece que este sea el camino posible para la aviación comercial de este siglo.

A la par, otra vez la NASA y Boeing han firmado un acuerdo para construir, probar y volar un avión de demostración a gran escala y validar un aparato que se convierta en el



más ecológico del mundo; se trata de una aeronave de alas delgadas y extralargas estabilizadas por puntas diagonales, creando una mejor aerodinámica que consumiría menos combustible.

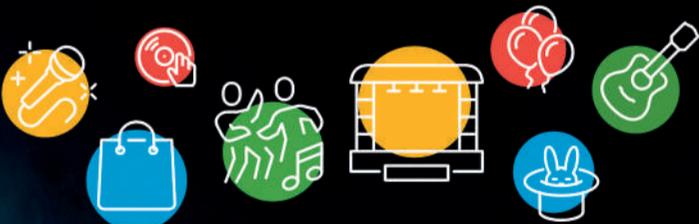
Otra cosa es como nos afectará todo esto a nosotros, a los viajeros, a los turistas, como evolucionará la experiencia de volar, que lógicamente, lo hará a la par que la tecnología.

Según Easyjet, que constituyó un grupo de trabajo de seis futurólogos, para allá, por 2070, tendremos comida impresa en 3D, adaptada a cada cliente, al igual que la ropa, que se entregará en el hotel, eliminando la necesidad de llevar maletas. Los pasaportes leerán los latidos del corazón y estará desplegado el apasionante mundo de la realidad virtual de experiencias para viajar en el tiempo (incluso al pasado). Podremos probar antes de comprar, habrá avances biónicos y Meta que permitirán anticipar cómo puede ser el viaje en el destino, experimentando el lugar antes de reservar el viaje. Tendremos entretenimiento a bordo que se transmitirá directamente a los ojos, eliminando pantallas, así como taxis aéreos e-VTOL, de aeronaves eléctricas de despegue y aterrizaje vertical, que usarán el 85% de los pasajeros que vayan al aeropuerto.

Abróchense los cinturones...




**ARONA EN
COLORES**
LAS GALLETAS



SÁBADO 17 JUNIO 2023 12-24 H

SÍGUENOS EN:    www.arona.org

COLABORAN:     

ORGANIZA:  **ARONA**
TENERIFE SUR
PROMOCIÓN ECONÓMICA
Y EMPLEO



OPINIÓN

PRESEN SIMÓN

DIRECTORA DE
TRANSVERSALIA CONSULTING

in Presen Simón Rael

Las personas transforman las organizaciones y, para ello, la escucha organizacional es indispensable en el contexto de la organización actual, en la que una fuerza laboral cada vez más diversa espera y desea contar con espacios, iniciativas y herramientas online / offline para canalizar su feedback a los líderes de la organización.

Pero la propuesta de escuchar a las personas de la organización, no es nueva, sin bien de manera muy concreta en el marco de la PRL. Ya son veintiocho años los que han transcurrido desde que la Ley de Prevención 31/95 pusiese sobre la mesa una acción que cobra muchísimo sentido en la era de, entre otras, las organizaciones teal o las estructuras horizontales en las empresas, casos estos en los que hay una decidida apuesta por el desarrollo y el despliegue del potencial humano dentro de la empresa.

Pero, ¿Cuál fue la propuesta de la Ley 31/95? Pues en ella, se hace referencia a la *consulta y participación*, por considerarse importante contar con los/as trabajadores/as en la toma de decisiones en materia de seguridad y salud. Y quizás, esta participación, está muy focalizada en hacerse con la parte social, a través de sus representantes, como manera de canalizar esta comunicación. Pero, en este punto, es necesario ir más allá, para que se considere como una herramienta existente en el corazón de las organizaciones.

Sin embargo, el día a día de las organizaciones dista mucho de lo anterior. Lo cierto es que no es raro escuchar del personal base de las empresas que no se sienten escuchados/as, que sus propuestas de mejora no van a ningún sitio o que, incluso, cuando proponen aspectos de mejora cuya implementación podría suponer cambios positivos evidentes hacia el interior y el exterior de la organización, probablemente estas iniciativas queden en el escalón siguiente en jerarquía que, por miedo o por comodidad, no traslada dichas inquietudes a la dirección.

Y claro, si las ideas, que las habrá buenas, malas y regulares (no se discute esto) no se analizan, no se tienen en cuenta, no se valoran, nunca saldremos del “siempre se ha hecho así” o “lo que funciona es esto”... typical mantras del inmovilismo más férreo alejado de los aires frescos de la creatividad, la innovación y, en definitiva, del cambio que se debe imponer, queramos o no queramos, si deseamos mantenernos a la vanguardia de las nuevas tendencias, donde se producen las jugadas más interesantes. Podemos ayudar a que el cambio se produzca u oponernos férreamente, que suele ser tendencia, pero es nuestra decisión y, en función de lo que decidamos, nos irá mejor o peor.

Veamos dos casos reales:

A) En una empresa de desarrollo de software, se estaba llevando a cabo un proyecto importante para lanzar una nueva aplicación móvil. El equipo de desarrollo estaba trabajando arduamente para cumplir con los plazos establecidos, pero se enfrentaba a varios desafíos técnicos.

Uno de los programadores del equipo, que tenía experiencia en proyectos similares, tenía algunas preocupaciones y sugerencias sobre la arquitectura y el diseño de la aplicación. Sin embargo, sus opiniones no fueron tomadas en cuenta por los líderes del proyecto, quienes creían que el enfoque que habían adoptado era el correcto.

A medida que avanzaba el desarrollo, surgieron problemas relacionados con el rendimiento y la estabilidad de la aplicación. Los usuarios beta reportaron errores y la aplicación se volvía lenta en ciertas situaciones. Esto generó frustración tanto en el equipo de desarrollo como en los usuarios.

Posteriormente, se descubrió que las preocupaciones planteadas por el programador no habían sido consideradas adecuadamente. Su conocimiento y experiencia hubieran sido valiosos para evitar los problemas técnicos que surgieron. Si se hubiera apreciado su opinión y se le hubiera dado la oportunidad de participar activamente en la toma de decisiones, es probable que los fallos se hubieran evitado o minimizado.

B) En una empresa de diseño gráfico, el equipo de diseño estaba trabajando en un proyecto importante para crear una campaña publicitaria para un cliente. El equipo tenía un plazo ajustado y se enfrentaba a varios desafíos creativos.

Durante una reunión de equipo, uno de los diseñadores compartió una idea innovadora para el diseño de los anuncios, que implicaba utilizar una técnica de animación poco convencional. Aunque algunos miembros del equipo tenían dudas al principio, el líder del proyecto decidió escuchar y considerar seriamente la idea del diseñador.

Después de analizar detenidamente la propuesta, el líder del proyecto decidió implementar la idea en la campaña publicitaria. El equipo trabajó estrechamente junto con el diseñador para desarrollar y refinar la técnica de animación.

El resultado fue sorprendente. La campaña publicitaria se destacó por su creatividad y originalidad, atrayendo la atención



La voz de las personas

del público objetivo y generando un aumento significativo en las ventas del cliente. Además, el equipo se sintió valorado y motivado al ver que su opinión fue tenida en cuenta y que su contribución fue clave para el éxito del proyecto.

Dos secuencias de un día cualquiera en el trabajo. La diferencia entre ellas radica en el hecho de que, en el segundo caso, la mirada hacia las personas de la organización no es la del número, el mal necesario o un problema más (¿recuerdan eso de tengo tantos problemas como trabajadores/as?), sino esa otra opción que pone el acento en apreciar y contar con el talento de las personas, escuchando sus opiniones y sugerencias. Porque las personas de las organizaciones son lo primero.

Crecimos en una generación que nos marcó a fuego que “los clientes son lo primero” o que “siempre tienen razón”. Y no es cierto. El trato al cliente “externo/a” es el reflejo del trato que se da a los/as empleados/as, los/as clientes “internos/as”. En las organizaciones debemos hacer que las personas se sientan escuchadas e, incluso, queridas, lo cuál sin duda, se traduce en un ambiente colaborativo donde todas las personas se sienten involucradas y motivadas para dar lo mejor de sí mismas.

Podríamos pensar que este tipo de actuaciones es para las grandes corporaciones que tienen medios para invertir en las personas y, no dejando de ser cierto esto último, es posible afirmar que escuchar a las personas no cuesta nada y nos aporta mucho.

Es fantástico encontrara organizaciones en las que sus personas hablan sin tapujos, se expresan libremente y no tienen miedo

a decir que se han equivocado porque la confianza y la seguridad psicológica están muy bien trabajadas. Hace no mucho leía un artículo de un conocido medio de negocios en el que un trabajador de JPMorgan Chase decía literalmente: “Estamos estresados, agotados y nos da miedo contar qué está pasando”. Estoy segura de que si lo pensamos bien, no queremos promover ni pertenecer a organizaciones en las que éste sea el clima laboral reinante.

De verdad, es más fácil y más satisfactorio diseñar estrategias efectivas para impulsar la creatividad, mejorar la toma de decisiones, aumentar la confianza y lograr resultados más productivos en el entorno laboral. Se trata de escuchar la voz de los y las empleados/as.

Consiste en darles el espacio y la oportunidad de comunicar lo que sienten sobre su lugar de trabajo y lo que ocurre en él. Fomentar su voz es vital para construir relaciones abiertas y de confianza entre las personas, los/as líderes y los/as gerentes, y para ayudar a los/as empleados/as a sentirse valorados/as.

Pero esto no es todo. Además de escuchar a sus personas, las organizaciones deben comprometerse aún más a actuar sobre los problemas que tienen. Sin esta medida práctica, éstos/as seguirán sintiéndose ignorados/as e infravalorados/as.

Sin duda, la voz de los/as empleados/as es un factor crítico que influye en la experiencia y el bienestar de las personas, su compromiso e incluso la retención del personal: si las personas se sienten escuchadas en una organización, es más probable que quieran quedarse. Y ¿no es esto lo que queremos?

OPINIÓN

LUIS ABELEDO

ABOGADO

 Luis Abeledo Iglesias @luisabeledo

Aunque parezca el título de una película, es una reflexión subjetiva de la realidad.

Este artículo está escrito en la jornada de reflexión y publicado con posterioridad a su resultado así que no podrá influir en la voluntad de los miles de personas que leen mensualmente esta columna y este periódico.

Es inquietante ver en España la reproducción de vicios de otras democracias de dudosa calidad. A fecha de hoy no tengo ni la menor idea de cómo será resuelto el voto por correo por la junta electoral pero ya están aquí el poltergeist de la democracia de baja calidad.

Todo empieza en Melilla donde será una cuestión de tiempo que un partido promarroquí gane las elecciones y decida no ser un territorio español que lo es desde 1470. Un partido político promarroquí cuyo líder anterior está condenado por un delito electoral y grupo criminal. No nos equivocamos, el líder anterior está condenado por el Tribunal Supremo y el actual, investigado junto a más personas.

Pero no nos equivoquemos, la compra del voto y ejercitar el derecho es sólo una cuestión de asegurar el sentido del voto porque uno puede pagar antes pero no tendrá la certeza del sentido del voto.

Mi experiencia personal como votante por correo es la siguiente: 1) Pido voto por correo con exhibición de DNI y facilito un domicilio. 2) Me llega un sobre con los votos y papeletas y exhibo el DNI para recogerlo; 3) Entrego en correos el voto sin exhibir el DNI y lo puede presentar cualquiera en mi nombre, según me explica la persona de correos. Evidentemente la curiosidad mató al gato (me la juego con esta expresión ante la nueva ley animal) y le pregunté a la funcionaria ante todo el revuelo causado que me explicó que una persona puede presentar todos los votos que quiera porque las identificaciones vienen fiscalizadas en el momento de la petición y en el momento de la recogida.



Una deriva peligrosa

Es decir, cualquiera podría presentar el voto y solo la trazabilidad del dinero podría llevarnos a una sospecha.

Otra de las cosas curiosas que percibí en el voto secreto por correo es que igual no es tan secreto. Estoy seguro de que, cuando llegue a la junta electoral, antes de enviar a las mesas los votos por correo, tendrán filtros para mantener “el secreto”, pero me llamó la atención.

Me explico. Una vez que recibo el voto y lo quiero ejercitar tengo que introducir en el sobre cuatro votos. También debo introducir un documento que identifica al votante y el sobre de envío debe llevar escrito en el anverso el remitente. Es decir, cualquiera puede ver quién es el remitente del voto y en el sobre, cualquiera que lo abra puede conocer el sentido del voto. Entiendo que esto lo hará un juez y no me genera mayor preocupación, pero no deja de ser curioso.

Esta es mi experiencia personal pero como ya han salido las noticias en la fecha

que estoy redactando, nos encontramos con varias denuncias, muchos más imputados y, de momento, que yo conozca, solo un condenado pero de las anteriores elecciones. Esta expresión contiene una realidad evidente que me gustaría explicar porque, aunque parezca lo mismo denunciado que investigado, no lo es.

La denuncia o querrela es un modo de iniciar el ejercicio de una acción penal que puede ser admitida a trámite o no. Esto significa que yo puedo denunciar lo que quiera y a quien quiera, pero si no hay un mínimo soporte probatorio no será admitida a trámite, no se va a generar ningún expediente o auto y no va a moverse de una intención o “titular”. A veces, hacen la trampa de buscar un titular a través de una denuncia en la fiscalía que tampoco es lo mismo que una denuncia ante un juzgado. Lo que he venido leyendo son dos situaciones diferentes: investigados por delito electoral y denunciados por delito electoral. En estos

detalles es en donde debemos fijarnos.

Por último, el tema de las candidaturas de Bildu que incluyen a condenados por terrorismo incluyendo a un candidato que todavía estaba inhabilitada.

La Ley Orgánica 2/2022 de 27 de junio de Partidos Políticos establece QUE además de por decisión de sus miembros, acordada por las causas y por los procedimientos previstos en sus estatutos, procederá la disolución de un partido político o, en su caso, su suspensión, por decisión de la autoridad judicial competente y en los términos previstos en los apartados 2 y 3 que incluye: c) Incluir regularmente en sus órganos directivos o en sus listas electorales personas condenadas

por delitos de terrorismo que no hayan rechazado públicamente los fines y los medios terroristas, o mantener un amplio número de sus afiliados doble afiliación a organizaciones o entidades vinculadas a un grupo terrorista o violento, salvo que hayan adoptado medidas disciplinarias contra éstos conductos a su expulsión.

“Incluir regularmente en sus listas electorales personas condenadas por delitos de terrorismo que no hayan rechazado públicamente los fines y medios terroristas”.

Entiendo que no es una norma de uso diario en medios de comunicación, tertulias de cafetería y cenas de Navidad, pero la realidad, a fecha de las pasadas -cuando lean este artículo- elecciones, abre una ventana de oportunidad de ejercitar las acciones correspondientes para la defensa de muchos de los españoles. Las noticias afirman que no tomarán posesión, pero la ley no habla ni regula la toma de posesión o no, sino el incluir en sus listas electorales. Este es el matiz más relevante.

Para finalizar, solo espero que hayan podido ejercitar su derecho al voto para poder estar legitimado para quejarse los próximos cuatro años de las fechorías que nos vayan a perpetrar.

Fiestas de San Pedro en El Sauzal

Del 15 de junio al 2 de julio de 2023



Noche de DJs

- Ray Castellano
- Adam Lorr
- Jorge García
- Pedry Fernández

Sábado 24 de junio
Plaza de San Pedro
Entrada libre



Noche Latina

- Edwin Rivera
- Tributo a Juan Luis Guerra

Viernes 30 de junio
Plaza de San Pedro
Entrada libre



www.elsauzal.es

La importancia de mantener el relevo generacional en el sector primario

Cuando hablamos de relevo generacional, hablamos de identidad, de valores, aprender un oficio de generación en generación y mantener esos cimientos es difícil y cada vez cuesta más.

Podemos buscar algunas respuestas para esta inquietante situación que afecta al sector primario. Serán las nuevas tecnologías, falta de interés, o una lucha constante de querer dedicarse a otros sectores? Estos son muchos de los interrogantes que nos asaltan cuando vemos que el sector pierde valor entre los jóvenes.

El relevo generacional es importante en este sector porque preserva la tradición y la cultura de un trabajo digno, permite que se transmitan conocimientos y tradiciones de generaciones y evita que se pierdan con el tiempo.

OPINIÓN
LIS PEÑA
DIRECTORA DE SABORES DEL NORTE CANARIAS

La innovación y la creatividad juegan un papel muy importante en todas las áreas.

Si se pierde el relevo generacional, se corre el riesgo de perder la diversidad y la capacidad de adaptación y de crecimiento de la sociedad.

Es por ello que debemos asegurar que cada generación tenga la oportunidad de expresarse y de contribuir al avance de la humanidad.

LIS PEÑA

 @Lismar.penas

 Lis Peña

 Lis Peña



Es relevante que no se pierda el relevo generacional porque cada generación tiene algo único que aportar a la sociedad. Cada grupo tiene perspectivas diferentes y complementarias que pueden enriquecer el sector.

Debemos tomar algunas pautas para no perder el relevo del oficio, tales como: fomentar la comunicación intergeneracional y el intercambio de conocimientos, promover es-

pacios donde distintas generaciones puedan aportar ideas y experiencias.

Es importante reconocer y valorar las perspectivas y habilidades de cada generación, para así, promover el interés por las diferentes actividades del sector primario.

Entre todos podemos contribuir al relevo generacional para tener un sector adaptado a los nuevos tiempos.



Concurso ESCAPARATES Y FACHADAS COMERCIALES

FIESTAS PATRONALES LA OROTAVA 2023

DEL 10 AL 18 DE JUNIO, AMBOS INCLUSIVE

Inscripciones hasta el 9 de Junio,
a través de comercio@villadelaorotava.org

3 premios por categoría otorgado por jurado.
Además de un **Premio Popular**, mediante votación hasta el 18 de Junio a través del Facebook de Desarrollo Económico La Orotava.



**Ayuntamiento
VILLA DE LA OROTAVA**

Concejalía
de Comercio





BRAND PERSONAL



El autoconocimiento y la marca personal

OPINIÓN

JORGE NAVARRETE PRADO
BRAND PERSONAL

 Brand Personal

El autoconocimiento te permite poner en valor tus habilidades y tus conocimientos, sin necesidad de entrar en un proceso frontal de competencia. La marca personal (entre otras cosas) se trata precisamente de eso, de dar valor a tu propuesta, independientemente de los demás.

El autoconocimiento es fundamental, ya que te permite conocer tu esencia y tu autenticidad como profesional y saberla transmitir a tu público como factor de dife-

renciación, y será la base para desarrollar las estrategias de comunicación de tu marca personal. Para lograr todo ello, se necesita transitar este camino del conocimiento de uno mismo, este proceso no es soplar y hacer botellas.

Normalmente esos elementos que nos pueden ayudar a diferenciarnos del resto son tan normales e intrínsecos a nosotros que no solemos identificarnos y nos cuesta mucho ver esos aspectos tan importantes. Cuando hablamos de nuestras fortalezas solemos ser muy expeditos, pero cuando toca hablar de nuestras debilidades, ya nos cuesta un poco. Y ni siquiera hemos pensado en las oportunidades que podemos aprovechar, ni en las amenazas que pudieran surgir.

PRINCIPALES ASPECTOS EN UN PROCESO DE AUTOCONOCIMIENTO

El proceso de autoconocimiento es fundamental para la construcción de una marca personal sólida y auténtica. Aquí algunos puntos bien desarrollados sobre los aspectos necesarios en este proceso:

1. Identificación de fortalezas y habilidades: El primer paso en el proceso de autoconocimiento para construir una marca personal exitosa es identificar tus fortalezas y habilidades. Reflexiona sobre tus talentos, conocimientos y experiencias que te destacan y te hacen único. Esto te permitirá comprender tus puntos fuertes y cómo aprovecharlos para crear tu marca personal.

2. Definición de valores y principios: Los valores y principios son la base de una marca personal sólida. Tómate el tiempo necesario para reflexionar sobre tus valores fundamentales, aquello en lo que crees y lo que consideras importante en la vida. Estos valores te ayudarán a establecer una brújula moral y a tomar decisiones coherentes con tu marca personal.

3. Cuales son tus pasiones: Ese motor que te mueve, eso que te fascina y te llena de energía, aquello que te impulsa y sobre lo que se va a fundamentar tu marca personal. Aquello en lo que eres el mejor haciendo porque te sale de manera natural.

4. Tu personalidad: Debes definir los rasgos de tu personalidad o cualidades describen mejor el valor que ofreces y que ayudas a los demás. Qué es lo que te hace útil y valioso con respecto a otros.

5. Identificación del público objetivo: Para construir una marca personal efectiva, es crucial conocer a quién te diriges. Define tu público objetivo, identifica sus necesidades, deseos y expectativas. Comprender a tu audiencia te permitirá adaptar tu mensaje y tus acciones de manera más efectiva, generando una conexión más profunda y duradera con tu comunidad.

6. Análisis de competencias y diferenciación: En un mundo cada vez más competitivo, es fundamental analizar a tus competidores y encontrar formas para diferenciarte. Examina a otros profesionales o marcas que comparten tu campo de interés y analiza qué los hace destacar o qué necesidades no están siendo cubiertas. Utiliza este conocimiento para resaltar tus propias fortalezas y encontrar tu propuesta de valor única.

7. Establecimiento de metas y planificación: Finalmente, el proceso de autoconocimiento para construir una marca personal implica establecer metas claras y desarrollar un plan de acción. Define qué quieres lograr con tu marca personal a corto, mediano y largo plazo, y crea un plan detallado que incluya estrategias específicas para alcanzar tus objetivos. La planificación te ayudará a mantenerte enfocado y a dar dirección a tus esfuerzos.

El proceso de autoconocimiento es un proceso que se retroalimenta continuamente en el tiempo. A medida que tu marca personal se hace más reconocida, nos ayuda a determinar de mejor manera, aquello por lo que somos más valorados y aceptados.

Este proceso de autoconocimiento también evoluciona y lo que es mañana puede cambiar en la dirección en la que se haya producido nuestro propio crecimiento personal. Al final, lo que buscamos como resultado de este proceso de autoconocimiento es el reconocimiento, la relevancia que nos permita ser la primera elección cuando se hable de nuestro sector.

En Brand Personal hemos desarrollado un método adaptativo para ayudarte a construir una Marca Personal única, relevante e irrepetible. ¡No dudes en escribirme!

20,7%

OPINIÓN

MIGUEL BORGES

PAREJO

TOURISM SALES MANAGER



Los ingresos hoteleros crecen en Canarias un 20,7% con respecto al año de referencia pre-pandemia (2019) durante los 4 primeros meses del año según datos del ISTAC, esta es evidentemente una buena noticia, máxime viniendo del páramo del que venimos, ¿pero hemos cuantificado del todo las pérdidas que supusieron la inactividad y el cierre du-

rante la pandemia?, algunos pensarán que eso es el pasado y que no sirve de nada, pero para un bien como el alojativo, que no es almacenable y que lo que no has vendido hoy ya no puedes venderlo mañana no deja

de ser necesario que se cuantifique cuanto se dejó de ganar para ver los números positivos actuales con gran alegría, pero también con la perspectiva necesaria de que hay que compensar pérdidas pasadas - por muy de fuerza mayor que estuvieran causadas- y ganancias actuales.

El reparto de esta recuperación es desigual según islas y en lo que a ingresos se refiere ocupan Tenerife y Gran Canaria el primer y el segundo lugar respectivamente, pero si ya vemos en su conjunto pernoctaciones, viajeros alojados e ingresos totales sólo Tenerife y Fuerteventura consiguen datos positivos frente a los del primer cuatrimestre de 2019, aunque haya que destacar también que de media total del archipiélago, los viajeros alojados si han aumentado un 2,10% 2019-2023 aunque hayan caído el número de pernoctaciones.

De esto se pueden extraer varias conclusiones, una es que habrá que estrechar más la colaboración público-privada a nivel archipiélago, pero haciendo especial énfasis desde las corporaciones insulares de aquellas islas que aún - y siempre según los datos extraídos del ISTAC - no han recuperado o mejorado los datos de 2019, tratando las variables a mejorar una por una y en su contexto, siendo éstas: precios medios, gasto medio por turista, estancia

media....etc, etc., y orientar las acciones para mejorar cada una de ellas según las particularidades de cada isla y zona turística.

Salgamos todos juntos, unamos fuerzas como archipiélago ya que somos lo suficientemente dispares, bonitas y diversas para ofrecer un destino sin igual en Europa y durante todo el año, no caigamos en la autocomplacencia de pensar que ya está el camino de la recuperación recorrido por estas cifras y mantengamos los niveles de excelencia y mejora continua que necesita esta tierra para crecer a todos los niveles, ya que quien duda de las externalidades positivas que genera el turismo en un territorio como el nuestro y de todas las variables a las que positivamente afecta más allá del propio sector.

Si continuamos esta senda podremos mantener una Balanza de Pagos positiva, como así hemos hecho desde los años 80 y siempre gracias a la actividad turística, cosa que no pueden decir otras Comunidades Autónomas de nuestro país, ya que que precisamente por una actividad turística más escasa o desestacionalizada no han podido compensar el déficit en la balanza de pagos generado por el comercio de bienes y servicios, necesitando en algunos casos estos otros territorios de transferencias del sector público para equilibrar este importante indicador económico.

Sigamos esta senda y promovamos una política económica equilibrada y responsable, por muchos 20,7% más.



Nuestro corazón tiene nueva casa

Un nuevo espacio nace
en Las Palmas de Gran Canaria.

Ubicado en Paseo de Tomás Morales, este edificio emblemático ya alberga la nueva sede de la Fundación DISA.

En una apuesta por convertirlo en un espacio de referencia y de contacto con entidades y colectivos, abrimos una nueva e ilusionante etapa.

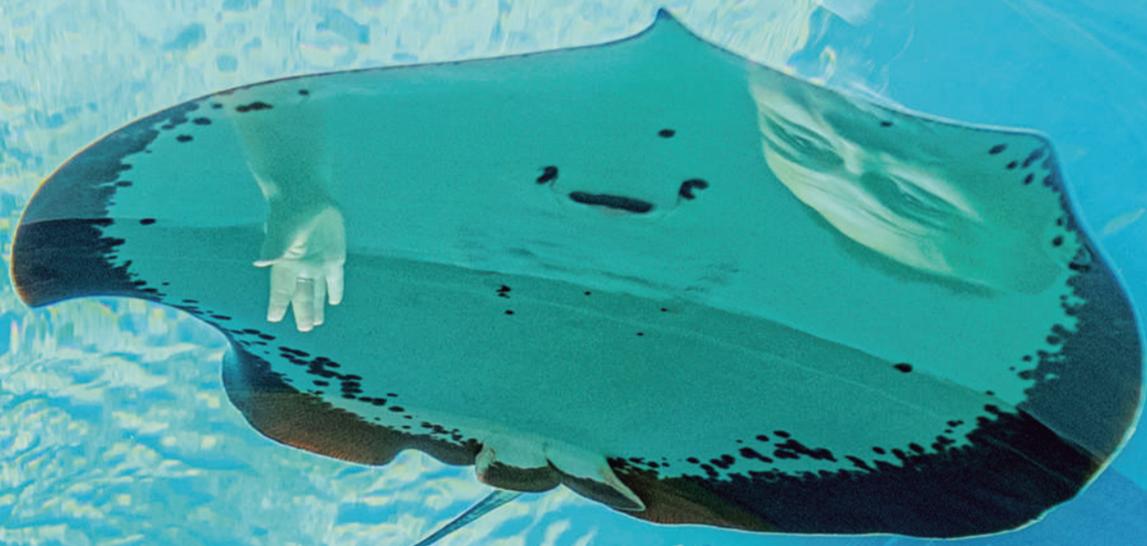
¡Descubre todo lo que tenemos preparado para ti en nuestra nueva casa!





AQUARIUM Poema del Mar

 Las Palmas de Gran Canaria



COMPRA
TICKET
ONLINE

ANIMAL EMBASSY
LORO PARQUE
1972 **50** 2022
ANNIVERSARY 



ENTREVISTA

IGNACIO BAEZA
PRESIDENTE DE FUNDACIÓN
MAPFRE CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En 2022 la Fundación MAPFRE Guanteme cambió su denominación, pasando a ser Fundación MAPFRE Canarias. ¿Cuál fue el motivo que propició este cambio?

El principal motivo de este cambio ha sido reforzar aún más el vínculo que hemos venido creando con todas las personas, entidades, instituciones y empresas de la comunidad canaria a lo largo de casi cuatro décadas. Han sido treinta y ocho años de escuchar mucho y atentamente, y también de intenso trabajo para dar respuesta a las principales preocupaciones de nuestra sociedad como la salud, la formación o el empleo. Hoy podemos decir sin presunción que hemos sido capaces de reinventarnos, de repensar y concentrar nuestra actividad para dar respuestas reales a las necesidades de nuestra comunidad concentrando nuestros esfuerzos a través de cuatro líneas principales de actividad: la acción social, la formación, la prevención y la cultura. Las personas y su bienestar personal y familiar son el denominador común de todo lo que hacemos y el eje central de nuestros proyectos y actividades, con los que llegamos a todos los rincones del archipiélago. Y hago hincapié en este último dato, nuestra actividad abarca las 8 islas, a toda la comunidad canaria, por eso consideramos que era el momento de incorporarlo en nuestra denominación, porque nuestro vínculo no es con una sola isla o una provincia, sino con Canarias.

“Hemos sido capaces de reinventarnos, de repensar y concentrar nuestra actividad para dar respuestas reales a las necesidades de nuestra comunidad”

Una nueva denominación que, cabe incidir, viene a celebrar el largo camino recorrido y la implicación de la Fundación con la sociedad canaria...

Efectivamente, este cambio es una celebración. No se trata de un comienzo ni de un final, sino de celebrar nuestra evolución y el camino que nos ha conducido hasta el momento actual. Un camino en el que hemos puesto todo nuestro empeño y muchos granitos de arena para crear, junto a muchas otras

Ignacio Baeza: “Impulsamos iniciativas generadoras de empleo, que ofrezcan nuevas oportunidades sostenibles”



personas, profesionales, instituciones, públicas y privadas, asociaciones y empresas, un ecosistema social colaborativo que amplifica el alcance de nuestros proyectos, es decir, que nos permite llegar más y mejor a las personas, especialmente a aquellas que más nos necesitan.

Como Fundación, realizan una apuesta importante por la formación y la empleabilidad como palancas de transformación social. ¿Qué papel juega el Programa de Capacitación Laboral para el Empleo en esta apuesta?

Sin duda la formación y el empleo son fundamentales para seguir construyendo una sociedad en la que todas las personas tengan las mismas oportunidades y estén plenamente integradas. Por eso, en la Fundación impulsamos iniciativas generadoras de empleo, que ofrezcan nuevas oportunidades sostenibles para Canarias y, lo más importante, que repercutan en una mejora real de la situación personal, profesional y económica de las personas y en su plena inclusión social. Ese es el objetivo de nuestro Programa de Capacitación Laboral para el Empleo, con el que hemos formado desde su puesta en marcha en

2018 a más de 2.500 personas, logrando que el 31% haya finalizado su paso por el programa con un empleo. El secreto de estos buenos resultados ha sido poner el foco en aquellos sectores que demandan mano de obra cualificada, como el agrícola o la hostelería y restauración, y ofrecen oportunidades reales de empleo a los participantes.

En 2022 también han impulsado proyectos formativos relacionados con la Economía Azul y el Empleo Verde. En su opinión, ¿qué papel juegan estos sectores en el futuro de Canarias?

Son dos sectores económicos que abren un inmenso abanico de oportunidades para un desarrollo social y medioambiental saludable y sostenible para nuestra comunidad. Como isleños debemos ser conscientes de la importancia de la Economía Azul, no solo desde el punto de vista de la preservación de uno de nuestros principales recursos, nuestros mares y océanos, también por la importancia que tiene en nuestro tejido económico y las oportunidades profesionales que ofrece a nuestros jóvenes. En el caso del sector de la Economía Verde o Empleo Verde, hemos trabajado a través de nuestro programa Juntos Somos

capaces para fomentar la integración laboral de personas con discapacidad intelectual y problemas de salud mental, ya que el empleo verde puede ser una gran oportunidad para estas personas, a las que trabajar en espacios abiertos y al aire libre beneficia mucho.

Otro de los sectores que están impulsando desde Fundación MAPFRE Canarias es el de la denominada Economía Silver. ¿Qué acciones desarrollan en torno al fenómeno de envejecimiento demográfico?

Desde el Centro de Investigación Ageing-nomics de Fundación MAPFRE, que pusimos en marcha en 2020, desarrollamos numerosas acciones para ofrecer una mirada positiva en torno a un fenómeno de envejecimiento demográfico que es ya una realidad en la mayor parte de nuestras comunidades autónomas. En el año 2022, 16 millones de personas eran mayores de 55 años en nuestro país y en 2040 se prevé que un 35% de la población española pertenezca a este colectivo denominado sénior. Para prepararnos ante este escenario y arrojar luz sobre las estrategias y políticas de acercamiento a los sénior que debemos poner en marcha para que Canarias pueda enfrentarse de una forma económicamente saludable a este fenómeno de envejecimiento, hemos elaborado varios informes como el Rankin de Territorios por la Economía Sénior o el Barómetro del Consumidor Sénior en Canarias, entre otros, y hemos organizado diversas mesas de reflexión y foros de debate sobre emprendimiento y talento sénior. Una línea en la que seguiremos trabajando para buscar alternativas realistas que nos ayuden a encontrar el equilibrio intergeneracional y aprovechar al máximo las potencialidades para Canarias.

Para concluir, de todo este camino recorrido por la Fundación, ¿qué es lo que más le enorgullece?

Es una tarea complicada elegir una sola cosa o un proyecto concreto cuando nuestro trabajo diario nos gratifica y enorgullece tanto. Puedo afirmar que me siento muy orgulloso de formar parte de esta Fundación, de presidirla y de contar con un equipo humano y profesional que se esfuerza siempre al máximo para hacernos merecedores de la confianza que las personas depositan en nosotros. Que nos permitan acompañarlas en su camino hacia una vida mejor, que confíen en nosotros para ayudarles a mejorar su situación personal, a progresar profesionalmente, a emprender nuevos proyectos, a poner en marcha sus ideas, a cumplir sus sueños. Esa confianza es el mejor indicador para medir el impacto real de lo que hacemos y el motor que nos mueve para seguir esforzándonos y mejorando cada día.



ENTREVISTA

MARÍA DE LA SALUD
PRESIDENTA DE LA
FUNDACIÓN LABORAL
DE LA CONSTRUCCIÓN
DE LPGC

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
**¿Cómo se proyecta 2023
para el sector de la construcción
y sus trabajadores/as?**

La verdad es que viviendo en la dualidad. Por un lado, estamos viviendo una incertidumbre importante por cómo se está comportando el mercado a nivel internacional, por la convulsión y la campaña bélica que en estos momentos sufrimos con una fluctuación en los precios que nos hace tambalearnos. Estamos en un momento de incertidumbre.

Pero, por otro lado, estamos en un momento de oportunidades, porque hay una dotación económica muy importante como consecuencia de la respuesta que Europa y el mundo en su conjunto de manera proactiva está desarrollando en el ámbito económico. 7 de cada 10 euros de los fondos europeos tienen que ver con nuestro sector. Es decir, la transformación social y económica, que son los objetivos de esos fondos, pasan por nuestra actividad. Con lo cual, las perspectivas tienen que ser buenas, superando la incertidumbre con la que al mismo tiempo tenemos que convivir.

¿Qué papel debe desempeñar la Fundación Laboral de la Construcción en el sector para los próximos años?

Fundamentalmente, el papel de la formación en todos los sentidos. Entre ellas, la formación en el ámbito de las certificaciones profesionales, donde no solamente se forma a personas que quieran comenzar en el sector, sino también a aquellas que ya están incorporadas al mercado y quieren superarse en su proyección profesional.

Estamos en un proceso de transformación provocado por nosotros mismos donde tendemos a la industrialización, a trabajar en entornos virtuales colaborativos, a la realidad aumentada, la impresión en hormigón... Y la Fundación Laboral de la Construcción tiene que formar a nuestros recursos humanos, a los recursos humanos del futuro.

Le voy a decir una cosa que es fundamental, tenemos la vocación de desarrollar la formación profesional en Canarias. Se está desmantelando por parte del Gobierno de Canarias la FP de Edificación y Obra Civil en materia de formación profesional, lo cual no es posible. El Gobierno de Canarias tiene la obligación de promover y de provocar que los jóvenes se incorporen a

María de la Salud: “Tenemos la vocación de desarrollar la formación profesional en Canarias”



un sector que genera empleo y que, además, lo genera dignamente.

¿Cómo se explica la escasez de nuevo talento y la falta de relevo generacional en un sector que es motor de la economía? ¿Qué más se puede hacer para que mujeres y jóvenes desempleados/as consideren al sector de la construcción una buena opción de futuro laboral y de calidad?

No hay escasez de talento, hay escasez de liderazgo para motivar a los hombres y mujeres, sobre todo jóvenes, a los que se bombardea con mantras como: “los jóvenes no tienen futuro”. Hay una escasez de planificación para canalizar ese talento, porque talento hay y nosotros estamos preparados para ello.

Por ejemplo, no se está promoviendo formación profesional

“El Gobierno de Canarias tiene la obligación de promover y de provocar que los jóvenes se incorporen a un sector que genera empleo y que, además, lo genera dignamente”

básica, que se dirige a jóvenes de 16 años que abandonan los estudios. Hay que canalizar a esos jóvenes hacia una carrera profesional y el sector de la construcción lo es. El talento hay que localizarlo, formarlo, motivarlo y canalizarlo hacia los sectores que generan empleo.

Yo antes le decía que el verdadero reto es que la Fundación Laboral asuma la responsabilidad de impartir la FP de Edificación y Obra Civil, esa es una forma de captar el talento.

Cabe decir que la Fundación funciona con fondos propios, nosotros hacemos inversiones y estamos dispuestos a ayudar y cofinanciar, junto con el Gobierno de Canarias, medios para desarrollar esa FP, es decir, que tenemos medios propios con los que queremos ayudar. Además, estamos capacitados para

formar, porque tenemos los 3 niveles de formación, estamos acreditados en el grado superior, medio y básico.

¿Hacia dónde debe ir la formación/cualificación de las personas dedicadas a la construcción?

Aquí también vivimos en la dualidad porque, por un lado, tenemos escasez de mano de obra en oficios como albañiles, instaladores, electricistas, fontaneros..., pero una muy importante es la que comentaba con anterioridad, la de la transformación digital. Nosotros estamos industrializándonos, eso significa que vamos a trabajar cada vez más de manera digital y virtual, fuera de las obras. Y, por tanto, nuestros recursos humanos deben estar adaptados a esas circunstancias.

Estamos empezando a trabajar en el entorno BIM, que es un entorno colaborativo virtual donde todos los agentes construyen de manera virtual antes de construir en la realidad y hay que manejar una serie de herramientas que en estos momentos nuestros jóvenes no manejan. Tenemos que motivarlos por ahí, los jóvenes se mueven en las redes, hay que atraerlos a través de la digitalización.

¿Qué opina de la transformación del sector? ¿Qué beneficios y qué peligros entraña la nueva era digital?

La digitalización y la inteligencia artificial el único peligro que tiene, y el que todos estamos viendo, es si quien la gestiona tiene la madurez suficiente, si la gestiona de manera interesada o malévola, o la utiliza como progreso. En lo que se refiere al ámbito del sector de la construcción es el futuro, no existe el futuro sin la transformación digital. Nosotros estaremos obligados dentro de poco a presentar todas las obras en BIM.

Para que se entienda lo que es la herramienta BIM, es un entorno virtual donde se construye con antelación, donde se ahorra material, se asumen menos riesgos laborales y, en definitiva, los costes de producción son menores y ofrece la posibilidad de romper con la disfunción entre oferta y demanda de trabajadores, puesto que se van a necesitar menos trabajadores de oficio, pero más trabajadores digitalizados.

¿Hacia dónde va el futuro de la construcción en nuestro país y concretamente en Canarias?

El futuro de nuestro sector va al unísono del futuro de nuestro país porque, como le dije antes, nosotros formamos parte de la vida cotidiana de las personas. Somos la legión del progreso en la medida de que de nosotros depende la transformación social y económica, el que los ODS se cumplan, depende que la gente viva en su vivienda, que el transporte sea posible a través de las carreteras... Somos la vida misma y lo vamos a seguir siendo.



ENTREVISTA

MARLENE NIN

DIRECTORA DE OPERACIONES
DE LA FUNDACIÓN ADRIÁN
HOTELESM.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
**¿Desde cuándo y por qué la familia
Adrián decide crear una Fundación?**

La Fundación Adrián Hoteles se creó en 2017 por decisión de la familia Adrián, quién durante mucho tiempo había estado ayudando de forma altruista a entidades y personas desfavorecidas. Nos dimos cuenta de la importancia de ordenar nuestras donaciones y maximizar su impacto, por lo que decidimos establecer la fundación. Por ello, podemos gestionar de manera más eficiente los recursos y establecer criterios claros para la selección de proyectos y beneficiarios. Además, la fundación nos permite buscar más fondos y alianzas estratégicas, lo que nos está brindando la oportunidad de llegar a un mayor número de personas necesitadas y nuevos proyectos.

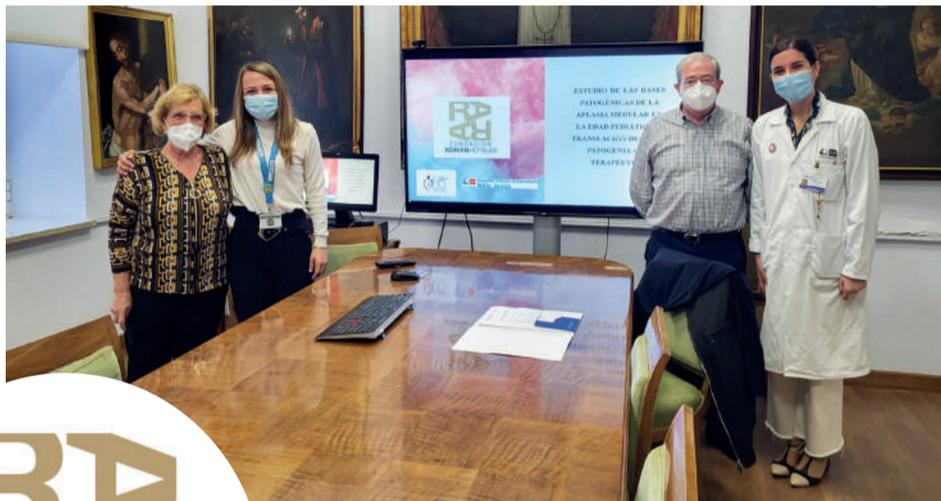
¿Cuál es el cometido de la misma?

- Apoyar a otras entidades sin ánimo de lucro y financiar el desarrollo de proyectos compartidos.
- Mejorar las necesidades sociales, sanitarias y educativas de las personas en los ámbitos de la población desfavorecida, con dificultades económicas, con necesidades especiales, en situación de vulnerabilidad o que padezcan enfermedades raras.
- Concentrar nuestros esfuerzos en la población juvenil y en la tercera edad.
- Desarrollar nuestros objetivos principalmente en las Islas Canarias.

Desde su creación han llevado a cabo numerosos proyectos de la mano de diferentes organizaciones en aras de beneficiar a cientos de personas necesitadas. ¿Por qué han decidido emplear esta metodología de trabajo? ¿Qué valor añadido aporta trabajar de la mano de otras organizaciones?

Lo primero que teníamos claro es que la Fundación no iba a donar dinero, queríamos

Marlene Nin: “El apoyo a la sanidad pública es uno de nuestros desafíos más importantes”



FUNDACION
ADRIANHOTELES



involucrarnos y financiar proyectos concretos con total transparencia. Debido a esto, organizaciones sin ánimo de lucro nos contactaron planteando sus proyectos y así es como empezamos a colaborar con la Asociación San Juan, Corazón y Vida, la AECC, la Fundación Pequeño Valiente, Cruz Blanca, Make a Wish etc. Para nosotros tiene un plus colaborar con estas organizaciones porque ellas están en el terreno de batalla y saben lo que se necesita. Son nuestros ojos y oídos. Ellos hacen el trabajo duro y desde la Fundación

intentamos facilitar esta labor recaudando los fondos necesarios y así se reparten las tareas. Trabajamos día a día para colaborar con nuevas entidades.

¿Cómo valoráis los proyectos a la hora de decidir cuáles apoyar?

La Fundación Adrián Hoteles es una entidad pequeña y tiene recursos limitados. ¡Claro que nos gustaría poder ayudar a muchas más organizaciones!, pero tenemos la obligación de ser responsables ante nuestros benefactores y beneficiarios. Normalmente, tras presentarnos un proyecto, el patronato y la directora se reúnen para valorar el impacto benéfico de ese proyecto con criterios objetivos, imparciales y no discriminatorios. Según nuestra constitución se da prioridad a los proyectos en las áreas sociales y asistenciales, así como educacionales, formativas y sanitarias. Todo ello, destinado a colectivos desfavorecidos con especial incidencia en el ámbito de los menores de edad y de las personas mayores.

De los proyectos que han puesto en marcha a lo largo de este 2023 proporcionando ayuda a otras organizaciones, ¿cuál destacaría?

El proyecto más valorado y que nos toca muy de cerca es la financiación de un estudio sobre la aplasia medular en la edad pediátrica a la Fundación para la Investigación Biomédica del Hospital Infantil Universitario Niño Jesús.

El fin de esta colaboración es apoyar la investigación sobre aplasia medular que permi-

tirá actualizar los protocolos y el tratamiento de los problemas medulares en niños.

A día de hoy, cualquier niño con un primer diagnóstico de dificultad medular se somete a un tratamiento que, si tras 9 meses no funciona, se determina un segundo paso que sería el trasplante de médula.

Con esta investigación se pretende acortar tiempos y desgastes del infante, y evitar así infecciones y riesgos innecesarios, así como los ingresos reiterados que contribuirían a la debilitación de los niños y niñas afectados por este tipo de enfermedad grave.

El convenio llevado a cabo por la Fundación Adrián Hoteles permitirá que durante aproximadamente 2 años se sufrague el coste tanto del equipo necesario como de la ampliación del mismo si fuera requerido. Ambas fundaciones desean que esta colaboración sirva para concienciar a la sociedad sobre la importancia de apoyar la investigación médica y para avanzar en el conocimiento y tratamiento de la aplasia medular.

Durante este año también destacaríamos la cobertura de alquiler y suministros de dos pisos en Madrid y uno en Santa Cruz de Tenerife que llevamos realizando desde hace 5 años, para dar alojamiento a las familias canarias que se tengan que desplazar a estas capitales, con el fin de recibir los tratamientos especializados o trasplantes en los hospitales correspondientes. Se trata de un proyecto anual e imprescindible ya que muchas familias no tienen los recursos económicos para pasar largas temporadas fuera de su hogar.

Dentro de los proyectos de los últimos años, ¿qué colaboración os ha hecho más ilusión?

Cada nuevo reto es una ilusión, pero el apoyo a la sanidad pública es uno de nuestros desafíos más importantes. Entre los proyectos más importantes que hemos realizado estos últimos años, destacamos la remodelación del Hospital de Día Pediátrico de Oncología del Hospital Universitario Nuestra Señora de la Candelaria con una inversión importante y también de la dotación al departamento pediátrico de un ecógrafo portátil. Hemos adquirido 16 cómodos sillones que se transforman en cama tanto para el Hospital de la Candelaria como para el Hospital Universitario de Canarias, de esta manera estamos apoyando a la sanidad pública en todo lo que podemos para facilitar la estancia de los familiares y los niños enfermos en esos hospitales. Además seguimos apoyando a familias de niños con necesidades especiales, que necesitan terapias profesionales vitales cuyos padres no tienen recursos económicos suficientes.

¿Cómo plantean la evolución de la Fundación Adrián Hoteles de cara a un futuro?

La Fundación nació hace sólo seis años y estamos aún en nuestra infancia, pero estamos creciendo y nos estamos dando a conocer cada año más. Somos una fuerza imparable, pero necesitamos el apoyo tanto de particulares como de entidades colaboradoras que nos ayuden a financiar nuevos futuros proyectos. Desde aquí queremos agradecer a todas las asociaciones con las que trabajamos que se dedican cada día en apoyar a las personas necesitadas. ¡Juntos hacemos la fuerza!





ENTREVISTA

SARA MATEOS
DIRECTORA DE LA
FUNDACIÓN DISA

Sara Mateos: “Queremos seguir trabajando con la educación como hilo conductor”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Fundación DISA cumple con la vocación social que nace del Grupo DISA a través de numerosos proyectos que ponen en marcha a lo largo del año en aras de contribuir a la sociedad canaria. En este sentido, ¿cómo definiría la filosofía y la vocación social de Fundación DISA?

Desde que nació, la Fundación DISA trabaja para estar cerca de las personas, para ello aunamos fuerzas con asociaciones y entidades que trabajan con los colectivos más vulnerables de Canarias. Intentamos estar presentes en todas aquellas áreas que consideramos prioritarias, sobre todo las vinculadas a la educación, inclusión, atención social, cultura... ya que nos parecen estratégicas para conseguir el cambio y la mejora que queremos para las islas.

Mejorar las condiciones de vida de los colectivos más desprotegidos forma parte de su cultura empresarial y de sus actividades. ¿Cómo se traduce en el día a día?

Nosotros somos fieles defensores de la agilidad de las entidades del tercer sector, con lo cual, nuestro día a día pasa por estar muy pendientes de lo que hace falta, de lo que necesitan las organizaciones con las que trabajamos, así como con aquellas con las que no hemos tenido un anterior contacto para tratar de dar una respuesta de forma rápida a esas necesidades que van surgiendo y que vamos detectando. Por ello, parte importante de nuestro trabajo es la escucha activa, que nos permite poner en marcha proyectos que den respuesta a todo eso que la sociedad va demandando y que cambia continuamente en el tiempo.

Cabe comentar que han resuelto su convocatoria de deporte adaptado con una inversión total de 80.000 euros que se traducen en becas, muestra de esta vocación social de la que hablábamos, ¿verdad?

Sí. Para nosotros el deporte es una forma de vida y una herramienta para educar en valores, pero también es una herramienta de inclusión poderosísima. Por eso, en nuestro eje deportivo, por un lado trabajamos con la educación en valores con los menores a través del deporte base, proyectos que también se orientan a sus familias y entrenadores. Y, por otro lado, una parte muy importante de nuestra labor en el área deportiva



se centra en la inclusión, trabajando con entidades que atienden a deportistas con discapacidad, porque creemos que al final todos y todas tenemos el derecho de practicar deporte, por todo lo bueno que tiene para aportar a nuestra vida. Por ello, generamos alianzas muy poderosas, como puede ser la que tenemos con el Comité Paralímpico Español, para ponerlo fácil, para que todas esas personas, sea cual sea su condición, puedan practicar deporte.

En este sentido, hace poco, de la mano del Comité Paralímpico Español, hemos conseguido que el ejército nos brinde la posibilidad de que personas con discapacidad de El Hierro vayan a nadar a una piscina que estaba en desuso. Trabajamos con clubes deportivos, aportándoles formación y también materiales adaptados para que cada vez sean más las disciplinas deportivas y las posibilidades de practicar deporte para personas con y sin discapacidad.

DISA es una empresa comprometida con la transición energética. ¿Cuáles son los objetivos más destacados que se plantean desde esta Fundación?



En la Fundación, como no puede ser de otra forma, conscientes de las necesidades que nos marca la sociedad y del hilo conductor que tiene trazado el Grupo, centramos nuestros esfuerzos en la concienciación de cómo ha sido la evolución del uso y la producción de la energía. Tenemos un proyecto que se llama “EnergieTIC”, con el que trabajamos en los centros escolares con los menores, donde les explicamos cuál ha sido la evolución de los usos de la energía desde

los inicios, cómo ha permitido la misma el desarrollo económico y social del ser humano y les proponemos retos para que, de forma colaborativa y fomentando el trabajo en equipo, den soluciones a distintas situaciones de necesidad energética que se les plantean. Lo que queremos es que las niñas y los niños de los centros escolares de Canarias entiendan todo ese proceso de generación de energías, siendo capaces de ponerlo en valor y darle un componente social a esas propuestas que realizan a los distintos retos que se establecen en el marco del proyecto.

Cambiando de tercio, coméntenos, ¿qué es DISALab?

DISALab es un proyecto que surgió hace un tiempo a través de una unidad móvil que fue itinerando por todas las Islas Canarias. Es un proyecto que pretende poner en valor la ciencia; acercar las diferentes disciplinas científicas que se desarrollan en Canarias, hacer ver a los niños y niñas que la ciencia puede llegar a ser divertida y que está en todas las facetas de nuestra vida.

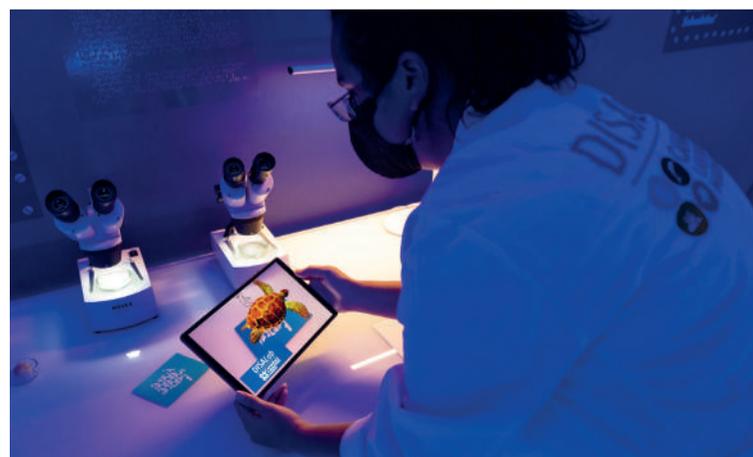
Al inicio del proyecto, cuando era una unidad móvil, se centró en los ecosistemas terrestres y algunas especies emblemáticas de las islas. Luego, dimos el paso a convertirlo en un laboratorio marino donde queríamos que los escolares y todas las personas que se acercaran a la unidad conocieran especies que nadan por las aguas canarias y las distintas disciplinas científicas que están vinculadas al conocimiento y al respeto del mar. Y hace escasamente un año, esa unidad móvil dio el salto y se convirtió en un submarino que está ahora de forma estable en el Museo Elder de la Ciencia y la Tecnología de Las Palmas de Gran Canaria, donde cada día lo visitan cientos de niños, niñas y adultos.

DISALab queremos que sea un foco de concienciación, no solo del trabajo científico que se realiza en las islas, sino también de todas las especies que son vulnerables y de la necesidad de cuidar el mar, porque creemos que entendiendo los ecosistemas marinos, entendiendo nuestra naturaleza, y entendiendo los valores que la engloban, podremos protegerla y quién sabe si alguno de esos menores que visitan el DISALab después dedicarán su vida como científicos o científicas a protegerlo, cuidarlo y entenderlo.

¿Cuáles son los retos a futuro de Fundación DISA?

Son muchos. Queremos seguir trabajando con la educación como hilo conductor, porque consideramos que es la herramienta más poderosa para conseguir la mejora de nuestras islas. Por ello, todos nuestros proyectos, o por lo menos la mayoría de ellos, usan la educación como elemento vertebrador: la educación en valores, la adquisición de herramientas... Queremos promover todo aquello que nos hace mejores y nos diferencia de las máquinas en un futuro que se avecina cada vez más tecnológico y en el que tenemos que fomentar que nuestros niños y niñas adquieran todas esas habilidades que los van a hacer mejores personas, pero también más capaces de lidiar con el futuro que está al llegar.

Además, intentamos que todos nuestros proyectos toquen las distintas líneas de trabajo que nos parecen estratégicas como puede ser la inclusión, la educación en valores, los proyectos culturales... Al final, nuestras áreas de trabajo son muchas y muy ambiciosas, lo que queremos es seguir trabajando sin parar y pendientes de lo que la sociedad nos pide que pongamos en marcha.





Guacimara Cabrera: “Queremos ser un punto de reflexión e inspiración para la sociedad canaria”



ENTREVISTA

GUACIMARA CABRERA
RESPONSABLE DE LA
FUNDACIÓN CHEKIPA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Fundación Chekipa nació en 2016 para impulsar proyectos que contribuyan al desarrollo sostenible y educativo en Canarias. ¿En qué líneas de trabajo han incidido en estos últimos tiempos?

La Fundación Chekipa cuenta con un abanico de trabajo bastante amplio de iniciativas, similar a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Nos enfocamos principalmente en cinco líneas de acción: medio ambiente y conservación; progra-

mas sociales; educación y desarrollo, investigación y en la conservación de las tradiciones, la historia de Canarias y la forma de vivir de los isleños

En relación a la protección de la biodiversidad, hay varias líneas de trabajo.

A través de la Fundación trabajamos en la recuperación y conservación de la flora y fauna, así como en la investigación, comunicación y educación en la materia, concienciando así a la población, para su implicación en la generación de un cambio, con el fin de mejorar y enriquecer la biodiversidad en el mundo.

Realizamos proyectos de investigación para la reintroducción de especies de flora y fauna endémica en Canarias. Fuera de España, también participamos en un importante proyecto de reintroducción en el norte de África de la gacela Cuvier (*Gazella cuvieri*), una especie extinta en la naturaleza.

Cuando hablamos de botánica, por ejemplo, reproducimos semillas de plantas extintas, para poder hacer repoblaciones y estudios de las mismas.

Asimismo, trabajamos en el rescate de animales, la formación de jóvenes y el estudio de una buena gestión y optimización del agua

Nuestra pasión es luchar por y para la naturaleza. Tenemos la suerte, y al mismo tiempo la responsabilidad, de trabajar por conservar la vida animal y vegetal. Además, contamos con programas de concienciación medioambiental, para incentivar el compromiso de los jóvenes y los más pequeños con la naturaleza

Sobre el desarrollo cultural, entendemos que si protegemos el desarrollo cultural isleño estamos protegiendo nuestro entorno. La cultura es la que protege nuestro patrimonio genético de razas autóctonas, como el camello canario, al igual que nuestras costumbres. Todo ello hace que podamos proteger el territorio: el campo, el cultivo, la forma de manejarlo o la calidad de vida de los propios isleños...

Por todo lo comentado anteriormente, te decía que es como si se tratara de los 17 ODS, porque todos estos fines los llevamos a cabo por medio de diversas acciones, enfocados en actuaciones de desarrollo sostenible, energía no contaminante, acciones por el clima, alianzas para lograr objetivos, innovación y salud y bienestar.

Como usted comentaba, desde Oasis Wildlife y de la mano de Fundación Chekipa, aúnan esfuerzos en la conservación de poblaciones en peligro de extinción. ¿Qué acciones, concretamente, realizan de cara a que estas poblaciones no se extingan?

Principalmente, realizamos acciones educativas y divulgativas. Hemos hecho campañas de concienciación, hicimos la primera campaña nacional contra el maltrato animal en el 2018, cuyo nombre era “Yo hablo por ti”, y fue una campaña de formación a nivel poblacional y social, pero también a nivel jurídico y medioambiental aportando información general.

En cuanto a proyectos, tenemos el ejemplo de la gacela Cuvier. Reproducimos más de 45 ejemplares

de la gacela Cuvier en nuestras instalaciones que fueron reintroducidos en Túnez. Esta gacela había desaparecido hacía más de 40 años, estaba extinta, y junto al CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas) conseguimos una reintroducción histórica. Han pasado ya 5 años y se han triplicado, de 45 ahora estamos en una cifra de unas 289 gacelas. Todo un éxito de proyecto de conservación efectuado por la Fundación Chekipa y Oasis Wildlife.

Como el proyecto anterior, también tenemos proyectos de rescate del camello canario. No solamente hemos conseguido catalogar una raza que no se tenía en cuenta, sino que además estamos consiguiendo reproducirla y consolidándole una viabilidad de futuro económica, creando la primera granja camella de España para la producción láctea, de cara a que sea un ejemplo de diversificación y otros canarios puedan hacer lo mismo y continuar estos pasos. Hemos devuelto el camello al campo, que es el lugar que tuvo en los comienzos cuando llegó a Canarias desde África.

En esta misma línea, trabajamos también en botánica a través del estudio de la botánica endémica, tanto de la isla de Fuerteventura como de Canarias. Para ponerte un ejemplo, la especie malva de risco es endémica de Lanzarote y Fuerteventura, quedan aproximadamente unos 25 ejemplares en la naturaleza en todo el mundo y en la Reserva que pertenece a la Fundación tenemos reproducidos unos 180 ejemplares de malva de risco con la intención, no solamente de protegerlos, sino de poder efectuar una repoblación en el futuro cuando sea viable en una zona segura y salvaje de las islas Canarias, en concreto entre Lanzarote y Fuerteventura.

El pasado mes de diciembre Fundación Chekipa reunió a expertos de educación, medio ambiente y superación personal. ¿Con qué sensaciones se quedó usted tras este Encuentro de Personas Vitamina?

Fue muy emocionante. Como allí dijimos: escuchar y hablar puede salvar muchas vidas. Se trató de un programa enfocado a la salud mental, al medio ambiente e hizo de palanca de cambio y transformación en cómo miramos hacia la naturaleza a través de las emociones.

Fueron 12 horas de ponencias, con ponentes de alto nivel. 12 horas intensas donde todos los implica-

dos en el proyecto se formaron, aprendieron y cubrieron una gran necesidad y carencia que es evidente que existe.

Con la conclusión que yo me quedo es que la gente tiene muchísima voluntad, hace faltan muchas herramientas que aportar, pero si las das, la gente da el paso para afrontar el cambio. No es que no quieran, realmente es que necesitan ese empuje. Y esa fue la sensación con la que nos quedamos en este evento, que fue muy emocionante de principio a fin.

¿Qué proyectos plantean desarrollar desde Fundación Chekipa para este 2023?

Estamos implicados, principalmente, en trabajar contra el tráfico ilegal de especies, que es un problema tremendo. Estamos ante la sexta extinción silenciosa, donde desaparecen muchas especies delante de nuestros ojos y no somos conscientes de que estamos jugando un papel vital dentro del tráfico ilegal y generando demanda de animales exóticos, que no son domésticos, dentro del mercado negro. En este caso, nos estamos uniendo con otras organizaciones para poder trabajar de la mano de la administración modificando normativas y leyes, así como concienciando al público.

Otra de las iniciativas más importantes que vamos a llevar a cabo en este 2023 y por la que hemos luchado desde el inicio es la introducción o socialización del camello canario. Actualmente, el censo refleja una cifra de menos de 700 en todo el mundo, necesitamos volver a unir este animal con el isleño a través de la admiración al mismo, que lo terminen de conocer, porque sabemos que no se conoce del todo y eso lo estamos haciendo generando experiencias gratuitas y educativas con este animal, donde a través de veterinarios y biólogos les enseñamos lo impresionante que es su carácter, su actitud y cómo nos puede ayudar, porque además es un animal muy emocional.

Si miramos al futuro, ¿por dónde pasa el trabajo de Fundación Chekipa?

El futuro para nosotros pasa por ser un lugar de refugio y donde la comunidad canaria pueda hacer peticiones. Que una persona que tenga proyectos de innovación o investigación en las islas, que no tenga un soporte, pueda acudir a nosotros y tomen como referencia a la Fundación Chekipa.

Al igual que a nosotros nos ha costado llegar hasta aquí más de 40 años con mil muros por delante hasta poder construir una Fundación para crear proyectos que puedan resultar imposibles en un comienzo, lo mismo queremos para toda la sociedad que nos rodea, porque aunque no estemos aislados, sí estamos alejados y tenemos una gran desventaja. Queremos ser un punto de reflexión e inspiración para la sociedad canaria.



Juan Pablo González: “La ecotasa es un impuesto, que viene para recaudar más de donde ya se recauda mucho”



en el mercado de emisiones de CO2 de la Unión Europea. Canarias queda exenta en este sentido dentro del mercado nacional e interinsular, pero no con los mercados exteriores, que son los que nos aprovisionan del mayor número de turistas. Por tanto, este es un nubarrón que nos puede afectar bastante, sobre todo a partir del año que viene.

En paralelo, también está la tasa al queroseno, un gravamen al precio del queroseno de aviación, que también podría suponer un incremento.

En el caso de los mercados de emisiones tenemos menos margen de maniobra, pero en la tasa al queroseno sí podríamos tener un poco más de margen, aprovechando la Presidencia Española de la Unión Europea, que da paso el 1 de julio.

Por otra parte, ¿cuál está siendo la respuesta de los hoteles ante el nuevo paradigma tecnológico? ¿Están implicados en la transformación digital a la que augura el sector?

Sí, de hecho, ya están inmersos desde hace tiempo, sobre todo en aquellos aspectos ligados al negocio, todo lo que tiene que ver con comercialización y distribución. Ahí el sector suele ser bastante puntero con sistemas de reservas, análisis de perfil de clientes... todo eso está bastante implementado.

Quizá hay otros departamentos operativos donde todavía hay margen de mejora y en eso estamos trabajando desde la propia Patronal, donde en los últimos 4 años, gracias a un programa de Red.es, hemos desarrollado la oficina Acelera Pyme y hemos asesorado a más de 1.000 pymes en su proceso de digitalización, asesorándoles mediante mediadores y asesores con proyectos e iniciativas para ayudarles a confeccionar su hoja de ruta digital e implementarla.

La futura Ley de Vivienda, que verá la luz este año, ha despertado la preocupación del sector hotelero. ¿Qué efectos colaterales puede traer consigo la misma?

Más que del hotelero, de cualquier persona que tenga previsto en los próximos años, meses o días alquilar una vivienda.

En el mercado hay un número de viviendas determinado, si se le ponen muchas

restricciones a los propietarios de esas viviendas para que las alquilen, las sacarán del mercado de viviendas en alquiler. Por lo tanto, habrá menos viviendas en alquiler y si hay menos viviendas, por una regla de primero de económicas, subirán los precios y eso, evidentemente, nos afecta.

A nosotros, desde un punto de vista turístico nos preocupa. Primero, porque tenemos una gran masa de trabajadores que quieren vivir cerca de donde trabajan y no pueden, porque los precios son elevados, lo que les implica tener que desplazarse en su vehículo privado, lo cual contribuye a generar los problemas de movilidad que tenemos, especialmente en la isla de Tenerife con esas colas eternas tanto en la autopista del norte como en la del sur.

También nos preocupa, porque esas viviendas que salen del mercado de alquiler residencial pueden pasar al alquiler vacacional, con lo cual también están contribuyendo a reducir ese número de viviendas. No es el único elemento que puede explicar la falta de viviendas, también hay que poner encima de la mesa otros elementos como que no ha habido promoción de viviendas públicas desde hace muchos años.

Desde Ashotel han criticado la propuesta de implantar la ecotasa en Canarias por considerarla electoralista. ¿Qué supondría este impuesto indirecto sobre las estancias para el turismo?

Decimos que es electoralista, porque este es un debate que sale cada vez que hay una cita electoral.

Canarias supera aproximadamente los 3.000 millones de euros anuales de impuestos de la actividad turística. Ahora se habla de una tasa turística, que realmente no es una tasa, porque usted cuando paga la tasa de residuos es porque recibe un servicio a cambio, pero en el caso de la ecotasa no se trata de una tasa, porque no hay ningún servicio. La ecotasa es un impuesto, que viene para recaudar más de donde ya se recauda mucho.

Es más, hemos batido récord en recaudación debido a que el IGIC no se deflactó. Asimismo, también estamos hablando de que esta ecotasa llevaría un IGIC asociado, por lo que se recaudaría aún más.

Estamos recibiendo una cantidad muy importante de fondos Next Generation para procesos de mejora de nuestra economía. Desde Ashotel creemos que no hace falta recaudar más, sino mejorar la gestión del dinero ya recaudado.

‘Turistas en nuestras casas y residentes en nuestros hoteles’, así se ha titulado un artículo escrito por Jorge Marichal, presidente de Ashotel. ¿Cómo describiría la relación existente en la actualidad entre los residentes y el sector turístico? ¿Se demoniza al sector alegando que no permite la emancipación de los residentes?

Hablamos de un fenómeno, que ya ha llegado a algunas zonas de la geografía española, y es la turismofobia. Cuando usted quiere construir un hotel, usted no lo construye donde quiera, lo debe construir en un suelo clasificado de uso turístico, hotelero o extra hotelero.

El residente no tiene problema con los hoteles ni apartamentos turísticos, porque están construidos en suelos aptos para ese uso. Ahora bien, con la normativa que tenemos en Canarias prácticamente cualquier vivienda residencial, salvo que la comuni-

dad de propietarios lo haya prohibido expresamente, se puede destinar a vivienda vacacional. Esto significa que prácticamente todas las casas residenciales podrían destinarse a vivienda vacacional. Es ahí, donde las personas que están buscando casa, bien para comprar o para alquilar, se encuentran con un problema: se reduce la oferta de viviendas en el mercado y suben los precios; y cada vez será más difícil conseguir una vivienda a un precio razonable.



Desde Ashotel creemos que no hace falta recaudar más, sino mejorar la gestión del dinero ya recaudado

ENTREVISTA

JUAN PABLO GONZÁLEZ
DIRECTOR GERENTE
DE ASHOTEL

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El 2023 nació con grandes incertidumbres económicas. Pero ¿cuáles son las expectativas del sector turístico para este año?

A día de hoy estamos bastante más tranquilos de lo que podíamos estar apenas hace un año. Fue en la Semana Santa del 2022 cuando ya notamos que había una recuperación continua y constante. Las perspectivas para este pasado invierno 22/23 eran buenas y la realidad también lo fue. Ahora nos enfrentamos a lo que parece ser un verano positivo, a pesar de esos nubarrones que hay en el horizonte, marcados por la inflación y el conflicto bélico que se vive a las puertas de Europa.

No cabe duda de que tenemos la mejor planta alojativa del mundo pero, ¿y la conectividad?

Este es un tema que se ha abierto ahora mismo por dos motivos. Primero, estamos

Algo tendremos que hacer, cada uno desde su posición, para contribuir a solucionar este problema. Nosotros hemos solicitado, junto con el sindicato mayoritario del sector, una reunión con la FECAM desde el pasado 26 de octubre y no se nos ha concedido cita todavía. Precisamente, para plantearles e identificar bolsas de suelo en los diferentes municipios turísticos de las islas y que se pueda efectuar una construcción de viviendas sociales, que estén protegidas y no puedan pasar a ser viviendas vacacionales.

Para concluir, ¿qué mensaje le gustaría transmitir desde Ashotel teniendo en cuenta la situación que acontece?

Tanto el Gobierno regional que salga elegido en las próximas elecciones como los respectivos gobiernos insulares tienen que empezar a poner recursos para solucionar estos problemas. Insisto en que existe un déficit histórico de infraestructuras, nosotros desde la asociación estamos desarrollando un proyecto de movilidad para nuestro sector y a nuestra escala, no vamos a solucionar los problemas de movilidad de Tenerife ni mucho menos, pero tenemos que contribuir en la parte que nos toca como representantes de empresas hoteleras con algunos proyectos piloto. Proyectos que estamos empezando a desarrollar para colectivizar el transporte al trabajo y reducir el número de coches que circulan. Estos proyectos creemos que serán el principio de algo.



César Miralles: “En Canarias estamos centrados en proyectos formativos e inclusivos de personas con un nivel formativo reducido y escasa experiencia laboral, en general colectivos con dificultades”

ENTREVISTA

CÉSAR MIRALLES
DIRECTOR DE
FUNDACIÓN MARTÍNEZ

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Fundación Martínez tiende puentes en aras de crear una sociedad más creativa, sostenible e inclusiva en Canarias y África. En este sentido, ¿qué fines persiguen aquellos proyectos que ponen en marcha?

Nuestro fin fundacional es contribuir al desarrollo de una sociedad mucho más creativa, inclusiva, y sostenible.

En Canarias, estamos centrados en proyectos formativos y de inclusión de personas vulnerables. Por otro lado, en Guinea Ecuatorial estamos especializados en el ámbito de la salud, mejorando el acceso a los servicios básicos de salud de la población más vulnerable. Mejorar la salud de las personas es clave para crear una sociedad mucho más inclusiva y sostenible.

¿Qué hoja de ruta se han marcado para este 2023?

El año 2023 es un año muy importante porque comenzamos un proyecto formativo muy especial en Canarias y duplicamos las expediciones médicas con Guinea Ecuatorial.

En primer lugar, nuestro proyecto para Canarias busca promover la dignificación, mejora de la formación y profesionalización del sector de la restauración y del turismo, que sigue siendo el principal motor económico de las islas. Observamos que hay una gran desconexión entre la demanda y la oferta de profesionales. Pero, además, con el agravante de que seguimos teniendo una altísima tasa de paro. En definitiva, no está funcionando el mercado laboral.

Como fundación, podemos trabajar para que las personas más vulnerables y con menor formación o formación insuficiente accedan a una formación puente que les per-



mita poder insertarse laboralmente en un sector que demanda cada vez más profesionales y de mayor cualificación. Queremos potenciar la formación en FP Dual y la obtención de certificados de profesionalidad en el sector.

En segundo lugar, queremos trabajar con el colectivo de personas con necesidades especiales en Canarias. Creemos que todavía queda mucho camino por recorrer en materia de diversidad funcional o discapacidad. Las empresas deben apostar por la diversidad y la inclusión en sus plantillas, porque

les enriquece, les hace más sostenibles, mejora el clima laboral y porque, además, no está reñido con la rentabilidad empresarial. Con la formación de última milla adecuada son personas perfectamente productivas. No obstante, tenemos que adaptar nuestras estructuras empresariales a sus necesidades e incorporarles en nuestros procesos formativos y de inserción laboral, según el caso con o sin acompañamiento. En ese sentido, tenemos un proyecto muy ilusionante que estamos llevando a cabo con entidades sociales especializadas en

el ámbito de la discapacidad. Queremos ayudar al mayor número de empresas posibles para que, por un lado, sensibilicen a sus plantillas y por otro den el paso de incorporar a personas con necesidades especiales.

¿Pueden los particulares y empresas colaborar con las iniciativas puestas en marcha por Fundación Martínez?

Por supuesto. Nosotros siempre trabajamos en red, solos, no somos nadie, siempre lo decimos. Necesitamos la colaboración con empresas, instituciones, entidades

del tercer sector e, incluso, con personas o profesionales. Las puertas siempre las tenemos abiertas, solamente tienen que comunicarse con nosotros. Tenemos muchos canales abiertos a través de redes sociales y nuestra página web. Esto es importantísimo: trabajar en red, sumar, que cada parte pueda aportar su conocimiento, su experiencia...

¿Qué sensaciones les transmiten aquellos que participan en estas iniciativas de la mano de Fundación?

Pensamos que toda persona que ha sido voluntaria y que ha trabajado en un proyecto social recibe más a nivel emocional que lo que aporta en términos de tiempo. La sensación de satisfacción personal es inmensa. Al final, nos aporta una sensación maravillosa.

“Las empresas deben apostar por la diversidad funcional en sus plantillas”

¿Por dónde pasa el futuro de esta fundación?

El plan estratégico que tenemos a tres años pasa por seguir trabajando en la cooperación internacional entre Canarias y Guinea Ecuatorial, país que para nosotros es nuestra segunda casa, por la implantación y los años que llevamos trabajando en el país vecino del continente africano.

Nuestro foco y nuestra estrategia en materia de cooperación internacional se va a centrar en acercar los servicios básicos de salud a la mayor parte de la población: odontología, la oftalmología, la cirugía plástica reparadora para el caso de tumores y de quemaduras, y ginecología.

Son cuatro temáticas donde tenemos mucho que hacer, tenemos partners muy potentes que tienen muchas ganas de colaborar con nosotros.

En Canarias nuestro plan estratégico cuenta como eje fundamental la formación profesional y las competencias digitales. En el ámbito de la formación profesional queremos fomentar la inserción laboral de las personas más vulnerables en sectores estratégicos para nosotros como son la restauración, el turismo, o la distribución y la logística. Además, queremos despertar vocaciones digitales en las aulas, acercando la tecnología y reduciendo la brecha digital y la brecha de género en el ámbito digital.



ENTREVISTA

ANA TORRENT

GERENTE DE
CANARIAS EXCELENCIA
TECNOLÓGICA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cuál es la razón de ser de Canarias Excelencia Tecnológica?

Canarias Excelencia Tecnológica es un clúster que representa al sector tecnológico de Canarias. Nuestra misión es poner en valor el sector tecnológico y reivindicar el progreso de las islas a través de la tecnología, promoviendo el I+D+i y el sector TIC como factor de progreso.

Ahora mismo somos más de 110 empresas y entidades clave del ecosistema tecnológico de Canarias, como son los Colegios Profesionales, las dos universidades públicas y algunas entidades públicas estratégicas para el sector.

¿Qué retos os habéis planteado?

Como asociación nos gustaría seguir creciendo, ya que en los últimos dos años hemos duplicado el número de asociados. Nos gustaría seguir sumando asociados, tanto empresas como organismos y entidades clave para conseguir tener una mayor representación en la Comunidad Autónoma. Nos gustaría, a su vez, sumar empresas de islas menores, porque principalmente nuestra masa crítica se encuentra en las islas capitalinas.

Por otra parte, queremos seguir desarrollando actuaciones que fortalezcan el sector tecnológico y que consigan que la transformación digital se acerque a la sociedad.

“Nuestra misión es poner en valor el sector tecnológico y reivindicar el progreso de las islas a través de la tecnología”

¿En qué actuaciones aúnan esfuerzos en este 2023?

Estamos desarrollando diferentes tipos de actuaciones. Por un lado, estamos desarrollando formaciones estratégicas en tecnologías emergentes para las empresas del sector, pues consideramos relevante que tengamos este conocimiento en Canarias para poder ser competitivos a nivel nacional e internacional.

Estamos también ofreciendo algunas ac-



Ana Torrent:
“Promovemos que las empresas canarias sean reconocidas por su labor en el sector tecnológico”

tuaciones de asesoramiento a nuevas empresas emergentes de base tecnológica y startup para intentar que se puedan consolidar.

Por su parte, intentamos impulsar la internacionalización de nuestras empresas con la participación en diferentes ferias y congresos estratégicos para el sector, gracias a la colaboración con Proexca.

Y, en definitiva, promovemos que las empresas canarias sean reconocidas por su labor en el sector tecnológico.

¿Qué importancia tienen las nuevas tecnologías en el progreso económico y social de una determinada sociedad?

Ha quedado constancia de que la transformación digital de todos los sectores económicos y sociales es necesaria. A día de hoy, quien no se meta en la ola de la transformación digital se va a quedar fuera. En un mercado cada vez más global necesitamos que todas las empresas de cualquier sector sean conscientes de esta necesidad y, además, con las últimas tendencias en tecnología ya se denota que va a cambiar el mundo y la forma que tenemos de hacer ciertas cosas, antiguos puestos de trabajo van a tener que reinventarse y se crearán otros nuevos adecuados a lo que está por venir. La Inteligencia Artificial o la analítica de datos, por ejemplo, va a hacer que tengamos que reinventarnos para poder aprovechar todo lo que la tecnología nos ofrece. Por ello, es clave para el mundo y para Canarias poder impulsar estas tecnologías y adoptarlas en todos los sectores.

¿Será 2023 un año provechoso para Canarias Excelencia Tecnológica?

Nuestra idea es continuar con la tendencia que hemos tenido en los últimos años, que ha sido de crecimiento y de fortalecimiento, hemos logrado tener una mayor representatividad y eso se ha visto también reflejado en todas las actuaciones que venimos haciendo, que cada vez son más. Cada vez se pone en un mayor plano la labor que hacemos desde el clúster, junto con la labor que realizan nuestras empresas a favor del progreso de Canarias.

En este sentido, tenemos ciertas actuaciones que consideramos interesantes. Tenemos próximamente un evento en el que vamos a tratar diferentes tecnologías que son ahora mismo novedosas, entre ellas vamos a tener a un ponente de gran relevancia que va a tratar la Inteligencia Artificial y en octubre, con el 15 aniversario del clúster, queremos desarrollar una serie de actuaciones que pongan en valor al sector tecnológico en las islas.

PROGRAMAS DE BECAS 2023

BECAS DE POSGRADO

EN STEM Y ADE

BECAS DE POSGRADO

EN MÚSICA

BECAS DE INVESTIGACIÓN MÉDICA

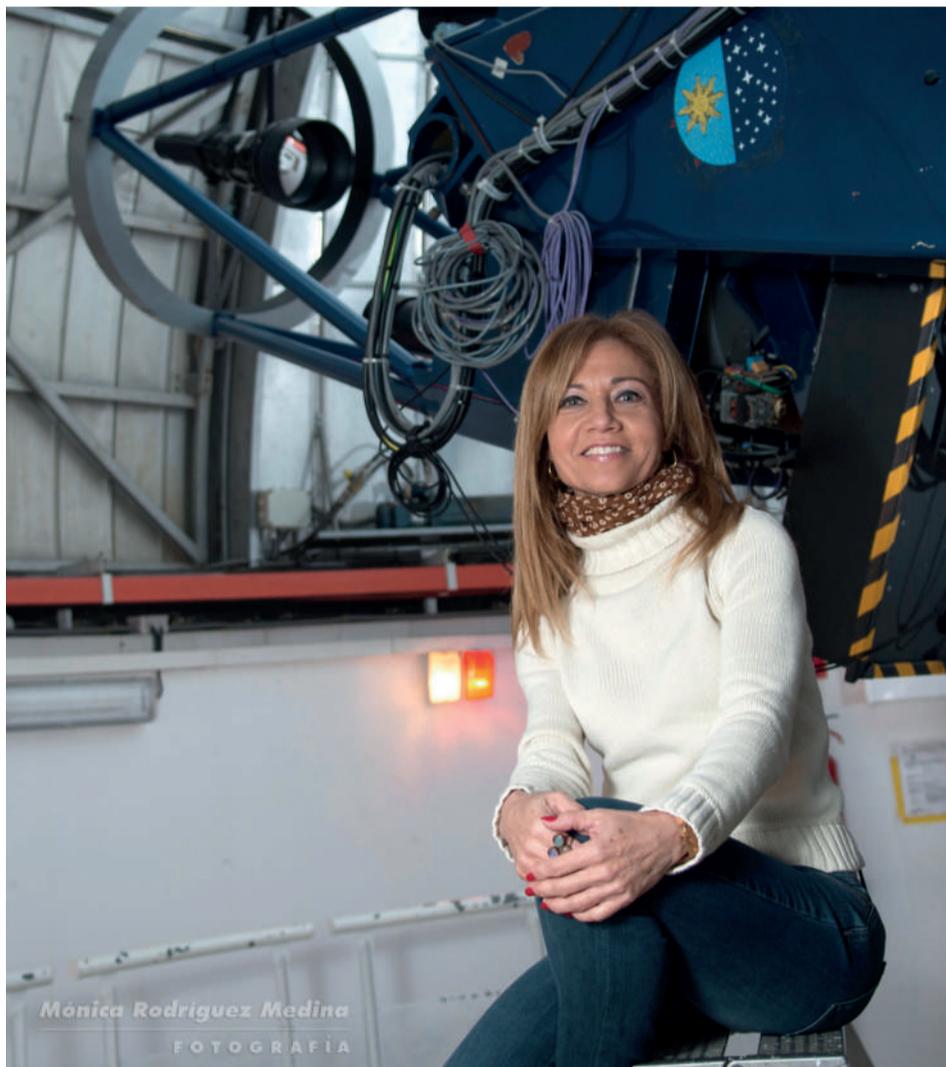
Consulta las bases en:
www.fundacionmapfrecanarias.org



Fundación **MAPFRE**
Canarias



Antonia M. Varela: “No se concibe el término “planeta sostenible” si no protegemos nuestro cielo”



Mónica Rodríguez Medina
FOTOGRAFÍA

ENTREVISTA

ANTONIA M. VARELA
DIRECTORA GERENTE DE
LA FUNDACIÓN STARLIGHT

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Proteger el cielo nocturno y difundir la astronomía son los fines de la Fundación Starlight. ¿Está la población cada vez más concienciada en la preservación del cielo nocturno?

Realmente, creo que sí. Hace apenas 20 años era un tema que ni siquiera se abordaba, no se contemplaba que el cielo fuera un derecho de la humanidad, ni un recurso a salvaguardar. Fuimos los astrofísicos los primeros en advertir de la amenaza que estaba suponiendo la contaminación lumínica para este patrimonio en extinción.

Pero, paso a paso, hemos ido haciendo entender a la sociedad que el cielo no es solo un recurso para la ciencia, sino que es también un recurso a preservar por el medio ambiente -ya que la sobre-iluminación contribuye a la emisión de gases de efecto invernadero-, para la biodiversidad y la salud humana y como

factor de calidad de vida. Otras razones que estimulan la concienciación en la protección del cielo son el ahorro energético y económico que supone apostar por el alumbrado inteligente y el desarrollo socio-económico local a través del astroturismo.

¿De qué forma repercute en las personas un proyecto de iluminación sostenible y responsable?

Siempre hemos hablado de los daños que produce la contaminación lumínica y está muy bien hablar de cómo beneficia evitarla. Desde la Fundación Starlight proponemos un alumbrado inteligente y apostar por la innovación. Eso significa iluminar lo que hay que iluminar, cuándo y cómo hay que hacerlo, tanto en intensidad de luz como en su color. Necesitamos la oscuridad de noche y la luz natural del día, la especie humana ha surgido y evolucionado en un planeta con día y noche, y estamos ligados a ciclos biológicos de 24 horas o circadianos. Estos ciclos se ven alterados si alargamos artificialmente el día. Por poner un ejemplo, la contaminación lumínica disminuye la secreción de melatonina, una hormona producida por la glándula pineal cuando se reducen los niveles de intensidad de luz, durante la noche, siendo esencial para regular los ciclos de descanso, los niveles de

glucosa o la temperatura corporal entre otros. Esto quiere decir que someternos a luz en horas en las que no debemos, sí que daña la salud, lo cual es algo que está siendo ignorado. Iluminar correctamente redundará en mejor calidad de vida y salud. Asimismo gran parte de las especies son nocturnas, evitar la contaminación lumínica ayudará a proteger y preservar hábitas, especies y ecosistemas. Otros términos que se incluyen en la contaminación lumínica son el deslumbramiento, la luz intrusa y el despilfarro energético. Evitar el deslumbramiento contribuye a una mayor seguridad vial y personal. Otro de los beneficios de un alumbrado inteligente es el desarrollo sostenible local a través del astroturismo, a través de la creación de empleo de calidad y la preservación del patrimonio natural y cultural asociado a la luz de las estrellas.

La Fundación Starlight otorga certificaciones a pueblos, reservas o destinos turísticos que garantizan la toma de medidas para proteger los cielos. ¿De qué manera beneficia a un pueblo?

En primera instancia, Starlight es una iniciativa que emerge del Instituto de Astrofísica de Canarias y que nace con la Declaración de La Palma del 2007 en “Defensa del cielo nocturno y el Derecho a la Luz de las Estrellas”, redactada y firmada por la UNESCO, la Organización Mundial de Turismo (OMT) y la Unión Astronómica Internacional (IAU) entre otras instituciones internacionales, organismos no gubernamentales y academias y universidades de más de 23 países. Los criterios y principios de la certificación de Reservas y Destinos Turísticos Starlight, nacen para el cumplimiento de esta carta magna y está avalada por la OMT y la IAU, un sello de calidad que hay que cuidar y seguir manteniendo. Por un lado, es una distinción que diferencia a aquellos pueblos, entidades y espacios naturales que se comprometen con la preservación de su cielo y de todos los recursos naturales y culturales asociados al mismo, pasando a formar parte de la lista mundial de espacios de cielos protegidos por la Unión Internacional para la Conservación de la Na-

turalidad (IUCN), les brindamos promoción mundial, pero además, también redundará en un beneficio económico directo. A través del astroturismo conseguimos promover entornos rurales, muchas veces empobrecidos económicamente pero que cuentan con mejores cielos, y que encuentran en este recurso una oportunidad de desarrollo responsable y sostenible, que atrae a visitantes de calidad. Son centenares las empresas que ya se han creado en torno al astroturismo a nivel mundial y millones de euros los ingresos que producen y que quedan en el territorio.

Asimismo, ya en España el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo reconoce en los planes de desarrollo sostenible en destino el contar con esta certificación, por lo que cuantitativamente puede beneficiarles para conseguir fondos para el desarrollo local. El astroturismo supone la creación de nuevos espacios (recuperando algunos abandonados como iglesias, faros, casas de guardas de naturaleza, etc.) para la difusión de la astronomía y una revalorización del patrimonio cultural, histórico, medioambiental, de biodiversidad, etnográfico, etc. del territorio, puesto que todas las actividades van dirigidas a su preservación, empoderando a las comunidades locales. Asimismo la certificación Starlight implica un asesoramiento y seguimiento permanente y continuado de recomendaciones adaptadas a los territorios en cuanto a alumbrado y al desarrollo e implementación de la estrategia de astroturismo.

¿Qué proyectos desarrollarán desde la fundación para los próximos tiempos?

Estamos inmersos en varios proyectos muy importantes. Por un lado, seguimos abriendo proyectos de certificación Starlight a nivel nacional e internacional, porque aportamos la única certificación del mundo en astroturismo, contribuyendo a través de la formación de auditores, técnicos de alumbrado, monitores y guías Starlight a la capacitación y profesionalización en esta materia.

En segundo lugar, lideramos un grupo de trabajo de turismo científico de Miembros Afiliados de la OMT, que nos permitirá seguir explorando el potencial que ofrece esta rama del turismo y contrastar ideas y experiencias que sirvan para profundizar en los diferentes aspectos y oportunidades que ofrece la combinación de ciencia y turismo en el horizonte de la industria turística, comenzando por el astroturismo. Y en tercer lugar, destacar que a la contaminación lumínica se suman nuevas amenazas para la astronomía profesional y amateur, como son la basura espacial, determinadas radiofrecuencias y las megaconstelaciones de satélites, lo que nos lleva a abordar nuevos frentes. Recordemos que la declaración de La Palma establece, por primera vez, que el cielo es un derecho de la Humanidad. Queremos dar un paso más convirtiéndolo en un Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Para ello hemos firmado un pacto con la asociación de mujeres empresarias y profesionales de España (BPW Spain) -una institución que defiende los derechos de las mujeres y que tiene estatus consultivo en lo económico y social en Naciones Unidas y en el Consejo de Europa- para defender ante la ONU que el cielo sea un nuevo ODS, el número 18. Ya está registrado y contamos con unas 2000 adhesiones de más de 25 países así como con una red de embajadores, todos unidos para salvaguardar este patrimonio para las generaciones presentes y futuras.





ENTREVISTA

SUSANA PÉREZ
PRESIDENTA DE LA
FEDERACIÓN TURÍSTICA
DE LANZAROTE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
**En primer lugar, ¿podría ha-
cernos un balance de lo acon-
tecido en 2022?**

El balance de 2022 fue, sin lugar a duda, positivo después de dos años -2020 y 2021- con una importante crisis sanitaria que tuvo un gran impacto en las empresas en general y, concretamente, en las relacionadas con el sector turístico y la movilidad de las personas.

Después de esos dos años, el arranque del 2022 vino marcado por restricciones con motivo de la Ómicron. Restricciones muy estrictas para terceros países, entre ellos, Reino Unido, que es el principal mercado emisor para Lanzarote. Por tanto, los primeros meses -enero y febrero- fueron negativos, hasta que las restricciones por el covid se levantaron definitivamente y aconteció una recuperación a partir de marzo y abril con la llegada de la Semana Santa, que constataba la necesidad de viajar.

El segundo trimestre vino marcado por la invasión de Rusia a Ucrania, con un escenario de incertidumbre por la guerra y por su impacto en los costes energéticos. Una vez superados los primeros meses, se mantuvo la afluencia turística y llegamos a una segunda parte de 2022 donde se estabilizó el movimiento turístico y las reservas.

Como dije, el balance fue positivo, aunque con un arranque difícil por la pandemia en los dos primeros meses y con un segundo trimestre de inestabilidad e incertidumbre por los costes energéticos, la inflación y la Guerra de Ucrania. Asimismo, en ese segundo trimestre tuvimos un impacto muy positivo con el mercado británico, el nacional y otros como el mercado francés o el italiano.

Uno de los problemas que acechan al sector es el número de pernотaciones: vienen más turistas, pero se recortan sus estancias como consecuencia del coste y la subida de precios. ¿Cómo están paliando la situación?

Por un lado, las ganas de viajar quedaron patentes en ese 2022 con la afluencia de turistas, pero como bien comentas, el impacto de la inflación ha hecho que se recorten las estancias.

Algo muy importante es el valor añadido en la experiencia del cliente. Es importante el desarrollo y la creación de experiencias turísticas, así como la comunicación y la promoción de las mismas en el destino, al objeto de que se les aporte más valor y que consideren y valoren alargar las estancias.



Susana Pérez: “La mejora y modernización de las infraestructuras e instalaciones es uno de los retos permanentes”

Este es un trabajo que no se hace ni a corto ni a medio plazo, pero sí a largo plazo.

Está claro que con el impacto de la inflación se recortan las posibilidades económicas para viajar, pero esperemos que sea una situación coyuntural y que trabajando en el

desarrollo de experiencias y mostrándoselas al turista, sea éste quien decida alargar sus estancias.

Cambiando de tercio, muchos son los sectores que se enfrentan a la falta de profesionales. ¿Cuáles son los per-

files profesionales más difíciles de encontrar para los establecimientos turísticos de la isla?

Se requieren desde puestos básicos, como ayudantes de camareros o de cocina, hasta otros puestos en el que se requiere una mayor cualificación, como lo es la parte técnica de instalaciones o en mandos intermedios. También, por supuesto, recepcionistas o personal de atención al cliente con más de un idioma. El inglés es básico, pero se requiere un segundo idioma, ya sea el alemán o el francés, puesto que tenemos una variedad de turistas provenientes de diferentes mercados que hay que atender.

“El impacto de la inflación ha hecho que se recorten las estancias”

¿A qué retos se enfrenta el sector turístico de la isla de Lanzarote?

Los retos son varios. Por un lado, una labor que se ha estado haciendo desde hace mucho y con lo que se debe continuar es con la modernización del destino en cuanto a sus infraestructuras e instalaciones.

En la parte alojativa se han realizado y se seguirán realizando inversiones de modernización, renovando alojamientos. Este tiene que ser uno de los aspectos claves e importantes. Por su parte, se ha echado en falta durante los dos años de covid el que se hayan rea-

lizado mayores inversiones en las zonas turísticas y fuera de las zonas turísticas con el objeto de mejorar infraestructuras y equipamientos. La mejora y modernización de las infraestructuras e instalaciones es uno de los retos permanentes.

Luego, por supuesto, hay que seguir trabajando en la sostenibilidad y en la transformación digital de las empresas para ser más competitivas.

Asimismo, otro de los retos es mejorar la empleabilidad. Hay un porcentaje de paro elevado y tenemos falta de personal, por lo que entre las instituciones públicas y el sector tendremos que ir viendo cuáles son esos desajustes entre la oferta y la demanda para que podamos incorporar a esas personas que están en situación de desempleo.

Y por último, la diversificación de los mercados turísticos. Tenemos mercados que se nos resisten como el mercado alemán y el escandinavo. En los últimos años se han ido perdiendo estos turistas y necesitamos de unos planes estratégicos específicos para los mismos.



Belén Machado: “La conservación del medio ambiente y de la biodiversidad es uno de los pilares de Fundación Cepsa”



ENTREVISTA

BELÉN MACHADO
RESPONSABLE DE
FUNDACIÓN CEPESA EN
CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Hablemos de uno de los proyectos más importantes para Fundación Cepsa: los Premios al Valor Social, que solo en su última edición entregaron en el Archipiélago 79.000 euros, beneficiando directamente a cerca de 9.500 personas. ¿Qué tipo de iniciativas son las más destacables?

Todas las ediciones, de los Premios al Valor Social, y ya llevamos 15 en Canarias, han estado cargadas de reconocimientos a entidades del tercer sector que hacen una labor magnífica. Estos Premios nos hacen sentir un especial orgullo, porque nos permiten ayudar a las entidades del tercer sector a ayudar, a su vez, a sus colectivos. No podría destacar a unas sobre otras, porque todas, cada una en su ámbito, hacen tanto bien en su entorno cercano y de una manera tan diversa... Y no me refiero solo a las 69 ONG a las que Fundación Cepsa ha entregado ya uno de sus premios en Canarias, sino a todas.

Son muy necesarias para la sociedad en la que vivimos, y esa es una de las razones por las que entregamos estos galardos,

para tratar de resaltar su labor, aparte de aportarles una inyección económica con la que contribuir a impulsar nuevas líneas de trabajo o mantener las ya existentes. Y siempre creando un vínculo duradero con ellas, al tiempo que impulsamos la solidaridad dentro de la plantilla de profesionales de Cepsa, que actúan como padrinos y madrinas solidarios y les acompañan en su camino, como también lo hacemos desde la Fundación.

Fundación Cepsa se encuentra inmersa en una etapa, donde además de seguir ayudando a los colectivos vulnerables, incrementa su apoyo a proyectos tanto de carácter medioambiental ¿Cuáles resaltaría?

Nuestra iniciativa más gratificante, sin duda, por la implicación social que tiene, son los Premios al Valor Social. Pero la conservación del medio ambiente y de la biodiversidad es también otro de los pilares de actuación de Fundación Cepsa.

En este ámbito, en Canarias destacaría, por ejemplo, la creación de la ronda sostenible de los ODS en el centro de la capital tinerfeña, frente al mercado; la señalización y desarrollo de un programa de rutas guiadas de los árboles singulares de Santa Cruz; el programa ‘Pequehuertos escolares’ que nos ha permitido acercar la alimentación saludable y el interés por el medio ambiente a más de 8.000 escolares en los últimos años...

Y, recientemente, estamos colaborando con un proyecto destacado para regenerar un lago en desuso dentro del Palmetum de Santa Cruz y darle una nueva vida, también con la construcción de un ‘hide’ para avistamiento de aves, así como en la renovación de los materiales divulgativos de este fantástico jardín botánico en lo que se refiere a las aves que ahora recalán allí, algunas de las cuales incluso nidifican, y en las primeras visitas inclusivas a este lugar, para acercarlo a colectivos con diversidad funcional.



Estamos trabajando, también, junto al Ayuntamiento chicharrero, a través de la Fundación Santa Cruz Sostenible, en la creación de un Aula de la Naturaleza en el Parque de Las Mesas, que contempla la reforma y aprovechamiento de una edificación en estado de abandono para convertirla en un espacio de educación y concienciación ambiental, multifuncional, para la dinamización de colectivos, que incluirá laboratorios para estudios e investigación, un vivero para el uso de semillas e, incluso, una zona de acampada, y que esperamos vea la luz en los próximos meses.

“Todas las ediciones, de los Premios al Valor Social, y ya llevamos 15 en Canarias, han estado cargadas de reconocimientos a entidades del tercer sector que hacen una labor magnífica”

A su vez, apuestan firmemente por la formación y por el talento existente en Canarias. ¿De qué manera lo hacen?

Nuestro tercer eje de actuación es el científico educativo. A través de numerosas iniciativas que desarrollamos a lo largo del año, fomentamos la formación de calidad y el empleo, así como las vocaciones científicas y tecnológicas entre los jóvenes y, especialmente entre las chicas. Algunos ejemplos de ello son nuestras colaboraciones con el programa educativo Chicas con Cienci@ULL, la noche Europea de las vocaciones científicas y tecnológicas (Macaronight) o el apoyo a diversas iniciativas y eventos destinados al público infantil y juvenil en los que aportamos ta-

lles de contenido científico educativo.

Una apuesta por la formación especialmente relevante es la que realizamos a través de la Cátedra Fundación Cepsa de Transición Ecológica e Innovación de la Universidad de La Laguna, dirigida a la investigación, la formación y la divulgación científica a través de un amplio programa de actuaciones con las que pretende contribuir a la educación, la empleabilidad y el emprendimiento.

Y, en nuestra apuesta por fomentar el potencial y el desarrollo profesional de los jóvenes, estamos a punto de lanzar la tercera edición de nuestro programa de becas para estudiantes de FP ‘ProFormación’, con el que cada año entregamos 60 becas de 2.500 € a estudiantes de Canarias, Madrid, Huelva y Cádiz, para ayudarles a afrontar los gastos de matrícula, material escolar, libros, transporte y servicio de comedor, entre otros. Con ello, buscamos facilitar la dedicación a sus estudios a alumnos con limitación económica. De las becas entregadas en las dos primeras ediciones, 36 han recaído en estudiantes canarios.

Han puesto a disposición de los alumnos de la Universidad de La Laguna, a través de la Cátedra Fundación Cepsa, un espacio creativo y diferente para llevar a cabo proyectos multidisciplinarios innovadores. ¿Qué ha conllevado el proceso de creación del denominado MakerSpace y qué aporta a los estudiantes una sala de estas características?

Lo más significativo, a mi parecer, es que es un proyecto que ha sido ideado desde el inicio contando con las aportaciones y el criterio de un grupo multidisciplinar de alumnos universitarios, quienes, además, lo han construido desde cero, por encargo de la Cátedra Fundación Cepsa de la Universidad de La Laguna.

Se trata concretamente del equipo de estudiantes TEIDESAT (que está desarrollando el primer nanosatélite de universidades canarias). Teniendo en cuenta que es una sala para uso y disfrute de los alumnos de cualquier disciplina, quién mejor que ellos mismos para idearla, aplicando los conocimientos adquiridos en las aulas y aprendiendo nuevas habilidades, con la experiencia que ello les ha aportado en el que, para muchos, ha sido su primer trabajo.

Con un alto valor añadido para la comunidad universitaria, se trata de un espacio de trabajo de creación multidisciplinar que funciona como punto de encuentro, donde alumnado con iniciativa, inventiva y habilidades muy diversas puede reunirse para desarrollar proyectos, de manera colaborativa.

Puede ser usada como sala de reuniones, aula al uso, taller, convertirse en sala de exposiciones, lugar para la realización de tareas de electrónica y radio, aula MOOC para la grabación de cursos online masivos, e incluso, en pequeña sala de control para misiones espaciales. Cuenta con un amplio surtido de herramientas y materiales eléctricos y electrónicos, impresora de gran formato y escáner 3D, máquina de corte láser y equipo de realidad aumentada, entre muchos otros. También dispone del equipamiento necesario para emisiones por radio en directo y videoconferencias colectivas, y está dotada de un ordenador de gran potencia y capacidad de cálculo. Es decir, todo lo que cualquier estudiante motivado y con iniciativa podría desear para desarrollar sus proyectos.



Olga del Pino: “Nuestro compromiso es estar al lado de las personas siempre que alguien nos necesite”

Social CaixaBank y Fundación “la Caixa” contribuye a que cientos de pequeñas y medianas entidades sociales de las Islas puedan acceder a valiosos recursos para llevar a cabo sus proyectos.

¿Qué otras líneas estratégicas se ha marcado su entidad en aras de contribuir a una mejora de la sociedad?

Tenemos una dimensión social con líneas de gran impacto como MicroBank, que es el mayor banco de microfinanzas de Europa y permite el acceso a financiación a personas que no cuentan con avales u otras garantías; una clara apuesta por la inclusión financiera y por nuestro territorio, de ahí que estemos presentes en 87 de los 88 municipios canarios. Impulsamos también de forma muy activa CaixaBank Dualiza, un referente en nuestro país en la promoción de la Formación Profesional; y todo ello, junto a la gran labor que realiza la Fundación “la Caixa”, que con un presupuesto para este año 2023 de 583 millones de euros, se convierte un año más en la fundación privada española que

más recursos destina a la acción social. De esta importante cuantía, 16 millones de euros se destinan a Canarias.

Entre los programas que impulsa CaixaBank también hay una vertiente de apoyo al medioambiente. ¿En qué líneas de trabajo están incidiendo?

Impulsamos la ‘Convocatoria de Medioambiente’ en colaboración con la Fundación La Caja de Canarias, con el propósito de apoyar a las entidades sociales que trabajan para mejorar el patrimonio natural, a través de la protección de la diversidad, la innovación ambiental y la economía circular. Es una apuesta importante, pero también me gustaría poner en valor un gran programa que es ‘ReUtilízame’, una red de solidaridad que nos permite conectar a empresas con excedentes de material reutilizable (muebles, equipos informáticos o material de oficina, entre otros) con entidades sociales que lo necesitan, para dar una segunda vida útil a todos estos elementos contribuyendo a la sostenibilidad y a la economía circular.

¿De qué otros proyectos se siente especialmente orgullosa?

Tenemos muchas líneas de acción, pero me enorgullece especialmente el éxito de iniciativas como ‘El Árbol de los Sueños’, que permite hacer realidad los deseos de cerca de 2.000 menores en situación de vulnerabilidad en las Islas y que puedan tener su regalo de Navidad. También nuestra Asociación de Voluntarios ha celebrado durante el mes de mayo el ‘Mes Social’, a través del que hemos movilizado alrededor de 300 voluntarios en Canarias en un maratón solidario con más de un centenar de actividades de voluntariado para apoyar la labor que realizan las entidades sociales en nuestro territorio. Y no me quiero olvidar de ‘El proyecto de todos’, una iniciativa solidaria donde los profesionales que formamos parte del Grupo CaixaBank y que colaboramos en nuestro tiempo libre en ayudar a alguna entidad social o colectivo, podemos conseguir fondos para contribuir a sufragar esos proyectos.

A modo de conclusión, ¿cómo definiría la acción social desarrollada por CaixaBank?

Nuestro lema en Acción Social es: “Convertir nuestro trabajo en algo más nos convierte en CaixaBank” y creo que define muy bien la esencia de nuestra labor. En CaixaBank trabajamos para convertir todo lo que hacemos en algo más desde cada una de nuestras oficinas.

En este último año hemos convertido el esfuerzo de los cerca de 1.500 empleados de la entidad en Canarias en apoyo a más de 600 entidades sociales, colaborando con programas de la Fundación “la Caixa”. Son nuestros empleados y empleadas los que transforman realidades para estar cerca de quienes más lo necesitan y lo hacen desde cada oficina generando oportunidades, trabajando mano a mano con las entidades sociales locales, para estar al lado de las personas, al lado de la realidad, en las cosas grandes y en las pequeñas, siempre que alguien nos necesite. Ese es nuestro compromiso.

ENTREVISTA

OLGA DEL PINO
RESPONSABLE DE
ACCIÓN SOCIAL DE
CAIXABANK

tra capilaridad y a la fuerte presencia de CaixaBank en las ocho Islas, las personas que forman parte de nuestra red de oficinas pueden detectar las necesidades de las entidades sociales locales, canalizando las ayudas de la Fundación “la Caixa”. Esta alianza entre Acción

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En CaixaBank desarrollan un compromiso social que se proyecta aún más gracias a su capilaridad territorial. Es por ello que inciden en el adelanto social apoyando la inclusión, la educación, la sostenibilidad medioambiental, la diversidad, el voluntariado corporativo y el bienestar social en general, a través de la colaboración con la Fundación “la Caixa”, su accionista de referencia. ¿Cómo de importante es para ustedes estar cerca del tercer sector y respaldar la labor de las entidades sociales en Canarias?

Nuestro modelo de hacer banca tiene como objetivo prioritario estar cerca de las personas para lo que necesitan y eso es lo que nos hace ser diferentes como entidad financiera comprometida con nuestro territorio. Gracias a nues-





Óliver González: “Queremos convertirnos en referencia cultural, social, deportiva y educativa en Canarias”

ENTREVISTA

ÓLIVER GONZÁLEZ
DIRECTOR GENERAL
DE LA FUNDACIÓN
CAJACANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Desde la Fundación CajaCanarias han reforzado su compromiso con los comedores sociales de Tenerife, lo que muestra, una vez más, la implicación del organismo con la sociedad canaria. En esta línea, ¿qué otras acciones vienen a destacar la labor social de la Fundación CajaCanarias?

Una de las principales disyuntivas de las entidades que, como la Fundación CajaCanarias, pertenecemos a aquello que ha venido denominándose “Tercer Sector” radica entre escoger hacia dónde dirigir sus recursos, principalmente entre paliar efectos de una situación calamitosa ya producida y que no encuentra suficiente atención por parte del Estado (gran eficacia a corto plazo), o realizar avances para prevenir que situaciones como esa no vuelvan a producirse, identificando sus orígenes y aportando propuestas de mejora (eficacia a medio o largo plazo). De este dilema tramposo, que normalmente se salda con el triunfo de la acción directa, tanto por la mayor premura en su solución como por obtener un reconocimiento social mayor ante la sociedad en su conjunto, desde la Fundación CajaCanarias intentamos realizar acciones con un impacto social a medio y largo plazo, principalmente centrados en la educación y la cultura, pero por el camino no podemos dejar de atender situaciones límite, sobre todo en una región tan castigada económicamente como la nuestra.

No vamos a dejar de apoyar a proyectos como los comedores sociales porque, en algunos casos, sin nuestra ayuda directamente cerrarían, y es tanta la voluntad, energía, empatía y humanidad que aportan las distintas personas que los administran, que sabemos que nuestra



colaboración es realmente eficaz, y que será gestionada eficientemente.

Nos preocupa, especialmente en este momento, el impacto que los problemas derivados de la salud mental está teniendo a todos los niveles y franjas de edad de nuestra sociedad (aunque se trata de un problema nacional e internacional que tiene sus orígenes más allá de nuestras fronteras), así como la brecha digital existente, que provoca una desigualdad “de facto” en el acceso, uso (manejar internet) y en la calidad de uso (realizar un buen uso de la red, evitando estafas o “fake news”) de las tecnologías de la información y la comunicación, por lo que estamos trabajando en muchos proyectos que dan respuesta a esos problemas que generan incomunicación, barreras al estudio y el conocimiento, acentúa las dife-

rencias sociales e incluso permite o acentúa la discriminación sexual.

Además, junto a la Fundación Alternativas y el Gobierno de Canarias, han presentado el libro “Transición hacia un turismo sostenible”. ¿Qué recoge el mismo?

Este libro es uno de los resultados del proyecto “Agenda para la Transformación Sostenible del Turismo”, a través del que se han desarrollado diversas actuaciones de foros de debate e investigación a iniciativa de la Fundación CajaCanarias y el Gobierno de Canarias, con la dirección técnica de la Fundación Alternativas, la Fundación Fyde - CajaCanarias y la dirección académica de la Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel-Universidad de La Laguna.

Este proyecto parte de la idea

de que la situación de crisis derivada de la pandemia, la emergencia climática y la necesaria revisión de los modelos económicos desde la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible plantean la necesidad de llevar a cabo una revisión en profundidad del sector turístico. Un reto central es la transición hacia la sostenibilidad entendida, más que nunca, de forma integral y sistémica, más allá de sus dimensiones económicas y ambientales, incorporando aspectos sociales de los destinos, los turistas y la población residente.

Inciendiando en la cultura, ¿qué actos adquieren especial relevancia en la agenda cultural de Fundación CajaCanarias?

Además de las habituales exposiciones en nuestros espacios culturales de Santa Cruz, La Laguna, Garachico y La Palma (sumando la actividad de nuestra Fundación Cristino de Vera, en La Laguna), durante estos primeros meses del ejercicio hemos celebrado con gran éxito eventos musicales en nuestro ciclo “Pasionari@s”, así como disfrutado de llenos absolutos en nuestras primeras tardes de “Jazz Café”, una propuesta musical de nuevo cuño en la programación. Otra novedad ha resultado la primera edición del denominado “Encuentro “Jóvenes Talentos”, mientras que se han desarrollado los diferentes plazos de presentación a los “Premios CajaCanarias”, así como hemos rescatado una programación permanente de nuestra “Filmoteca”, y lo hemos hecho de manera vigorosa. Además, el Festival “Canarias Artes Escénicas”, que celebramos junto a la Fundación “la Caixa” y que este año cumple su sexta edición, acaba de concluir un ambicioso calendario de representaciones por el conjunto del archipiélago, mientras que nos encontramos, por otro lado, inmersos en la gestión de los eventos del “50 Aniversario de Esculturas en la Calle”, junto al Ayuntamiento capitalino, el Colegio de Arquitectos o la Universidad de La Laguna, entre otras instituciones. Finalmente, a punto de alcanzar el ecuador del ejercicio, continuamos disfrutando de los éxitos formativos tanto del Club de Atletismo Tenerife CajaCanarias como del Club de Ajedrez Fundación CajaCanarias, nuestras respectivas puntas de lanza en el ámbito de promoción deportiva, así como mantenemos nuestra férrea defensa del medio ambiente con múltiples propuestas dirigidas a todas las edades para que se sumerjan en el conocimiento de los entornos naturales (“En Ruta”, “Aula Naturaleza”, “Ruta de las Estrellas”, etc.), proporcionando asimismo una formación de calidad perfectamente accesible mediante nuestra Fundación FYDE CajaCanarias.

Asimismo, realizan varios foros que se consagran como espacios de pensamiento y diálogo...

Efectivamente, queremos recuperar esos espacios de diálogos sosegados en estos tiempos de rapidez y titulares fáciles. CajaCanarias siempre se caracterizó por querer crear conciencias cívicas, pero, sobre todo, críticas. Ponerlo todo en duda para conseguir resultados genuinos, que nos interpelen como seres humanos y miembros activos de la sociedad que nos ha tocado vivir. Además de los foros y jornadas ya realizados (Jornadas de Cultura Clásica, etc.), y los más próximos (“Enciende las Redes”, Jornadas Internacionales sobre Corea, etc.), vamos a llevar a este Otoño Cultural un “Enciende el Cosmos” que quedará para la historia, además de volver a atrevemos de hablar de temas tabú, o analizar nuestro riquísimo patrimonio cultural en unas jornadas.

¿Qué objetivos persigue la Fundación CajaCanarias a medio-largo plazo?

El objetivo principal es la excelencia. Volver a convertirnos en referencia cultural, social, deportiva y educativa en Canarias, consiguiendo el difícil equilibrio entre poner en valor nuestra cultura canaria (con los artistas ya reconocidos, pero también promocionando a los más jóvenes, que tienen un talento extraordinario) con traer propuestas de calidad indiscutible, que habitualmente sólo pueden disfrutarse fuera de nuestras islas. Como muestra de lo que digo, para lo que queda del año, tenemos, por ejemplo, el homenaje previsto a nuestro añorado Domingo Pérez Minik, a finales de septiembre, o a Pedro García Cabrera, durante la segunda quincena de noviembre, pero también temas más universales, como el que impartirá en octubre Adolfo Roitman acerca de “Tres modelos de mujer en el judaísmo antiguo y su representación en el Arte”, o una exposición en Santa Cruz sobre las “Luces del Barroco”, con obras de artistas como José de Ribera, Murillo, Alonso Cano, Zurbarán y un largo etcétera.

Conciertos de artistas de talla internacional y apoyo a nuestro folclore canario (estén atentos a www.cajacanarias.com, porque no les dejará indiferentes), coparán los principales hitos del Otoño Cultural CajaCanarias 2023, seña de identidad de nuestra programación cultural anual. Lo que pretendemos a medio y largo plazo es convertirnos en la Fundación que las canarias y canarios se merecen y, aunque suene pretencioso, cambiar el mundo desde nuestra región, porque, como dijo Edmund Burke, “Nadie cometió un error mayor que quien no hizo nada porque sólo podía hacer poco”.



Esther Gálvez: “Nuestra misión es alcanzar una sociedad más justa y solidaria”

camente por personas voluntarias que dedican su tiempo a esta labor.

¿Con qué sensaciones se quedan los voluntarios que aúnan esfuerzos en aras de ayudar a personas migrantes?

Lo que me transmite el grupo es que están muy entusiasmados, porque el proyecto funciona. Trabajan en red con otras entidades y realmente se sienten útiles, útiles no solo ellas como personas voluntarias que dedican su tiempo altruistamente, sino porque ven la evolución de las personas que pasan por el proyecto.

Hemos hecho varios vídeos en los que familias de acogida han contado la experiencia que han tenido al abrir las puertas de su casa a estas personas, porque hay una necesidad y es que esas personas cuando cumplen 18 años muchos de ellos se quedan en la calle, porque no hay centros para todos.

No obstante, hay un aspecto fundamental que necesitamos, que es la estabilización financiera. Aunque nosotros tenemos bastante apoyo, casi el 80% de nuestra financiación en Canarias proviene de la financiación pública, necesitamos financiación estable, porque a veces se nos va mucho tiempo en las justificaciones y en las convocatorias. Los servicios que son necesarios y que realmente demuestran que están teniendo éxito deberían consolidarse.

En este 2023 queremos continuar, volver a tocar puertas para que no se nos olvide y estabilizar proyectos. Además, queremos incidir en el empleo. Nuestra juventud necesita formación, pero una formación basada en itinerarios personalizados.

Tenemos que enfocarnos en la formación que demanda la parte empresarial para formar a todo aquel que lo necesita. No obstante, cabe incidir en que nosotros no solo formamos para la obtención de una certificación, nosotros formamos desde su proyecto de vida enmarcado en un itinerario, porque muchas veces los jóvenes caen del sistema educativo porque hay otras necesidades prioritarias que deben solucionarse en sus vidas, por ello se debe mirar a la persona desde un punto de vista integral. Así consigues el avance.

¿Cuáles son los objetivos planteados a largo plazo?

A largo plazo el objetivo es continuar, seguir existiendo para cubrir las necesidades que tiene la sociedad canaria y acompañar a todas las personas que necesitan de nuestra ayuda, porque todos necesitamos en un momento determinado que nos ayuden. Es importante para nosotros seguir siendo aquí -en Canarias- una entidad de referencia, pues nuestra misión es poder alcanzar una sociedad más justa y solidaria.

Si nosotros podemos poner nuestro granito de arena para que nuestra sociedad sea un poco más justa para todos, nuestro objetivo se ha conseguido.

“El Proyecto Meraki es un proyecto llevado a cabo únicamente por personas voluntarias que dedican su tiempo a esta labor”

¿Qué hoja de ruta se han propuesto seguir en este 2023?

La hoja de ruta en la que incidimos pasa por seguir apostando por los proyectos que sabemos que funcionan y con los que realmente se consigue que las personas salgan de una situación precaria.

ENTREVISTA

ESTHER GÁLVEZ
DIRECTORA DE LA
FUNDACIÓN ADSIS
EN CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Con qué causas está comprometida la Fundación Adsis?

Fundación Adsis trabaja con personas que tienen diferentes necesidades, acompañándolas en su proceso a través de diferentes pro-

gramas. Trabajamos con personas privadas de libertad para que vuelvan a incorporarse a la sociedad, con menores que se encuentran en situaciones desfavorecidas y requieren de refuerzo escolar, ocio y tiempo libre, entre otros colectivos. Por su parte, también trabajamos con la prevención a las adicciones comportamentales, sobre todo relacionadas con videojuegos y teléfonos móviles.

En definitiva, trabajamos en todo aquello que pueda ayudar a las personas a crecer y a salir del bucle donde se encuentran.

Háblenos del proyecto Meraki. ¿Cómo surgió esta iniciativa tan interesante y esencial para las personas migrantes?

El proyecto Meraki surgió de un grupo de personas voluntarias que trabajan en la entidad. Viendo la necesidad y que en Canarias no teníamos ningún proyecto exclusivo para el trabajo con personas migrantes, lo propusieron a la dirección y así nació.

El compromiso que tiene este grupo de personas voluntarias ha sido enorme, ya lleva 3 años funcionando, empezó con el aprendizaje de la lengua española y ahora ha incluido todo lo que tiene que ver con la cultura propia de la sociedad de acogida y el conocer la documentación, porque muchos vienen sin la misma y les ayudamos a poder obtenerla. Lo que hay que valorar es que el Proyecto Meraki es un proyecto llevado a cabo úni-



José Mª Segura: “El objetivo pasa porque ECCA tenga su propio desarrollo de Inteligencia Artificial”

ENTREVISTA

JOSÉ Mª SEGURA
DIRECTOR GENERAL
DE RADIO ECCA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
ECCA se alza como una institución educativa, comunicativa y de acción social. ¿A quién van dirigidos vuestros esfuerzos?

ECCA trabaja prioritariamente con personas que no han tenido una oportunidad de formación, bien porque el sistema educativo no estaba adaptado a ellas, o bien, porque han tenido la necesidad de ponerse a trabajar muy pronto o tenían personas a su cargo. Nos especializamos en acompañar a esas personas en su formación y en su

proceso de inserción socio-laboral.

En la actualidad, ¿en qué proyectos están inmersos?

En este momento tenemos desde el área social de ECCA más de 150 proyectos en marcha. Como saben, en ECCA combinamos la parte educativa formal -preparamos para secundaria, bachillerato, Formaciones Profesionales y tenemos un Grado de Integración Social- con más de 100 cursos de aula abierta, que incluyen desde idiomas hasta atención de personas a domicilio. En conclusión, toda una variedad de formaciones orientadas a la capacitación profesional inicial y a la formación no reglada.

Y en la parte de intervención social, como decía, tenemos más de 150 proyectos en los que trabajamos con menores y mujeres supervivientes de violencia de género, entre otros colectivos.

Cumpliendo su 58 aniversario dan el paso a ecca.edu.

¿En qué consiste esta línea de trabajo?

Esta línea obedece a un momento en el que desde ECCA hemos creado una nueva Fundación, que es ECCA Social, que va a desarrollar ahora todo lo que comentaba del área social con proyectos de cooperación. ECCA Social está especializada toda la intervención social de ECCA.

Lo que hemos hecho ha sido potenciar por otra parte la labor educativa de ECCA y nos hemos inmerso en un cambio de marca y en una revolución de la web, hemos cambiado la web entera: el estilo, la tipografía, los ideogramas..., para hacerla más sencilla, más accesible e intuitiva.

Y con el cambio de nombre queremos dejar constancia de que la radio en su momento fue el medio usado para llegar al alumnado y fue revolucionario, pero hoy en día la metodología para llegar al alumna-

do disperso es Internet y las nuevas tecnologías. El cambio de nombre quiere reflejar eso: por una parte, la separación en dos para diferenciar cada Fundación en lo que es su razón de ser y, por otra, un cambio de imagen y de marca.

ecc.edu es una plataforma educativa, digital, a distancia, capaz de ser semipresencial para no dejar a nadie atrás.

¿Qué balance hacen del 2023 hasta la fecha?

Ha sido un año apasionante, la post covid nos impulsó a todas las entidades a dar un salto hacia lo digital. Para ello hemos centrado todos nuestros esfuerzos en crear la Fundación ECCA Social, que la culminamos en diciembre tras el trabajo de muchas personas dentro de la misma, así como en la renovación de ecc.edu, que proviene del trabajo del equipo de Servicios Generales, aportándonos una imagen nueva y fresca.



ecc.edu es una plataforma educativa, digital, a distancia, capaz de ser semipresencial para no dejar a nadie atrás

Es un balance muy positivo, porque estamos viendo una ECCA más bonita, más fresca y más joven. Estamos impulsándola hacia el futuro.

¿Cómo esperan concluirlo?

Yo espero terminar este 2023 con la carta de los Reyes Magos para 2024, el objetivo pasa porque ECCA tenga su propio desarrollo de Inteligencia Artificial, que nuestro alumnado tenga acceso a la mejor tecnología disponible para seguir formándose a su ritmo y a su modo. El lema que nos identifica es “Tu futuro a tu ritmo”. Yo le pido al año que seamos capaces de integrar la última tecnología para que nuestro alumnado tenga una experiencia de acompañamiento integral.



ENTREVISTA

ESTHER MACAYA
CEO DE AGUAMAC

Esther Macaya: “Nuestros clientes, concienciados con el medio ambiente, incurren en el ahorro del plástico y apuestan cada vez más por los equipos de ósmosis”



M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Aguamac se consolida como una innovadora marca canaria, especializada en el tratamiento de agua para el hogar, para el canal horeca y para el ámbito industrial. ¿Qué valoración hacen de los avances en este ámbito en los últimos años?

Empezando por el tratamiento de agua en los hogares, desde Aguamac hemos notado un incremento en la demanda por parte de los consumidores. En este sentido, desde Aguamac ofrecemos soluciones domésticas con equipos de ósmosis y descalcificadores. Nuestros clientes, concienciados con el medio ambiente, incurren en el ahorro del plástico y apuestan cada vez más por los equipos de ósmosis que parten del agua de la red.

En lo que respecta al canal horeca y al ámbito industrial, también inciden mucho en el ahorro y la concienciación medioambiental. Una concienciación que se traduce en la eliminación del plástico de un solo uso y en la adquisición de equipos de ósmosis, por ejemplo en fábricas, donde atienden a un ahorro considerable.

¿Cuál ha sido la clave para que una empresa familiar como Aguamac tenga éxito?

En Aguamac nos caracterizamos por tener unos valores muy claros: transparencia, cercanía con el cliente y calidad en nuestros productos.

Nos gusta que el cliente sepa quién está detrás de Aguamac, quién es Aguamac. Asimismo, la calidad y el servicio son puntos a favor para nosotros, aportamos un servicio 24/7.

Han sido pioneros en España en el desarrollo de dispensadores de agua con gas. ¿De dónde surgió la idea?

Los orígenes de los dispensadores de agua con gas son muy curiosos.

Mi padre, cuando comenzó con el desarrollo de tratamiento de aguas, se dio cuenta de que aquí -en Tenerife- todo el mundo pide un “cortadito” y un vaso de agua con gas cuando acude a una cafetería. En este sentido, las cafeterías tenían que dar ese vaso

de agua con gas gratis y perdían mucho dinero comprando botellas de agua con gas para regalarlas. De ahí surgió la idea del dispensador de agua con gas, que comprende agua fría y agua del tiempo. Esto supuso un ahorro para la hostelería, siendo un producto rentable con el que poder incurrir en menos gastos.

“Nos caracterizamos por tener unos valores muy claros: transparencia, cercanía con el cliente y calidad en nuestros productos”

Actualmente, ¿cuáles están siendo las líneas de innovación a seguir?

Nuestra apuesta por la innovación siempre se centra en mejorar la calidad de agua. Cada vez existen en el mercado productos con mejores prestaciones y ahí estamos nosotros, aportando al cliente la mejor calidad y el mejor servicio posible.

En el ámbito de la sostenibilidad incurrimos en lo mismo, siempre estamos ahí apostando de lleno por ser sostenibles. De hecho, ya llevamos 30 años siendo sostenibles y seguiremos aunando esfuerzos en la misma línea, nuestro compromiso con el medio ambiente es notable.

¿Plantean introducir al mercado nuevos productos?

Sí. Constantemente estamos buscando nuevos productos que supongan un ahorro y colaboren con la sostenibilidad. En la actualidad, estamos incidiendo en el ozono en el agua, el cual constituye un producto interesante que limpia y desinfecta sin usar químicos, por lo que ahorras plástico y productos químicos.

¿Cómo plantea el futuro a corto plazo de Aguamac?

El futuro esperamos que siga siendo positivo. Seguiremos en la misma línea en la que hemos trabajado hasta la fecha, apostando por productos innovadores y de calidad.

Por su parte y como ya comentaba con anterioridad, el ámbito de la sostenibilidad cobra gran importancia para Aguamac. Siempre intentamos llevar nuestros esfuerzos por esta línea, intentando que la gente se concencie dejando de utilizar plásticos y apostando por el agua filtrada.



Ángela Delgado: “Somos, si cabe, menos competitivos de lo que ya éramos”



ENTREVISTA

ÁNGELA DELGADO
PRESIDENTA DE ASAGA
CANARIAS ASAJA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
**Partiendo de un plano general,
¿cuál es la situación actual del sector
agrario en la Comunidad Autónoma de
Canarias?**

En Canarias tenemos una coyuntura complicada a consecuencia del alza de los insumos y de los materiales. Con las subidas que hubo después del covid y de la Guerra de

Ucrania estamos sufriendo un aumento de los costes, a lo que se suma la subida de la mano de obra, que ha subido más de un 40% en los últimos años. Es una situación complicada. Complicada porque somos, si cabe, menos competitivos de lo que ya éramos.

Uno de los problemas que acechan al sector es la sequía, ¿quiénes están siendo los más afectados por la falta de agua?

Realmente, en Canarias siempre hemos tenido sequía, siempre hemos tenido un control exhaustivo del agua en las explotaciones, porque siempre ha sido un recurso deficitario. Recordemos que tenemos el agua más cara de Europa, no a partir de que

se declarara la sequía en la península, sino desde hace muchos años atrás. Con lo cual, digamos que nuestros agricultores y ganaderos han vivido siempre en una situación de sequía y de gran control del agua que se consume en las explotaciones.

Dicho esto, el agua cada vez es más escasa y de menor calidad, porque las aguas se van salinizando y la desalinización del agua es un tratamiento muy caro. Por ende, digamos que el agua es un bien muy preciado que hay que manejar en su justa medida, pues nos encarece mucho los costes.

¿Qué medidas se han puesto sobre la mesa para paliarla?

Las medidas que hay ahora mismo son las grandes obras de depuración y desalinización de aguas, que son las grandes obras que tenemos pendientes en varias islas. Hay islas que están más atrasadas, como puede ser La Palma, pues al haber sido una isla rica en agua, van más despacio, pero ya se están poniendo en marcha los sistemas de depuración de las aguas residuales de toda la población, que es lo lógico: depurar esas aguas y desalinizarlas en el caso de que haga falta para ponerla al servicio de la agricultura.

Con esta carambola haríamos un doble trabajo. Por un lado, no verteremos las aguas residuales al mar, que suponen un problema para el turismo, recordemos las famosas algas rojas que aparecían en las costas canarias, y evitaríamos pagar multas a Europa como estamos pagando por verter esas aguas al mar. Y, por otro lado, aportamos agua a la agricultura, un agua debidamente depurada para usarla en el campo, dándole así una segunda o tercera vida a la misma.

Desde 2010 se han perdido 2.200 hectáreas de superficie agrícola en Canarias. ¿A qué se debe este retroceso experimentado en los cultivos del archipiélago?

Esto plasma una realidad, que es la poca rentabilidad que tienen las pequeñas explotaciones de Canarias frente a grandes producciones y productores de terceros países, que entran en nuestro mercado con otras normas de juego, que les permiten confluir en nuestros mercados con unos precios muchos más baratos. Poco a poco van dejando ser rentables y no hay relevo generacional en las explotaciones o directamente vemos cómo comienzan a cerrar explotaciones, porque no son rentables.

Recientemente, se han opuesto desde Asaga a eliminar el AIEM. ¿Por qué se considera estratégica esta herramienta para el sector agrario?

“Nuestros agricultores y ganaderos han vivido siempre en una situación de sequía y de gran control del agua que se consume en las explotaciones”

Porque consideramos que está sobradamente probado, y te pongo dos ejemplos claros, que en la importación de huevos si no tuviesen el AIEM, los huevos en Canarias no podrían competir. En el caso de la papa es lo mismo, si no tuviéramos ese 15% de diferencia que grava a lo que viene de fuera sería más barato importar. Consecuentemente, acabamos abandonando el campo, porque somos poco rentables.

Con el informe que se hizo desde el Colegio de Economistas de Las Palmas no estamos de acuerdo, porque se analizan productos, pero no se llega a una conclusión clara de que sea el AIEM el que está encareciendo los costes de las industrias canarias. Nosotros donde hacemos hincapié es en los productos que compiten con nuestros productos del campo, si no estuviera el AIEM más rápido desapareceríamos, porque al final lo que viene de fuera es más barato que lo que producimos aquí.

¿Cuáles son las grandes peticiones que hacen desde ASAGA?

Creemos que lo más importante es que todas las obras hidráulicas que tenemos en marcha se consoliden y se termine de hacer un tejido hidráulico que permita a los agricultores acceder a un agua en cantidad y calidad más barata de la que hoy en día tenemos, porque el coste más grande que afrontamos es el agua.

“Si no estuviera el AIEM más rápido desapareceríamos”

Luego, que todos los agricultores y ganaderos consigan ser rentables, y para eso necesitamos vender a unos precios que cubran nuestros costes y nos permitan obtener un beneficio. Para ello es necesario que lo que viene de fuera cumpla las mismas condiciones sociales, laborales, de controles fitosanitarios, de salubridad y de seguridad alimentaria, es decir, todo lo que nos obliga a nosotros la Unión Europea, que juguemos en la misma liga.



Antonio Santos: “Somos reconocidos por nuestra profesionalidad y seriedad”



ENTREVISTA

ANTONIO SANTOS
DIRECTOR DE
ONBLU SOLUCIONES



“De cara al futuro la desalación de aguas es una solución a la sequía”

Con más de 25 años en el mercado canario y siendo una compañía de referencia en el tratamiento de agua. ¿Qué balance hace de su actividad hasta la fecha actual?

No nos podemos quejar, son 26 años prestando un servicio y de alguna manera somos reconocidos por nuestra profesionalidad y seriedad.

Algo a lo que le damos importancia desde Onblu es al manteni-

miento de los equipos. La desinfección o higienización del equipo es crucial a través de un mantenimiento anual y la sustitución de los diferentes filtros.

Bajo su punto de vista, ¿a qué retos se enfrenta el sector en cuanto al tratamiento del agua?

Una de las situaciones que sufre Canarias, y toda España, parte de un problema de sequía. Nosotros tenemos la ventaja, aunque haya gente que esté en contra, de contar con agua de mar y la existencia de desaladoras.

Israel vive de las desaladoras, desalan 6 millones de litros de agua al día. Aquí -en Canarias- tenemos la ventaja de tener agua y contar con varias desaladoras. Con el problema del volcán en La Palma montaron en muy poco tiempo desaladoras portátiles, por lo que de cara al futuro la desalación de aguas es una solución a la sequía.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Qué ofrece Onblu Soluciones?

Onblu Soluciones es una empresa que se montó en 1997 y lleva consigo 26 años de servicio. Nos dedicamos al tratamiento de agua.

Teniendo en cuenta la cantidad de cal que tiene la isla por ser volcánica, tenemos equipos de descalcificación, tanto a nivel doméstico como industrial.

Asimismo, tenemos una división más reciente de “Bienestar”, relacionada también con el agua y donde se comercializan botellas RUNBOTT de acero inoxidable

de doble capa que tienen cerámica interna que mantiene el líquido, tanto frío como caliente.

Informan y asesoran sobre qué medidas se pueden tomar para estar seguros de que el agua que consumimos es, efectivamente, agua pura, limpia y cristalina. ¿Qué nos puede decir al respecto?

Hay que partir de varias premisas. El agua que aportan los ayuntamientos de toda España es potable, por tanto, si es potable se puede consumir. Yo parto de ahí. Otra cosa es que a nivel de paladar guste más o menos.

Nosotros lo que decimos es que, siendo un agua potable, podemos mejorar ese agua a nivel de paladar y calidad. Pero quiero reiterar que todas las aguas en Canarias, concretamente en Tenerife, son potables y, por ende, se pueden beber.

Desde Onblu Soluciones nos dedicamos a analizar el agua, realizamos un análisis muy sencillo para determinar las soluciones viables a las que puede optar el cliente particular ante los diferentes tipos de filtros existentes y en función de las características del agua.



Juan José González: “Estamos envueltos en un proceso de automatización de la planta que nos va a dar un añadido de calidad”



ENTREVISTA

JUAN JOSÉ GONZÁLEZ
GERENTE DE AGUAS DE LA PALMA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Las nuevas circunstancias han exigido la adaptación no solo de los procesos, sino también de los equipos, garantizando al mismo tiempo el suministro de agua. ¿Cómo definiría el transcurso de estos últimos años?

Independientemente de la graves circunstancias que hemos sufrido en los últimos años como es la aparición del COVID, la crisis del volcán y los aumentos desproporcionados de costes, en Aguas de La Palma hemos sido conscientes en todo mo-

mento, que ha pesar de los contratiempos, no nos podíamos dejar influir por los mismos y debíamos continuar con nuestros planes de mejora adaptándonos a las nuevas necesidades del mercado como por ejemplo introduciendo nueva maquinaria que mejora y garantiza los procesos de llenados e higiene de estos. Para nosotros lo más importante por supuesto es garantizar el suministro, pero sin descuidar nunca la higiene y calidad del producto.

¿Qué características hacen destacar el agua que comercializan?

Sobre todo, nuestro bajo residuo seco que son la cantidad de sales y minerales disueltos que el agua contiene debido a las características del terreno en el que está ubicado el manantial del que procede. Mientras otras marcas solo destacan el sodio como único mineral importante, nosotros nos centramos en el total de minerales incluido el bajo contenido en sodio que tiene nuestro producto. Las aguas minerales naturales pueden tener un bajo contenido en sodio, pero un alto residuo seco. Lejos de entrar en estrategias de marketing de las diferentes marcas, nuestra agua es un agua mineral natural de mineralización débil muy bien equilibrada como bien indican las analíticas recogidas en su etiqueta que es lo que verdaderamente importa.

Cada ocasión precisa de unos preparativos diferentes. En este sentido, ¿por qué formatos apuesta Aguas de La Palma?

Partiendo de que todos nuestros productos son 100 % reciclables, pensamos que lejos de buenas palabras de cara la opinión pública lo que hay que hacer es una buena gestión del reciclado apostando por facilitar y apoyar la recogida de los productos finales además de educar a las personas sobre la importancia del reciclado. Cumpliendo estos requisitos cerraríamos el círculo para tener productos reciclados de manera indefinida y ecológica. Esto no quita que apostemos por formatos reutilizables como son los garrafrones de 13 y próximamente 15 litros retornables.

“Nuestra agua es un agua mineral natural de mineralización débil muy bien equilibrada como bien indican las analíticas recogidas en su etiqueta”

¿Cuáles han sido vuestros principales logros en materia de impacto medioambiental?

Desde el principio hemos sido una empresa comprometida con el medio ambiente ya que nuestra principal materia prima y más importante depende directamente de que nuestro medio ambiente tenga una buena salud. Siendo consciente de este punto, nuestra empresa reutiliza muchos productos en el proceso de producción como cartones y pales, además de seguir reduciendo los gramajes de las preformas utilizadas para el soplado de nuestras botellas y garrafas.

Si miramos al futuro, ¿Cuáles serán los siguientes pasos a dar por Aguas de La Palma?

Estamos envueltos en un proceso de automatización de la planta que sabemos que nos va a dar un añadido de calidad a nuestro producto además de la renovación de los garrafrones retornables que cada vez son mas demandados. AGUAS DE LA PALMA S.A. es una pequeña empresa embotelladora de AGUA MINERAL NATURAL que está continuamente innovando y adaptándose al mercado.





ENTREVISTA

PATRICIA PÉREZ
GERENTE DE C.B. EL
CANAL DE ARAYA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
El Canal de Araya se constituye como uno de los más importantes, siendo fundamental tanto para la ciudad como para las grandes empresas, ¿no es así?

Sí, es así. El Canal de Araya nació el 11 de febrero de 1928, data de 95 años de historia, cuenta con una longitud de 39,5 kilómetros, nace en Güímar y termina en La Cuesta. Nació para la construcción de un acueducto o canal de riego,

Patricia Pérez: “El Canal de Araya se encuentra catalogado como red básica del transporte de aguas”

que partía de la comunidad de agua los Huecos, una comunidad que en su momento dio una gran cantidad de agua. Se hizo con el fin de trasvasar esa agua hasta La Cuesta recogiendo, además, el agua de otras galerías que se encontraba a su paso.

Si hablamos de volúmenes, ¿qué datos precisos tiene en estos momentos?

En la actualidad, el Canal de Araya recoge a su paso el agua de 21 comunidades de aguas, entre pozos y galerías, transportando un volumen total circulante aproximado de 15.033 m³ al día.

¿Cuál es el crecimiento que ha tenido el Canal de Araya en estos últimos años, respecto a volúmenes de agua?

Respecto a volúmenes de agua, no ha crecido. Lo que sí intentamos es mantenerlo, porque como bien se sabe el acuífero no ha ido a más e intentamos mantener los caudales poniendo en marcha labores de mantenimiento y de reparación de canales para evitar la mayor merma posible.

“El Canal de Araya recoge a su paso el agua de 21 comunidades de aguas”

¿Qué simboliza este canal dentro del plan hidrológico?

El Canal de Araya se encuentra catalogado como red básica del transporte de aguas de los conductos principales para el uso general que abastece a Santa Cruz dentro del plan hidrológico.

Las nuevas tecnologías han llegado a todos los ámbitos, ¿también se han incluido esas tecnologías adaptadas al Canal de Araya?

Sí, por supuesto. El Canal de Araya incorporó el telecontrol de registro de las entradas de agua

en el año 2012. Desde entonces, se han ido incorporando cada vez más puntos de telecontrol, así como electroválvulas que se aperturan y cierran desde los programas informáticos asentados en nuestras instalaciones administrativas.

Actualmente, cuenta con más de 20 registros de entradas de agua y más de 15 servicios de reparto.

Hablamos de un sector desconocido en gran medida dentro de las islas, a pesar de que el agua forma parte de nuestra vida diaria y es un bien fundamental, ¿por qué cree usted que se da este desconocimiento del agua a pesar de que vivimos en islas?

Considero que, verdaderamente, no es tan desconocido como se cree. En Canarias las aguas son privadas, porque la iniciativa privada ha sido quien ha trabajado para poder sacar este recurso a flote. Por ende, es desconocido por un lado, pero por otro creo que tampoco lo es tanto. Considero que cada vez hay más conocimiento al respecto.

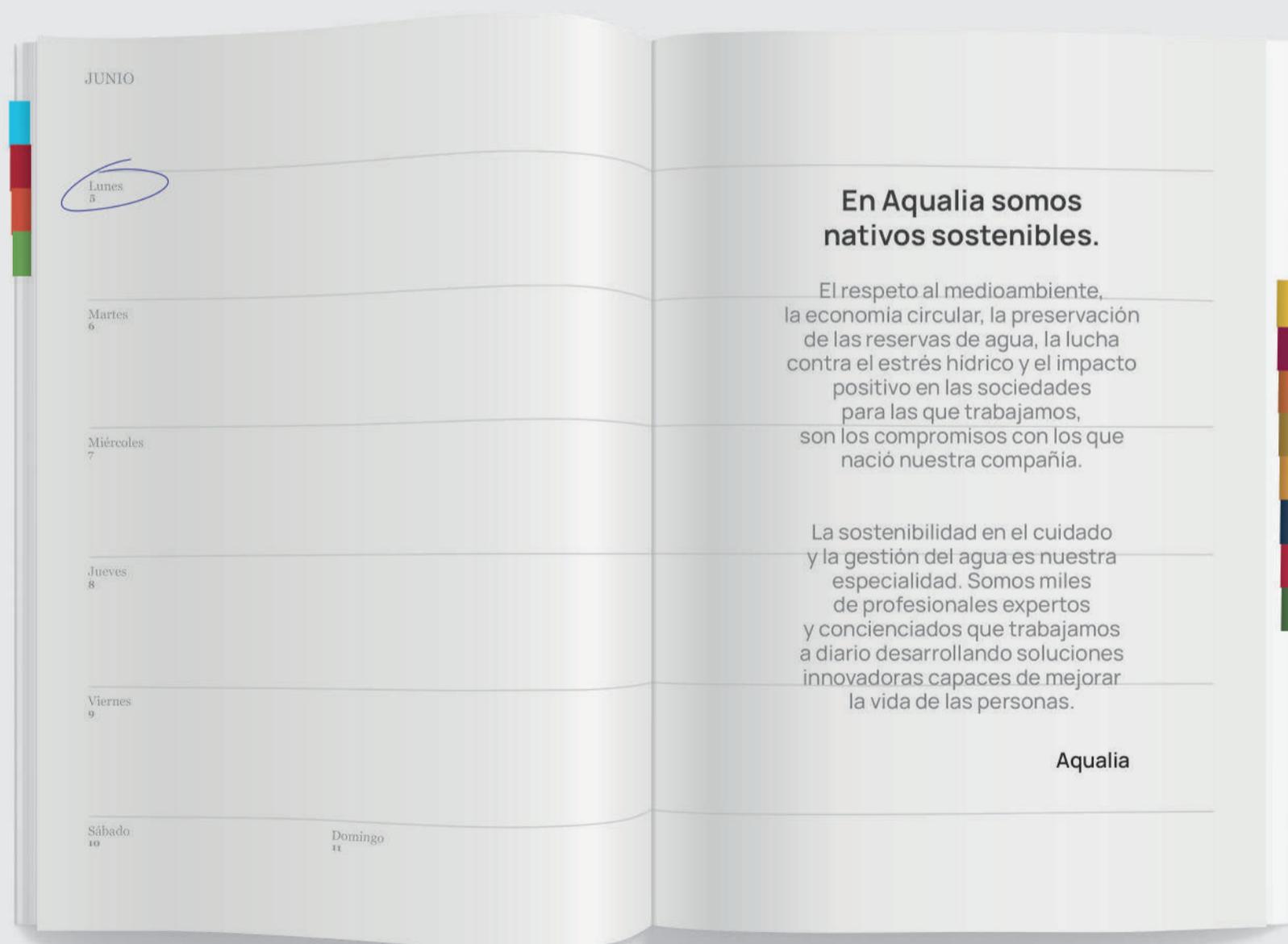
También es cierto que existe una mayor concienciación por parte de la sociedad respecto al uso del agua. Es por ello por lo que nosotros trabajamos en pro de optimizar el recurso y el aprovechamiento del mismo.

¿Cuáles son los proyectos y objetivos que tiene el Canal de Araya para este 2023?

Actualmente estamos ejecutando un proyecto, cuyo presupuesto asciende a 103.421 euros, del cual hemos recibido una subvención de un 27% y, precisamente, la próxima semana tenemos una reunión con los técnicos del Canal, porque tenemos varios tramos previstos para solicitar nuevo proyecto, queremos decidir cuál de ellos es prioritario.

El tramo que se está ejecutando actualmente es el ubicado en el término municipal de El Rosario y Candelaria. En cuanto este finalice, comenzará el del sifón de la Fajana en el término municipal de Güímar y, como comentaba, tenemos una reunión próximamente, porque tenemos varios tramos necesarios de trabajar y se hace necesario ver cuál es el más prioritario para planificar el proyecto de cara al siguiente año.

Nuestra agenda 2030 comenzó a escribirse en 1972



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





ENTREVISTA

JAIME ROMERO
CONSEJERO DELEGADO
DE MACARONESIA FILMS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Qué es Macaronesia Films?

Macaronesia Films es una empresa canaria especializada en la prestación de servicios de producción a aquellas productoras de fuera que quieren venir a rodar en Canarias.

Tenemos diferentes departamentos, que van desde servicios de producción hasta el alquiler de equipamiento especializado, como pueden ser vehículos especiales, material de iluminación, material de producción, y otros tantos.

Canarias está lejos del continente y traer toda la infraestructura en barco sería costosísimo. ¿Es por eso que la función de Macaronesia Films actúa como un atractivo para las producciones extranjeras?

Sí. De alguna manera, hay un momento en el que el Gobierno de España decide impulsar los rodajes a través de los incentivos fiscales y nos encontramos con una realidad: las productoras quieren venir a trabajar a Canarias, pero no tienen equipamiento, ni infraestructuras que les permitan desarrollar sus rodajes. Entonces, se ven obligados a traer toda la infraestructura de fuera. Esto provoca una oportunidad y es en el momento en el que surge Macaronesia Films, hace ya 7 años, promoviendo un desarrollo industrial desde Canarias para favorecer que las infraestructuras que hacen falta para desarrollar rodajes estén en Canarias y no sea necesario traerlas de fuera, de manera que el territorio vaya ganando poco a poco competitividad. En paralelo, formando a técnicos y buscando fórmulas para que cada vez haya más personal y cada vez sea más el aprovechamiento que haga el territorio de la riqueza que generan los rodajes.

En los últimos años hemos podido ver cómo se rodaban en Canarias grandes producciones. ¿Se han convertido las islas en un destino popular para llevar a cabo rodajes?

A nadie se le escapa que Canarias es un sitio ya conocido y reconocido a nivel internacional y eso se debe también, en gran parte, al trabajo que han hecho el sector y las productoras canarias. Referencias como Seven Islands, Sur Film o Volcano son productoras que están haciendo desarrollos de proyectos de primer orden y están facilitando que a Canarias se la conozca fuera.

¿Qué proyectos plantea Macaronesia Films para este 2023?

Actualmente estamos trabajando en varios proyectos. Es cierto que los más inmediatos no se pueden comentar, porque la información es confidencial. Si bien es cierto que nosotros hemos ido diversificando nuestra actividad y ahora mismo a parte de estar trabajando en producciones de cine, también trabajamos en formatos como reality shows o publicidad. En este caso, justamente en estas semanas estamos preparando el desarrollo de nuestro primer rodaje fuera de Canarias. Vamos a rodar un proyecto a la península donde vamos a prestar servicio a una productora americana. Algo que para nosotros es novedoso.



Jaime Romero: “Canarias, el turismo y el sector audiovisual deben ir de la mano”

Teniendo en cuenta nuestra dependencia del sector turístico, ¿puede considerarse el cine como una industria complementaria a favor de la diversificación de Canarias?

Absolutamente. Yo creo que la audiovisual es una industria que, tanto que se ha hablado de la diversificación económica, está demostrando que Canarias tiene una fortaleza para poder desarrollarla, pero que a la vez se apoya en el desarrollo que ha favorecido al turismo. El sector audiovisual requiere de infraestructuras hoteleras, de rent a car, de infraestructuras hospitalarias..., en definitiva, requiere de toda la infraestructura que se ha desarrollado al calor del turismo y se apoya en ella para poder desarrollar su propia actividad. En este sentido, en momentos de gran complejidad como lo fue la pandemia, el audiovisual era de los pocos sectores que

estaba siendo capaz de abrir hoteles, de llenar caterings y cuando el turismo no venía, los rodajes estaban aquí impulsando e intentando aportar su granito de arena al mantenimiento de la estructura económica de Canarias.

Canarias, el turismo y el sector audiovisual deben ir de la mano. Además, estamos ante un valor que todo el mundo reconoce, a todo el mundo le sienta bien que digan “vamos a rodar a Canarias”, hay otros destinos que no pueden decir lo mismo.

Cabe indicar en que los rodajes tienen un impacto muy positivo para las islas...

Por la recurrencia en los rodajes ya está sucediendo que Canarias está pasando a formar parte de las historias que se cuentan. El impacto que ha tenido para una isla como El Hierro el rodaje de la serie “El Hierro” asume no solo el componente económico del

“Nuestro objetivo es generar una industria local potente”

rodaje, sino un componente de promoción de la isla y visibilidad de las localizaciones, un reclamo turístico que es imparable y en la medida en la que los sucesivos rodajes se desarrollan en las islas y que actores conocidos nos visiten, la visibilidad generada alza a Canarias como un sitio al que la gente le apetece visitar.

¿Qué objetivos se plantean desde Macaronesia Films largo plazo? ¿Cómo atisban el futuro?

Nuestro objetivo es generar una industria local potente. Somos una empresa canaria que quiere que la oportunidad del audiovisual de alguna manera repercuta en la economía y en las empresas canarias. En ese sentido, trabajamos de la mano del Instituto de Cine Canario para formar a técnicos, así como de la mano de profesionales y de empresas, buscando afianzar una industria profesional que esté especializada y sea lo más competitiva posible. En eso estamos trabajando, en que todas las islas canarias sean competitivas para atraer rodajes, no solo de cine, sino de publicidad y televisión.



Alexis Melian: “La educación pública está haciendo una gran apuesta por la digitalización”



ENTREVISTA

ALEXIS MELIAN
GERENTE DE
GRUPO VISUAL CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El sector audiovisual es un sector que sufrió mucho las consecuencias de la crisis provocada por la pandemia, convirtiéndose así en un momento muy duro para el mismo. Actualmente, ¿vuelve a estar el sector en alza?

Sí. El año 2020 fue desastroso para nosotros y para mucha gente. Yo me quedé solo en la empresa con todos los empleados en ERTE. A fecha de hoy ya hemos remontado

y estamos en cifras anteriores a la pandemia, con mucho trabajo y ganas de trabajar.

¿Es un sector en auge?

Nosotros nos dedicamos a los audiovisuales y estamos especializados en educación. Nuestro negocio principal se basa en digitalizar y crear espacios multimedia para centros educativos. Es un negocio que está totalmente en auge y sí, estamos ahora en un momento muy bueno, porque hay unos cambios muy grandes en cuanto a la dinámica y la forma de enseñar.

¿Se apuesta por la digitalización cada vez más en los centros de Canarias? ¿Apuesta más la enseñanza pública o la privada? Háblenos del contexto.

En el sector se está invirtiendo mucho dinero que proviene de Europa. Este dinero la Consejería de Educación lo aprovecha haciendo hincapié en obras en los centros educativos. Estamos ahora mismo inmersos en un gran proyecto instalando más de 3.000 pantallas de 75” en todos los centros de Canarias.

En lo que se refiere al sector privado y concertado, también está apostando, a pesar de la crisis que les afectó en el año 2020. No obstante, si ponemos la situación en una balanza, ésta se inclina más hacia el público. Sin dudas, la educación pública está haciendo una gran apuesta por la digitalización.

Se ha considerado por años que las mejores novedades tecnológicas se ubican en los centros privados y frente a eso parece que el sector público está haciendo un esfuerzo muy importante por tener aulas y formación de primer nivel, aprovechando los fondos llegados de Europa...

Sí, así es. Hubo un tiempo, anterior al año 2020, en el cual el sector privado tenía mejores dotaciones tecnológicas en sus aulas. Hay excepciones en Canarias, en las que centros privados son punteros en este sentido, pero bien es cierto que el ámbito privado está a la cola con respecto al público en lo que a inversión se refiere.

Dentro de todos los servicios que ofrecen a los centros educativos, ¿cuáles están destacando frente al resto? ¿Qué demandan los centros?

El concepto de educación ha cambiado. Yo llevo con la empresa en torno a 20 años, en estos 20 años he vivido la trayectoria desde el principio. Cuando yo iba predicando con las primeras pizarras digitales hace unos 19 años la gente lo veía como algo que no podía existir en los colegios, como que la tiza, el libro y el cuaderno iban a existir toda la vida. Este cambio se ha ido introduciendo en los colegios y, de hecho, hay centros que ya no trabajan con papel, todo está digitalizado y trabajan en la nube.

Ultimamente, se han puesto de moda los denominados espacios colaborativos, que son aulas donde dentro de la misma, además de tener una pizarra digital o una pantalla multitáctil, tienen una impresora 3D, un es-

cáner, robótica, un escenario para la creación de contenido, radio...

Hablamos de máxima calidad de los productos y servicios que ustedes distribuyen, sobre todo teniendo en cuenta que en educación no se puede arriesgar con equipos de baja calidad.

Siempre defendemos la filosofía de la máxima calidad, porque hay mucha gente que se mueve en torno al precio y este es un gran problema en el sector de la educación donde las herramientas tienen que durar bastante. Hay gente que quiere poner su pantalla en un soporte con ruedas, porque la quiere compartir con varias aulas y se piensan que un soporte que cuesta 30 euros les puede valer para lo comentado.

Nosotros defendemos, en primera instancia, la seguridad del profesorado y los alumnos, y segundo, la durabilidad y la eficacia de lo que suministramos.

No solo es suministrar el producto, sino que también aportan atención post servicio...

Sí. Nosotros tenemos una plantilla en Tenerife, una delegación en Gran Canaria y colaboradores en el resto de las islas. En Tenerife, que es donde se ubica nuestra central, tenemos un servicio técnico propio desde el que damos asistencia al producto que vendemos y que está respaldado por el fabricante. En este sentido, reparamos in situ, aquí en Tenerife. Damos el servicio completo al cliente, porque entendemos que no se puede quedar un aula sin las herramientas pertinentes.

¿Han sufrido problemas de desabastecimiento de ciertos componentes?

Sí. Hay fabricantes dentro del campo de la educación, cuyos productos tardan muchísimo en ser servidos, porque ellos tienen problemas, sobre todo en el ámbito de la videoproyección, donde hay carencias en componentes del equipo sumamente necesarios.

¿Cómo nació el grupo y cómo ha ido evolucionando?

Yo llevo 38 años dedicándome al sector audiovisual y casi 20 años como empresario. Los comienzos fueron humildes y duros, pero actualmente ya contamos con un almacén de 400 metros, con perspectivas de contar con un edificio y centralizar la actividad.

El campo en el que nos movemos -la educación- ha sido más duro que otros. Yo siempre digo que la gente es “tecnofóbica”, el profesor tiene miedo a cambiar su hábito de clase, porque lleva toda la vida con un método que aprendió y no quiere salir de él y evolucionar. Ya parece que no tanto, gracias a las generaciones de profesores que están surgiendo en la actualidad, pero a mí me ha costado mucho avanzar en el sector.

¿Cuáles son los objetivos y proyectos que tienen en el horizonte?

Ahora mismo estamos terminando este megaproyecto del Gobierno de Canarias, digitalizando 3.005 aulas.

A su vez, tenemos otro proyecto de una entrega y suministro de unas 300 impresoras 3D. En la misma línea, estamos inmersos en proyectos con aulas de adultos, así como con la universidad, que también es importante, estamos digitalizando diferentes facultades.

El concepto de universidad es diferente, porque el tamaño del aula es abismal, son aulas de más de 100 adultos y se requiere de una megaproyección para que funcione. Hasta ahora en la universidad la proyección era muy pequeña, la persona que se sentaba al fondo no veía, pero ese concepto está cambiando y estamos haciendo paredes interactivas.



Gilberto Martín: “Estamos en continuo crecimiento y abiertos a actualizarnos siguiendo las novedades y demandas del mercado”



ENTREVISTA

GILBERTO MARTÍN
CEO DE CANARIAS
AERIAL

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Canarias Aerial Drones + Producción Audiovisual se conforma como un operador de UAS/Dron y una productora audiovisual que realiza un amplio abanico de trabajos de vídeo y fotografía. ¿Qué nicho de mercado vieron en vuestros inicios para desarrollar una empresa que oferta, entre otros servicios, producciones con drones?

Canarias Aerial es una marca registrada de reciente creación aunque ya llevamos bastantes años en la producción audiovisual y también musical, hemos realizado decenas de videoclips musicales para artistas, promocionales para empresas y negocios, también innumerables vídeos de naturaleza y viajes bajo nuestra propia marca “Amazing Natura” (@amazingnatura en RRSS) y también trabajos de fotografía.

Los drones están cada vez más presentes en nuestras vidas con un crecimiento exponencial en los últimos años en muchos ámbitos, entre ellos la fotografía y la videografía, es una necesidad, por no decir una obligación para cualquier productora audiovisual disponer de ellos dentro de sus servicios y equipos como una herramienta importantísima para aportar creatividad y otra perspectiva diferente a las que las cámaras convencionales proporcionan, sin que esto relegue a un segundo plano a estas cámaras de mano que para nosotros son igual de importantes que los drones.

En resumen lo que hemos hecho es incorporar los drones a nuestros servicios y crear la marca comercial “Canarias Aerial” para aglutinarlo todo dentro de la misma.

Cabe incidir que ofrecen un servicio integral, asesoran, crean, graban, editan y promocionan. ¿Qué valor añadido aporta este hecho al potencial cliente?

Ofrecer la posibilidad de que el cliente pueda optar por un pack completo creemos que aporta tranquilidad y comodidad ya que está todo centralizado en un mismo lugar, desde la idea inicial, la creación y el guion para realizar el proyecto audiovisual, pasando por la filmación, la edición, la selección de la música, que incluso puede ser totalmente original e inédita, y por supuesto también nos podemos encargar de buscar las localizaciones y si se requiere, por ejemplo, modelos, actores, actrices, bailarines, attrezzo, etc. También nos encargamos de gestionar los permisos y las autorizaciones necesarias, y por supuesto gestionar la promoción del trabajo final en redes sociales, televisión o en otros medios si así lo desea y lo contempla el presupuesto del cliente. Para artistas incluso podemos realizar también la producción musical, mezclas, masters, portadas, distribución digital bajo nuestro sello “Mas Pro Music”.

De los servicios que ofrecen, ¿cuáles son los más demandados en la actualidad?

Actualmente el más demandado es la filmación de promocionales, ya sean corporativos, negocios, videoclips, etc., también la de grabación de eventos. Así mismo ofrecemos una gran librería de

imágenes libres de copyright tanto fotografía como vídeos que tienen muy buena aceptación. Recientemente hemos incorporado el servicio de inspecciones con drones que también comienza a tener bastante demanda y la de servicio de transmisión de imágenes en tiempo real de eventos deportivos, por ejemplo.

Asimismo, estamos ante un sector en el que la inversión en tecnología es recurrente. ¿Con qué sistemas audiovisuales de última generación cuentan?

En este mundo las marcas están constantemente presentando nuevos equipos, algunas marcas lo hacen de manera un tanto compulsiva, si se me permite el adjetivo, lo cual llega a ser hasta bastante frustrante en algunos casos.

Es cierto que debemos tener buenos equipos que aporten calidad a los trabajos, pero hay que saber diferenciar entre tener la última novedad y saber sacarle rendimiento y conocer lo que se puede hacer con él; la creatividad y el arte de quien maneja ese equipo es en mi opinión tan importante como disponer de la última cámara o dron del mercado.

Nosotros somos una “pequeña” productora, contamos con drones y cámaras de última generación que nos dan el resultado deseado para los trabajos que realizamos en la actualidad, pero estamos en continuo crecimiento y abiertos a actualizarnos siguiendo las novedades y demandas del mercado.

¿Qué le depara el futuro a Canarias Aerial Drones & Producción Audiovisual?

Pues, sin intención de ser adivinos, creo que seguiremos trabajando de la misma forma que lo hemos hecho hasta ahora, con seriedad, profesionalidad y calidad, esperamos seguir creciendo de la mano de los clientes, artistas y compañeros que nos apoyan y que son la mejor garantía de poder seguir filmando, fotografiando y creando en este maravilloso mundo de la producción audiovisual.

Si me lo permiten, invito a los lectores a visitar nuestra web canariasaerial.com y buscarnos en las redes sociales como @canariasaerial si quieren saber un poco más de nosotros.

Muchas gracias a la Tribuna de Canarias por esta entrevista.



ENTREVISTA

MICHAEL FRIEDL
CEO SEVEN ISLANDS FILM

Michael Friedl: “La evolución del sector en España, y concretamente en las islas, ha sido abrumador”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo valora Seven Islands Film el transcurso de estos primeros meses del año?

Estos primeros meses del año han sido de mucha siembra.

Los proyectos de largometrajes y series, requieren mucho tiempo de preparación y ha sido el grueso de nuestro trabajo durante esta parte de 2023. A finales de 2022 hubo una desaceleración por lo que los rodajes previstos para estos meses iniciales se vieron empujados a la segunda mitad del año. Parece ser que esta ha sido la dinámica imperante en el sector estos meses.

Según nuestras previsiones, en el segundo semestre habrá una gran actividad así que estamos tomando impulso.

¿A qué retos se ha enfrentado esta productora a lo largo de su existencia?

Durante estos más de 25 años de experiencia, hemos vivido un crecimiento exponencial del sector audiovisual, especialmente en el área de producción de contenidos de largometraje y series, y sobre todo desde el lanzamiento de los incentivos fiscales a la inversión, impulsores totales de este desarrollo.

En este tiempo la evolución del sector en España, y concretamente en las islas, ha sido abrumador y no sólo a nivel volumen de rodajes, sino por el crecimiento de infraestructuras, formación de personal cualificado y el apoyo institucional que ha facilitado la llegada de más



rodajes que ayudan a diversificar nuestro PIB y dan trabajo a muchas familias.

Actualmente, ¿en qué proyectos se encuentran inmersos?

En estos momentos estamos

cerrando las maletas para viajar al Festival de Cannes, donde acudimos todos los años al que es uno de los grandes mercados de esta industria (Marché du Film), y donde concretamos y exploramos nuestra participación en nuevos proyectos

con productoras tanto nacionales como internacionales. Además, estamos en la fase temprana de preproducción de los proyectos de cara al verano/otoño de 2023 junto con el seguimiento de otros proyectos que están aún en fases más iniciales y que tienen planteado rodar en 2024 o incluso más adelante.

En general, ¿cómo ve el panorama audiovisual en Canarias?

Lo cierto es que el sector audiovisual en Canarias ha dado un salto enorme. En estos años, hemos conseguido formar y atraer a muchos profesionales altamente cualificados y versátiles que han trabajado en proyectos muy diversos. Además, vemos que la administración está cada vez más implicada y que el trabajo de Canary Islands Film y de las diferentes Film Commission de las islas, está dando sus frutos.

El siguiente paso es seguir mejorando algunos procedimientos que faciliten y agilicen la comunicación con la administración, algo capital para este sector -y para todos-. Por otro lado, tenemos que seguir cuidando al sector para que este incremento de rodajes que estamos recibiendo sea continuado en el tiempo y nos afiancemos como destino de producciones de todo tipo. Pensemos que esta industria nutre a otros sectores complementarios y esto hace crecer a nuestras islas ofreciendo también mayores posibilidades a nuestros jóvenes.

¿Sientes que las instituciones públicas canarias se preocupan en potenciar la producción audiovisual en las Islas?

Muy buena pregunta. Como ya te avanzaba, observamos un vuelco

de las Instituciones Públicas para fomentar el sector dando apoyo en la promoción del destino, o bien para detectar áreas de mejora y colaboradores del sector. Prueba de ello son los nuevos estudios que se han construido en Gran Canaria y que van a complementar nuestra inigualable oferta de localizaciones naturales. El resultado será más proyectos y más inversión.

Por otro lado, desde esta parte del sector, creemos necesario que se siga mejorando en otras áreas como, cantidad y calidad del personal que podemos ofrecer local, administración de localizaciones y infraestructura y mucho más.

“Tenemos que seguir cuidando al sector para que este incremento de rodajes que estamos recibiendo sea continuado en el tiempo y nos afiancemos como destino de producciones de todo tipo”

¿Cuáles son las prioridades de Seven Islands Film para lo que resta de 2023?

Para nosotros las prioridades son claras:

- Ofrecer un servicio de calidad que proyecte a Seven Islands Film como una empresa de referencia y por ende, proyectar la mejor imagen posible de las islas.

- Fomentar la atracción proyectos interesantes de toda índole.

- Cuidar y mantener las relaciones con nuestro equipo, proveedores, ciudadanía general y por supuesto la estrecha relación con los compañeros de las Film Commission. Somos una gran familia y nos gusta que nuestras relaciones sean a largo plazo y felices.

- Ser respetuosos con nuestro entorno, y con esto queremos decir con los lugares en los que rodamos, con sus gentes, integrando políticas sostenibles en la empresa y en los proyectos.

También me gustaría aprovechar la oportunidad para agradecer a la población canaria su generosidad acogiendo los rodajes en todas las islas. Sabemos que en algunos casos su vida diaria se ve alterada, como sucede con otros sectores como por ejemplo obras públicas, etc., pero agradecemos su paciencia y colaboración y nos encanta ver cómo cada vez se normaliza más la existencia de estos eventos.



Anuska Simón: “Videoreport Canarias se ha distinguido por su capacidad para responder a las exigencias del mercado”

ENTREVISTA

ANUSKA SIMÓN
DIRECTORA GENERAL DE
VIDEOREPORT CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Quién es Videoreport Canarias y cuál es su historia como productora audiovisual canaria?

Constituida como sociedad anónima en el año 1991, Videoreport Canarias es una de las más veteranas productoras del panorama audiovisual del archipiélago, pionera, entre otras muchas cosas, en traer pantallas gigantes para los grandes eventos que se celebraban en Canarias y en aportar unidades móviles de alta tecnología con las que fue posible dar por primera vez una señal de calidad de los carnavales de Canarias.

En 2008 resulta adjudicataria del concurso público convocado para dar soporte a las emisiones y a la producción de programas informativos por Televisión Pública de Canarias. A día de hoy, la cadena pública sigue confiando en Videoreport Canarias para la realización de todo el soporte técnico de sus emisiones y programas, alquilán-

dole todo el equipamiento y confiándole su mantenimiento.

Además de ser una productora de servicios audiovisuales, Videoreport Canarias es creadora de formatos y productora de todo tipo de programas y géneros. Si la realidad virtual y aumentada se ha convertido en nuestra seña de identidad, ahora iniciamos una etapa de diversificación con nuevos proyectos, especialmente en los géneros de documental y ficción.

¿Qué tipo de servicios audiovisuales ofrece Videoreport Canarias?

Videoreport Canarias se ha distinguido desde su creación por su capacidad para responder a las exigencias del mercado y por la prestación de servicios adaptados al cliente. La experiencia, capacidad y cualificación de sus profesionales y su dotación tecnológica de última generación le permite ser la productora de referencia en

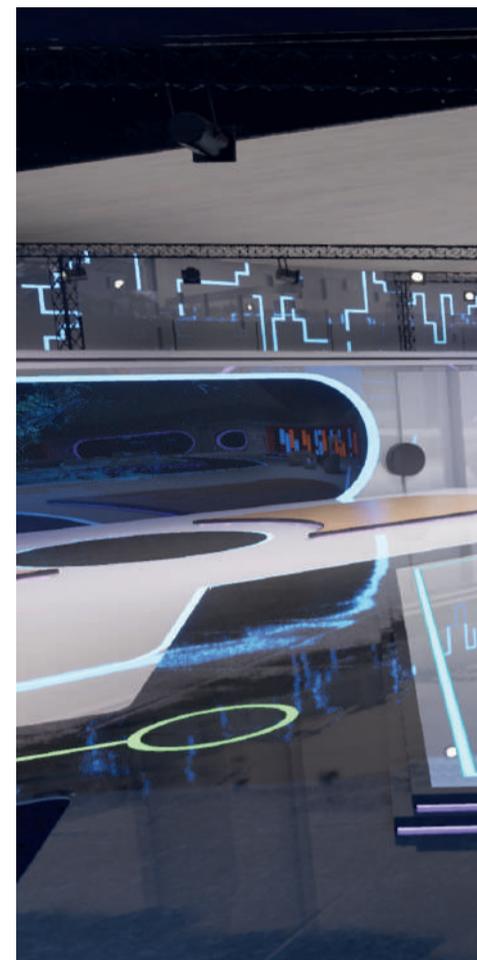
el archipiélago y la que posee el mayor catálogo de productos para poner a disposición del mercado y de sus clientes, con capacidad de respuesta inmediata para producir y prestar asesoramiento y asistencia a cualquier equipo de televisión desplazado a Canarias para producción local, nacional o internacional.

Empeñados por vocación en la introducción de las últimas y más modernas tecnologías audiovisuales en el archipiélago y en la continua adquisición de los mejores y más valiosos talentos humanos, hemos logrado hacer realidad, con la suma de ambas actuaciones, una potente factoría de creación audiovisual del archipiélago, especializada en realidad virtual y aumentada y capaz de competir, con garantía en el mercado nacional ya que es la única productora del archipiélago que produce sus programas con realidad virtual y aumentada en directo y en prime time.

Disponemos de un amplio catálogo de programas de entretenimiento, magazines de actualidad producidos en directo, documentales, serie de producción propia y proyectos de ficción.

Producimos la señal televisiva de los Carnavales del Archipiélago, campanadas de fin de año, Copa del Rey de fútbol y liga ACB, los Premios Dial, Premios Canarias. Ofrecemos servicios de alquiler de equipos técnicos, con dos unidades móviles de última generación, con sus DSNGs y mochilas para transportar la señal a satélite... y todo tipo de servicios a la producción ajena (desde ayuda para la obtención de incentivos fiscales hasta localizaciones, retransmisiones, servicios de realización, edición, postproducción, etc.).

La tecnología y la realización audiovisual ha evolucionado de manera muy rápida en los últimos años. ¿Qué tipo de material audiovisual utilizaban



al realizar vuestros primeros proyectos y cuál emplean ahora?

Empezamos trabajando en el siglo pasado con U-Matic y pulgada, formatos muy pesados con una resolución en imagen muy baja de 720X576 píxeles. Para poder editar estas imágenes, necesitabas una sala de edición con mucha infraestructura y las cámaras eran muy pesadas y muy delicadas.

El gran cambio vino cuando pasamos a formatos digitales, donde el Betacam digital, hizo que nos olvidáramos de las penurias de los formatos analógicos. Trabajar en digital, era mucho más agradable, por cuanto los equipos eran más estables y robustos.

A pesar de que eran digitales, la resolución de imagen seguía siendo la misma, de ahí que el gran reto fuera saltar a la Alta Definición (HD), con una resolución 1920X1080 píxeles, cinco veces más de resolución.

Actualmente el parque de televisión de los usuarios es, en su mayoría, UHD (3840x2160 píxeles). Los sistemas de producción permiten trabajar en UHD con normalidad, pero el estándar de transmisión de la TDT se está adaptando todavía a este nuevo formato.

Hace mucho tiempo que no se ve, en una televisión o una productora, una cinta magnética. Actualmente todo son ficheros digitales, que se transmiten por la red ethernet. Todo se hace a través de ordenadores, servidores y aplicaciones de software diseñadas para su uso específico, con lo que editar un video, redactar una noticia, hacer un efecto especial es mucho





más sencillo, rápido y cómodo y en donde es posible realizar rectificaciones en un tiempo breve y sin grandes complicaciones.

En Videoreport Canarias hemos sido pioneros y vanguardia en la introducción en Canarias de las diferentes evoluciones que se han ido produciendo en la tecnología audiovisual. Consciente de su papel como productora de referencia, los socios de Videoreport Canarias han hecho un esfuerzo continuo de inversión para estar siempre a la última en esta materia e impulsar con ello este sector productivo en nuestra Comunidad.

Así, fuimos pioneros en el salto del equipamiento analógico, con el que iniciamos nuestra singladura, al digital, con el que dotamos, por primera vez en su historia, a la Televisión Canaria. Luego incorpo-

ramos la tecnología HD, dotando de ella no sólo a nuestros centros de producción sino siendo la primera productora que dispuso de una unidad móvil con esas características y, más tarde, una segunda unidad igualmente HD. También fuimos la primera productora privada en disponer de unidades DSNG para transmitir señales a través de satélite. Continuando con nuestra evolución nos adaptamos al 4K e iniciamos la senda de utilizar mochilas para transmitir señales de televisión a través de la red de datos. Y, por último, de momento, nos hemos incorporado al increíble y maravilloso mundo de la realidad virtual y aumentada, en donde el mejor ejemplo de nuestro trabajo es el programa "Una hora menos", el cual se hace íntegramente en un plató de Chroma, con una aplica-

ción de realidad virtual, que nos permite recrear cualquier escenario e integrar a los presentadores en el mismo. Esta tecnología ha permitido tener una cobertura de noticias de la erupción del volcán de La Palma única e increíble, donde hemos conseguido tal nivel que somos referencia a nivel nacional e internacional. De hecho, el programa ha sido finalista en los Premios Iris de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de este año en la categoría de Mejor informativo, ha obtenido el reconocimiento de la FORTA como mejor programa autonómico, o ha sido decisivo para la concesión del Ondas y el Premio Nacional de Televisión del Ministerio de Cultura a Televisión Canaria.

Además, cabe incidir en que cuentan con el espacio de

chroma key más grande de Canarias...

Sí, en efecto. Dentro de esa evolución tecnológica a la que me referí con anterioridad y para complementarla y hacer posibles sus producciones en realidad virtual y aumentada, Videoreport Canarias asumió la tarea de construir y poner en funcionamiento el espacio de chroma key más grande de Canarias, equipado con luz led de última generación y con sinfín en suelo, donde, con un equipo humano de la más alta cualificación, la factoría audiovisual de Videoreport Canarias es capaz de hacer realidad cualquier escenario creando espacios virtuales que transportan al espectador a lugares antes inimaginables, ofreciendo, también la posibilidad de realizaciones multicámara en realidad virtual.

Canarias duplicó los rodajes de películas y series en 2022. ¿Cómo atisba el panorama audiovisual en el archipiélago? ¿Se acercan años fructíferos para Canarias? ¿Qué ofrece Canarias para posicionarse como el lugar idóneo en el que rodar?

Las islas Canarias son, sin duda, un plató natural único. Su condición de continente en miniatura hace que, sin salir del archipiélago, se puedan conseguir escenarios para rodar lo que se quiera. Junto a ello, la estabilidad de nuestro clima y la gran luminosidad de nuestros cielos, hacen que sea el lugar casi perfecto para fabricar productos audiovisuales. Además, gracias a la iniciativa pública y a la inversión privada, se está generando una infraestructura de plátos y de dota-

ción técnica de primer nivel, que nos dota de un mayor atractivo, si cabe, para que las productoras se animen a venir a las islas a realizar sus producciones. El único gran hándicap, como para tantas otras cosas en el archipiélago, es el costo que supone la lejanía del archipiélago del territorio continental y la insularidad, que obliga a depender del barco o el avión para realizar traslados entre islas, si se desea rodar en más de una. Afortunadamente, para compensar esos inconvenientes, las administraciones idearon los incentivos fiscales a las producciones que rueden en el archipiélago y que contraten un determinado personal en Canarias, que ha resultado un importante imán para atraer a nuestra tierra todo tipo de producciones, alguna de ellas de gran calibre. En consecuencia, y sin ningún género de duda, el sector audiovisual en el archipiélago tiene futuro, siempre que sigamos conservando nuestros bellísimos recursos naturales, cuidando nuestros entornos y el medio ambiente y, por supuesto, que se siga manteniendo y perfeccionando el escenario de incentivos a la producción del que disponemos en este momento.

A su vez, ¿cómo ayuda Videoreport Canarias a aquellas productoras que quieran desarrollar sus proyectos en las islas?

Como he indicado antes, una de las características fundamentales de Videoreport Canarias como empresa de servicios audiovisuales es su adaptabilidad a las necesidades del cliente. Para nosotros no hay imposibles a la hora de prestar un servicio a quien nos lo demande, proporcionando todo tipo de servicios a la producción ajena. Presumimos de tener capacidad para convertir en imágenes cualquier proyecto. Disponemos de equipamiento, personal, creadores y productores capaces de localizar el mejor entorno o plató para la producción de cualquier evento, dotarlo de iluminación, equipamiento de cámaras, realización y sonorización de primer nivel; desarrollar sus contenidos en tiempo y forma, diseñar y crear su imagen y estilismo; darle imagen gráfica, elaborar videos, crear entornos, poner la señal en cualquier punto del planeta o postproducir cualquier detalle imaginable para dar el toque final de calidad al producto.

En esa línea, disponemos de un amplio catálogo de servicios de alquiler de equipos técnicos para televisión (platos, controles de realización, unidades móviles de última generación, DSNGs, mochilas Live U 5 y, para ficción, a través de Drago Canarias, empresa de la que somos accionistas, alquilamos gran variedad de medios técnicos para productoras nacionales e internacionales que, atraídas por los incentivos fiscales, vienen a rodar cine en las islas.



ENTREVISTA

FRAN SALAZAR
CEO DE AIRMEDIA360

Fran Salazar: “Un alto porcentaje de los proyectos audiovisuales cuenta con imágenes aéreas”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

A Airmedia360 le avalan más de 20 años de experiencia en el mundo del aeromodelismo y el radio control. ¿Cómo nacieron y cuál ha sido vuestra evolución hasta la fecha?

Nosotros nacimos siendo una empresa canaria, nacimos en Tenerife, concretamente en La Orotava. Procedemos del mundo del aeromodelismo, de volar helicópteros y aviones de radio control, y decidimos fundar y crear esta empresa en 2010.

¿Con qué tecnologías sorprenden los nuevos drones que están saliendo al mercado?

Los drones que tenemos actualmente son capaces de poder montar cualquier tipo de cámara de cine, cámaras muy pesadas pero que, gracias a la tecnología con la que contamos, hoy en día quedan en el aire completamente estabilizadas.

Los drones son herramientas que han venido para quedarse y han incurrido en una evolución importante en los últimos años. Por ende, ¿se han convertido, ahora mismo, en el sector audiovisual, en herramientas imprescindibles?

Sí. Actualmente, cualquier spot de publicidad, cualquier serie de televisión o cualquier película cuenta con imágenes aéreas. Un alto porcentaje de los proyectos audiovisuales cuenta con imágenes aéreas.



Luego, cabe incidir en que hay diferentes tipos de drones. Está el dron convencional como el que usamos hasta la fecha, pero ahora cada vez más se introducen drones FPV para conseguir un plano distinto al que estamos acostumbrados.

¿Qué beneficios aportan los drones a la hora de efectuar una grabación?

Los drones aportan un punto de vista único. Todos cuando vamos a una localización estamos acostumbrados a verla desde un nivel

terrenal, pero desde el aire todo se ve distinto, cualquier localización, al elevar el dron, se ve diferente.

¿Con qué flota cuentan en Airmedia360?

En Airmedia360 contamos actualmente con 22 aeronaves en servicio, tanto en Barcelona, en Madrid como en Canarias. Son 22 aeronaves que están en su totalidad autorizadas para volar, tanto en ciudad como cerca de aeropuertos y en escenarios nocturnos, es decir, que podemos participar en escenarios, tanto diurnos como nocturnos. Estos 22 drones pueden volar en cualquier condición.

A su vez, realizan una apuesta íntegra por la innovación a través de un proyecto único en España, basado en el transporte con drones en operaciones logístico portuarias. ¿En qué se basa el mismo?

Es un proyecto en el que llevamos trabajando algo más de un año, un proyecto que gracias a la colaboración de Puertos 4.0 estamos logrando desarrollar. Concretamente, se trata de un dron que se ha diseñado especialmente para operaciones de transporte de mercancías en buques. El dron se dirige al buque tanto para llevar material como para recogerlo. En este caso, puede cargar hasta 15 kilogramos. Digamos que es una operación segura, porque el dron tiene tres controladoras distintas y, aparte de ser una operación segura, destacaría que es muy muy rápida.

Estamos hablando de que vuela unos 500 metros en aproximadamente 63 segundos.

¿En qué trabajan en la actualidad?

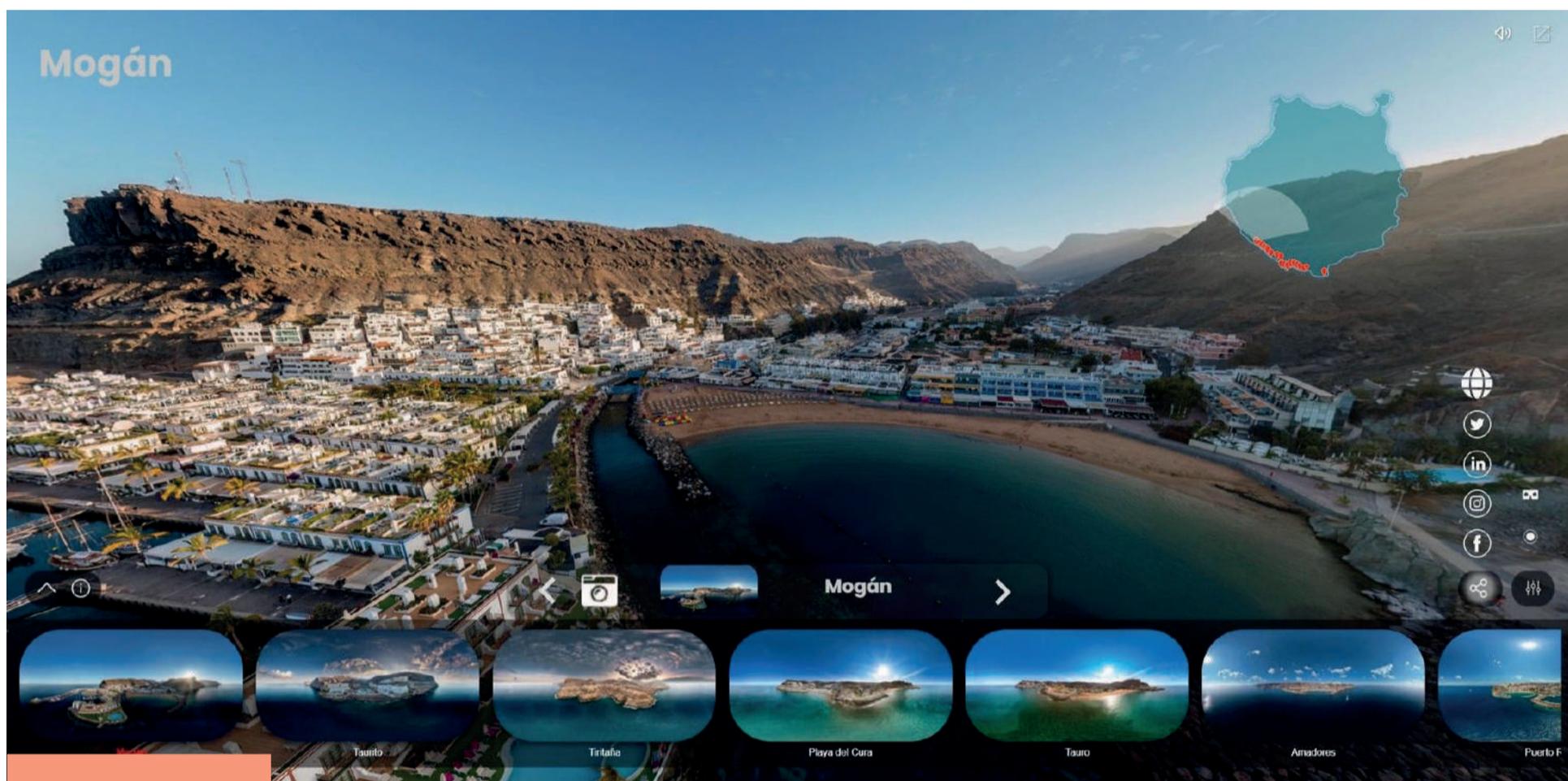
Airmidia360 está inmersa en su expansión. En España realizamos anualmente unas 270 operaciones, alrededor de toda la península y en Canarias. Ahora estamos expandiéndonos hacia la región de Francia y Suiza, una expansión en la que venimos trabajando en estos últimos 5 meses y nos queda un largo año de trabajo en ella.

¿Por qué se han decantado por estos países europeos a la hora de poner en marcha vuestra expansión y no por otros?

Haciendo un estudio de mercado, teniendo en cuenta que somos partners de Netflix y Amazon Prime, hemos visto a donde ellos se están expandiendo, dónde hay más producciones y junto con Alemania, Francia y Suiza se consolidan como los países más interesantes donde poder invertir, ya que al final nuestra filosofía empresarial se basa en intentar invertir en torno a un 60% de nuestros beneficios en nuestra expansión y pensándolo bien estas grandes compañías están produciendo sus nuevas series y películas en estas regiones, por lo que creemos que pueden ser un escenario perfecto para nosotros invertir.

A largo plazo, ¿qué objetivos esperan cumplir?

Estamos muy involucrados en el proyecto de transporte de mercancías entre buques y nuestro proyecto para este año y para el 2024 es mejorar todo el transporte de mercancías, no solo el de buques, que es el proyecto que estamos llevando a cabo, sino el transporte con drones en cualquier parte de la ciudad. Para ello, estamos desarrollando un dron muy similar al de puerto para que actúe en ciudad.



ENTREVISTA

LUIS GARCÍA
GERENTE DE SOLACAN

Luis García: “Nuestro próximo avance: la comunicación inmersiva interactiva en vídeo”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Desde SOLACAN -Soluciones Avanzadas de Canarias- se dedican a la creación de asombrosos espacios virtuales. Concretamente, ¿qué soluciones ofrecen?

Ofrecemos desde un tour virtual básico con fotografías 360°, vídeos animados en 3D hasta fotografía animada, en la que se une la fotografía 360° y los avatares: el avatar puede ser personal en forma bidimensional o imágenes gráficas tridimensionales tales como figuras cómicas u otras.

También realizamos fotogrametría con drones, fotografía aérea y cualquier servicio que pueda desarrollar 3DVista, que es el software que principalmente estamos utilizando.

¿Qué características, en aras de ser llamativos, comprenden los espacios virtuales que desarrollan?

Nosotros trabajamos por encargo, todo depende de lo que la institución o la empresa quiera resaltar. Por lo general, nuestros clientes principales suelen ser museos, centros culturales, miradores u hoteles. Cuando dicho encargo se realiza, damos opciones ante lo que se quiere destacar y en función de lo que nos digan, empezamos a trabajar.

¿Apuestan cada vez más las empresas por la comunicación inmersiva?



Sí, rotundamente sí. Es un proceso que sabemos que va a llevar un tiempo, debido al desconocimiento de este. Es por ello que mucha gente piensa que la comunicación inmersiva se tiene que realizar siempre mediante gafas de realidad virtual.

Lo bueno y lo interesante que nosotros desarrollamos es la creación de aplicaciones, tanto para móviles como para escritorio, para que el usuario real -de la calle- aún sin tener esas gafas, pueda disfrutar de ese paseo con sus dispositivos. La

comunicación al final es la misma, porque vienen siendo vídeos en 360° e imágenes, pero se crea una situación envolvente, que te entretiene y, sobre todo, crea retención, que es lo que principalmente la mayoría de las empresas demandan.

¿Qué ventajas supone este tipo de comunicación?

Como mencioné anteriormente, la ventaja principal es que al ser tan envolvente el usuario se transporta al entorno, crea una diversión y entretenimiento mucho más pro-

fundo, lo que crea un compromiso positivo con la marca, por consiguiente, esto ayuda a aumentar su credibilidad y valor.

Ahora mismo estamos hablando del ámbito turístico, pero también en la enseñanza es un gran salto, pues es como si el usuario estuviera inmerso en un videojuego, navegando e interactuando con la aplicación, produciéndose una integración entre el usuario y la máquina.

“Se crea una situación envolvente, que te entretiene y, sobre todo, crea retención”

¿Cuáles son las sensaciones se quedan los clientes una vez contratan vuestros servicios?

Nada más enseñarles lo que diseñamos, la primera palabra que dicen es: “Wow”.

En primera instancia, les enseñamos el material a través de las gafas y luego con las aplicaciones. Los usuarios están encantadísimos,

la inmensa mayoría no eran conscientes de que esta tecnología se está aplicando y, por norma general, de unos 10 clientes que visitamos, 8 nos aprueban un presupuesto.

¿Cuáles van a ser las líneas de trabajo a desarrollar por SOLACAN en los próximos tiempos?

Ahora mismo estamos colaborando con el Gobierno de Canarias y el Instituto Tecnológico. Nos estamos enfocando simplemente en las visitas virtuales inmersivas, tanto vídeo 360° como en fotografía panorámica. Luego, sí es cierto que estamos trabajando en privado dando un paso hacia delante en lo que serían la creación de entornos virtuales en 3D, y en la integración de la realidad aumentada (mixta) con los vídeos en 360° y 180°. El único problema e inconveniente que tenemos ahora y por lo que no vamos con la velocidad que deseamos es porque el equipo que se necesita, la gafa en sí, aún le queda camino por recorrer para llegar a un precio óptimo de venta. Otro aspecto es el volumen de esta, que sigue siendo un poco elevado. En unos años este equipo será más competitivo y reunirá todas las características deseadas para que alcance las masas a un precio competitivo y es ahí donde estaremos, ya más que preparados, para lanzar nuestro próximo avance: la comunicación inmersiva interactiva en vídeo.



Julian Padrón: “Juntos podemos colocar a las islas en una de las principales regiones para la producción cinematográfica en el panorama internacional”

ENTREVISTA

JULIAN PADRÓN
CEO DE FLYWUS STUDIOS



M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cómo fueron los inicios de Flywus Studios, cómo surgió la idea de crear este proyecto?

La decisión de fundar Flywus Studios no fue premeditada, sino una respuesta a ciertas necesidades de mis clientes que surgieron mientras me dedicaba a la informática, que era mi profesión en ese momento. A partir de ese momento vi que podía dedicarme profesionalmente a uno de mis hobbies, y empecé a formarme en este sector.

Mi primer cliente importante fue Farra World (Empresa de eventos de música electrónica en el sur de Tenerife), comencé a grabar en sus eventos en el año 2013 donde conocí a muchos de mis compañeros con los que sigo trabajando hoy en día. Ese mismo año, en uno de los eventos, tuve la oportunidad de volar un dron, dron que me pidió un cliente que al final no quiso y me lo quedé, estos aparatos que empe-

zaban a verse en el mercado, nos daban una nueva perspectiva que ofrecer a nuestros clientes, de forma rápida y a bajo coste, tenía que incorporarlos a nuestro catálogo.

Así empezó Fly with us, o lo que es lo mismo: vuela con nosotros. ¿Por qué?, pues porque nos encanta viajar y esta frase es un lema que usan algunas compañías aéreas así que cómo íbamos a ofrecer servicios aéreos, pues Fly with us. La idea de animar a la gente a que contraten nuestros servicios para llevarlos, a través de las imágenes, a lugares donde disfrutar nos parecía super interesante conceptualmente hablando...

Así que nos basamos en el concepto de que con nosotros puedes disfrutar y llegar a lugares increíbles a través de nuestros servicios.

A partir de ahí, ha sido un duro trabajo seguir el ritmo de las nuevas tecnologías y adaptarse al mercado tan cambiante y exigente que es

el audiovisual, pero después de 13 años, aquí seguimos intentándolo.

Años atrás, y debido a la pandemia, el contenido audiovisual como la publicidad, la producción de vídeos musicales e incluso la transmisión de eventos tuvo que anularse durante meses. Por el contrario, ahora parece que el sector audiovisual vuelve a cobrar vida con más fuerza que nunca, ¿cómo valoran desde Flywus la situación actual del mismo?

Pues la situación actual del sector audiovisual es positiva y bueno después de la pandemia, ha vuelto con mucha fuerza. Después de los desafíos tanto empresariales, como económicos y psicológicos a los que el equipo tuvo que enfrentarse, la reactivación de la industria es una muy buena señal.

Lo bueno es que hemos podido retomar proyectos que se habían pospuesto, lo que ha generado una

sensación de renovación y ganas en el equipo. Además, ahora conocemos mucho mejor todas las medidas de seguridad disponibles, las cuales han facilitado la realización de producciones en entornos seguros, haciendo más fácil la recuperación del sector.

Después de la pandemia, la audiencia ha cambiado sus hábitos de consumo y ha aumentado su demanda de contenido audiovisual. Nosotros también como productora, tenemos que estar al tanto de las tendencias y las preferencias del público, y buscar oportunidades para innovar y diferenciarnos de los competidores.

Concretamente, ¿qué servicios ofrecen?

En este momento tenemos un amplio catálogo de servicios:

En la rama "full service", damos servicio a productoras (publicidad sobre todo) que quieran rodar en Canarias, ofreciéndoles los servi-

cios especializados que necesiten, como es la gestión de permisos de rodaje, la conexión con técnicos locales y preparando todo lo necesario para el rodaje. El último full service, lo hicimos la semana pasada para DÉCIMAS y POLINESIA en Gran Canaria, a través de una agencia madrileña.

Ya en producciones más grandes, nos especializamos en servicios específicos de cámara, location manager, Fotografía, Stream on set (Servicio de streaming en el set de rodaje) y BTS.

En BTS creo que somos la única empresa en Canarias con un departamento exclusivo para ello, hemos realizado varios largometrajes, series de ficción, publicidad y photoshooting, ahora mismo estamos inmersos en "Juego de Ladrones 2: Pantera" gestionando el BTS durante el rodaje.

Y como productora local, producimos nuestro propio material para Agencias de Publicidad y clientes directos, también hemos rodado varios documentales de ámbito nacional y ahora mismo estamos produciendo dos docu-series con proyección internacional, una de ellas en coproducción con Chile y África.

A pesar del reciente "Boom" cinematográfico, derivado entre otras cosas por la necesidad de consumo audiovisual cada vez más inmediato y masivo. De forma casi paralela, en Flywus nos empeñamos en crear e impulsar proyectos integrales de carácter cultural, sin olvidar la importancia de enfatizar en nuestra identidad creativa y cultural. Somos un estudio con puertas abiertas a escuchar y recibir todo tipo de propuestas de nuestra gente. Talentos canarios con ambición y proyección, personas con ganas de contar historias, de realizar obras audiovisuales que merezcan ser contadas en altavoz. Somos conscientes del gran talento que nos rodea, e intentamos siempre acogerlo.

Desde Flywus se encargan del empoderamiento de marcas y empresas transformando sus ideas audiovisuales en realidad. ¿Cuál es el secreto que se esconde tras una buena producción audiovisual? ¿Cuáles son las claves que permiten la obtención de un producto atractivo y de calidad?

Sin duda el secreto es tener un buen equipo humano, las personas son el corazón de cualquier producción audiovisual, organización o empresa con éxito, contar con un equipo de profesionales con experiencia en cada área es relevante: la producción, la dirección de fotografía, la postproducción, los efectos visuales, son ellos los que garantizan un resultado de calidad. Cada miembro del equipo debe ser competente en su área y llegar al punto en el que el equipo se conozca tanto que una mirada o un gesto lo diga todo.



Creo que la experiencia, la creatividad, la formación continua y la cohesión del equipo son elementos clave que contribuyen al éxito de un proyecto audiovisual. Seamos sinceros, ya todo está inventado, aparentemente no queda nada nuevo, excepto las formas y caminos que tiene un buen equipo para saber contarlos.

Nuestro equipo trabaja día a día para encontrar la peculiaridad distintiva que hace de un proyecto audiovisual diferencial del resto, unido a la dedicación y cariño que le ponemos a cada uno de nuestros trabajos. El mundo audiovisual es totalmente vocacional, y la vocación, dedicación y pasión junto con los conocimientos técnicos necesarios es la ecuación perfecta para la obtención de los mejores

productos audiovisuales.

¿Qué proyectos, de los realizados, cobran especial relevancia para Flywus Studios?

Dentro del mundo de la publicidad, le tenemos mucho cariño a un Spot que rodamos para Turismo de Canarias junto a una productora catalana que replicaba la mítica frase de juego de tronos, Winter is coming, aunque en Canarias Winter is not coming, en un contexto donde en Europa el frío hace mella mientras que en Canarias el invierno nunca llega, esta campaña tuvo más de 5 millones de visualizaciones en los primeros 10 días y nos hizo despegar en la publicidad, a partir de ahí hemos rodado para grandes marcas como Lidl, Jaguar, BMW, Northwestern, Mercado Libre...

El año pasado inauguramos un

departamento nuevo dedicado a 3D y VFX. Por segundo año consecutivo hemos tenido el privilegio de colaborar con DCR, en la creación de los spots de lanzamiento de los productos estrella de Adidas Padel, íntegramente en 3D.

No obstante, cada uno de los proyectos que realizamos cobran especial importancia para nosotros. Los vemos nacer y crecer, y contribuimos a que sean lo que son y han sido a día de hoy. Cada uno de todos los proyectos que hemos realizado son un pedacito de Flywus Studios.

Para concluir, ¿cómo atisban el futuro del sector audiovisual en Canarias? ¿Y el de Flywus Studios?

Las Islas Canarias han sido un destino super popular para la industria gracias a su clima, sus paisajes,



las horas de sol y por supuesto sus ventajas fiscales.

En los últimos años, hemos experimentado un crecimiento exponencial en la producción de películas, programas de televisión y publicidad.

Se espera que esta tendencia continúe en aumento ya que se está produciendo una inversión en infraestructuras y servicios relacionados con la producción audiovisual. Además, el auge de las plataformas de streaming y el aumento de la demanda de contenido digital ofrecen oportunidades para los profesionales y las empresas del sector.

Pero es importante tener en cuenta que el futuro del sector en Canarias dependerá mucho de las gestiones políticas, también la competencia de otros destinos que igualen esos incentivos y la evolución del mercado en general. Es fundamental que las empresas y los profesionales nos mantengamos actualizados en las tendencias y nos adaptemos a los cambios para aprovechar al máximo las oportunidades que se presenten.

“El secreto es tener un buen equipo humano”

Concretamente en la Isla de Tenerife, y desde el sector, esperamos que las administraciones apuesten por la implantación de infraestructuras importantes vinculadas a esta actividad, con el fin no solo mejorará la calidad laboral del sector audiovisual en Canarias, fomentando un cambio de paradigma en el sector de forma muy positiva, y que logrará convertir Canarias en el llamado “Hollywood Europeo”. Acogemos con mucha ilusión cualquier iniciativa, no solo nosotros como sector, si no como isleños. Juntos podemos colocar a las islas en una de las principales regiones

para la producción cinematográfica en el panorama internacional.

No obstante, aunque estamos experimentado este crecimiento exponencial y un tanto abrumador en el sector audiovisual, como colectivo aún nos queda mucho por mejorar, y para ello necesitamos la ayuda de los organismos públicos que deben tomar conciencia y responsabilidad, y deben de garantizar que este aumento y boom audiovisual, deje en las islas dos cosas: riqueza para su gente y la prosperidad medioambiental de nuestras islas.

Y en esta línea argumental nos gustaría dejar esta reflexión... los canarios estamos preparados, nos hemos formado en la materia, tenemos personal profesional listo para todos y cada uno de los departamentos que intervienen en una superproducción cinematográfica. Debemos entre todos, fomentar más la contratación local, y dar valor a nuestro trabajo y que ello se vea reflejado en nuestras tarifas. No debemos fomentar un empleo audiovisual precario, no estamos en ese momento, estamos surgiendo y debemos hacerlo de la forma correcta. Por lo tanto, el sector audiovisual canario, y de la mano con los organismos públicos competentes, tenemos la obligación de no perder de vista la inserción laboral de trabajadores locales, no nos vale que venga una superproducción y que el 95% de su personal técnico sea extranjero. Porque a pesar de todo tenemos la necesidad de garantizar que todos nosotros, los canarios, tengamos el sitio que nos corresponde.

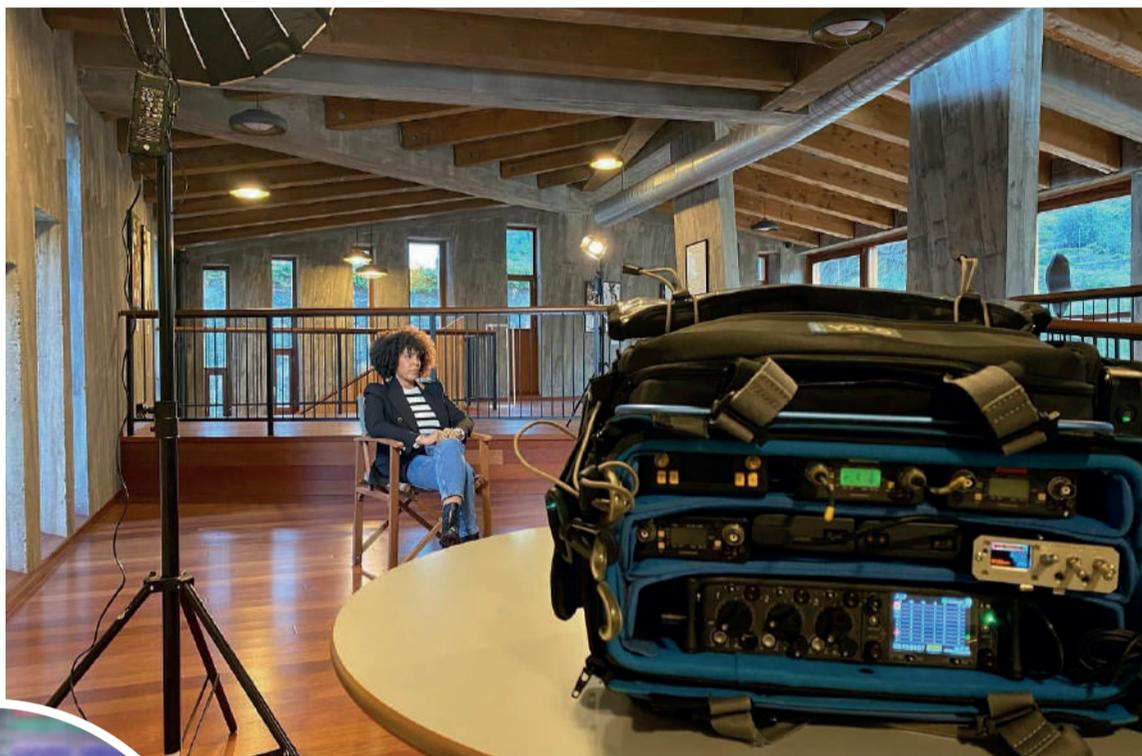
El futuro de Flywus, creo que coincidiré con todo el equipo, en que nos vemos contando historias, historias de personas, ya sea un científico, un artista, la vecina del 5 o contando las maravillas de nuestras islas. Queremos explorar estos relatos no solo en el ámbito publicitario, sino también en un contexto real que nos permita viajar, conocer otras culturas, formas de pensar y costumbres, así poder crecer y nutrirnos como profesionales. Estamos en el camino de ser, la fábrica de donde salen todas las mejores historias jamás contadas.



ENTREVISTA

KIKO CASTRO
GERENTE DE ARTERIA
FILMS STUDIOS

Kiko Castro: “Echo de menos que se le dé más visibilidad a las pequeñas empresas”



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Arteria Films se asienta en el mercado como una productora audiovisual con más de 30 años de experiencia. Ante vuestra dilatada experiencia, ¿cómo valoran la situación del sector audiovisual en la actualidad?

La situación en el sector audiovisual ha evolucionado una auténtica barbaridad. Aquí se empezó a hacer cine con los Hermanos Ríos, era otra forma completamente de hacer cine, el sector ha evolucionado mucho desde entonces.

Nosotros, desde el inicio, estábamos especializados en el sonido, aunque luego comenzamos a incidir en la fotografía y a hacer cortometrajes. Prácticamente no habían medios, teníamos que buscarnos la vida con lo que había, aprendimos a hacer cosas muy interesantes con muy poca información. A pesar de que siempre hubo productoras mucho más grandes y establecidas, las veíamos a la distancia, como que era algo complicado de alcanzar.

En la actualidad, muchas empresas del colectivo se han juntado y han convertido a las islas en una especie de industria audiovisual que ha despertado la curiosidad de productoras internacionales, a lo que se añaden los beneficios fiscales que incentivan la llegada de estas productoras. Ahora yo creo que el mundillo audiovisual en Canarias está en uno de sus mejores momentos en el sentido de que cada año hay más producciones en Canarias y cada año se mueve mucha más industria en Canarias, esperemos que

eso no cambie nunca.

Pero al igual que te digo la parte positiva, te digo la parte que yo echo de menos. Echo de menos que se le dé más visibilidad a las pequeñas empresas como nosotros, porque nosotros no hemos llegado a ser grandes en 30 años, siempre hemos estado a medio camino. Echo de menos facilidad para que se nos pueda ver un poquito sin necesidad de tener que pagar una cuota mensual a una empresa pública, por ejemplo, para poder aparecer en la web o sin necesidad de tener que pertenecer obligatoriamente a un colectivo concreto también a base de pagar una cuota, que no es baja. Algunas empresas no pueden permitirse pertenecer a estos colectivos por el pago que supone y no tienen esa visibilidad. Hay mucho talento a la sombra.

Lo que solicitan desde el sector es que se ayude a las empresas canarias, a las empresas que llevan años contribuyendo a la industria audiovisual y que luchan por salir adelante.

Esa es otra. Por ejemplo, en la penúltima producción internacional en la que participamos fuimos de segunda unidad de sonido contratados por una empresa de aquí y con todo lo que conlleva ser una se-



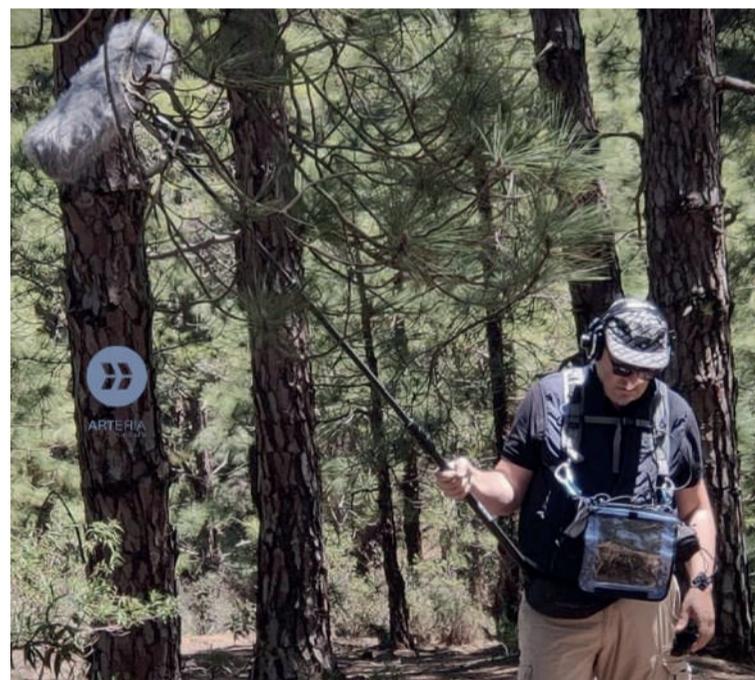
gunda unidad de sonido, eso fue maravilloso. Pero luego, en muchas de las nacionales ya se traen a los directores de departamento de fuera y aquí contratan a las pequeñas partes,

es decir, auxiliares, ayudantes, vigilantes, catering... pero cargos de responsabilidad dentro de la producción no. Ellos vienen a buscar el incentivo fiscal y la localización maravillosa que supone grabar en Canarias y se lo traen todo de fuera. También es verdad que esas producciones vienen a grabar aquí una parte de la película, no se rueda toda la película, por lo que traen desde península el equipo que ya estaba conformado.

Lo que demando es un poco de consideración con las empresas de aquí y que haya más participación de empresas, no de personal suelto en equipos de auxiliares, porque al final somos empresas de producción, de service o de sonido -como es mi caso- y no nos dan la oportunidad de participar como empresa, no somos ETT, somos empresas de producción, yo no puedo venderles auxiliares de producción.

¿Cómo esperas que avance el panorama audiovisual en los próximos tiempos?

Si se mantiene como está esto puede ser maravilloso, está atrayendo bastante dinero, está incidiendo



positivamente en la economía de las islas y se está generando mucho trabajo, aunque es temporal. Cómo espero, no lo sé, porque esto es variable, no se puede hacer una previsión exacta, pero yo lo veo bastante esperanzador.

Para finalizar, ¿cuáles son los objetivos de Arteria Films a corto-medio plazo?

Si todo sale bien habrán noticias muy positivas a finales de este año o principios del siguiente.

En cuanto a las expectativas de crecimiento, estamos peleándonos por conseguir un poco más de esa visibilidad que te decía al principio y la idea es conseguir introducirnos un poco más en el mercado, porque en este sector te vas a trabajar fuera

3 meses y cuando vuelves ya te han olvidado. Ahora mismo una de las vertientes que estamos sacando adelante es un estudio especializado en doblaje, que cubre una necesidad importante en el sector.

Hay películas en las que el audio no funciona porque el mar estaba muy fuerte o porque había viento, la posibilidad de tener un estudio instalado aquí con todo lo que conlleva un estudio de doblaje, incluso con conexiones remotas con las productoras a nivel internacional y que se pueda doblar directamente con el actor original que está haciendo aquí la película creo que es una ventaja que puede funcionar bastante bien y dar un servicio que hasta ahora desconozco.



in formación para el empleo

CURSO	HORAS
EOCO062PO Cálculo y diseño de instalaciones BIM de REVIT con CYPECAD MEP	40
EOCO065PO Iniciación al BIM. Plataformas de modelado: REVIT y ALLPLAN	40
MF1903_1 Labores básicas en instalación de placa de yeso laminado.	80

Formulario de inscripción



Cursos gratuitos para personas prioritariamente ocupadas

FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN

 C/Arbejales, 5 - 35010 Las Palmas de G.C.

 928 482 088 / 928 990 416

 info.laspalmas@fundacionlaboral.org





Matteo Pagliari: “Queremos darnos a conocer a nivel nacional”

ENTREVISTA

MATTEO PAGLIARI
GERENTE DE
PHODRONCANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Puedes darnos unas pinceladas sobre Phodroncanarias?

Mi nombre es Mateo, soy el CEO de Phodroncanarias, una empresa dedicada a ofrecer servicios aéreos profesionales con drones. Tenemos sede en Tenerife, pero operamos en toda España.

Cabe destacar que somos operador autorizado por la Agencia Estatal de Seguridad Aérea -AESA- y, por tanto, cumplimos con la normativa vigente de seguridad aérea. También disponemos del requerido seguro de responsabilidad civil aeronáutico.

¿Cuál es el papel que ocupan los drones en las producciones audiovisuales?

Actualmente, todo se ha revolucionado. Antes era mucho más complicado realizar tomas aéreas, porque se tenía que recurrir a helicópteros y elevados gastos para cubrir esas tomas, pero con los drones ahora es mucho más sencillo, simplemente nos debemos coordinar con el Estado Mayor del Aire, -ENAIRES Drones-, que es un portal al que nosotros podemos acceder y verificar eventuales permisos y obligaciones de vuelo, de este modo, en unos días recibimos los permisos y la posibilidad de trabajar en el aire. De lo que no cabe duda es de que los drones ocupan un puesto muy importante en las producciones.

¿Es tarea fácil encontrar a personal cualificado en el sector?

En los últimos dos años ha aumentado la demanda de pilotos de drones y, actualmente, hay muchos operadores en España con licencias y aptos para vuelos, pero no todo el mundo tiene los conocimientos para estar dentro de una producción audiovisual. No obstante, hay operadores que tienen títulos válidos.

Teniendo en cuenta que estamos ante un sector en exponencial crecimiento, ¿facilitan las instituciones públicas el desarrollo del mismo?

Esa es una buena pregunta. Siendo fiel a la verdad, las instituciones públicas nos limitan muchísimo. No sé qué tienen las instituciones públicas contra los drones, sobre todo cuando estamos en entornos naturales, porque a la hora de realizar un reportaje fotográfico o una producción audiovisual importante no facilitan los permisos, siempre hay una cuestión medioambiental en medio, por ejemplo, de protección de aves. Hay muchos aspectos que nos limitan y está siendo un problema, porque cada vez se ponen más restricciones para volar con drones en parques naturales. Ya en el Parque Nacional del Teide es imposible volar.

“Las instituciones públicas nos limitan muchísimo”

De cara al futuro, ¿cómo se va a desarrollar Phodroncanarias?

Respecto a nuestras líneas de trabajo, mantendremos los servicios aéreos para el sector audiovisual, pero queremos darnos a conocer a nivel nacional. Empezamos hace más de 5 años y entendemos que ya hemos forjado nuestro camino en Canarias, ahora nos gustaría trabajar en producciones llevadas a cabo en península.



Hermigua celebra por todo lo alto el Día de Canarias

► La programación incluye actos culturales, tradicionales, musicales y gastronómicos

La programación destinada a todos los públicos comenzará a desarrollarse el viernes, 26 de mayo, con las actuaciones de Música Eslabones, Francisco Martín, Eduardo Duque, Diego China, y Daniel Ventura a partir de las 19:00 horas en el Centro Cultural El Casino de Hermigua. Un acto que contó con la colaboración del Cabildo Insular de La Gomera.

El martes 30 de mayo, Día de Canarias, Hermigua comenzó la jornada a las 11:00 horas con la puesta en marcha de la Bajada de Carros de Madera desde la rotonda del cementerio hasta la rotonda de la Cooperativa.

A su llegada, los asistentes disfrutaron de la Comida de Hermandad por el Día de Canarias en la Plaza de la Encarnación.

La música también estuvo presente en esta jornada de celebración del Día de Canarias. A partir de las 15:00 horas, la Plaza de la Encarnación fue el escenario de las actuaciones de los grupos musicales Ecos de La Gomera, y la Fanfarria LaSolSiDoSi.

Se brindó además, al personal del ayuntamiento de Hermigua que, con su esfuerzo y trabajo realizado en este día festivo, fue posible que los asistentes pudiesen disfrutar de los Actos del día de Canarias.

El Ayuntamiento de Fuencaliente crea un nuevo centro de gimnasia pasiva



El Ayuntamiento de Fuencaliente ha creado un nuevo centro de gimnasia pasiva que genera un espacio de esparcimiento y rehabilitación para personas de todas las edades del municipio.

El objetivo de fomentar una vida más saludable y de mayor calidad, con la instalación de camas de gimnasia pasiva destinadas a trabajar distintos grupos musculares durante un tiempo determinado.

Estas camas, al contar con un motor que activa el movimiento, exigen poco esfuerzo para realizar ejercicio, y en consecuencia no producen fatiga muscular ni cansancio en la persona que lo realiza, ya que dichas camas sostienen completamente el peso del cuerpo y los músculos

no encuentran resistencia, ni luchan contra la gravedad.

El ejercicio mediante estas camas de gimnasia pasiva es ideal para personas de cualquier edad, pero especialmente para personas de avanzada edad, ya que la mejor opción para los ancianos es realizar ejercicios suaves y de baja intensidad, para que no sufran ninguna lesión.

El objetivo de estas camas consiste en activar la circulación sanguínea, incrementar la agilidad, aumentar la flexibilidad de las articulaciones y fortalecer los músculos gracias a los ejercicios isométricos.

La realización de la gimnasia pasiva para mayores ayudará a que se sientan mucho mejor y sean más autónomos para realizar las actividades de su vida diaria.

Fuencaliente impulsa la elaboración de un padrón de animales domésticos

El Ayuntamiento de Fuencaliente trabaja en la elaboración de un censo de animales domésticos que recoja las peculiaridades y necesidades de sus propietarios.

Para disponer de este documento se están realizando llamadas telefónicas a todos los domicilios del municipio, que también

contribuirán a detectar la existencia de posibles colonias de animales asilvestrados.

Conocer si están identificados o si cuentan con chip permite al Ayuntamiento de Fuencaliente contribuir al control de estos animales y proceder a su más pronta localización en caso de extravío.

Hay que tener en cuenta que un censo municipal de animales

se configura como un instrumento fundamental para el control de la población de animales domésticos, que facilita la adopción de medidas, intervenciones y actuaciones para fomentar y favorecer la idea del respeto a los animales.

En ese sentido, se recuerda desde el Ayuntamiento de Fuencaliente que es obligación de los propietarios el tener identificados



a sus animales, labor que va a facilitar el consistorio con este trabajo que está realizando.

También se invita a aquellos

vecinos que no hayan podido participar en la encuesta telefónica a ponerse en contacto con el Ayuntamiento y actualizar estos datos.



El Pabellón Quiquirá acogió la exhibición de las actividades extraescolares



► El Ayuntamiento invierte más de 250.000 euros en este plan municipal del que se benefician unos 2.500 alumnos



El Pabellón Quiquirá acogió la Muestra de Actividades Extraescolares que se desarrollan a lo largo del curso escolar en los distintos centros educativos del municipio. El Ayuntamiento villero lleva veintiséis años ofertando un completo plan municipal de actividades complementarias a la formación reglada, y además de consolidarse en el tiempo, “se ha convertido en uno de los más referentes de Tenerife y de Canarias en general”.

El Consistorio villero destina anualmente una partida que ronda los 250.000 euros, con el fin de ofrecer un amplio programa de actividades formativo-lúdico orientado a ocupar el tiempo libre de los escolares. Cada curso escolar se benefician unos 2.500 alumnos.

Desde la institución local se prima por la educación, y es constante el empeño de llevar a cabo proyectos y acciones en esta materia dirigidos, especialmente, a los colegios y centros educativos del municipio. También son significa-



tivas las ayudas, como el plan municipal de becas del que cada año se benefician más de 700 alumnos o las ayudas a las Ampas.

En la muestra celebrada, organizada por la concejalía de Educación y las AMPAS del municipio, participaron más de medio millar

de alumnos en representación de todos los que se benefician anualmente del citado plan. Una vez más, participaron los 13 centros públicos del municipio, como son los colegios de Aguamansa, Domínguez Alfonso, Infanta Elena, Inocencio Sosa Hernández,

La Luz, Leoncio Estévez Luis, Manuel de Falla, Nuestra Señora de la Concepción, Ramón y Cajal, San Agustín, Santa Teresa de Jesús, Santo Tomás de Aquino y Víctor Rodríguez Jiménez.

Las actividades extraescolares se desarrollan de la mano de

Ocide en los citados colegios públicos del municipio y en centros deportivos como los pabellones del Quiquirá y Celestino Hernández, y el campo Mayorazgo. En cada colegio se ofertan unas cinco o seis actividades, y se imparten en horarios que van desde las 15:00 hasta las 17:00 horas, de lunes a viernes. El programa engloba diversas actividades de

apoyo y refuerzo a la formación reglada: talleres infantiles; baile y danza; idiomas; informática; manualidades; dibujo artístico; pintura; juegos tradicionales canarios; aulas en clave; folclore y actividades deportivas como fútbol sala, baloncesto, gimnasia rítmica, baile folclórico, atletismo, balonmano, voleibol, natación, taichí y mantenimiento, entre otras.



La Casa del Carnaval: el hogar de nuestra fiesta

La Casa del Carnaval es el punto de encuentro perfecto para nostálgicos, para grandes y pequeños o para vecinos y visitantes que quieran disfrutar de la fiesta más internacional de Santa Cruz de Tenerife durante los 365 días del año.

Situado a la vera del Barranco de Santos, y a unos minutos a pie del epicentro carnavalero chicharrero, se alza un singular edificio, inaugurado en 2017, que atesora la historia viva de nuestra fiesta en algo más de 1.050 metros cuadrados.

Una exposición permanente dotada de fantasías, fondos documentales y elementos destacados del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife, construye, a través de diferentes salas, el hilo argumental de un fenómeno cultural intergeneracional que ha servido como excusa para plasmar el arte a través de diferentes disciplinas creativas: música, coreografía, confección textil o arquitectura efímera.

Otra cita con el recuer-

do, muy relevante por su valor artístico y patrimonial, es la **exposición permanente de los carteles anunciadores del Carnaval santacrucero**. Obras con diferentes soluciones plásticas entre las que se puede encontrar la firma de César Manrique, Javier Mariscal, Juan Galarza, Pedro González, Fierro, Maribel Nazco, Dokoupil, Mel Ramos o el rapero tinerfeño Bejo.

La muestra permanente tiene múltiples referencias a todas aquellas personas que han hecho posible nuestro Carnaval; desde las reinas, a los diseñadores y diseñadoras, los entrañables personajes o los pioneros de los diferentes colectivos: murgas, comparsas y rondallas.

Uno de los platos fuertes de la visita es la **exposición del traje de la reina del Carnaval vigente**. Una fantasía textil que se renueva cada año al concluir el calendario festivo carnavalero, y que supone una escala perfecta para comprobar el minucioso trabajo artesanal que requieren



unas piezas que dan la vuelta al mundo a través de informativos, publicaciones o redes sociales.

La Casa del Carnaval cuenta también con diferentes elementos multimedia que facilitan una experiencia inmersiva en el bullicio de la

fiesta. Este aperitivo audiovisual está compuesto por un videowall, dispositivos de realidad virtual; o el nuevo sistema de audioguías a través del dispositivo móvil, que permiten acceder al recorrido de la visita con diferentes contenidos en inglés y castellano.

Además, el centro cuenta con la Sala Suspi, un espacio polivalente que facilita la celebración de muestras temporales o la celebración de eventos de cualquier naturaleza. Un área didáctica para que escolares o adultos puedan descubrir la magia del Carnaval a través de disfraces y complementos, conforman la oferta de este recinto único.

Sea cual sea la motivación del visitante, una **jornada en la Casa del Carnaval es una experiencia con la tradición festiva de una capital atlántica que ha exportado al mundo sus valores creativos y humanos**. Toda la información sobre horarios, actualidad y entradas está disponible en la página web casacarnavalsantacruz.com



CASA DEL
CARNAVAL
SANTA CRUZ DE TENERIFE



Bisila Bokoko: “Lo importante no es lo que te ha pasado, sino lo que puedes empezar a escribir desde el día de hoy, que es tu nueva historia, la historia que tú quieres ser”



ENTREVISTA

BISILA BOKOKO
FUNDADORA Y CEO
DE BBES

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Bisila, eres una de las 10 españolas más influyentes en el mundo de los negocios en EE. UU. Supongo que el camino recorrido no ha sido fácil, pero sí gratificante. ¿Te has encontrado con barreras por ser mujer, por tu color de piel o por provenir de otra cultura?

Sí han habido barreras, pero no les he prestado atención, porque mi lema se basa en que “lo que crees, creas”. Si crees que lo vas a tener mucho más difícil porque eres mujer y, además, negra, pues sí, lo vas a tener mucho más difícil. También creo que muchas veces lo que he hecho ha sido transformar esto en una ventaja, en ver cómo puedo contribuir desde ahí a aportar valor al trabajo que hago.

En la actualidad las mujeres alcanzan su voz y luchan por la igualdad de oportunidades. ¿Crees que las mujeres estamos dejando de ser figuras ocultas en el mundo de los negocios?

Creo que todavía nos queda muchísimo camino por recorrer, pero sí hay que celebrar lo que ya hemos conseguido. En muy poco tiempo hemos hecho muchas cosas y a veces no tenemos la oportuni-

dad de celebrar todo lo que ya se ha hecho. Sí es cierto que todavía hay muchos campos o industrias donde la mujer es invisible, pero no es en todas las industrias, hay industrias en las que hay muchas mujeres y en otras hay muy poquitas o no hay ninguna. Así que yo creo que sí, que todavía hay muchas figuras ocultas y que tenemos que seguir trabajando en equipo, hombres y mujeres, para consolidar un mundo más igualitario.

En tu opinión, ¿cuál debería ser el relato que la sociedad ha de adquirir para conseguir la plena igualdad de oportunidades?

Sobre todo, normalizar las cosas. Dentro de que todos somos diversos y tenemos nuestras particularidades, las mujeres tenemos una serie de habilidades y una serie de características que nos hacen mujeres y que aportan muchísimo valor a la sociedad. Tenemos que ver las ventajas que esto aporta.

Tener entornos más diversos supone, además, un beneficio para toda la sociedad, no es un beneficio solamente para nosotras, es un beneficio que tiene un efecto dominó en todas las personas que conforman la sociedad. Yo creo que el discurso debe ser que estamos aquí para sumar y que tenemos que trabajar de una manera conjunta, construyendo un nuevo relato en una nueva sociedad donde todos nos sintamos mucho más integrados.

Tú dejas constancia de que “ser diferente te invita a ser especial”. Cada vez más las empresas apuestan por la diversidad en sus equipos.

¿Qué ventajas ofrece el talento diverso dentro de las organizaciones?

A parte del económico, que lo tiene y está estudiado que los beneficios de las empresas diversas son más del 30%, también tiene que fomenta muchísimo la innovación, la creatividad y la oportunidad de retener talento, porque las personas quieren trabajar en entornos de los que se sientan parte.

Y, por otro lado, en una sociedad en la que hay tanta incertidumbre, la diversidad hace que las empresas sean mucho más flexibles y se adapten, porque hay formas de pensar diferentes y un conocimiento transversal. Del mismo modo, tener más inteligencia cultural dentro de una empresa hace que te puedas globalizar y que, sobre todo, puedas expandir tus horizontes más allá de donde estás.

¿Qué pasos faltarían por dar en las empresas para poner la diversidad en el corazón de los negocios?

El paso que hay que dar es que los cargos altos estén implicados en los procesos de diversidad, que no lo están, porque se le encarga a la persona de Recursos Humanos y se hacen muchos cursos de diversidad, pero no está todo el mundo entrenado en la diversidad y si no creen las personas de arriba, los directivos, el liderazgo más visible, en esa diversidad, es muy difícil.

No solamente hay que hablar de la diversidad, hay que mostrarla. Yo siempre digo que la diversidad es que te inviten a la fiesta, pero que te saquen a bailar. Es decir, la diversidad tiene que hacerse más visible dentro de las em-

presas para que todo el mundo lo vea como algo normal. No se trata solamente de hacer un curso, sino de aplicarlo de verdad, que forme parte de la cultura de la empresa el ser diverso.

Desde Bisila Bokoko Embassy Services International has ayudado a las empresas españolas a cumplir su sueño americano. ¿Cuáles son los productos y sectores españoles que triunfan en EE. UU. y por qué?

Los sectores tradicionales como, por ejemplo, la industria agroalimentaria ha triunfado en Estados Unidos siempre, pero yo he visto triunfar al sector de la energía desde el año 2004-2005, al sector financiero, a la industria de la moda...

Ahora, por ejemplo, la industria tecnológica concentra mucho talento en España, hay personas que están aportando valor a través de su creatividad y creo que también tendrían muchísimo valor que aportaran en Estados Unidos. Incidiendo en ello, hay algo que a veces se nos escapa y es la cultura, porque en España tenemos una cultura muy rica y extensa, pero que no se ha vendido bien. Todo el mundo cuando va a Nueva York me dice “¿qué música está de moda?”, y, sin embargo, en España, que tenemos una oferta cultural tan amplia, no la hemos sabido vender. Por ello creo que la industria cultural, incluso nuestra lengua española, tendría un efecto expansivo en Estados Unidos.

¿Qué visión se tiene de las empresas españolas en EE. UU.?

Muy positiva. Esto ha cambiado muchísimo, yo llevo 23 años en Estados Unidos y cuando llegué se tenía otro concepto muy diferente de lo que era la empresa española, se tenía la concepción de que estábamos tomando la siesta, de que cerrábamos 3 meses y de que la gente se iba de vacaciones y nadie cogía el teléfono, había una imagen muy distinta. Las relaciones entre España y Estados Unidos cambian cuando España pasa de ser un país que exporta a Estados Unidos a ser un país que empieza a invertir en Estados Unidos. El americano se da cuenta de que realmente el empresario español y las empresas españolas son

muy eficientes y con una gran profesionalidad en todos los sentidos, ahí es donde cambia todo y ahora la imagen es mucho más positiva.

¿Cuál es el primer paso que una empresa, en este caso española, ha de dar para integrarse en el mercado americano?

El primer paso es conocer bien el mercado, porque el mercado de Estados Unidos no es un solo mercado, yo lo divido en 5 mercados, no se puede ver a Estados Unidos como un único mercado, hay que entender cuáles son las idiosincrasias del mismo.

Y luego, entender las culturas que existen dentro de Estados Unidos, que hay muchas subculturas, no hay una cultura americana general. Asimismo, el entramado legal es muy complicado, es un país con una tendencia muy grande a litigar, por lo que hay que entender muy bien los contratos y la letra pequeña, yo siempre digo que hay que coger un abogado como medida preventiva y no cuando tienes el problema.

Por otra parte, tener un importante pulmón financiero, tiempo y esfuerzo, porque hay que ir al mercado varias veces, no lo puedes hacer de una manera remota. El americano sigue apreciando ese choque de manos. Hay que ser muy romancero, las negociaciones son mucho más rápidas, hay ciertas cosas de la cultura de los negocios en Estados Unidos de las que hay que estar al tanto, para lo que es mejor acompañarse de las instituciones que ya se conocen como, por ejemplo, las Cámaras de Comercio allí existentes, oficinas comerciales y muchísimas agencias de desarrollo económico que pueden apoyar a las empresas desde allí.

Para concluir, no cabe duda de que todos tenemos una historia que nos hace únicos. ¿Qué historia te gustaría que el lector hiciera suyo al adentrarse en tu obra “Todos tenemos una historia que contar”?

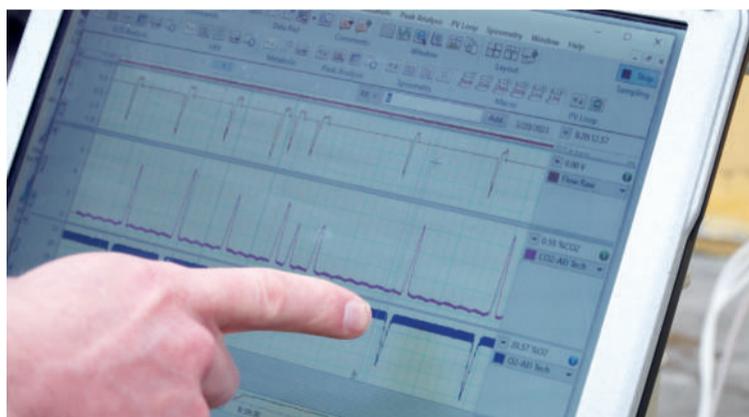
Yo creo que hay muchísimas historias con las que el lector se puede sentir identificado, por ejemplo, a quién no le han echado del trabajo o si no le han echado, puede entender perfectamente lo que es no sentirse valorado dentro de una empresa, cómo asimilar cambios en nuestras vidas, el estar en la duda por no saber a dónde ir... Yo les invito a leer “*Todos tenemos una historia que contar*”, porque todo depende de cómo tú veas la vida, pues es así como te va a ir a ti. Invito a que lean la obra también a aquellas personas que quieren desarrollar su propia marca personal y escribir su propia historia. Yo siempre digo que lo importante no es lo que te ha pasado, sino lo que puedes empezar a escribir desde el día de hoy, que es tu nueva historia, la historia que tú quieres ser.





Austin Allen llevan a cabo el estudio con el apoyo de los entrenadores de orcas en Loro Parque. Foto: LP.

Científicos internacionales estudian en Loro Parque el consumo de oxígeno de las orcas



► La investigación, en la que participa la Universidad de Duke de Estados Unidos, también busca entender las necesidades alimentarias de las orcas en la naturaleza y cómo la actividad humana puede afectar a sus balances energéticos

Loro Parque y la Universidad de Duke colaboran en una investigación para medir el consumo de oxígeno en las orcas y entender cuánta energía utilizan en reposo y en movimiento, un factor clave para conocer sus necesidades alimentarias y evaluar cómo las perturbaciones humanas y naturales afectan a su salud y supervivencia.

El estudio, liderado por el investigador postdoctoral Austin Allen, busca comprender cómo factores como la presencia de buques y el ruido generado por los seres huma-

nos afectan al nado de las orcas y a su gasto de energía. A través de esta investigación, se espera trabajar en la conservación y protección de la especie y su hábitat.

“Hay una serie de perturbaciones que afectan a la forma de nadar de las orcas. Los datos de natación, combinados con las mediciones de oxígeno, nos ayudarán a entender si estas acciones humanas o naturales están causando que usen más calorías y si es una cantidad significativa o no”, explica Allen.

Según el investigador, entender cómo estas alteraciones afectan a los balances energéticos de la espe-

cie “es fundamental para entender su capacidad para sobrevivir y reproducirse”.

Para analizar el consumo de oxígeno, se emplea un dispositivo específico en el que las orcas deben respirar dentro y fuera durante 15 minutos para medir su tasa metabólica basal. Posteriormente, se les pide nadar mientras llevan un sensor -similar al de los relojes inteligentes- para luego volver y respirar por otros 15 minutos.

De acuerdo con el investigador, lugares como Loro Parque juegan un papel fundamental en la investigación y conservación de esta especie. Los zoológicos modernos acreditados ofrecen un entorno seguro para estudiar la salud, el comportamiento, la dieta, la masa corporal y otros aspectos fisiológicos de las orcas.

Asimismo, brindan la oportunidad de realizar estudios controlados que normalmente no pueden desarrollarse en la naturaleza, lo que permite a los investigadores profundizar en el conocimiento del reino animal y en los avances para su conservación.

En este sentido, Loro Parque se sitúa como un importante colaborador en proyectos internacionales, contribuyendo a la obtención de datos valiosos para mejorar la vida de las especies en la naturaleza y garantizar su supervivencia en el actual contexto climático.

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.

El Centro de Supervivencia de Especies de la Macaronesia de Loro Parque Fundación y el Comité Español de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza presentan “El Estado de la Biodiversidad en España”



► El completo estudio supone un paso de gigante en el conocimiento real de la extrema situación de riesgo de la biodiversidad al que se enfrenta nuestro país

En España, según los datos de la Lista Roja de especies amenazadas de la UICN existen actualmente, un total de 193 especies en peligro crítico de extinción, 418 en peligro, y 498 vulnerables. Ante este panorama, el Centro para la Supervivencia de Especies de la Macaronesia (CSSM) de Loro Parque Fundación, y el Comité Español de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, han publicado el informe “Estado de la biodiversidad en España 2023”.

El objetivo de este completo documento, es colaborar en la implantación en todo el territorio nacional, del denominado Ciclo de la Conservación que ha definido la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. Una serie de acciones que suponen la esperanza para la preservación de las especies amenazadas.

En este contexto, la celebración del día internacional de la diversidad biológica, que se celebra cada 22 de mayo desde 2020 adquiere una extraordinaria relevancia como momento especial para visibilizar de forma coordinada en todas las comunidades autónomas, la situación desesperada de las especies. El informe de 2019 de la Plataforma

Intergubernamental sobre la Biodiversidad y los Servicios Ecosistémicos (IPBES) advierte de manera taxativa de la posibilidad muy real de desaparición de un millón de especies en las próximas décadas. Un desastre ecológico y medioambiental que, incluso, el Foro Económico Mundial ha incorporado a su informe global de riesgos para la economía mundial de este año.

Un catálogo imprescindible para desarrollar acciones de defensa del medio natural

La realización de este exhaustivo catálogo supone un enorme paso en el trabajo por el desarrollo de acciones de protección de las especies amenazadas ya que supone una unificación de los datos y criterios científicos existentes. Cuando se realiza una comparación entre las especies amenazadas según la Lista Roja de la UICN, con aquellas protegidas por el Catálogo Nacional de Especies Amenazadas o por los catálogos pertenecientes a las comunidades autónomas, se observa que, de forma global, existe una discordancia del 65%. Es decir, que más de la mitad de

las especies consideradas amenazadas por la UICN no están clasificadas en los catálogos nacional o autonómicos, o bien, están clasificadas con una categoría distinta a las que establece la Lista Roja. Esta discrepancia hace evidente la necesidad de actualizar la información científica sobre estas especies en la Lista Roja y re-evaluarlas, de manera que se pueda fundamentar la necesidad de actualizar o no los catálogos, y así armonizar los indicadores de pérdida de biodiversidad con sus herramientas de conservación.

Los puntos calientes de la pérdida de especies en España

Se han detectado, además, varios puntos calientes de biodiversidad críticamente amenazada dentro de nuestro territorio. Estas son las áreas donde se concentra un mayor número de especies en peligro crítico de extinción, según la UICN, que requieren de mayor atención y protección. Entre ellos destacan el Parque Nacional de Doñana (Andalucía), el Parque Natural de la Serranía de Cuenca (Castilla la Mancha), el Parque Natural de la Sierra de Espadán (Valencia), el Parque Natural Jandía (Fuerteventura, Canarias), el Parque Natural Doramas (Las Palmas de Gran Canaria, Canarias), el Parque Nacional Garajonay (La Gomera, Canarias), Tibataje y Las Playas (El Hierro, Canarias).

Finalmente, el Informe compara también los espacios protegidos a nivel autonómico/

nacional/internacional, con las Áreas Clave para la Biodiversidad (KBAs), que son áreas designadas por la UICN por contribuir significativamente a la persistencia global de la biodiversidad. Como resultado del análisis, se encontró un solapamiento del 64,4% entre ambas figuras, lo que indica que casi dos tercios de las zonas designadas como KBAs se encuentran dentro de las diferentes figuras de protección del territorio, y poco más de un tercio quedarían fuera.

La situación en Canarias

En Canarias existen 101 especies en peligro crítico y 141 en peligro. El grupo taxonómico más amenazado teniendo en cuenta las dos categorías anteriores es el de las plantas con 119 especies, 44 moluscos y 31 artrópodos. Por ejemplo, una de estas especies es la cresta de gallo (*Isoplexis chalcantha*), categorizado como en peligro crítico según la Lista Roja de la UICN y endémica de la isla de Gran Canaria, por lo que no es posible encontrarla en ningún otro lugar del mundo.

En cuanto al análisis comparativo entre la Lista Roja de la UICN y el Catálogo Canario de Especies Protegidas, se obtuvo un 69% de discordancia entre los dos catálogos, siendo los grupos de los peces cartilaginosos, los cnidarios y los peces óseos, donde se presenta una mayor discordancia, es decir que su nivel de protección no coincide con el grado de amenaza de la UICN. Se identificaron además, varios puntos calientes de biodiversidad críticamente amenazada en Canarias, que coinciden con Timijiraque, Las Playas y Tibataje en la isla del Hierro, el Parque Nacional de Garajonay en la Gomera, la zona de Punta de Teno en Tenerife, la Península de la Isleta y el Parque Rural de Doramas en Gran Canaria y en el Sur, el Parque Natural de Jandía y Chuchillos de Vigán en Fuerteventura. Al comparar los espacios protegidos con las Áreas Clave para la Biodiversidad (KBAs), se obtuvo un solapamiento del 75%, por lo que existen en Canarias un 25% de KBAs que no se encuentran dentro de espacios naturales protegidos.

Los colaboradores de este proyecto en Canarias han sido Loro Parque, Poema del mar, Fundación Maroparque Fundación Canaria, Rancho Texas Lanzarote Park y Oasis Wildlife Fuerteventura. En estos se llevará a cabo un proyecto educativo de ciencia ciudadana a través de la aplicación iNaturalist, con el que se espera concienciar e incrementar la sensibilidad de la ciudadanía por la biodiversidad. Este programa servirá, además, como una herramienta con la que recopilar información sobre especies amenazadas lo que será de gran utilidad para su conservación.



Cepsa y el Instituto Tecnológico de Canarias, unidos para el desarrollo de biocombustibles a partir de microalgas

► El objetivo del estudio conjunto es generar materia prima que pueda convertirse en biocombustibles y productos químicos sostenibles en los Parques Energéticos de Cepsa

Cepsa, siguiendo su apuesta por la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i) ha impulsado, junto al Instituto Tecnológico de Canarias (ITC), el desarrollo de biocombustibles a partir de microalgas. En esta línea, se prevé que a finales de esta década



cuenta con una capacidad de producción anual de 2,5 millones de toneladas de biocombustibles, de las que 800.000 toneladas serán de SAF.

En este caso, se trata de un proyecto de innovación abierta y conjunta enfocado en la investigación para producir materia prima que pueda convertirse en biocombustibles y productos químicos sostenibles en los Parques Energéticos de Cepsa, sin necesidad de realizar ninguna modificación en las plantas y equipos. Con el reactor de HTL, diseñado por Cepsa, se obtendrá la materia prima que se evaluará previamente en las plantas piloto de la compañía energética. De esta manera, el ITC adquiere la responsabilidad de cultivar estas microalgas en aguas procedentes de procesos industriales, y un equipo conjunto de ambas empresas llevará a cabo el proceso de licuefacción hidrotermal (HTL, por las siglas en inglés de hydrothermal liquefaction) sobre el cultivo para valorizar la biomasa. Con el reactor de HTL, diseñado por Cepsa, se obtendrá la materia prima que se evaluará en las plantas piloto de la compañía energética.

El cultivo de estas microalgas, autóctonas de las Islas Canarias, se desarrollará en el Archipiélago, que cuenta con una temperatura estable a lo largo del año y una elevada disponibilidad de radiación solar, lo que le convierte en un lugar óptimo para su cultivo.

Esta iniciativa, que permite impulsar la economía circular y utilizará materia prima de origen renovable, también tiene en cuenta criterios de sostenibilidad y eficiencia en todos los niveles del proceso, además, las materias primas empleadas se caracterizan por tener una gran capacidad de captura de CO₂, crecimiento rápido y un alto potencial energético. Concretamente, el uso de estos biocombustibles a partir de microalgas permite reducir hasta el 90% de emisiones de CO₂ respecto al uso de combustibles tradicionales. En este sentido, con la producción de una hectárea de cultivo de microalgas se reducen al año 72 toneladas de CO₂, lo que equivale al CO₂ que absorben anualmente 3000 árboles.

Rafael Larraz, director de I+D de Cepsa, ha mostrado la satisfacción de la compañía por alcanzar un acuerdo de estas características: “En Cepsa estamos ilusionados por unir fuerzas con el Instituto Tecnológico de Canarias para llevar adelante esta investigación. Estamos seguros de que este proyecto nos llevará a alcanzar grandes logros en la producción de biocombustibles que impulsen la descarbonización del transporte terrestre, marítimo

y aéreo, y así avanzar en nuestro objetivo de ser referentes en la transición energética”.

Por su parte, Gabriel Megías, gerente del Instituto Tecnológico de Canarias, ha resaltado que “el carácter multidisciplinar de la I+D que abordamos desde el ITC en torno a las economías azul, circular y verde nos posiciona como socio tecnológico en esta iniciativa piloto de Cepsa para la valorización energética de especies nativas de microalgas marinas y nos motiva especialmente poder contribuir desde el conocimiento al fomento de la movilidad sostenible con nuevos combustibles que ayuden a reducir la huella ecológica en el sector del transporte”.

Cepsa ha establecido una hoja de ruta para recortar sus emisiones, que se sitúa entre las más ambiciosas del sector. En concreto, en 2030, reducirá sus emisiones de CO₂ (alcance 1 y 2) en un 55% y su índice de intensidad de carbono entre un 15 y un 20% en las ventas de productos energéticos, respecto a 2019, con el objetivo de conseguir emisiones netas cero en 2050.

Cepsa quiere ir más allá del cero neto y alcanzar un impacto positivo, aportando valor en las comunidades donde está presente al permitir que sus clientes y otros grupos de interés avancen en la dirección correcta.

Por su parte, el ITC lleva más de treinta años liderando desde Canarias proyectos de investigación y desarrollo de tecnologías energéticas sostenibles para acelerar la integración masiva de fuentes renovables en el sistema eléctrico insular, siendo una pieza clave para alcanzar el objetivo de la neutralidad climática en 2040, horizonte marcado por el Ejecutivo regional en la Ley de Cambio Climático. El Plan de Transición Energética de Canarias, hoja de ruta de la planificación energética elaborada por el ITC bajo encargo de la Consejería regional de Transición Ecológica, prevé alcanzar el 60% de la demanda eléctrica con renovables en 2030.

En Pozo Izquierdo, en la isla de Gran Canaria, el ITC cuenta con el Área de Desarrollo Tecnológico-Industrial en Biotecnología Azul, un espacio dedicado a la experimentación y validación de procesos y productos vinculados con la acuicultura vegetal marina y la explotación industrial de cepas nativas de micro y macroalgas.

Este marco físico alberga el proyecto de colaboración entre Cepsa y el ITC, iniciativa que está alineada con las Estrategias Canarias de Economía Azul y Economía Circular cuya finalidad es avanzar hacia un modelo productivo basado en un uso inteligente y sostenible de los recursos.