



Carlos Álvarez:
"Si África te da, hay que dar a África" P28

Manuel Sánchez:
"El PASAC no es una ayuda a las empresas, sino a los hombres y mujeres de Canarias" P34

Cristina Ventura:
"La Gomera se ha convertido en un referente en movilidad sostenible" P36

Laura Ojeda:
"Concienciamos a las personas sobre las causas y consecuencias de los accidentes de tráfico" P37

Juan Antonio Jiménez: "Nos diferenciamos por ser un rent a car fácil y cercano" P38

Tribuna de Canarias

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

MAYO MMXXIV | 1,20€ | Islas Canarias

TRIBUNADECANARIAS.ES

Pablo Rodríguez:
"La Ley de Movilidad Sostenible que estamos impulsando propiciará una movilidad más eficiente y sostenible" P6



ENTREVISTA.
CONSEJERO DE OBRAS PÚBLICAS, VIVIENDA Y MOVILIDAD DEL GOBIERNO DE CANARIAS

Gustavo González de la Vega: "Estamos presenciando un período de innovación sin precedentes en Canarias" P8



ENTREVISTA.
VICECONSEJERO DE ECONOMÍA E INTERNACIONALIZACIÓN DEL GOBIERNO DE CANARIAS. VICEPRESIDENTE DE PROEXCA. PRESIDENTE DE SODECAN



NUEVA ECONOMÍA

Javier Viruel.
Socio de Audazia y CEO de BNBDAYS
Tulipanes, papas y bitcoins P16



Presen Simón.
Directora de Transversalia Consulting
Re-Evolución. Liderazgo en el Siglo XXI: Entre la Coherencia y la Autenticidad P17



Óscar Díaz.
Director de Agencia para OVB AllFinanz
El excesivo peso de la fiscalidad en España P23



Miguel Borges.
Hotel Sales & Revenue Manager
¿Pero qué cambio de modelo? P24



Luis Abeledo.
Abogado
La modernización de la justicia P25



ENTREVISTA.
PRESIDENTE Y CEO DE DOMINGO ALONSO GROUP

Oliver Alonso: "Nuestro éxito es el resultado de una combinación perfecta: pasión, honestidad, esfuerzo, tecnología y, sobre todo, poner al cliente en el centro de nuestra compañía" P2

ESPECIAL MOVILIDAD Y TRANSPORTES

CEOE Tenerife y Cabildo de Tenerife mantienen su compromiso con el desarrollo empresarial de la Isla con el lanzamiento de "Red Tenerife Mentoring, 2024" P10



Maren Harder: "Este enfoque holístico hace que el proyecto sea único en el mercado inmobiliario" P54

El Ayuntamiento de Santa Brígida aumenta un 46.8% la inversión de Ayuda a Domicilio P58

Oliver Alonso:
 “Nuestro éxito es el resultado de una combinación perfecta: pasión, honestidad, esfuerzo, tecnología y, sobre todo, poner al cliente en el centro de nuestra compañía”



ENTREVISTA

OLIVER ALONSO
 PRESIDENTE Y CEO DE
 DOMINGO ALONSO GROUP

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Comenzamos esta entrevista recordando que hace unos meses asumió una nueva responsabilidad: accionista único de Domingo Alonso Group. Esta nueva etapa se suma a las tareas que ya venía desempeñando como presidente desde el año 2018. Supongo que se encuentran ilusionado ante este nuevo reto que se abre dentro del grupo.

Llevo 30 años trabajando en Domingo Alonso, concretamente desde los 24 años junto a mi padre. Hace cinco años mi padre falleció, y como bien dices, las sucesiones empresariales son complejas, ya que cada uno tiene sus propias perspectivas e intereses. Sin embargo, yo estoy "codificado" para esto, para seguir el legado de mi padre. Tengo la vena empresarial desde pequeño, y gracias a ello hemos llegado a un acuerdo con una gran responsabilidad sobre una empresa familiar con 1.421 empleados.

Y lo hago, como siempre, con mucho trabajo, ilusión y pasión, porque es lo que me motiva.

¿En qué medida estos cambios internos, que suelen pasar desapercibidos para la sociedad, reflejan una apuesta por la continuidad o por grandes cambios en la filosofía y estrategia de la empresa?

Las sucesiones familiares son algo natural. La empresa seguirá evolucionando, ya que he tenido la oportunidad de formarme durante 30 años bajo los valores que me inculcaron mis padres, valores como la honestidad, la constancia, la responsabilidad, el cuidado y el talento. En el plano profesional, estos principios seguirán siendo la base de nuestro trabajo.

En ese sentido, la esencia de la empresa no cambiará, ya que llevo décadas aplicando estos valores. Lo que sí evolucionará, como cada año, será la forma en la que los aplicamos. Estamos en un proceso de constante evolución, algo a lo que estamos acostumbrados tras 88 años de trayectoria.

Hablando de la tercera generación al frente de la compañía, ¿cómo han logrado mantenerla en crecimiento durante tanto tiempo? ¿Cómo se supera la idea de que la tercera generación suele ser la que frena el avance? ¿Qué se necesita para seguir al pie del cañón después de tres generaciones?

Mi padre tuvo que comprar la parte de la empresa a sus hermanos, y yo he tenido que comprar la parte de los míos. Esto significa que la empresa tiene mucho más futuro y vida por delante, con un accionariado más sencillo.

En cuanto al trabajo diario, no hay ningún secreto. La clave está en el compromiso y en rodearse de los mejores profesionales. Es lo que cualquier empresa debe hacer para prosperar.

Ya hemos observado algunos movimientos interesantes, principalmente en el área de talento, e incluso, la incorporación de nuevos miembros al Consejo de Administración. En sus intervenciones en diversos ámbitos, usted siempre ha destacado que Domingo Alonso Group cuenta con el mejor capital humano posible y ha expresado su compromiso con el desarrollo de este talento. Por lo tanto, esperamos ver más movimientos relevantes en este sentido.

Seguiremos apostando por la incorporación de consejeros independientes en nuestra empresa.

Nosotros creemos firmemente en su valor y aporte. Un ejemplo de ello es nuestro vicepresidente financiero, Erich Krohn, quien anteriormente fue presidente de Volkswagen Finance España. También contamos con José Manuel Soria, exministro de Industria y Turismo de Canarias y ahora con Jose M^a García, exdirectivo de SEAT, nuestra última incorporación

Todos ellos aportan una gran experiencia y visión a la empresa. Tenemos previsto incorporar dos consejeros independientes más, además de mi equipo actual, que también se irá integrando gradualmente. En este sentido, me gustaría destacar que hace treinta años aposté por la incorporación de mujeres en puestos de liderazgo, algo que muchas empresas están empezando a hacer ahora. Llevamos décadas años incorporando talento femenino a nuestra empresa, lo que nos da una gran ventaja competitiva. De nuestras cinco líneas de negocio, tres están lideradas por mujeres. Esto demuestra nuestro compromiso con la igualdad de género y la incorporación de talento femenino en puestos de liderazgo. La línea de movilidad, que abarca tanto la movilidad individual como la colectiva, está a cargo de una mujer. La dirección de la división de importadores también recae en una mujer, al igual que la responsabilidad del área internacional.

Como puedes ver, para nosotros la igualdad de género es una realidad tangible, y no solo un discurso.

Anteriormente hablábamos de las tres generaciones, pero ahora me gustaría centrarme en el sector de la automoción, donde Domingo Alonso Group ostenta una posición de liderazgo indiscutible en las Islas Canarias, a pesar de la feroz competencia presente en el mercado. ¿Cuál es el secreto para mantener estos altos estándares en un sector tan exigente como la automoción?

Me considero afortunado de contar con Volkswagen, marca líder en ventas durante 19 años consecutivos, y este año aspiramos a celebrar nuestro vigésimo aniversario en la cima. De igual manera,

Audi ostenta la posición número uno en su segmento. En otras palabras, representamos marcas de gran prestigio y punteras, que forman parte de nuestro portafolio.

“Llevamos 30 años incorporando talento femenino a nuestra empresa, lo que nos da una gran ventaja competitiva”

Además de contar con marcas excepcionales, poseemos un talento humano excepcional. Nos encargamos de su formación y desarrollo, inculcándoles los valores fundamentales de la empresa. Recientemente, celebramos una convención llamada "My People", donde 20 ponentes transmitieron los valores de la compañía, generando una gran identificación entre los asistentes. De esta



manera, promovemos una cultura basada en la constancia, la perseverancia, la disciplina y la adhesión a los valores que definen a una empresa exitosa. Estos valores nos permiten trabajar en equipo y avanzar hacia un mismo objetivo.

¿Qué diferencia a los concesionarios de Domingo Alonso Group del resto?

Uno de los pilares fundamentales de nuestro éxito es, sin duda, la pasión que impregnamos en todo lo que hacemos.

Hace más de ocho años, emprendimos un viaje hacia la simplicidad, incorporándole a la vez una dosis de tecnología imprescindible en el mundo actual. Esta filosofía se refleja en todos los aspectos de nuestra actividad, donde el cliente siempre ocupa el centro del escenario. Y nuestros clientes lo valoran.

A pesar de atender a más de 100.000 clientes al año en nuestros talleres, cada uno de ellos recibe un trato personalizado y único. La cercanía y la pasión que caracterizan a nuestro equipo se palpan en cada interacción.

En definitiva, nuestro éxito es el resultado de una combinación perfecta: liderazgo, pasión, simplicidad, tecnología y, sobre todo, una atención al cliente excepcional.

Si bien la automoción es un pilar fundamental de la compañía, ¿cómo se está posicionando la sostenibilidad como una de las líneas estratégicas más punteras? ¿Qué reconocimientos han recibido en este ámbito y cuál es la hoja de ruta para seguir avanzando en este campo, considerando el fuerte compromiso del grupo con la sostenibilidad?

El sector siempre ha reciclado mucho, lo cual es fundamental. Sin embargo, nosotros hemos ido más allá y nos hemos propuesto un objetivo ambicioso: neutralizar nuestra huella de carbono. Para lograrlo, hemos

creado una Dirección de Sostenibilidad compuesta por tres personas que dependen directamente de mí. Esta dirección está trabajando en todos los puntos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para que podamos avanzar hacia la neutralización de nuestra huella de carbono.

Hemos dado grandes pasos en este camino. Hemos puesto orden en la gestión interna, especialmente en lo que respecta a los residuos. Hemos implementado un sistema que permite que no se generen residuos en más de 50 ubicaciones. Todo este trabajo ha implicado un gran esfuerzo de clasificación, valoración y organización.

Además de la gestión de residuos, también estamos invirtiendo en energía fotovoltaica y controlando la huella hídrica. Todas estas medidas son importantes para que las empresas gestionen sus recursos de manera responsable y contribuyan a la sostenibilidad del planeta.

En el debate sobre la movilidad del futuro, ¿los vehículos eléctricos se convertirán en el medio de transporte personal dominante o seguirán los vehículos tradicionales teniendo un papel importante?

Todas las tecnologías tienen su valor y debemos preservarlas y promover su evolución. El coche eléctrico es una tecnología prometedora, pero aún enfrenta desafíos importantes, como la falta de infraestructura adecuada y precios elevados.

La infraestructura de carga actual es insuficiente para una adopción masiva de vehículos eléctricos. Necesitamos un enfoque innovador y colaborativo que involucre a gobiernos, empresas y ciudadanos para desarrollar una red de carga robusta y accesible.

cionados anteriormente. Un coche eléctrico relativamente barato sigue siendo inaccesible para un segmento significativo de la población. Es fundamental considerar las condiciones económicas específicas de cada región al diseñar políticas de movilidad sostenibles.

Teniendo en cuenta los desafíos de la falta de infraestructura y el precio elevado de los vehículos, ¿qué medidas y estrategias específicas se pueden implementar para acelerar la adopción de coches eléctricos y hacer que la movilidad sostenible sea una realidad cada vez más presente en Canarias?

Si bien el coche eléctrico representa una alternativa prometedora para la movilidad sostenible, es crucial considerar la fuente de energía que lo impulsa. En Gran Canaria, donde el 95% de la energía proviene de combustibles fósiles, la adopción generalizada de vehículos eléctricos no se traduce en un impacto

ambiental significativo.

Casos como Austria, donde la energía proviene principalmente de fuentes hidroeléctricas, demuestran el potencial de los vehículos eléctricos para contribuir a la sostenibilidad. Sin embargo, en Canarias, aún queda un largo camino por recorrer en cuanto a la generación de energía renovable.

En este contexto, la energía nuclear surge como una opción viable, especialmente considerando los avances tecnológicos en mini reactores nucleares con emisiones cero. Aunque esta propuesta genera debate, es importante evaluar todas las tecnologías disponibles, incluyendo aquellas que ofrecen un costo relativamente bajo y alta eficiencia.

Alcanzar la eficiencia energética en la región es fundamental para el bienestar de los canarios. Por ello, es necesario explorar y adoptar un enfoque integral que combine diversas tecnologías energéticas, incluyendo el coche eléctrico, las energías renovables y, potencialmente, la energía nuclear.

Hemos abordado la automoción y la sostenibilidad como pilares fundamentales del grupo, pero ¿existen otras líneas de negocio o proyectos en desarrollo? ¿Se busca la consolidación dentro del propio grupo o se están explorando oportunidades externas?

Nuestro negocio principal se está expandiendo hacia nuevas áreas. Actualmente estamos construyendo la Autoterminal, que es un centro logístico ubicado junto al puerto. Esta ubicación estratégica reducirá el consumo de combustible al minimizar los costos de transporte. De esta manera, el grupo ahorra en torno a medio millón de euros anuales en transporte, al mismo tiempo que reduce su huella hídrica ya que las mercancías se transportan directamente desde los barcos.



Se anticipa un crecimiento significativo en la expansión internacional

El precio de los vehículos eléctricos sigue siendo un obstáculo para muchos consumidores. Si bien las exenciones fiscales pueden ayudar, la clave para una adopción generalizada radica en desarrollar modelos más asequibles. La evolución tecnológica jugará un papel crucial en este aspecto, pero es necesario un ritmo más acelerado del que la Comisión Europea ha previsto.

En el caso de Canarias, el problema del poder adquisitivo se suma a los desafíos men-

En Tenerife, también hemos conseguido un depósito logístico. Estamos invirtiendo fuertemente en logística, posicionándonos estratégicamente en ubicaciones respetuosas con el medio ambiente con operaciones bien organizadas y clasificadas. Esta representa una parte significativa de nuestro negocio, y la estamos replicando en el sector de repuestos mediante el desarrollo de una línea de repuestos originales y la orientación a talleres independientes.

Estamos expandiendo activamente nuestra actividad dentro de nuestras áreas principales. Durante la reestructuración accionarial, nos deshicimos de inversiones no esenciales en turismo y salud para centrarnos en nuestro negocio automotriz y actividades relacionadas. Como sabrá, también somos un inversor importante en un grupo portugués fuerte, con inversiones en curso en África y Latinoamérica, ampliando nuestra presencia internacional.

A la par, continuamos desarrollando nuestras capacidades tecnológicas. Vendemos nuestras propias aplicaciones, pero este segmento de nuestro negocio sigue siendo relativamente pequeño.

Con respecto a la expansión internacional, me complace saber que las perspectivas son positivas. ¿Podría confirmarme si se espera un crecimiento significativo en este ámbito en los próximos años?

Efectivamente, se anticipa un crecimiento significativo en la expansión internacional. En África, nuestros socios portugueses, líderes en el desarrollo del continente, han realizado un trabajo excepcional, generando un crecimiento constante año tras año. En Latinoamérica, el panorama es un tanto más complejo, ya que la adquisición de empresas presenta un costo significativamente mayor que en Europa, lo que dificulta la adquisición de marcas de renombre que ya se encuentran establecidas en el mercado.

“No existe una acción social más efectiva que un empleo digno”

Sin embargo, seguimos avanzando con optimismo. Actualmente participamos en un concurso para obtener una marca reconocida en mercados estratégicos. A la par, continuamos trabajando arduamente para expandir nuestro negocio en Latinoamérica, persiguiendo la estrategia de diversificar nuestra presencia en diferentes economías.

En el transcurso de esta entrevista, hemos abordado en detalle la trayectoria del grupo y sus diversas actividades. Sin embargo, teniendo la oportunidad de dialogar con uno de los empresarios referentes de Canarias, no puedo dejar pasar la ocasión para consultarle sobre el contexto económico actual de las Islas. ¿Podría compartir su perspectiva acerca de la situación económica que enfrentan los empresarios y empresas canarios?



En mi opinión, el poder adquisitivo de los canarios necesita un aumento significativo. Existen diversas estrategias para lograrlo, entre las que se encuentra la reducción de impuestos. Considero que un médico o un enfermero, después de diez años de carrera, debería percibir un salario mucho más alto del que recibe actualmente. Sin duda, tenemos un amplio abanico de tareas pendientes por delante.

Coincido en la necesidad de incrementar los salarios. De hecho, en nuestra empresa, el salario medio es un 30% superior al promedio regional, lo que demuestra nuestro compromiso con la remuneración justa. Cumplimos con nuestras obligaciones, y creo que es hora de que el resto de actores también lo haga.

Estoy convencido de que, si bien es necesario aumentar los salarios, también es crucial reducir los impuestos. La única forma de que los ciudadanos tengan más dinero disponible es que lo reciban directamente en sus bolsillos, y esto solo se puede lograr mediante una reducción fiscal. Este es un tema fundamental que requiere atención urgente.

Otro asunto de gran importancia es la escasez de viviendas asequibles. En este sentido, considero que los ayuntamientos deben liberar suelo y cumplir con su responsabilidad de construir viviendas sociales, un área que ha estado descuidada durante los últimos 20 años. No podemos permitirnos seguir con el enfoque actual, que claramente no funciona. Es hora de dejar de culpar a los empresarios o al sector turístico. El turismo es un pilar fundamental de nuestra economía, generando el 40% de los puestos de trabajo y contribuyendo con el 35% del PIB regional. En lugar de demonizarlo, debemos enfocarnos en apoyarlo, fomentarlo y promover la construcción de hoteles para generar aún más oportunidades laborales.

Sin embargo, es fundamental garantizar la disponibilidad de viviendas en los centros turísticos para evitar que los trabajadores tengan que realizar largos desplazamientos, como el

caso de personas que viven en La Orotava y trabajan en Santa Cruz de Tenerife. He escuchado historias de personas que recorren estas distancias diariamente. Si bien es necesario construir más viviendas, la responsabilidad no recae únicamente sobre los empresarios, sino también sobre la administración pública, que no ha cumplido con su deber en este aspecto. Es hora de que la administración pública adopte una actitud autocrítica y gestione los recursos públicos de manera más eficiente. No me refiero únicamente al gobierno actual, sino a un problema estructural que viene de tiempo atrás.

En definitiva, debemos afrontar el futuro de Canarias juntos, trabajando en conjunto y asumiendo nuestras responsabilidades. Soy un firme defensor de la clase media, que merece un poder adquisitivo significativamente mayor. Es fundamental sacar a las personas de la pobreza, y la mejor forma de hacerlo es a través de la creación de puestos de trabajo. No existe una acción social más efectiva que un empleo digno.

En su opinión, ¿cuáles serían los factores clave y las políticas estratégicas más importantes para impulsar el desarrollo continuo del empresariado y la economía canaria en los próximos años?

En mi opinión, contamos con un buen gobierno, posiblemente el mejor que hemos tenido hasta la fecha. Sin embargo, existe un obstáculo que dificulta la implementación de cambios en la administración pública, particularmente en el ámbito funcional. Este es un asunto de suma importancia que requiere atención urgente.

Es fundamental que funcionarios, empresarios, profesionales liberales y el gobierno en su conjunto trabajemos unidos en pro de una Canarias mejor.

Debemos establecer referentes en la administración pública. La transformación digital, por ejemplo, podría convertirse en una realidad en el ámbito fiscal, emulando el modelo

de Singapur. Existen numerosos ejemplos en el mundo que podemos analizar y replicar, ya que la adopción de buenas prácticas es beneficiosa.

Es necesario renovar la red de infraestructuras. Como libertario o liberal que soy, considero firmemente que una mayor libertad económica impulsa el crecimiento económico. No existe mejor incentivo para un empresario que la posibilidad de superar a sus competidores.

Oliver, para concluir la entrevista, me gustaría que nos hicieras un resumen conciso. Cuéntanos cuáles son tus objetivos como empresario y las metas que se ha fijado el Grupo Domingo Alonso en esta nueva etapa llena de proyectos e ilusión. Concretamente, ¿cuáles son los focos principales y los objetivos generales que guiarán la trayectoria futura de la empresa?

Como primer objetivo, tras la reestructuración del grupo, me propongo poner la deuda al frente y, si es posible, liquidarla por completo.

En mi opinión, los empresarios no tenemos deuda; tenemos una responsabilidad que cumplir, una obligación financiera que saldar. Esa es la prioridad. El segundo objetivo es crecer, ya que ninguna empresa puede afrontar el futuro sin la ambición de expandirse. Por supuesto, este crecimiento debe ser ordenado y estratégico. Y para alcanzarlo, necesitamos contar con el mejor talento.

En ese sentido, me enorgullece contar con un equipo excepcional, conformado por personas con valores y ganas de trabajar. Cuando me hablan de las nuevas generaciones, pienso que es genial que los que critican no sepan realmente lo que está pasando. Las nuevas generaciones están comprometidas, son talentosas y están dispuestas a trabajar duro.

En definitiva, nuestros objetivos son claros: saldar la deuda, crecer de manera ordenada y contar con el mejor talento para impulsar el futuro de la empresa.

Evita la acumulación de agua para que no críe el mosquito

Aedes aegypti / Aedes albopictus
en balcones, patios y jardines



Evitar encharcamientos en el jardín



Mantener limpias y desinfectadas las fuentes ornamentales



Tapar con arena o yeso los huecos de los árboles



Limpiar desagües y canaletas



Vaciar frecuentemente los bebedores de animales domésticos



Evitar depósito de agua en ruedas de coche



Evitar acúmulos de agua en pies de sombrillas, pluviómetros...



Tapar los bidones de recogida de agua con mosquiteras de 1mm de malla



Evitar acúmulos de agua en cobertores como lonas que cubren piscinas y otros elementos de jardín



Evitar encharcamientos en cubos, regaderas, juguetes, ceniceros y cualquier recipiente expuesto a la intemperie



Renovar con frecuencia el agua que depositamos en los platos de las macetas



Si detecta alguna picadura o ejemplar sospechoso
contacte con vectores.scs@gobiernodecanarias.org

Pablo Rodríguez: “La Ley de Movilidad Sostenible que estamos impulsando propiciará una movilidad más eficiente y sostenible”



y regular, taxis y otros tipos de transportes, que también deberán avanzar en la consecución de los objetivos de descarbonización y sostenibilidad. Si bien el camino hacia la sostenibilidad en el transporte profesional no es sencillo, ya se han dado pasos importantes. La integración de guaguas eléctricas y la puesta en servicio de una guagua de hidrógeno en Gran Canaria son ejemplos claros de este compromiso.

Este compromiso con la sostenibilidad no solo recae en el gobierno, sino que también se extiende a las administraciones locales y a las propias empresas del sector. Los Planes de Movilidad Urbana Sostenible que están aprobando los ayuntamientos, con el apoyo financiero del Gobierno de Canarias, son un ejemplo de este compromiso compartido. Además, las inversiones en vehículos energéticamente eficientes por parte de las empresas del sector también son un paso en la

ENTREVISTA

PABLO RODRÍGUEZ

CONSEJERO DE OBRAS PÚBLICAS, VIVIENDA Y MOVILIDAD DEL GOBIERNO DE CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Canarias se encuentra sumida en un cambio en lo que a movilidad se refiere. Desde el Gobierno autonómico han puesto sobre la mesa la necesidad de acometer actuaciones prioritarias y establecer una estrategia propia de movilidad. ¿En qué consiste esta estrategia de movilidad propia que el Ejecutivo considera necesaria para hacer frente a las singularidades del Archipiélago?

Desde que asumí la responsabilidad de la Consejería de Movilidad, he querido poner de relieve la importancia de este ámbito para el futuro de Canarias. Por ello, se ha producido un cambio en la denominación de la consejería, pasando de "Transporte" a "Movilidad".

En los últimos nueve meses, hemos trabajado intensamente en el desarrollo de dos herramientas fundamentales para el futuro de

la movilidad en Canarias. La Estrategia de Movilidad Sostenible e Inteligente de Canarias. Una hoja de ruta a largo plazo que marca el camino hacia un sistema de transporte más sostenible, inteligente y eficiente en las islas.

Y la Ley de Movilidad Sostenible de Canarias, que proporcionará el marco legal necesario para implementar la Estrategia y crear un entorno favorable para la movilidad sostenible en todos los ámbitos.

Ambas iniciativas se basan en la filosofía del "eje transinsular", un concepto desarrollado por el ex presidente de Canarias, Adán Martín, a finales del siglo pasado. Sin embargo, estamos revisando este concepto desde una perspectiva bajo parámetros de sostenibilidad, adaptándolo a las necesidades y retos actuales del archipiélago.

Asimismo, en ambos instrumentos se sigue un proceso altamente participativo, en el que podrán participar diversos actores sociales. El objetivo es que este proceso sea abierto y transparente, para que los canarios tengan la oportunidad de contribuir a la definición de un modelo de movilidad sostenible que beneficie a todos.

Siguiendo esta misma línea, ¿cuál es la importancia y el objetivo principal del proyecto de ley de movilidad sostenible para Canarias respaldado recientemente por el Consejo de Gobierno?

La cohesión territorial de Canarias depende en gran medida de la movilidad y de la capacidad que tenemos los canarios de movernos entre nuestras ocho islas. Para garantizar la igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos, independientemente de su lugar de residencia, es fundamental que la movilidad sea lo más eficiente posible.

La Ley de Movilidad Sostenible que estamos impulsando tiene como objetivo principal lograr una movilidad más eficiente y sostenible en Canarias. Esto significa aprovechar al máximo las infraestructuras existentes de manera más inteligente y eficaz, reduciendo al mismo tiempo las emisiones de CO2 y el consumo energético.

Si bien la Ley se encuentra en su fase inicial, representa un cambio de paradigma fundamental en la forma en que concebimos la movilidad en nuestro archipiélago.

¿Cómo abordará la nueva norma la planificación y regulación de las medidas e iniciativas en materia de transportes y movilidad a nivel autonómico, insular y municipal?

Soy consciente de que la transición hacia una movilidad sostenible no solo depende de las acciones del gobierno, sino que también exige un compromiso firme por parte de los sectores del transporte profesional. En este sentido, me refiero al transporte discrecional

dirección correcta.

¿Cómo se abordarán las necesidades de movilidad en las islas menos pobladas y remotas del Archipiélago?

Desde el Gobierno de Canarias tenemos un firme compromiso con la igualdad de oportunidades para todos los canarios, independientemente de su lugar de residencia. Para lograr este objetivo, es fundamental garantizar una movilidad eficiente y accesible en todas las islas, especialmente en las menos pobladas.

En este sentido, estamos trabajando para asegurar la conectividad aérea, marítima y terrestre en todas las islas del archipiélago. Esto implica invertir en infraestructuras modernas y eficientes que permitan a los ciudadanos moverse con facilidad entre las islas.

Un ejemplo concreto de nuestro compromiso con la igualdad de oportunidades en materia de movilidad es el Bono Residente Canario. Esta iniciativa, que nació en 2018 cuando yo era consejero en mi anterior etapa, ha sido un éxito rotundo, especialmente en las islas menos pobladas. Gracias al Bono, los residentes canarios pueden disfrutar de una tarifa plana para utilizar el transporte regular de pasajeros a un precio fijo, lo que ha incentivado el uso del transporte público y ha contribuido a cambiar los hábitos de movilidad de la ciudadanía.



Por su parte, ¿se garantizará una financiación estable del sector de transporte a través de esta ley?

Ya existen financiaciones estables importantes. Quiero destacar el firme compromiso del Gobierno de Canarias con la inversión en movilidad y transporte. Desde el año 2018, hemos destinado fondos para el transporte regular de pasajeros, el Bono Residente Canario y el transporte marítimo, en concreto para financiar una parte del descuento del 75% que disfrutaban los residentes canarios.

Además de estas medidas, estamos incrementando la inversión en iniciativas relacionadas con la movilidad sostenible. Esto incluye el diseño de Planes de Movilidad Sostenible en los municipios y la implementación de las medidas establecidas en estos planes.

La financiación es un pilar fundamental para construir un futuro más sostenible en materia de movilidad. Por ello, continuaremos apostando por una legislación innovadora en este ámbito y por financiar actuaciones que promuevan la movilidad sostenible en todas las islas del archipiélago.

¿Cuál es el calendario previsto para la aprobación y puesta en marcha de la Ley de Movilidad Sostenible en Canarias?

El proceso de participación para la elaboración de la Ley de Movilidad Sostenible de Canarias ya está abierto. A través de la página de transparencia del Gobierno de Canarias, cualquier persona puede realizar aportaciones para que sean incluidas en la ley.

No existe un texto cerrado, ya que la idea fundamental es iniciar este proceso escuchando a todos los sectores implicados. Para ello, se celebrarán una serie de reuniones en todas las islas a través de la Dirección General de Transportes, con el objetivo de mantener una escucha activa con los profesionales del sector y la ciudadanía en general.

Nuestro objetivo es que la Ley de Movilidad Sostenible de Canarias esté en vigor lo antes posible, siempre respetando los tiempos necesarios para un proceso participativo abierto y transparente. Esta ley no puede ser una ley unilateral, sino una ley que todos los canarios sintamos como propia.

Cambiando de tercio, el pasado mes de febrero mantuvo una reunión con

la Presidenta del Cabildo de Tenerife, Rosa Dávila. Concretamente, ¿cuáles son las actuaciones específicas que el Gobierno y el Cabildo de Tenerife han priorizado en las carreteras TF-1 y TF-5 para mejorar la movilidad en la isla?

Actualmente, se encuentran en marcha tres grandes proyectos de infraestructura en Tenerife, cada uno de los cuales desempeña un papel crucial en la mejora de la red de transporte de la isla.

Uno de ellos es el cierre del Anillo Insular, a través del Túnel de Erjos, una obra de 250 millones de euros, que se encuentra en su etapa final de construcción con un 70% de avance. Este túnel será una conexión crucial entre el norte y el sur de la isla, permitiendo evitar el área metropolitana y mejorando significativamente la movilidad en la isla. Una vez finalizado, el túnel aliviará la congestión vehicular y optimizará los tiempos de desplazamiento para miles de residentes y visitantes.

También está en marcha el proyecto de mejora del Enlace Chafiras-Oroteanda, con un presupuesto estimado de 30 millones de euros, el cual tiene como objetivo mejorar las conexiones en una zona de rápido crecimiento del sur de Tenerife, especialmente en lo que respecta a las actividades comerciales e industriales. Se espera que este proyecto esté completado a finales de este año y contribuya a dinamizar la economía local y facilitar el acceso a bienes y servicios para los residentes de la zona.

Y un nuevo proyecto de 100 millones de euros conectará Fañabé y Playa de Las Américas. Las obras iniciales de este proyecto comenzarán pronto y se espera que mejoren significativamente la conectividad entre estas dos áreas.

Además de estos proyectos en curso, también estamos priorizando la mejora de dos autopistas principales: TF-1 y TF-5. Para solucionar la congestión en la TF-1, en la parte sur de la isla, planeamos ampliar la autopista agregando un carril adicional en ambos sentidos entre San Isidro y Oroteanda. Este proyecto, valorado en más de 100 millones de euros, aumentará significativamente la capacidad de la carretera y aliviará la congestión del tráfico.

Y para mejorar el acceso al área metropolitana desde el norte de la isla, estamos priorizando la incorporación de un tercer carril en la TF-5 entre Guamasá y el Aeropuerto Tenerife Norte. Este proyecto, con un presupuesto estimado de 55 millones de euros, se encuentra actualmente en trámite ambiental y se espera que comience pronto.

Estos son solo algunos de los principales proyectos. No obstante, estamos trabajando en estrecha colaboración con el Cabildo de Tenerife abordando una gama más amplia de mejoras de infraestructura vial, incluida la mejora de enlaces e intersecciones en toda la isla.

¿Qué beneficios se esperan de la construcción del túnel en el cierre del anillo en Tenerife, que supera los 250 millones de euros?

El principal beneficio del Túnel de Erjos será la capacidad de conectar el norte y el sur de la isla por el oeste. Esto significa que una gran parte de la población que vive en el norte y trabaja en el sur ya no tendrá que desplazarse por la TF-5 hasta conectar con la TF-1. En cambio, podrán ir a través del túnel de Erjos, cambiar el sentido de la marcha y llegar a su destino en una distancia más corta

y cómoda. Esto evitará las congestiones que se producen actualmente en la TF-5 y TF-1.

Además, el Túnel de Erjos será más que una simple conexión vial. Será el túnel más largo de Canarias y el tercero más largo de España.

Será, por ende, un antes y un después en la movilidad de Tenerife. Mejorará la calidad de vida de los habitantes de la isla al reducir los tiempos de viaje, la congestión y los accidentes. Además, será un proyecto emblemático que convertirá a Tenerife en un referente en materia de infraestructura vial.



La Ley de Movilidad Sostenible de Canarias no puede ser una ley unilateral, sino una ley que todos los canarios sintamos como propia

Tras todo lo comentado, me gustaría preguntarle por este año 2024. ¿Cuál es el objetivo fundamental de la Consejería de Movilidad para este año?

Uno de nuestros principales objetivos es continuar con las actuaciones vinculadas a la construcción y mejora de infraestructuras viarias en las islas. Esto implica completar proyectos en curso, como el Túnel de Erjos, y emprender nuevas iniciativas que mejoren la conectividad y la fluidez del tráfico en Canarias.

Apostamos firmemente por el "Proyecto de Carreteras Verdes". Esta iniciativa busca que las nuevas infraestructuras viarias no solo sirvan para el tránsito de vehículos, sino que también contribuyan a la sostenibilidad ambiental. Esto se traduce en la instalación de energías limpias, la implementación de medidas de eficiencia energética y la promoción de modos de transporte sostenibles.

La movilidad sostenible es un pilar fundamental de nuestra estrategia. Buscamos cambiar los hábitos de transporte de los ciudadanos, impulsando el uso de medios de transporte más ecológicos y eficientes, como el transporte público, la bicicleta y el coche eléctrico.

En definitiva, nuestros objetivos se centran en construir un sistema de transporte moderno, eficiente y sostenible que responda a las necesidades de los ciudadanos de Canarias y contribuya al desarrollo sostenible del archipiélago.

Gustavo González de la Vega: “Estamos presenciando un período de innovación sin precedentes en Canarias”

ENTREVISTA

GUSTAVO GONZÁLEZ DE LA VEGA

VICECONSEJERO DE ECONOMÍA E INTERNACIONALIZACIÓN DEL GOBIERNO DE CANARIAS.
VICEPRESIDENTE DE PROEXCA.
PRESIDENTE DE SODECAN

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Vamos camino de cumplir el primer año de legislatura, una legislatura en la que usted asumió el reto de ser viceconsejero de Economía e Internacionalización del Gobierno de Canarias. ¿Qué balance hace de esta primera etapa al frente de la Viceconsejería?

Mi incorporación al Gobierno regional, y específicamente a esta Viceconsejería, entiendo que ha estado justificada por mi estrecha vinculación durante mi carrera profesional a la internacionalización de la economía canaria en diferentes facetas, de modo que para mí es un auténtico honor asumir este reto, una oportunidad que afronto con la mayor ilusión. Pero esta Viceconsejería suma además otras competencias que definen los pilares necesarios para garantizar la diversificación económica de nuestras islas: la Dirección General de promoción económica, desde la que trabajamos con un carácter transversal; la “Estrategia canaria de Economía Azul”, como ámbito sectorial esencial en nuestro archipiélago y con un gran potencial de desarrollo en una región que cuenta con 1.583 kms² de costa; y también la que para mí es una de las más importantes novedades del actual Gobierno, la Dirección General de Autónomos, un centro directivo de nueva creación que muestra nuestro absoluto compromiso con este amplio segmento de nuestro tejido productivo y que merece una atención específica y constante desde el inicio de su actividad hasta su consolidación e incluso segunda oportunidad.

Como puedes observar, en una viceconsejería en la que se unen competencias transversales con objetivos muy específicos, alguno de los cuales han sido creados por primera vez en el Gobierno de Canarias, no se puede negar que estos primeros nueve meses de gobierno ha sido un periodo de grandes desafíos, pero sin duda con un saldo positivo.

Una economía canaria que está marcada, podríamos decir, por las ansias de crecimiento gracias a que hemos sor-

teado los distintos momentos complicados en el plano económico por los que ha pasado España gracias a nuestro sector servicios. En este contexto del que hablamos, ¿cuáles han sido las líneas estratégicas a seguir?

La transversalidad de la Consejería de Economía implica dar solución a todo tipo de retos a los que se enfrenta nuestro tejido productivo y no podemos olvidar que aún persisten los efectos derivados de acontecimientos recientes tan críticos como han sido la crisis sanitaria provocada por la Covid-19 o la erupción volcánica de La Palma. Esta realidad nos ha obligado a abordar la resolución de problemas de diversa índole derivados de esta situación de crisis, pero toca mirar hacia el futuro, de modo que paralelamente hemos trabajado también en cómo afrontar los nuevos retos de la economía canaria con un enfoque claro en la diversificación económica, fortaleciendo sectores emergentes mientras consolidamos los tradicionales.

Hemos logrado implementar varias iniciativas clave que están contribuyendo al fortalecimiento de nuestra economía local, por ejemplo en materia de Autónomos, con una primera medida fundamental para facilitar el emprendimiento y apoyar a todos aquellos canarios que quieran iniciar de forma autónoma su proyecto económico. Se trata de la denominada “Cuota Cero” de autónomos, subvención a través de la cual la Consejería de Economía del Gobierno de Canarias bonifica el gasto de las cuotas durante los primeros 12 meses a quienes emprenden por primera vez, e incluso los primeros 24 meses para aquellos cuyos ingresos no superen en su segundo año el Salario Mínimo Interprofesional. El objetivo es compensar la carga de gastos de los autónomos que emprenden por primera vez y estará disponible a partir del próximo mes de mayo para todas aquellas personas que iniciaron su actividad desde el 1 de enero de 2023.

Como hemos comentado, tenemos un sector turístico que impera notablemente en Canarias, pero esta tierra está llena de oportunidades en otros sectores. ¿Estamos, por fin, en una senda de diversificación? ¿Qué sectores son aquellos en los que tenemos que “poner el ojo”?

Las líneas estratégicas establecidas en este camino hacia la diversificación económica han incluido la promoción de la innovación tecnológica y el fomento de las energías renovables, campos en los que Canarias tiene un gran potencial para ser líder. Además, hemos intensificado el apoyo a la digitalización de las empresas para mejorar su competitividad global. Otra línea estratégica ha sido la formación y capacitación, asegurando que nuestra



fuerza laboral esté preparada para los desafíos del mañana y los nuevos perfiles que las empresas demandan.

La internacionalización ha sido otra área de enfoque, trabajando para abrir nuevos mercados y fortalecer las conexiones globales de nuestras industrias y crear programas formativos para la internacionalización del talento canario.

Estamos explorando el potencial de sectores creativos como el audiovisual, la animación y el desarrollo de videojuegos, que representan oportunidades significativas para el crecimiento económico local y ayudan también al desarrollo de puestos laborales cualificados. Asimismo yo destacaría los sectores relacionados con la economía azul, en lo que respecta a la biotecnología marina y la acuicultura por ejemplo, y muy especialmente la eólica marina que está emergiendo como área clave en el archipiélago. Debemos poner el foco en aquellas actividades que, ofreciéndonos un alto valor en materia de desarrollo económico, garanticen la sostenibilidad de nuestro territorio como premisa irrenunciable y apuesta de futuro.

Lo cierto es que lo hemos visto muy centrado en consolidar las buenas relaciones con las diferentes organizaciones empresariales del archipiélago, ¿podríamos decir que la hoja de ruta entre ambas partes va de la mano?

Absolutamente. La colaboración con las organizaciones empresariales ha sido fundamental para alinear nuestras políticas econó-

micas con las necesidades reales del tejido empresarial canario. Esta cooperación nos permite implementar políticas más efectivas y asegurar que las medidas de apoyo sean pertinentes y de máximo beneficio para nuestras empresas y su expansión tanto a nivel nacional como internacional. No concibo otra manera de estar al servicio de una institución pública si no es escuchando y trabajando codo con codo con las empresas, los emprendedores y los trabajadores de los que aprendemos y con los que construimos una estrategia común día a día. Desde las líneas de subvenciones a PYMES a los instrumentos financieros para apoyar el desarrollo de nuevas actividades económicas, no hay iniciativa que no sea previamente contrastada y consensuada con nuestro tejido empresarial.

¿Hablamos de una Canarias más innovadora que nunca?

Sí, estamos presenciando un período de innovación sin precedentes en Canarias. Nuestro enfoque en tecnología e innovación es el eje vertebrador de nuestra estrategia para construir una economía más resiliente y diversificada.

En lo que a mí respecta, tras coordinar el Plan Director de Innovación de la isla de Tenerife antes de mi llegada al Gobierno, me convencí de que la evolución de la economía de Canarias pasa necesariamente por una apuesta clara por la innovación como piedra angular de nuestra tan ansiada diversificación, y para ello debemos garantizar el apoyo público en este tipo de iniciativas del sector privado.

Por ejemplo, a través de SODECAN, la Sociedad de Desarrollo Económico de Canarias que tengo el honor de presidir, estamos elaborando un itinerario de acompañamiento y apoyo a empresas que pongan su foco en la I+D+i que abarca todas las etapas de madurez, desde la aprobación de préstamos participativos para empresas emergentes de base tecnológica en sus primeros 5 años, hasta un fondo de fondos que invierta en startups en su fase de aceleración, e incluso instrumentos financieros para PYMES consolidadas que quieran explorar nuevas oportunidades innovadoras.

Asimismo, siempre he tenido claro que este tipo de empresas e iniciativas innovadoras nacen con una vocación de desarrollarse globalmente, de modo que la innovación y la internacionalización están ineludiblemente unidas, por lo que debemos mantener programas de internacionalización que acompañen de forma activa a las empresas a dar un paso hacia adelante en la búsqueda de clientes en el exterior.

Si hablamos de una Canarias innovadora, no podemos dejar de mencionar ese sueño de energías renovables y sostenibilidad, un sueño que todos dan por hecho, pero qué parece que no termina de ser una realidad, aunque muchos ven (especialmente desde fuera) que un territorio como el nuestro debería ser pionero en este sentido. ¿Lo veremos cumplido alguna vez?

Estoy convencido de que lo veremos cumplido y tengo la esperanza de que se produzca en un plazo cercano. Estamos totalmente comprometidos con hacer de Canarias un líder en energías renovables y sostenibilidad.

En este sentido, la eólica marina constituye una de las mejores oportunidades que tenemos en Canarias para un desarrollo industrial de alto nivel y el camino idóneo hacia la descarbonización de la energía en nuestras islas. Representa el mejor ejemplo de la convergencia entre las estrategias de Economía Circular y de Economía Azul, un punto de encuentro en el que las Consejerías de Transición Ecológica y Economía estamos poniendo todo nuestro esfuerzo conjunto.

Nos encontramos en el momento de la creación de un ecosistema robusto sobre el que sustentar la estrategia de la sostenibilidad y energías renovables. Es fundamental emprender este camino juntos entre el sector público y privado, uniendo a los diferentes agentes implicados para que ese sueño sea posible y perdurable en el tiempo. Un buen ejemplo es el trabajo conjunto que hemos desarrollado para ir todas las instituciones públicas de la mano junto al Clúster Marino Marítimo y a las empresas que componen la cadena de valor de la eólica marina a eventos como la “Wind Europe”, la feria internacional más importante de energía eólica marina. Hemos dado una respuesta ejemplar, unificada y completa a las demandas de países que se reunieron con nosotros como Dinamarca o Noruega, y también a empresas privadas internacionales que ven la oportunidad de trabajar con Canarias en ese desarrollo de la eólica offshore. Todo avanza positivamente para alcanzar el objetivo de convertir a Canarias en la primera región de España en albergar una subasta de creación de un parque eólico marino, tenemos una gran responsabilidad y la oportunidad para hacer historia.

Canarias, su economía y sus empresas, no se explican sin la internacionalización. ¿Qué cifras valoramos en estos momentos?



La internacionalización sigue siendo una prioridad para Canarias. Según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, desde el año 2000 hasta finales de 2022 las empresas exportadoras del archipiélago aumentaron de 1.474 a 7.800, lo que significa que la capacidad exportadora de las compañías canarias ha aumentado un 530%. Por otro lado, también ha crecido el importe de las ventas, de 873 millones de euros en el año 2000 a 3.275 millones en 2022, lo que refleja que cada vez hay más empresas con capacidad de exportar.

“La eólica marina constituye una de las mejores oportunidades que tenemos en Canarias para un desarrollo industrial de alto nivel y el camino idóneo hacia la descarbonización de la energía en nuestras islas”

Estas cifras demuestran el éxito de nuestras estrategias de internacionalización y el creciente reconocimiento de los productos y servicios canarios en el exterior. En Canarias tenemos un know how de alto valor, por ejemplo en el sector turístico o portuario, es por ello que, desde el Gobierno de Canarias, continuaremos acompañando a aquellas industrias que han mostrado ser competitivas en los mercados nacional e internacional para que puedan crecer y diversificar la economía canaria.

No hay que olvidar nuestra condición de puente tricontinental, nexo de unión entre

África, Europa y América. Nuestras históricas relaciones con África, la seguridad jurídica de nuestro territorio, nuestra capacidad institucional, formativa y talento, hacen de Canarias una región con un gran potencial para la internacionalización.

¿Podemos presumir los canarios de seguir teniendo unos de los mejores programas de internacionalización por parte de la administración? ¿Cuáles son las líneas de subvenciones y ayudas que mejor están funcionando?

Sin duda, nuestros programas de internacionalización están entre los más efectivos. Los programas que ofrecen subvenciones para la digitalización y la internacionalización de las pymes han tenido una acogida particularmente buena. Además, nuestras iniciativas de formación y capacitación y desarrollo de habilidades para empresas emergentes están teniendo mucho éxito por su impacto en la preparación de nuestras compañías para competir a nivel global.

Concretamente, nuestro programa “Canarias Aporta”, apoya a las empresas con una subvención del 50% y las acompaña en la promoción, implantación y en la asistencia a eventos de interés. Este año hemos apoyado a 92 empresas, después de recibir el doble de solicitudes que en el ejercicio anterior. También contamos con iniciativas como “TENDERboost”, en colaboración con las cámaras de comercio, a través del cual asesoramos a las empresas en todo tipo de licitaciones nacionales e internacionales y las acompañamos en el proceso. Con este programa, en 2023 ayudamos a 207 empresas.

Son solo dos ejemplos de las múltiples acciones que lleva a cabo la Viceconsejería de Economía e Internacionalización a través de PROEXCA, que se complementan con el desarrollo de planes sectoriales, la digitalización de la industria a través del programa e-Canarias, o el trabajo que hacemos con operadores logísticos para superar las dificultades con las que se encuentran las industrias del archipiélago para impulsar el posicionamiento de los productos canarios en el exterior.

Me gustaría destacar también nuestros dos programas clave en la internacionalización de las mujeres canarias empresarias, como nues-

tra asistencia a WeConnect en Toledo, donde acompañaremos a 5 empresarias canarias, y en septiembre a WeConnect en París con mujeres emprendedoras.

Y si nos centramos en aquellos países con los que mejores relaciones tenemos para acoger a nuestras empresas, ¿cuáles serían?

Los destinos dependen según los sectores concretos. En la última edición de nuestro programa “Canarias Aporta” se ha dado la libertad a las empresas de elegir los destinos que consideraban de su interés y se ha mostrado que los principales mercados son Estados Unidos y Europa, concretamente Alemania, Reino Unido e Italia, además de su expansión al resto de nuestro territorio nacional.

Pero también estamos expandiendo nuestras conexiones con África y Latinoamérica. Marruecos, Senegal, Gambia, Cabo Verde o Mauritania son mercados históricamente relacionados con el tejido empresarial canario por nuestra ubicación geográfica, mientras que países como Colombia, México, Perú o Argentina representan una magnífica oportunidad por nuestros lazos culturales, sociales y lingüísticos con un mercado que cuenta con una población de más de 600 millones de habitantes y en el cual contamos ya con grandes casos de éxito.

¿Y los sectores que mejor están funcionando a la hora de la internacionalización?

Sectores más innovadores, como el audiovisual y los videojuegos, el tecnológico, la economía azul y las energías renovables, están mostrando un crecimiento cada vez más consolidado y sostenido.

Pero, además, seguimos impulsando sectores más tradicionales de la economía canaria, como el turístico, que sigue siendo un pilar clave, no sólo en términos de ingresos, sino también como un escaparate de nuestras capacidades y atractivos a nivel internacional, al igual que el industrial agroalimentario y el marino – marítimo, entre otros.

Desde la Viceconsejería trabajamos a través de Proexca diariamente para identificar a los nuevos sectores estratégicos, en función del movimiento de los diferentes mercados, y para adaptarnos a ellos mientras fortalecemos un tejido empresarial canario acorde a las demandas internacionales.

A modo de conclusión me gustaría que nos comentara cuáles son los principales retos que tiene el Gobierno de Canarias en el plano económico, así como sus objetivos desde la Viceconsejería.

Nuestros principales retos incluyen continuar apostando por la diversificación y competitividad de nuestra economía, garantizando como premisa ineludible la sostenibilidad de nuestro territorio.

Desde la Viceconsejería hemos iniciado diferentes itinerarios de apoyo tanto a PYMES como autónomos al objeto de acompañarlos en todas las etapas de madurez de su desarrollo, desde el inicio de su actividad hasta su consolidación, incluso hasta el momento de emprender el camino hacia su internacionalización como forma de incrementar su volumen de negocios más allá de nuestro territorio.

Nuestro gran objetivo es garantizar que todos los canarios puedan desarrollar en nuestras islas su idea de negocio, que puedan trabajar globalmente desde Canarias, todo ello en torno a sectores y actividades económicas con un desarrollo productivo y sostenible de nuestro entorno.

CEOE Tenerife y Cabildo de Tenerife mantienen su compromiso con el desarrollo empresarial de la Isla con el lanzamiento de “Red Tenerife Mentoring, 2024”

RED TENERIFE MENTORING, 2024

Programa de mentorización gratuito para autónomos/as y empresas.



Mentorizaciones



Webinars



Encuentros con empresarios



Networking



Llámanos
699 297 354

INSCRÍBETE



de diversos sectores, preparados para ofrecer orientación y conocimientos en todas las áreas esenciales de gestión empresarial. Este amplio espectro de expertos/as garantiza que cada emprendedor/a y empresa participante reciba un acompañamiento personalizado y de alta calidad, adaptado a sus necesidades específicas y objetivos de crecimiento.

Este programa está especialmente diseñado para empresas en sus primeras etapas de desarrollo, así como para aquellas en proceso de transformación o relevo generacional, sin excluir ningún sector.

Las empresas participantes se benefician de manera significativa, obteniendo ventajas como aceleración del crecimiento, ampliación de redes de contacto, mejora en liderazgo, aumento de motivación, retención de talento, desarrollo estratégico y un incremento en productividad y competitividad. El programa se enriquece con actividades complementarias como entrevistas con empresarios/as destacados/as, networking y webinars, diseñados para facilitar la identificación de oportunidades y establecer conexiones estratégicas con instituciones clave.

El compromiso de CEOE Tenerife y el Cabildo de Tenerife con la mejora continua del tejido empresarial de la isla se manifiesta en este programa de acompañamiento experto, disponible para todas las empresas sin importar el sector de actividad. Aquellas interesadas en participar deben inscribirse a través del formulario disponible (escaneando el código QR de la imagen) o contactando directamente al teléfono 699 297 354. Aquellas inscripciones que no logren plaza quedarán en reserva para futuras convocatorias.

Para más información sobre cómo convertirse en parte de este viaje hacia el éxito empresarial sostenible, visite la página web de CEOE Tenerife: <https://ceoe-tenerife.com/mentoring-2/> (Sección MENTORING).

La Red Tenerife Mentoring (bajo el paraguas de la Red Mentoring Spain), es un programa de mentorización creado por CEOE Tenerife en colaboración con el Cabildo de Tenerife (Comercio

de Tenerife), para continuar su labor crucial de impulsar el desarrollo económico de la isla. A través de su enfoque integral, este programa se dedica a promover la diversificación económica y a reforzar la productividad y competitividad de las empresas

locales, enfrentando así el reto de renovar el modelo económico insular, tradicionalmente centrado en el turismo y la construcción.

La "Red Tenerife Mentoring" se distingue por contar con un equipo de más de 50 mentores/as especializados/as, provenientes



ASTRACAN
Asociación de Transportistas de Canarias
FENADISMER CANARIAS

**CONECTANDO RUTAS,
ENTREGANDO CONFIANZA**

📍 Recta de los Tarahales (frente al número 61)
35013 de Las Palmas de Gran Canaria

☎ 928 385 180 ☎ 638 277 774

🌐 www.astracan.org

► Durante la reunión se puso en valor la estrecha colaboración entre ambas instituciones y que han sido reforzados recientemente con la creación de una Comisión específica de Transferencia Universidad-Empresa en el seno de la CCE

El Comité Ejecutivo de la CCE se reunió el pasado 12 de abril, con el Rector de la ULPGC, Lluís Serra, y con Ana Suárez, Presidenta del Consejo Social de esta Universidad, y que estuvieron acompañados por Sebastián López y por María José Miranda, Vicerrector y Directora de Infraestructuras Científicas y Relaciones con las Empresas del Vicerrectorado de Investigación y Transferencia de la ULPGC, y Miguel Ángel Acosta, Secretario del Consejo Social de la ULPGC.

Encabezada por el Presidente de la CCE, Pedro Ortega, y con la presencia de José Cristóbal García, Vicepresidente Ejecutivo, la reunión del Comité Ejecutivo sirvió para reforzar la estrecha relación que mantiene la CCE con el ecosistema universitario y la importancia de la transferencia de conocimiento entre la universidad y las empresas de nuestra región, y en particular la pyme.

Una estrecha colaboración con la que nuestra Institución está firmemente comprometida y en la que recientemente se ha querido dar un paso más a través de la creación una Comisión específica de Transferencia Universidad-Empresa con la que se persigue favorecer las relaciones con el sistema universitario y mejorar la capacitación de nuestros trabajadores para adecuar los perfiles profesionales a las demandas reales del sector productivo, e impulsar los procesos de transferencia de conocimiento e innovación entre la Universidad y las empresas.

Dentro de este ámbito, este encuentro también sirvió de ocasión para explorar nuevas vías de colaboración público-privadas y acciones a potenciar entre las dos instituciones para el desarrollo de fórmulas y proyectos conjuntos que garanticen la aplicabilidad del conocimiento generado en el ámbito universitario y su traslado hacia los procesos productivos generadores de empleo y riqueza, tanto para las empresas ya existentes, o para



La CCE y la ULPGC fortalecen sus lazos de unión a través de un encuentro del Comité Ejecutivo con el Rector de la ULPGC y la presidenta de su Consejo Social



la creación de nuevas mediante el emprendimiento.

Finalmente, se expusieron los casos de éxito de las empresas ZEMPER, de iluminarias de emergencias, y Aerolaser Advanced System Technologies, que ofrece soluciones tecnológicas óptimas para la captura de información geoespacial, digitalización y sostenibilidad. Dos startups surgidas desde el sistema universitario y que son ejemplos ilustrativos de como desde el ámbito científico, tecnológico y académico pueden surgir nuevos productos, procesos o servicios, o incorporar mejoras en los ya existentes, y como estos pueden ser transferidos de manera exitosa hacia el tejido productivo y la economía real.

FACONAUTO

CANARIAS

Patronal de Concesionarios de Automoción de Canarias

Avda. Pintor Felo Monzón, 34 planta baja
35019 Las Palmas de Gran Canaria

+34 600 412 827
faconautocanarias.com





El presidente de la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife, Santiago Sesé, mantuvo en el mes de abril una reunión de trabajo con el viceconsejero de Formación Profesional y Cualificaciones Profesionales, Francisco Rodríguez, y Alfredo Espinosa, director general de Cualificaciones Profesionales, con el objetivo establecer nuevas líneas de colaboración entre ambas instituciones de cara a establecer una estrategia conjunta que impulse y refuerce esta modalidad formativa.

La FP Dual tiene como objetivo final adaptar los perfiles profesionales a la demanda real del mercado laboral poniendo en contacto directo a empresas y estudiantes. Una línea de trabajo que aspira a seguir generando alianzas colaborativas entre las empresas y las instituciones públicas.

El presidente cameral destacó la “importancia” de dar a conocer al tejido empresarial el funcionamiento y los beneficios de incorporar a su estructura estudiantes en proceso de formación. “La apuesta por esta modalidad permite al empresariado formar desde el inicio a posibles trabajadores y trabajadoras, es una fórmula perfecta para modelar el talento de la población joven y redirigirlo a los objetivos y necesidades de las empresas”, ha señalado.

Por su parte, Rodríguez afirmó que “lo más importante es que cada uno ponga sobre la mesa su potencial, por un lado, el que tienen

La Cámara de Comercio y la Consejería de Educación estrechan lazos para impulsar la FP Dual en Canarias

► Esta modalidad formativa tiene como objetivo final adaptar los perfiles profesionales a la demanda real del mercado laboral poniendo en contacto directo a empresas y estudiantes

las cámaras, basado en esas relaciones con las empresas, una pata importantísima, sin lugar a dudas. Y, por otro lado, desde el punto de vista de educación, se tratar de equilibrar esa oferta formativa para dar una respuesta ajustada al sector empresarial formando a aquellos futuros trabajadores que necesitan con una excelente cualificación”.

Hasta ahora la Cámara viene ejecutando un programa que cuenta con la financiación del Fondo Social Europeo y del Cabildo de Tenerife. Una colaboración pública-privada que ha permitido asesorar a unas 150 empre-

sas de las cuales 126 cumplen con los requisitos para participar en esta modalidad, lo que supone el 84% de las empresas informadas y que aspira a seguir creciendo este año. “Cada vez son más las empresas - ha puntualizado Sesé - que juegan un papel fundamental en la capacitación de los futuros profesionales”.

Dentro de los servicios de FP Dual destaca el registro y seguimiento de las empresas asesoradas con la finalidad de dibujar un perfil de idoneidad según sus características y la de los propios estudiantes.

Además, se contemplan acciones diri-

gidas a la divulgación y/o información del programa y sus beneficios entre el tejido empresarial de las Islas. Asimismo, se mantiene una comunicación periódica con la Unidad de Gestión de la Cámara de España sobre la marcha del programa y las necesidades que vayan surgiendo.

Ventajas de la FP Dual

Se trata de un sistema educativo/formativo que permite trasladar los conocimientos técnicos al mundo laboral, una fórmula ideal para mejorar la empleabilidad de las personas siendo contratadas, en muchas ocasiones, al finalizar el periodo de formación práctica.

En lo que respecta a las empresas, la FP Dual les permite beneficiarse de profesionales formados de manera específica, en función de las características y desempeño del puesto de trabajo. Una forma sencilla y rápida de identificar perfiles profesionales que se pueden incorporar de manera inmediata a la empresa.

Servicios de la Cámara sobre FP Dual

La Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife ofrece asesoramiento general sobre el funcionamiento de esta modalidad educativa a las empresas interesadas en formar parte de ella. Asimismo, desde la institución se brinda apoyo para la formación de los tutoras y tutoras de empresa, figura que se encarga de velar por la correcta estancia de los estudiantes en la empresa, así como asesoramiento técnico para agilizar su implantación administrativa en la empresa.

Jornada FP Dual en el sector industrial

El próximo 16 de mayo la Cámara tiene previsto realizar una Jornada para impulsar la FP Dual en el sector industrial en colaboración con el Ayuntamiento de Candelaria, Caixabank Dualiza, ASINCA y Polgüimar, siguiendo así con su objetivo de impulsar esta modalidad formativa en el territorio.

Las empresas interesadas pueden contactar con: teléfonos: 922 100 406 / 922 100 400 o bien a través del mail: alutzardo@camaratenerife.es / info@camaratenerife.es



Luis Padrón: “La Cámara es una herramienta eficaz para las empresas y las administraciones públicas”



► El presidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria expuso una amplia radiografía de los proyectos, programas y servicios camerales

El presidente de la Cámara de Comercio de Gran Canaria, Luis Padrón, dio a conocer la amplia programación y los proyectos en los que está trabajando la Cámara, además de hacer un balance sobre los servicios que presta la institución cameral.

Luis Padrón explicó que en los últimos tres años la Cámara, que representa los intereses generales de más de 53.000 empresas grancanarias, ha gestionado exitosamente más de 500 millones de euros provenientes de las administraciones públicas. Además, están activos más de 25 programas y se han

realizado más de 3.600 asesoramientos en el último año.

El presidente de la Cámara aportó el dato del presupuesto para este año, que ha alcanzado la cifra de 5.727.351,34 €, duplicándose en los últimos tres años, y especificó: “este crecimiento se atribuye a una gestión eficiente de servicios y programas que responden a las necesidades cambiantes del sector empresarial, lo que evidencia que la Cámara es una herramienta eficaz para las empresas y las administraciones públicas”.

Por otro lado, explicó que en el ADN de la Cámara se encuentra la internacionalización de las empresas, siendo un instrumen-

to fundamental para la promoción exterior de la isla. En este contexto, la Cámara ha logrado consolidar la celebración de un gran evento económico internacional. El presidente recordó que en 2022 se celebró la Asamblea de Insuleur; y en 2023 el Primer Encuentro de Cámaras de Comercio Españolas y Africanas, con la participación de ocho cámaras de comercio africanas, 12 cámaras españolas y más de 100 empresas de ambos continentes.

Luis Padrón explicó que con motivo del encuentro de Cámaras Africanas, “el presidente de la Cámara de España nos encargó la creación de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio, y ya estamos trabajando en ello. Hace unas semanas nos reunimos con el presidente del Gobierno de Canarias, Fernando Clavijo para trasladarle el proyecto”.

Padrón, que se refirió al trabajo que realiza la Cámara para contribuir en la transformación digital de las pymes grancanarias, destacó el éxito de la gestión del Programa Kit Digital, en colaboración con Cámara de España y Red.es.

En el ámbito del turismo, las acciones se han enfocado en posicionar a Gran Canaria como destino turístico y favorecer la conectividad con otros mercados, especialmente en los emergentes. La Cámara y Excelcan, han firmado un convenio para la elaboración periódica de informes de coyuntura turística que analizarán de manera detallada los aspectos clave que influyen en el panorama turístico de Canarias, y que impactan directamente en la economía y el desarrollo de la región.

En cuanto a la oferta formativa que ofrece la Cámara, ésta cada vez se adapta más a las

necesidades empresariales, “demostrando nuestro compromiso con el crecimiento y desarrollo continuo de las habilidades empresariales”, según señaló el presidente de la Cámara, que aportó el dato de que en 2023, más de 460 alumnos se formaron a través de 48 acciones formativas.

Asimismo, Luis Padrón también se refirió al papel esencial desempeñado por la Cámara al fomentar la iniciativa emprendedora, a través de la Ventanilla Única Empresarial y del Servicio de Creación de Empresas. Se han atendido y asesorado a casi 1.400 personas para la creación de nuestras empresas en 2023 y a través de la Ventanilla Única Empresarial se han dado de alta a cerca de 500 empresas, y solventado más de 3.400 consultas.

Colaboración público-privada

Como entidad público-privada, la Cámara continúa con la gestión efectiva de ayudas, subvenciones, programas y proyectos dirigidos principalmente a las pymes, en colaboración con el Gobierno de Canarias y el Cabildo de Gran Canaria, así como por ayuntamientos locales. Entre ellas se destacan los Bonos Consumo Archipiélago y las subvenciones para impulsar la movilidad eléctrica del sector del Taxi. En este sentido, Luis Padrón señaló que éxito de esta colaboración se debe, por un lado, a la naturaleza jurídica de la Cámara, y por otro, a la rapidez en la gestión que nos caracteriza”.

Nuevas herramientas de comunicación

En cuanto a la comunicación la Cámara cuenta con nuevas herramientas que favorecen la interacción con las empresas, pymes y autónomos. En esta línea, Luis Padrón afirmó que “después de varios meses de trabajo ya hemos activado un nuevo portal web, nuestro principal canal de comunicación e interacción con nuestras empresas. No es solo un portal informativo, si no que a través de ella ofrecemos servicios, los cuales se irán incrementando en el futuro”.



Aquí se vive bien

Y es que nos gusta disfrutar de los buenos ratos y de un baño en el mar. Nos gusta un tenderete y comer bien, porque como se come aquí, no se come en ningún sitio.

Y es que somos únicos, como única es nuestra
PATA ASADA CANARIA 100% NATURAL





Cajasiete inaugura una nueva oficina en el centro de Madrid

La cooperativa de crédito canaria impulsa su presencia en la capital con la apertura de sus nuevas instalaciones en la Plaza del Conde del Valle Suchil en el distrito de Chamberí.

Cajasiete, con la inauguración de esta nueva oficina, diseñada con el concepto de Hogar Financiero, busca dar a todos los canarios desplazados a Madrid el servicio personalizado y de calidad que presta en las Islas, así como trasladar a los residentes en la capital su manera diferente de hacer banca.

El Hogar Financiero de Cajasiete se trata de un concepto de oficina acogedor en el que los clientes puedan sentir la comodidad y la calidez de su casa, así como la confianza y seguridad que necesitan de su entidad financiera.

La nueva oficina madrileña, que cuenta tecnología de última generación, ofrece una serie de espacios cuidados al mínimo detalle que harán sentirse muy cómodos y perfectamente atendidos a los clientes para que su estancia sea agradable al mismo tiempo que sus gestiones se resuelven de la manera más eficiente.

La oficina integra un equipo de grandes profesionales comerciales al frente del cual se encuentra su director, José Luis Ramos.

El acto de apertura de la que será la nueva sede de la cooperativa en la capital española estuvo encabezado por su presidente, Fernando Berge, y por el director general, Manuel del Castillo, quien destacó su deseo de que “esta nueva oficina sea la primera de las nuevas localizaciones de la entidad siempre sin perder su sentido, servir a las personas”.

No gana este país para disgustos y sobresaltos. Cuando ya casi nos acostumbrábamos a convivir en un clima de crispación social y política constante, el Presidente del Gobierno de España, Pedro Sánchez, se tomó cinco días para reflexionar acerca de una posible dimisión. Desconcertante. Como detonante de este paréntesis, o como gota que colma el vaso, una investigación judicial a su esposa, Begoña Gómez. Una denuncia presentada por Manos Limpias que, según varios juristas, tendrá poco recorrido.

¿Realmente pensaba dimitir el Presidente del Gobierno o simplemente era un toque de atención para recordar que hasta en la guerra hay límites? ¿Estrategia política? Probablemente nunca lo sabremos, pero jamás nos habíamos enfrentado a un periodo de reflexión presidencial de este calibre, de hecho, normalmente somos los ciudadanos de a pie los que reflexionamos antes de unas elecciones. Eso sí, estos cinco días han dado para debates que amenizaron programas de televisión, sobremesas y cafés. Al margen de la veracidad de sus intenciones o no, y de lo grave que nos puede parecer el ataque a familiares, un recurso por cierto utilizado por ambas partes los últimos meses, ¿puede permitirse un Presidente del Gobierno de un país poner en vilo a toda España y a sus instituciones durante cinco días? Rotundamente no, señor Presidente, no. Ya lo decía una amiga en una de esas sobremesas tertulianas hace unos días: el país por arriba de todo, sus responsabilidades como presidente deben ser lo primero y las reflexiones personales deben hacerse en la más estricta intimidad, como hacemos el resto. Pues eso.

Sin embargo, no solo vengo a escribir este mes acerca de Pedro Sánchez y de su periodo de reflexión. Este episodio, o más bien su desencadenante, viene a consumir una tendencia de los últimos meses marcada por las denuncias y comisiones de investigación. Hace dos meses aproximadamente saltaba

El circo

la noticia de la denuncia de La Fiscalía a la pareja de Ayuso por defraudar 350.951 euros a Hacienda, presuntamente. Más de lo mismo. Declaraciones, reproches de un lado y de otro, querellas, investigaciones y más show. Pero no olvidemos que allá por febrero también estalló el caso Koldo, situación que propició que muchos políticos y presidentes de distintas Comunidades Autónomas durante la anterior legislatura contuvieran el aliento. También Ábalos, que incluso concedió entrevistas en *prime time*. Copio y pego: Declaraciones, reproches de un lado y de otro, querellas, investigaciones y más show.

Estamos en el quinto mes del año y, que yo recuerde, vamos por tres episodios de relativa similitud, espero me entiendan. Una telenovela, un partido de tenis, un juego del *pillapilla*. Llámelo como quieran. Un espectáculo y un circo político, ni más ni menos.

Vaya por delante que, por supuesto, todos los hechos delictivos o fraudulentos deben ser investigados, denunciados o perseguidos, faltaría más, máxime cuando se trata de un cargo público o alguien de su entorno que se beneficia, él o su empresa, de la posición de su familiar para aumentar su patrimonio o encontrar más facilidades presupuestarias. Sin embargo, empiezo a tener la sensación de que todo este intercambio de denuncias de la izquierda a la derecha, y viceversa, evita que aquellos que hemos elegido (y a los que además remuneramos) con el fin de que dirijan nuestras instituciones, pongan el foco en los asuntos verdaderamente importantes para la ciudadanía. Mientras Pedro Sánchez se retiraba a reflexionar en sus aposentos, miles de españoles no llegaban a fin de mes, miles de autónomos no pudieron pagar sus facturas y miles de familias han dejado de comer carne, pescado o aceite de oliva virgen extra porque los salarios solo dan para comprar arroz, pasta y

pan. Mientras presentan denuncias de un lado y de otro, España sigue pasando por una sequía histórica sin un Plan Hidrológico Nacional y con más restricciones de agua que nunca en muchas partes de nuestro territorio. Mientras se preocupan por ver quién presenta más actos reprochables en las Comisiones de Investigación, la vivienda sigue subiendo y deja a muchos españoles sin un céntimo en el bolsillo después de pagar el alquiler mensual de un “cuchitril” de una habitación por 1.200 euros. Mientras ellos siguen con el circo y el espectáculo de la gresca política a la que, inevitablemente, parece que nos vamos acostumbrando, los españoles con vidas sencillas, seguimos teniendo los mismos problemas, solo que más graves, pues nuestros políticos, aquellos que deberían estar estrujando sus cerebros para ayudarnos, están (y perdóneme la expresión tan coloquial) tirándose de los pelos unos a otros.

Reconozco que estas líneas están inusualmente marcadas por la irritación y el disgusto, pero resulta indignante ver a muchas familias luchando, y a tantas empresas tratando de pagar sus nóminas y seguir creciendo, mientras la clase política parece tener solo el objetivo de bombardear constantemente a los contrincantes. Un empleado cualquiera no puede tomarse unos días de reflexión por motivos personales y un autónomo a duras penas puede denunciar a un proveedor que lo ha estafado porque tiene que emplear el tiempo en trabajar más para tapar ese agujero. ¿Por qué los políticos tienen todo el tiempo del mundo para reflexionar y denunciarse entre sí? Estamos agotados de tantas querellas, de tanto reproche, de tantos pseudo artículos periodísticos desprestigiando unos y a otros, familiares incluidos. Los de aquí abajo tenemos problemas reales.

Un clima así jamás favorecerá el desarrollo social y económico, la economía necesita de una estabilidad que, nuestros políticos, no propician en estos momentos.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Canarias

OPINIÓN

ALONSO FERNÁNDEZ
SECRETARIO GENERAL DE ASUICAN

in Alonso Fernández

Las recientes manifestaciones en Canarias han puesto de manifiesto un malestar social que, si bien algunos asocian directamente con el turismo, esconde raíces más profundas. Los problemas que aquejan a las islas son multifactoriales y abarcan una amplia gama de aspectos.

Infraestructuras obsoletas y congestión

Un punto álgido es el estado de las infraestructuras, especialmente las carreteras. Muchas de ellas, con 45 años a sus espaldas, no están diseñadas para soportar el aumento de la población, lo que genera congestiones y atascos que lastran la calidad de vida de los residentes.

Vivienda asequible: un bien escaso

A esto se suma la acuciante falta de vivienda asequible. La población de Canarias ha crecido de forma constante en las últimas décadas por su propia evolución natural. Sin embargo, la construcción de nuevas viviendas

Las sinergias entre el sector turístico y los supermercados: una colaboración hacia el éxito mutuo

no ha seguido el mismo ritmo, lo que ha generado una escasez de oferta.

La promoción de viviendas oficiales para personas desfavorecidas ha disminuido, a la par que la oferta privada. A lo que se suma la excesiva normativa urbanística y escasez por tanto de suelo edificable, la cual agrava la situación, disparando los precios de los alquileres.

El turismo, un pilar fundamental para la economía local

Cabe indicar que la superficie dedicada al turismo en Canarias representa entorno al 4% del territorio total. Una cifra que no parece indicar una problemática de ocupación excesiva del suelo.

Además, no podemos negar el papel crucial que ha desempeñado el turismo en el desarrollo económico y social de las Islas Canarias. Antes de la llegada del turismo, la economía local dependía en gran medida de unas pocas empresas industriales (hoy prácticamente extinguidas) y de una agricultura y la pesca, que en la mayor parte eran de subsistencia, siendo además sectores con niveles



de renta más bajos. La actividad turística ha generado dinamismo económico y creado numerosos puestos de trabajo, beneficiando a la población canaria en general no solo al sector hotelero sino a toda una cadena de actividades empresariales dependientes. La mayoría de los habitantes dependemos de este sector, ya sea de forma directa (trabajando en hoteles, restaurantes, actividades de ocio, etc.) o indirecta (en sectores como la industria, la construcción, el transporte o la agricultura que abastecen al turismo).

Impacto del turismo en los supermercados

El turismo tiene un impacto significativo en los supermercados de las islas. Durante la pandemia, el cierre de hoteles y la restricción de viajes generaron un desplome entre otros de la demanda de productos alimenticios, lo que afectó considerablemente a este sector.

Sin embargo, en condiciones normales, el turismo representa un factor importante para los supermercados. Los turistas generan un consumo adicional de manera individual, sumado al de los residentes, a la vez

que de manera colectiva en la que muchos supermercados suministran alimentos a los hoteles.

Colaboración para el desarrollo local

Los supermercados de Canarias no solo benefician al turismo facilitando al turista el consumo de productos, sino que también contribuyen activamente al desarrollo de la agricultura y la industria local. Promueven la venta de productos frescos y elaborados de las islas, tanto en sus tiendas ubicadas en zonas urbanas como en las turísticas.

Esta colaboración entre supermercados y productores locales no solo beneficia la economía local, sino que también permite a los turistas conocer y degustar la gastronomía canaria. En este sentido, la colaboración y el desarrollo de sinergias entre ambos sectores resultan fundamentales para el éxito mutuo y el impulso de la economía local.

Una visión compartida: el bienestar del visitante

Tanto el sector turístico como el de los supermercados comparten un objetivo común: ofrecer a los visitantes la mejor experiencia posible durante su estancia en las islas. Los turistas buscan no solo un alojamiento confortable y actividades atractivas, sino también una amplia variedad de opciones gastronómicas que les permitan disfrutar de la cultura y los sabores locales. Por su parte, los supermercados, como puntos de venta esenciales para la población local y los turistas, juegan un papel crucial en la provisión de alimentos frescos, productos de calidad y experiencias de compra agradables.

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: José Luis Martínez

Maquetación: Amidi Agencia

Contacto: publicidad@tribunadecanarias.es

redaccion@tribunadecanarias.es

nº 48 | Depósito Legal TF 231-2020

Imprime: TFPINT, S. L.

«Las apuestas están abiertas, participa en el emocionante juego de la diversificación en forma de inversión. Deja que tu dinero produzca por ti. Sácales el máximo rendimiento a tus ahorros y si no dispones de ellos, pídelo prestado... ¡pero no dejes que los chollos pasen de largo, no seas un paria!»

Este podría ser el mensaje de cualquier influencer tipo coach que, a base de repetir una y otra vez un mensaje de éxito basado en el conformismo, la voluntad y la gallardía, incentivan a jóvenes, y no tan jóvenes, a asumir riesgos en la vida.

Y no es que no comparta la filosofía de una proactividad basada en estos principios, pero sí cuestiono el hecho de llevarlo a cabo sin medir o ser consciente de los riesgos reales que se están asumiendo, las probabilidades de éxito y las posibles consecuencias en caso de que existan desviaciones sobre el resultado esperado. Es decir, sin controlar o entender el ecosistema en el que has decidido participar.

Como sociedad tendemos a olvidar con facilidad y más aún cuando tenemos ante los ojos un suculento botín. Podríamos hablar de la *tulipomanía*, esa historia de flores y frenesí. Y no me refiero al concepto de burbuja que se generó por saturación del propio mercado, si no al factor desconocimiento que la provocó.

Me voy a permitir la licencia de ser especialmente sintético en la narración de los hechos, e invitar a aquellos lectores que no conozcan la historia a estudiar el tema de forma detallada, el hecho histórico lo merece.

Todo empezó a principios del siglo XVII. El Reino de los Países Bajos comienza a ser un referente en el comercio marítimo con Oriente y esta prosperidad comercial se traduce en la generación de nuevas y grandes fortunas. En esos tiempos la alta sociedad no tenía la posibilidad de hacer alarde de su riqueza paseando en sus caros super deportivos o atracando sus ostentosos yates en los puertos más chic de Europa.

La única forma de hacerlo era a través de sus imponentes mansiones y sus exclusivos jardines, cuidados y tratados de forma exquisita; siendo muy conscientes de que era un indicador de estatus. Debido a esta obsesión por mostrar el nivel de bienestar de las altas esferas se genera un gran interés por una exótica flor en particular, el tulipán. Como ocurre siempre que un bien genera interés y, por tanto, demanda, se crea todo un entramado comercial con la intención de participar de las ganancias generadas en el sector. El nivel de especulación fue tal, que se llegó a pagar el valor de una casa por un solo tulipán.

Esta historia cuenta con todos los elementos propios de lo que hoy conocemos como «burbuja financiera»: rápida escalada de los precios, especulación, participación de un



Tulipanes, papas y bitcoins



OPINIÓN

JAVIER VIRUEL
SOCIO DE AUDAZIA Y
CEO DE BNBDAYS

in Javier Viruel Rivera

X @ViruelJavier

gran espectro de la población, venta de futuros en forma de bulbo de tulipán que no florecería hasta pasado un tiempo, etc. Pero esta burbuja tenía una particularidad más, uno de los motivos que hizo de este un mercado especialmente especulativo y volátil. Tenía que ver con la incertidumbre generada por la variación que sufrían algunos tulipanes cultivados en los Países Bajos que mostraban una apariencia multicolor, lo que suponía un aumento de exotismo y, por tanto, de su precio.

Años más tarde, se descubrió que la causa de este fenómeno era un parásito de la flor que transmitía un tipo de virus y provocaba alteraciones cromáticas.

Todo esto me lleva a reflexionar sobre los agentes que participaron en el hecho histórico... Tuvieron que enfrentarse a un entorno con todos los ingredientes de un escenario especulativo, con elementos sobre los

que tenían control y sobre los que no, sobre todo, y lo más preocupante, con elementos de los que desconocían su existencia y tenían un gran impacto sobre el mercado.

Como individuos coherentes y racionales, si nos propusiesen ser agricultores e invertir en la producción de dos posibles activos, por ejemplo, tulipanes y papas, lo primero que haríamos sería entender los procesos productivos de cada opción, valorar la complejidad de cada producto y la posible ratio de retorno. Y lo más importante, tomaríamos consciencia de la complejidad de cada uno de los sistemas productivos y valoraríamos si tenemos los conocimientos, destrezas y habilidades necesarias para poder llevar a cabo esta misión con ciertas garantías de éxito.

Existen «mercados tulipán»: productos basados en nuevos desarrollos tecnológicos, que están de moda, son mediáticos, auguran importantes rendimientos y cuyo exceso de información genera una falsa sensación de tener un conocimiento real sobre su funcionamiento. A estas alturas, todos estamos familiarizados con las criptomonedas: la minería, la aplicación del *blockchain*, los *halving* y otros conceptos relacionados. Pero son pocos los que tienen un conocimiento real sobre los factores que condicionan el devenir de este mercado y están midiendo de forma fiable el riesgo que asumen, porque son conocedores y conscientes de los «parásitos» que pueden alterar el resultado.

Cultivar tulipanes puede parecer más «glamuroso» que sembrar papas, pero participar en un mercado como el de las criptomonedas requiere de una mayor preparación, conocimiento y dedicación para minimizar los riesgos inherentes a cualquier inversión.

Emprende, invierte, ábrete a nuevos horizontes, pero previamente medita bien si esos horizontes son para ti papas o tulipanes y sé consecuente.

Unos y Ceros

¡Que viene el lobo!

OPINIÓN

JORGE ALONSO
DIRECTOR DE CONSULTORÍA IT
VELORCIOS GROUP

in Jorge Alonso

X @jalonso_VG



Hace unos días vi en una parada de guaguas un anuncio de publicidad de AliExpress. No sé muy bien por qué, pero lo cierto es que me impactó. ¿Quién podía imaginar hace 10 años que llegaríamos a ver un cartel de una tienda online china en una parada Guaguas de nuestras Islas?

Creo que la imagen representa muy bien la revolución disruptiva que la digitalización ha supuesto para la sociedad. Según veía el cartel me vinieron a la cabeza algunas ideas y flashes que me gustaría compartir.

Recordé la primera vez que compré en la web china con más fe que certeza, porque pensaba que, muy probablemente, el pedido nunca llegaría y perdería el dinero. Lo cierto es que tardó meses en llegar y la calidad del producto no era muy buena, pero no quise perderle la pista al comercio y sigue comprando. Poco a poco, con los años la experiencia de usuario fue mejorando notablemente.

Pensé en los más mayores y en cómo a lo largo de su vida habían pasado de comprar durante su juventud en una tienda de "aceite y vinagre" que apuntaba la cuenta en una libreta, y el esfuerzo que habían tenido que realizar para adaptarse al mundo de internet y usar medios de pagos digitales.

Pensé en el pequeño comercio local y en la famosa fábula que decía aquello de "¡Que viene el lobo!". Pues el lobo llegó y no sería por no haber avisado con tiempo. Hoy nuestras tiendas compiten con el gigante chino en una batalla que se parece mucho a la de David y Goliat.

Pensé en cómo en tan pocos años había mejorado la logística mundial para que un paquete que viene de China llegue a Canarias en unos tiempos y condiciones razonables. No olvidemos que estamos a 1.500 km del territorio peninsular.

Pensé en lo difícil que les resulta a las empresas canarias vender fuera de las Islas y que la situación no es justa y está totalmente desequilibrada. Cada día se hace más evidente la necesidad de disponer de un escenario donde todos tengamos las mismas oportunidades.

Pensé que el lugar de este cartel, hasta hace muy poco tiempo, lo ocupaba la publicidad de unos grandes almacenes con tiendas en toda España. Esos mismos grandes almacenes que hoy cierran locales y buscan salidas a un modelo de negocio que se quedó caduco.

El cartel de AliExpress es solo un ejemplo de todo lo que nos está cambiando este mundo digitalizado y globalizado. Hoy vemos con total normalidad una publicidad de HBO Max, Netflix, Prime Video... dando por hecho que quien pasea por la calle sabe de qué estamos hablando.

Siempre digo que donde aparecen los 1 y 0 todo ocurre más rápido y con más intensidad. Cuesta seguir el ritmo y es imposible estar al día de todos los cambios que se suceden de una manera frenética, pero debemos seguir surfando la ola e intentar no quedarnos fuera de esta partida que solo acaba de empezar.

Como dijo el filósofo francés Jacques Ellul hace más de un siglo: "Piensa globalmente y actúa localmente". Una frase que hoy, con la digitalización, tiene más sentido que nunca.

¡Toca seguir andando el camino porque lo que viene es apasionante!

Re-Evolución. Liderazgo en el Siglo XXI: Entre la Coherencia y la Autenticidad



OPINIÓN

PRESEN SIMÓN

DIRECTORA DE
TRANSVERSALIA CONSULTING

in Presen Simón Rael

En un mundo empresarial cada vez más dinámico y desafiante, los/as líderes enfrentan retos significativos que demandan no sólo alcanzar objetivos, sino también elevar la calidad de su liderazgo.

Actualmente, la coherencia emerge como una carencia crítica y un desafío sustancial en la dirección moderna, siendo fundamental para forjar confianza dentro de las organizaciones y equipos.

La sisifemia, un término acuñado para de El liderazgo efectivo en este siglo se centra en ser genuino/a y auténtico/a, lo cual implica una alineación sólida entre lo que los/as líderes piensan, dicen y hacen. Esta congruencia es crucial no solo para la construcción de confianza, sino también para inspirar y motivar a los equipos hacia el logro de metas compartidas. Los/as líderes que exhiben esta coherencia son vistos como confiables y respetados, ya que sus acciones y palabras están sincronizadas, y actúan como un modelo a seguir dentro de la organización.

Los desafíos actuales del liderazgo incluyen también la gestión de emociones y la comunicación efectiva. Y es que, la gestión emocional en el liderazgo no es un lujo, sino una necesidad imperativa en la era moderna.

Un/a líder que domina esta habilidad no solo mejora su desempeño y el de su equipo, sino que también contribuye a la creación de una organización más adaptativa, innovadora y resiliente.

Lidiar con las emociones en el liderazgo es más que solo mantener a raya nuestros propios berrinches; es un pilar clave que realmente sostiene la integridad y autenticidad de dirigir un equipo. Hoy en día, con el ritmo frenético y las presiones del entorno laboral, saber gestionar las emociones, si eres líder, es esencial para no solo mantener a tu equipo a flote, sino también para asegurarte de que todos reman en la misma dirección.

En el espacio de trabajo, si el/la líder maneja bien sus emociones, crea un lugar donde todas las personas del equipo se sienten seguras para lanzar ideas, cometer errores y hablar abiertamente. Esto es oro puro para fomentar la innovación y la adaptabilidad. En tiempos de crisis, mantener la calma y transmitir optimismo puede hacer maravillas por la moral del equipo, ayudándolos a seguir adelante sin caer en el pánico colectivo.

Las relaciones son otro gran tema. Ser un/a líder con inteligencia emocional ayuda a construir y mantener relaciones de trabajo fuertes y significativas. Ser empático/a y atento/a a lo que necesitan los/as colaboradores/as puede fortalecer el compromiso y la lealtad, haciendo que todos se sientan parte de algo especial.

Y, en este contexto, la comunicación es clave. Si estamos en sintonía con nuestras emociones, sabremos exactamente cómo y cuándo decir las cosas para motivar a tu equipo o calmar las aguas cuando las cosas se ponen tensas. Elegir las palabras y el tono correcto puede evitar malentendidos y conflictos, y eso siempre es un plus. No cabe duda que es imperativo mantener una comunicación clara y constante que no solo transmita información, sino que también refuerce la visión y los valores de quienes ejercen el liderazgo y de la organización.

Hablemos ahora de confianza y credibilidad. Si nuestras acciones y emociones están alineadas, la gente nos verá como alguien confiable y coherente. Esto es muy importante porque, con honestidad, nadie quiere seguir a un/a líder que dice una cosa y hace otra.

No cabe duda de que, la autenticidad en el liderazgo, requiere un conocimiento profundo de uno/a mismo/a y una reflexión continua sobre las propias motivaciones y valores. Los/as líderes deben estar dispuestos/as a reconocer sus vulnerabilidades y aprender de sus errores, aspectos que son fundamentales

para conectar genuinamente con sus equipos y guiarlos con eficacia.

John Donahoe, presidente de eBay, pronunció las siguientes palabras: “El liderazgo es un viaje, no un destino. Es una maratón, no una carrera de velocidad. Es un proceso, no un resultado”. Sabias palabras. Lo que realmente moldea el estilo de liderazgo no es solo lo que aprendimos en los seminarios o los libros que devoramos; es nuestro rollo de vida entero, nuestras experiencias y la influencia nuestros padres, los profes del cole o la persona que nos entrenaba en nuestra actividad deportiva favorita. Todo ese combo ha tenido un papel vital en lo que hemos llegado a ser. Pensémoslo. Nuestra vida debería ser una peli de esas que no podemos dejar de ver, no solo un montón de selfies sin conexión. Cada cosa que nos pasa, buena o mala, nos abre algunas puertas y nos cierra otras, ¿cierto?

Bill George, gurú del liderazgo y reconocido profesor de Management Practice en la Universidad de Harvard, nos habla sobre cómo encontrar nuestro propósito, conocernos de verdad, seguir nuestra pasión y manejar nuestras relaciones con mano maestra. No es el primer profeta en el desierto hablando de mirarnos el ombligo para conectar mejor con otras personas, y definitivamente no será el último. Pero, ¿saben qué? A veces nos quedamos atascados/as en la teoría y nos cuesta un mundo poner esto en práctica. Nos enredamos pensando qué significa realmente conocerse a sí mismo/a y desarrollarse, y ahí nos quedamos, divagando entre lo que SOMOS y lo que HACEMOS, como si pudieran separarse tan fácilmente.

Lo que realmente necesitamos es autenticidad, lanzarnos a vivir lo que predicamos. Y para eso, primero tenemos que enfrentar nuestros propios fantasmas:

- Miedo a que nos vean tal como somos, con todos nuestros fallos.
- Terror a fracasar y no cumplir los ob-

jetivos... porque claro, ¿quién quiere fallar?

- Pavor al cambio, a salir de esa zona cómoda aunque esté más gastada que sofá de consultorio.

- Angustia por perder lo que creemos que ya hemos conseguido, como si la vida fuera un juego de sumar y nunca perder.

Cuando somos conscientes de estos miedos, podemos empezar a ver las cosas desde otra perspectiva, con nuevos ojos que realmente valoran a la persona por completo, con todos sus miedos, creencias y barreras.

En mi día a día, puedo observar a líderes que no se atreven a cambiar su forma de hacer las cosas, a menos que vean un beneficio claro para ellos/as, para su gente y para la empresa. Pero aquí está el quid de la cuestión: ¿qué más podríamos lograr si realmente nos conociéramos a nosotros/as mismos/as y a los/as demás? ¿Qué podríamos alcanzar si establecemos esa conexión real con nosotros/as mismos/as y con los/as demás/as? Las respuestas son: mayor conciencia, autenticidad, coherencia, libertad y responsabilidad tanto para el/la líder como para su equipo.

Liderar con autenticidad y coherencia es ver y entender tanto a uno/a mismo/a como a las demás personas, es poner la voluntad de servir por encima de nuestras propias necesidades de ego y reconocimiento personal. Porque al final del día, el verdadero crecimiento y desarrollo vienen de elevar a los/as demás, no solo a uno/a mismo/a.

En conclusión, el liderazgo en el siglo XXI se define por la capacidad de un/a líder para ser coherente y auténtico. Este enfoque no solo mejora el desempeño organizacional, sino que también fomenta un ambiente de trabajo más integrado y motivador. Los/as líderes que practican lo que predicamos y mantienen una alineación constante entre sus palabras y sus actos están mejor equipados/as para enfrentar los retos de un entorno empresarial en constante cambio y para liderar con éxito hacia el futuro.



Construir una marca personal es un viaje emocionante y desafiante que implica mucho más que solo promocionarse a uno mismo; es la creación de una imagen pública que refleja tus valores, habilidades y pasiones. Indudablemente, existen muchos errores que puedes cometer con tu Marca Personal. Incluso el señor guapo y elegante que aparece en la foto de este artículo, ha cometido algunos errores en su marca personal. Algo que nunca debes hacer con tu marca personal es tratarla como un juguete viejo y olvidado, dejándola acumular polvo en el olvido de Internet. Imagina que tu marca personal es como un jardín: si no lo cuidas, las malas hierbas crecerán, las flores se marchitarán y darás una mala impresión.

Lo primero que debes tener en cuenta es definir en qué etapa se encuentra tu Marca Personal. Podrías clasificarlas según el estatus de tu marca personal. Si estás en lo que denominó la “fase de descuido” (cuando no has hecho nada sobre tu marca personal), en la fase de construcción o en la fase de gestión, hay errores obvios y no tan obvios que debes conocer para corregirlos. Tanto tu imagen personal como tu reputación, forman parte esencial de tu Marca Personal. Si no las gestionas adecuadamente, es posible que no puedas revertir los efectos negativos que pudieran aparecer.

Lo peor que puedes hacer con tu Marca Personal es descuidarla o ignorarla por completo. La existencia de la marca personal está implícita en tu propia existencia como ser humano. Lo quieras o no, tus acciones definen tu reputación personal y profesional, lo que indudablemente afecta a tu marca personal.

¿Cómo evitar errores en tu Marca Personal?

Lo peor que puedes hacer con tu marca personal

OPINIÓN

JORGE NAVARRETE PRADO
BRAND PERSONAL

 Brand Personal



Aquí hay algunas acciones que debes evitar:

1. Falta de coherencia: Si no mantienes una imagen coherente en todas tus interacciones y plataformas, confundirás a tu audiencia y debilitarás tu marca personal. Es importante mantener una identidad sólida y consistente en términos de voz, valores y apariencia. Si te conviertes en un camaleón cambiante, alterando tus valores y tu imagen cada cinco minutos para agradar a todos, terminarás confundiendo a tu audiencia más que un turista sin mapa.

2. Descuido de la presencia en línea: En la era digital, es esencial tener una presencia en línea sólida y cuidada. Ignorar o descuidar tus perfiles en redes sociales, un sitio web profesional o un blog puede enviar un mensaje de falta de compromiso o desinterés hacia tu marca personal. Otro error común es el uso inconsistente de nombres de usuario en diferentes plataformas, lo que puede dificultar que la audiencia encuentre y reconozca tu marca personal.

3. Contenido inapropiado o poco profesional: Compartir contenido irresponsable, inapropiado o de baja calidad puede dañar tu reputación y dañar la percepción de tu marca personal. Es importante mantener un estándar de calidad y asegurarte de que el contenido que compartes sea relevante y dirigido específicamente a tu audiencia. Del mismo modo, descuidar el networking y la interacción con otros profesionales puede limitar las oportunidades de crecimiento y colaboración.

4. Falta de autenticidad: Intentar ser alguien que no eres o fingir conocimientos que no tienes puede perjudicar tu marca personal a largo plazo. La autenticidad es fundamental para construir relaciones genuinas y generar confianza con tu audiencia. Es mejor ser honesto y transparente sobre tus habilidades y conocimientos. La falsedad se nota a leguas. No ser auténtico o consistente puede llevar a una desconexión con tu audiencia, lo que eventualmente podría erosionar la confianza que han depositado en ti.

5. Falta de actualización y aprendizaje: Si no te mantienes al día en tu campo de especialización y no te esfuerzas por aprender y crecer, tu marca personal puede volverse obsoleta. Es importante invertir en tu desarrollo personal y profesional para mantener

la relevancia y el valor de tu marca personal. No se concibe una marca personal desactualizada. En el mundo digital, esto se traduce en no actualizar tus habilidades, ignorar las tendencias actuales, y dejar que tu presencia en línea se vuelva tan obsoleta como un VHS en la era del streaming.

6. Ignorar las opiniones y comentarios de tu audiencia: Tu audiencia es fundamental para el éxito de tu marca personal. Ignorar o menospreciar las opiniones, comentarios y preguntas de tu audiencia puede alienar a las personas y dañar tu reputación. Es esencial escuchar activamente, responder y participar con tu comunidad. Eso sí, manteniendo tus valores y tus principios intactos.

7. Dependencia de las plataformas digitales. Carecer de un plan de contingencia para cambios en algoritmos o tendencias, puede dejar a tu marca personal en una posición vulnerable. Además, no diversificar los medios de comunicación puede limitar el alcance y la influencia de tu marca. Es por ello que siempre recomiendo tener una página web, cuyos contenidos y mensajes dependan solo de ti.

Recuerda que construir una marca personal sólida requiere tiempo, esfuerzo y coherencia. Construir una marca personal fuerte es un maratón, no un sprint; requiere paciencia, consistencia y un poco de amor propio, no solo selfies. Evitar estas acciones perjudiciales y centrarte en cultivar una imagen auténtica, profesional y relevante te ayudará a construir una marca personal fuerte y exitosa.

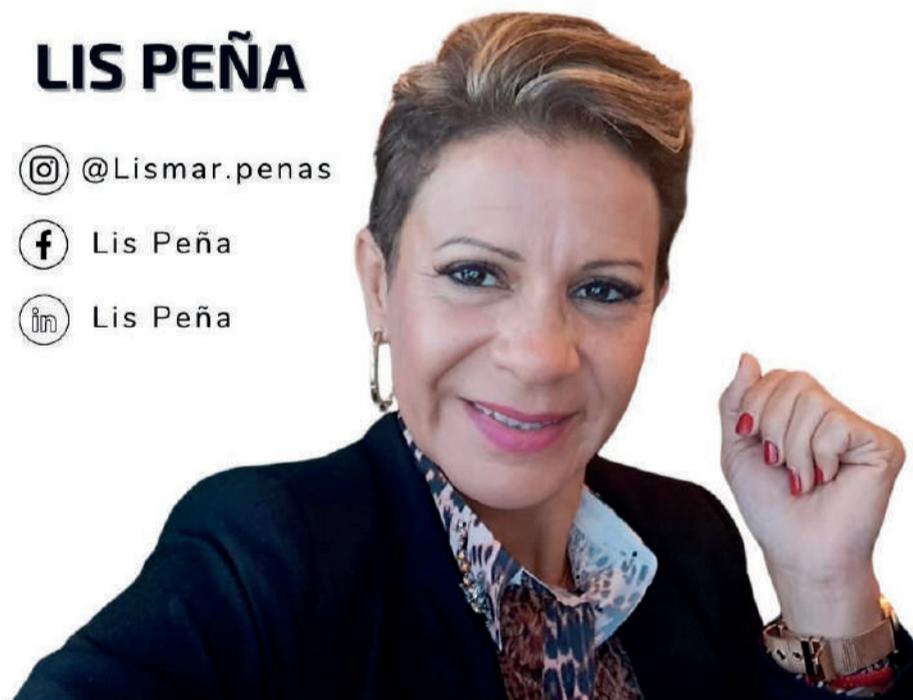
Por supuesto, lo mejor que puedes hacer para evitar cometer errores en tu marca personal, es contratar a un Consultor de Personal Branding, que tenga la capacidad y la experiencia necesarias para lograr tus objetivos.

LIS PEÑA

 @Lismar.penas

 Lis Peña

 Lis Peña



Llega la estación que más nos mueve, nos gusta y nos aporta alegría, la estación de colores vivos, esa en la que todo cambia, parece que los días se hacen más largos y las tardes y noches no tienen fin.

Llega también la comida de colores y sabores de temporada, parece que en esta época del año nos ocupamos más de alimentarnos con productos frescos, siendo protagonistas de algo que nos deleita, nos nutre, pero NO todo es tan bonito como lo vemos.

Llega la primavera y los hábitos se alteran

OPINIÓN

LIS PEÑA
DIRECTORA DE SABORES DEL NORTE CANARIAS

Porque también es la temporada donde nos alimentamos PEOR y la razón es, a mi parecer, el tiempo que dedicamos al ocio, al cambio de hora, al ritmo de vida. Por todo ello, nuestro ritmo de alimentación también cambia. Comemos tarde, comidas muy pesadas, preelaborados, cocina rápida, excesos, etc.

La estacionalidad lo cambia todo, altera nuestro ritmo, nuestros hábitos, es por ello que antes que empiecen las ansiadas vacaciones debemos tener un plan para cubrir nuestras necesidades alimenticias y no caer en esas tan

temidas calorías vacías que no nos aportan nada, solo sobrepeso.

Cumplir con horarios y no cambiar el día a día, consumir productos sanos y de temporada, visitar más nuestros mercados de agricultores para tener la frescura de sus productos. Son hábitos que podemos introducir en nuestra rutina.

Los colores hacen su aparición en nuestros campos, en nuestras mesas, hagamos que estén presentes en nuestra alimentación diaria. Ocuparnos de nosotros mismos es lo que nos hará cultivar cuerpo y mente.

La educación alimentaria, no solo se basa en cumplir con 3 comidas al día, va más allá. Es enseñar a las nuevas generaciones la importancia de consumir sano, local y de temporada.

En esta nueva temporada, debes tener en cuenta no solo la diversión, sino también una calidad de vida que aporte a tu organismo una buena salud.

Contratación pública autocentrada en Canarias: economía social

OPINIÓN

LUIS DE LA BARRERA
PORTAVOZ DE DRAGO
GRAN CANARIA

Durante los días 11 y 12 de abril tuvieron lugar las jornadas para el fomento de la contratación pública responsable y, concretamente, sobre contratos reservados y criterios sociales y medioambientales, organizadas por el Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana y el Consorcio Maspalomas - Gran Canaria, de la mano del Observatorio de Contratación Pública Responsable de Canarias.

Si bien considero que este tipo de iniciativas le correspondería llevarlas a cabo, en todo caso, al Gobierno de Canarias o al conjunto de los Cabildos Insulares, teniendo en cuenta que no se circunscriben al ámbito municipal y que, por tanto, su alcance debería ser mayor, agradezco que se vaya tomando conciencia pública acerca de estas cuestiones tan fundamentales para nuestro archipiélago.

Lo paradójico es que se estuviesen organizando unas jornadas relacionadas con la contratación responsable y, sin embargo, no hubiese aclimatación en una sala con cientos de personas, cuando hacía alrededor de 35 grados y estábamos en mitad de un episodio duro de calima, debido a que el proveedor había dejado de prestar el servicio, ya que no le estaban abonando las facturas, según comentó personal de la institución. Responsable es pagar a tiempo y reducir los periodos medios de pago, que perjudican especialmente a pymes y autónomas.

Dicho lo anterior, de las jornadas podría rescatar numerosos contenidos, pero lo primero que destaco es que, según personas expertas que se encontraban presentes, Canarias se sitúa en el liderazgo a nivel estatal



en esta materia, habiendo sido pionera en la ejecución de temáticas relacionadas con la contratación pública responsable. Muestra de ello fue que durante el evento hubo personal traductor de lengua de signos, que debería generalizarse con el ánimo de incluir social y profesionalmente a las personas con discapacidades auditivas.

Otra de las cuestiones que más me llamó la atención fue el talento, potencial y capacidad técnica, económica, organizativa y productiva que existe en el conjunto de las Islas Canarias, en relación con los centros especiales de empleo de iniciativa social y de las empresas de inserción, que según iban relatando, abarcan ámbitos tan diferentes como la agricultura y ganadería ecológica, impresiones publicitarias, diseños gráficos, marketing digital, multiservicios, controles de acceso, limpieza o seguridad, con un enfoque de inclusión para personas con (o en situación de)

discapacidad o en riesgo de exclusión social.

Para poder entender bien esta problemática hemos de tener en cuenta que, en el ejercicio de 2022, las Islas Canarias tuvieron la menor tasa de actividad laboral de las personas con discapacidad de todo el Estado, con un porcentaje del 27 %, que resulta a todas luces insuficiente si se tiene en cuenta que en otros territorios, como La Rioja, roza el 45 %.

Y si nos adentramos aún más en estas cifras que nos facilita el Observatorio de Empleo de

Canarias (OBECAN), se muestra cómo, de las más de 8.100 personas con discapacidad y en desempleo que hay en Canarias, más de la mitad son mujeres (55 %), la mayor parte es paro de larga duración (54 %), la mayoría de los contratos son temporales (68 %) y afecta especialmente, por orden decreciente, a los siguientes sectores productivos: administración pública (20 %), actividades administrativas y servicios auxiliares (17 %), sin actividad económica (12 %), comercio al por mayor y por menor (10 %) y hostelería (9 %).

Más allá de las escandalosas cifras de desempleo en el ámbito de las Administraciones Públicas, que merecen una atención aparte en posteriores artículos, la Ley de Contratos del Sector Público pone a disposición del conjunto de las instituciones públicas, a través de su Disposición Adicional Cuarta, una herramienta fundamental para la reducción del paro de las personas con discapacidad

o en situación de exclusión social, esto es, la reserva de contratos para entidades de la economía social (los centros especiales de empleo y las empresas de inserción que se refirieron con anterioridad), de forma que las empresas de carácter general no puedan competir contra ellas y puedan participar de la tarta de la compra pública satisfaciendo intereses sociales.

Además, como bien saben, se pueden introducir criterios de adjudicación o condiciones especiales de ejecución de carácter social, relativas a la contratación de personas con discapacidad o en situación de exclusión, que aliviaría enormemente esas preocupantes cifras de desempleo en sectores de la población sujetos a tanta vulnerabilidad.

Una de las demandas de los colectivos que convocaron las manifestaciones del 20A fue, precisamente, la democratización de la economía generada por el turismo, debido a que cada vez es más evidente que la riqueza que se produce en dicho sector no se queda en las Islas Canarias —extractivismo por personas que no son residentes, turoperación, cadenas hoteleras extranjeras, especulación bancaria o fondos buitres, entre tantos otros agentes que participan del expolio— sino que se va a Europa, o que, si lo hace, se concentra en las manos de unos pocos hoteleros y caciques locales —menos del 1 % de la población canaria acumula una riqueza equivalente a la mitad de nuestro PIB—.

Y si esto es grave para el común de la población canaria, imagínense para todas aquellas personas que, por encontrarse en situación de discapacidad o de exclusión, derivadas estas últimas de violencias sociales, económicas, culturales o institucionales de todo tipo, no les dejan participar en condiciones de igualdad en los sectores productivos de nuestro archipiélago, viéndose exponencialmente mucho más afectadas por el desempleo, pobreza, precariedad y desigualdad.

Una vez más, y con esto finalizo la serie que hemos denominado como “Contratación Pública Autocentrada en Canarias”, las Administraciones Públicas no pueden limitarse al cumplimiento genérico de las normativas, sino que han de guiarse por objetivos y actuaciones de carácter estratégico. En este caso, para asegurar condiciones materiales de vida dignas para personas con discapacidad o en exclusión social, porque si el modelo productivo no es inclusivo es injusto; y si es injusto desde Drago Canarias nunca lo avalaremos.

caracol camper



658 161 858 – 822 691 647

1 RENT A CAR



2 TRANSFERS

AEROPUERTO - HOTEL
TRANSFERS PRIVADOS
Y LIMUSINAS
TRANSFERS GRUPOS



3 ALOJAMIENTO

HOTELES, APARTHOTELES
Y APARTAMENTOS
VACACIONALES



4 EXCURSIONES



LET'S GO
TOGETHER

canarias.com

Coches, Hoteles y Traslados

922 71 53 53



Trabajamos pensando en nuestros clientes, sus necesidades, expectativas. Sabemos que cada detalle es importante, por lo que ponemos nuestro mayor empeño en cuidar las pequeñas cosas que marcan la diferencia. La diferencia que hace que su viaje sea excepcional.

OPINIÓN

AGONEY MELIÁN

PRESIDENTE DE AJE
CANARIAS

 Agoney Melián Sosa

 @agoney_melian

Me gusta la gente que brega por sus ideas. La que tiene el coraje suficiente para poner de manifiesto sus inquietudes, y es por eso, que lo que pasó hace algunos sábados en mi tierra, me devuelve la esperanza y me hace saber que hay un pueblo capaz de luchar por lo suyo.

Me gusta la gente que lucha por sus convicciones, la quiero cerca, porque en la defensa de mi paraíso, nunca sobra tribu. En la construcción de un modelo social y económico que compita por arriba, ya me estaban faltando almas, y ahora, necesitamos sentarnos frente a frente, mirarnos a los ojos y dejarnos de cánticos al Sol. Ahora, hay que ponerse a trabajar y más que pedir al cielo que nos resuelvan los problemas, toca demostrar que no somos unos llorones, que somos un pueblo con ansias de alzar la voz en todas las direcciones para que nuestra descendencia viva con dignidad.

Mucha gente me ve llegar con una americana, y piensa que soy un burgués enchaquetado que defiende posiciones de ese cliché empresarial, que nos han querido colgar los que gastaron cantidades ingentes en programas de emprendimiento. Sin embargo, tengo la suerte de no haber vendido mi alma al diablo, y dejo salir por mi boca a mi espíritu libertario que, sin tapujos, lucha cada segundo, por construir una Canarias mejor.

Estoy convencido, que a quien no le gusta mi lucha, está deseando que acabe mi presidencia; iluso, pues el puesto no hizo al guerrero, fueron las hostias de la vida quien forjó a sangre viva la persona que soy, sin tiempo para enemigos y ávido de nuevas aventuras. Mi lucha, ya tiene un club lleno de gente que está en el equipo de los buenos.

Canarias necesita un cambio, y en eso estamos de acuerdo. Una juventud condenada a emigrar, sin casas para independizarse, con unos salarios de mierda y un futuro incierto, sobre todo en las Islas periféricas.

En cuidar nuestra naturaleza y nuestro entorno, proteger nuestras ciudades y a sus gentes, no me cabe duda de que todos estamos de acuerdo, ahora toca lo más difícil, trabajemos en el cómo.

Un desastre que viene de viejo.

Si pudiera manifestarme mañana, lo haría por un sistema educativo que crease a verdaderos profesionales, que promoviese el emprendimiento, que permitiese a nuestra juventud crear alternativas al modelo económico actual. Sería el primero en salir

a la calle, en reclamar justicia ya que, culpar a las empresas de no dar oportunidades es mezquino. Es responsabilizar a quien a veces no gana el salario mínimo interprofesional, de los enormes problemas sociales que estamos padeciendo producto de una educación tocada de muerte.

La política va demasiado lenta, está atrapada en un sistema que no les permite ir a la velocidad de los enormes y complejos cambios sociales, y es por ello, que los que tenemos la enorme suerte de liderar algún proyecto, debemos de dar un paso al frente. Hay que hacerlo por valores, pero también por amor a la tierra.

No podemos seguir permitiendo unas tasas de fracaso escolar terroríficas. Tenemos que ayudar nuestros maestros y debemos de acuñar un gran pacto por la educación.

No podemos seguir permitiendo que se nos vaya el talento, y por eso debemos de abordar un gran plan para la reconquista de nuestra juventud, hastiada por el castigo que todas las crisis les ha dejado.

Decía Cruz Cafuné en su concierto, que queremos a nuestra juventud en trabajos precarios, pero no sé quién quiere eso. Yo, desde luego, que me gustaría ver a nuestra juventud emprendiendo, siendo libres, siendo los protagonistas de sus vidas. Lo que pasa, es que nos han contado que las empresas son malas, y para un chaval de barrio como yo, durante muchos años pensé que alguien tenía que venir a resolverme mis problemas.

Venga, quiero ver esa lucha del 20 de abril en algo más que una manifestación, y quien quiera construir, aquí me tiene.

Todo mi apoyo al sector turístico.

Se nos ha ido de las manos, y quien juega con fuego, se acaba quemando. No, no me sumo a la marea de castigar a un sector que tanto ha dado a nuestras Islas. En estas letras, quiero mostrar mi apoyo al sector turístico canario porque nos olvidamos, que antes del turismo, en Canarias solo había miseria.

Y estoy de acuerdo en que deberíamos de tener más empresas canarias generando riqueza aquí, pero para eso, necesitamos un pueblo emprendedor, si es que al final, esto es la pescadilla que se muerde la cola.

No lo olvidemos, aunque hay mucho que pensar, aunque necesitamos mejores infraestructuras y cargarnos a esos empresarios malos, en general, este sector es un tesoro.

El desconocimiento de los proyectos por dentro me hace pensar que deberíamos elaborar una gran campaña de comunicación hacia la sociedad, para que sientan orgullo de lo que hacemos, porque en turismo de calidad, sostenible y respetuoso, somos unos hachas.



Canarias, no tiene límites

No, no me sumo a la turismofobia, me parece un juego peligroso y torticero en el que no me van a encontrar.

Así no.

Ya saben que nunca me voy a meter en política, no querría vivir mi vida en una rueda de prensa, pero me parece que es necesario, que personas con vocación de servicio y las ideas claras, estén comandando los problemas de la ciudadanía.

También saben que no soy de ningún partido, y esto, que mucha gente no lo entiende, forma parte de mi tranquilidad. Sin embargo, a nadie se le esconde que me gusta el presidente de Canarias, Fernando Clavijo. Me gusta porque da la cara, porque tiene un proyecto que reúne muchos valores y, además, me parece una buena persona.

No se crean que no se ha tenido que comer alguna bronca de las mías, que además ha recibido con mucha deportividad, pero siempre que le he expresado mi plan para Canarias, ha hecho lo posible por estar alineado con la juventud empresaria.

La semana pasada, de una manera inhumana, se agolparon en la puerta de su casa, increpando a su familia y eso, no debe ser plato de buen gusto. Creo que, siguiendo mi brújula de los valores, debo aprovechar estas letras para mandar mi apoyo públicamente a alguien que no merece lo que está viviendo.

Sin duda, todos debemos de defender lo que creemos, pero hay que hacerlo desde el cariño y nunca desde el odio y menos a las familias, así no.

Un plan para Canarias.

Todos estamos de acuerdo, el modelo hay que repensarlo, eso es así, y es por eso por lo que no podemos dejar de seguir construyendo.

Hay muchas oportunidades que tendremos que explorar como la economía digital o azul, relativa a nuestros mares.

Hay que apostar por la ciencia, y mirar hacia el universo desde nuestro Astrofísico, para que nuestra juventud pueda vivir aquí.

Hay que investigar, hay que crear patentes y tener la mirada puesta en África, hacer una apuesta trilingüe donde el francés sea uno de nuestros grandes objetivos.

Hay que aprobar la primera Ley de apoyo a la juventud empresaria, y hay que hacerlo ya, sin complejos, dejándonos de tonterías y apostando de verdad por ser pioneros en cosas buenas.

Trabajar en los barrios de Canarias, ilusionar a la ciudadanía, crear un turismo responsable con su entorno y que cuida a sus gentes.

Yo tengo un plan para devolver la esperanza a la juventud de mi tierra, porque en talento, cariño, pasión, sonrisas y humanidad, lo tengo claro. Canarias, no tiene límites.

Viabilidad Económica de una idea de negocio. ¿Fobia a los números o aversión al riesgo?

OPINIÓN

JAVIER HERNÁNDEZ
ECONOMISTA
FACILITADOR DE PROCESOS DE EMPRENDIMIENTO
PROFESOR ASOCIADO DE LA ULPGC



El "Camino de la Persona Emprendedora III". Aterrizar en euros lo diseñado

Le planteo una nueva etapa del camino a recorrer, para convertir una "idea feliz" en una idea de negocio. En concreto se trata de afrontar la tarea de aterrizar lo diseñado a través de cuantificar los euros necesarios, lo que normalmente se convierte en el tramo más duro, la pendiente que pocos quieren afrontar cuando ya se anhela llegar a la meta de poner la actividad en marcha.

La mayoría de personas emprendedoras que he acompañado reaccionan con una mezcla de agobio, miedo, ansiedad y bajón emocional, cuando los "acorralo" con preguntas cuya finalidad es que concreten aspectos de su modelo de negocio, y así puedan buscar la información económica que les falta, pidiendo presupuestos o analizando el mercado para conocer los costes, estimar el importe de la inversión que tienen que realizar para poner en marcha lo ideado, o tener criterio para establecer el precio de los productos o servicios que pretenden ofrecer.

Miedo a los números o aversión al riesgo

Cuando era niño en edad escolar generé entre el resto del alumnado de mi clase cierta mala envidia, porque fui el raro que se le daban las matemáticas. Como dice la canción de Fito and Fitipaldis, "no digo diferente digo raro". Esta rareza infantil y adolescente, se transformó con los años en herramienta profesional para facilitar a las personas emprendedoras el proceso de análisis de la viabilidad económica-financiera de sus modelos de negocio, sin perder del todo la ilusión y ganando la objetividad que los datos económicos le aportan.

Y como normalmente me siento como el personaje Grinch que quiere arruinar la Navidad, me ha hecho plantearme, si además de mejorar la forma de comunicar y la metodología de acompañamiento, existen otros factores sociales o psicológicos.

En el ámbito de la psicología se habla de la aritmofobia o numerofobia, como el miedo

irracional a los números, que hace sentirte abrumado por la necesidad de hacer cálculos, tener miedo de cometer errores en los números o simplemente sentir una gran incomodidad al trabajar con números, incluso al enfrentarse con pequeños cálculos de tareas cotidianas como planificar la compra, evitando responsabilidades que impliquen trabajar con números.

Otras corrientes doctrinales hablan de la matofobia o aritmofobia, al referirse a las personas que experimentan miedo a las matemáticas, llegando incluso a sentir pánico y ansiedad de solo pensar en ellas. Pero es muy importante destacar que no tiene nada que ver con la capacidad cognitiva o el coeficiente intelectual de una persona, pues muchas personas altamente inteligentes pueden sufrirlo.

En el Informe PISA de competencias educativas del 2023, las matemáticas han sido los conocimientos más perjudicados, tanto globalmente como en España. Existe una tendencia social negativa hacia el aprendizaje de las matemáticas. Es tristemente común escuchar a adolescentes y adultos decir que las matemáticas no les gustan, no se les dan o que voy a elegir titulaciones que las evite.

Esta cuestión va muy relacionada con un

elemento definitorio de cada persona emprendedora como es la aversión al riesgo y que influye transversalmente en el diseño y futura viabilidad del su negocio. Hasta la propia Comisión Nacional del Mercado de Valores le dedica un apartado de su web a esta cuestión.

De sus múltiples definiciones, podríamos centrarnos en como la aversión al riesgo se manifiesta en la actitud de rechazo que experimenta una persona emprendedora ante la posibilidad de sufrir pérdidas, existiendo diferentes niveles de aversión, los cuales determinan si prefieren modelos de negocio que generen ingresos más estables aunque con menores rendimientos, o más arriesgado estando dispuesto a sufrir eventuales pérdidas a cambio de la posibilidad de obtener beneficios superiores.

Viabilidad Económica

Por ello, cuando afrontamos el análisis de la Viabilidad Económica, debemos ser conscientes que tiene unos aspectos relativos vinculados a cada persona emprendedora, frente a otros objetivos derivados del diseño del modelo de negocio.

Se trata de realizar una estimación de las posibilidades que tiene nuestra idea de negocio de generar ingresos suficientes para asegurar su funcionamiento y la realización de su actividad. Puede ser relativa, pues en base al beneficio esperado, una persona emprendedora puede descartar proyectos que otra persona aprobaría.

Como definición de referencia aceptada se considera que un proyecto es viable económicamente, cuando alcanzada su capacidad de producción plena, es capaz de obtener de su actividad, una vez deducidos todos los costes, un excedente (beneficio) suficiente para hacer frente al coste de la deuda, la remuneración de los socios y la financiación de una parte de su crecimiento.

La calidad de estimaciones que se hagan dependerá de la calidad de las hipótesis que las sustenten y de la rigurosidad de los datos que la soporten.

Medir para después monetizar

Mientras diseñamos nuestra oferta e identificamos al público objetivo, estamos en la fase de medir, por ejemplo, cuantos metros cuadrados de local necesitamos, que modelo y número de máquinas, cuanto personal y de qué perfil, tipo de publicidad, etc... Pero no es lo mismo medir que monetizar.

El cálculo del valor monetario de la inversión que supone la estructura que se ha diseñado, y el importe de los costes fijos y variables de su funcionamiento, será más real en la medida que se tenga más o menos experiencia en el sector, y en tanto el diseño técnico y los importes sean validados con presupuestos emitidos por los proveedores existentes en el mercado.

Si tomamos como ejemplo la idea de abrir un restaurante, tendremos definido, entre otras muchas cuestiones, cuantas mesas y sillas vamos a instalar, sus calidades y su precio. O cuanto personal necesitamos, teniendo en cuenta el horario de apertura, que poniéndolo en relación con la jornada máxima, conoceremos el coste salarial por convenio según categorías. En el ejemplo anterior, establecer el número de mesas y sillas es MEDIR, mientras que pedir presupuesto para conocer su precio y coste total de esa inversión, es MONETIZAR.

En el lado de las previsiones de ingresos, para que sean creíbles, es fundamental contar con una propuesta de valor bien concretada para cada segmento que decidas atender, de manera que entre más se identifique las características del cliente potencial, y más homogéneas sean, mejor mediremos el tamaño del mercado al que podremos acceder. A ello se añadiría un análisis de la competencia, de las tendencias, etc.

Pero el dato más objetivo que debemos tener en cuenta a la hora de plantear diferentes escenarios de ingresos en nuestra CAPACIDAD PRODUCTIVA. Es decir, cuanto es el máximo de clientes que podemos atender, y el máximo de servicios que podemos prestar o productos que podemos servir, con la estructura de inversión que hemos diseñado. Este dato nos permitirá plantear diferentes escenarios vinculados a decisiones que dependen directamente de la persona emprendedora, que deberá cruzar con las estimaciones de demanda realizadas fundamentadas en el tamaño, la accesibilidad y la fuerza de venta que se tenga prevista realizar.

No temas hacer números los más reales posibles sobre una actividad que no has iniciado, inventando cifras maravillosas que te animen a seguir y no te hagan perder la ilusión. Recuerda que una de las enseñanzas del Camino de Santiago es la importancia de ser honestos con uno mismo y con los demás, planificar cada tramo que afrontas, y estar muy atento a las señales que te aporta el propio Camino, para no desviarte del mismo.

El ser optimista es totalmente compatible con ser riguroso en los datos y en las hipótesis de partida. Las matemáticas se enmarcan en las ciencias exactas, aunque se basan enteramente en la observación y experimentación como prácticas para crear conocimientos.

Al analizar la viabilidad económica de una idea de negocio se emplean las matemáticas, pero los datos que se aportan deben estar impregnados de la fórmula del emprendimiento H2A: humildad, honestidad y actitud. De esta manera la experimentación y la observación nos irán marcando el resto del camino.

¡BUEN CAMINO!



El excesivo peso de la fiscalidad en España

España enfrenta actualmente una situación fiscal insostenible que se manifiesta en un aumento sin precedentes de la carga tributaria, una realidad que afecta negativamente tanto a ciudadanos como a empresas y que requiere una reflexión crítica urgente.

Desde la llegada al poder del gobierno actual, la presión fiscal en España ha crecido de manera alarmante, superando considerablemente la media europea. En términos concretos, los impuestos y cotizaciones sociales han incrementado tres puntos del PIB entre 2018 y 2022, mientras que la media en Europa ha sido de un insignificante 0.1% del PIB. Esto representa no solo un aumento significativo de la carga para los trabajado-

res españoles, que ven cómo sus salarios de 30,000 euros anuales ahora sufren un recargo adicional de unos 1,300 euros, sino también una clara señal de la asfixia económica que esto supone.

Las empresas en España se encuentran en una posición particularmente desventajosa, con cargas como las cotizaciones a la Seguridad Social que alcanzan el 25.2% de la recaudación, sobrepasando el 17.7% promedio de la Unión Europea. Esta desproporción no solo reduce la competitividad de nuestras empresas en el mercado global, sino que también desincentiva la inversión y la creación de empleo en nuestro territorio.

Los datos son reveladores y preocupantes: el Instituto de Juan de Mariana indica que el peso de los impuestos sobre el PIB

español ha subido un 60% bajo el mandato de Sánchez. Esta escalada impositiva, concentrada desproporcionadamente sobre las clases medias y las empresas, evidencia una política fiscal poco estratégica y potencialmente dañina para la economía española en el largo plazo.

La realidad es que España, no solo se enfrenta a una presión fiscal excesiva, sino que también sufre de una falta de visión estratégica en la implementación de estas políticas fiscales. Las medidas adoptadas, muchas de ellas bajo la premisa de ser temporales, han terminado por convertirse en permanentes, agravando la carga impositiva sin ofrecer soluciones reales a los problemas estructurales de la economía española.

Es imprescindible adoptar un enfoque más crítico y cauteloso respecto a la política fiscal. La solución no reside en aumentar indefinidamente los impuestos, sino en gestionar mejor los recursos, ampliar la base imponible mediante el estímulo económico y asegurar que el sistema fiscal sea tanto justo como eficiente. La reforma fiscal debería orientarse no solo a la obtención de ingresos, sino a la

OPINIÓN

ÓSCAR DÍAZ MÉNDEZ
DIRECTOR DE AGENCIA
PARA OVB ALLFINANZ

 Óscar Díaz Méndez

 oscar.diaz@ovb.es

promoción del crecimiento económico, la equidad y la competitividad internacional.

España debe reevaluar su estrategia fiscal con el objetivo de aliviar la presión sobre sus ciudadanos y empresas, y reorientar sus políticas para fomentar un entorno más propicio para la inversión y la innovación. El futuro económico de España depende de la capacidad del gobierno para implementar una reforma fiscal que realmente comprenda las necesidades de su población y los desafíos del entorno globalizado. Solo así podremos esperar un desarrollo sostenible y equitativo.



¿Pero qué cambio de modelo?

OPINIÓN

**MIGUEL BORGES
PAREJO**
HOTEL SALES & REVENUE
MANAGER

movilidad en algunas de nuestras carreteras y autopistas y también ante la posibilidad de acceder a una vivienda, o de la saturación de algunos servicios, pero que de estas legítimas reivindicaciones se extraiga que el culpable es el turismo y que este es el causante de esta situación me parece que es errar el tiro.

Pero vamos a centrarnos y hablar de la parte del tema que principalmente a nosotros nos ocupa e interesa, que es la derivada económica de la cuestión, ya que personalmente me preocupa mucho cuando escucho como un mantra y lugar común el concepto “cambio de modelo” una y otra vez, aprovechando el descontento sobre otras variables que tienen una solución que pasa más por la inversión y ampliación de infraestructuras y servicios, o en poner límites al número de personas que pueden residir de manera permanente en el archipiélago, que en el de disminuir o contraer la riqueza proveniente del sector turístico a sabiendas y con premeditación.

Las personas que reclaman un cambio de modelo de manera insistente muchas veces suelen tener los mismos conocimientos sobre economía y empresa que otros tenemos sobre derecho canónico, es decir, cero. Habiendo representantes que equivocando el origen de este descontento social concreto, se han quejado de los salarios del personal del sector turístico primero, o aseverando más tarde que “hay turistas por todos lados”...y digo yo, pues menos mal que los hay y esperamos ansiosamente que sigan viniendo en amplio número.

Pero todo no han sido salidas al paso para esquivar preguntas incómodas y se han podido escuchar por contra a responsables de los agentes sociales preguntar abierta - y a mi entender acertadamente - si los que piden ese cambio de modelo creen que el actual se ha generado por capricho, o si bien, es producto de unas características muy concretas de nuestro archipiélago en medio de una coyuntura histórica y económica determinada, porque imagino que todos sabemos nuestra posición geográfica en relación al territorio continental europeo, y que tenemos que importar gran parte de los bienes necesarios que consumimos en Canarias, con unos costes por transporte que incrementan los precios, que si bien no notamos porque nunca hacemos una compra en un supermercado de Granada o Pamplona, no tenemos más que ir a un supermercado de Lanzarote o de La Gomera y comparar los precios de los productos que compramos con los de cualquiera de las islas capitalinas, estando la respuesta del mayor precio en gran medida en el mayor coste de transporte y almacenamiento imputados a las islas no capitalinas versus las que si lo son.

Pues imaginen ustedes ese proceso pero en sentido inverso, de Canarias hacia el exterior, porque si pretendemos cambiar el modelo económico y hacemos productores de bienes con una reducción del sector servicios (sobre todo turísticos), deberemos competir asumiendo un aumento de costes por el transporte, que hará que los productos fabricados en nuestras industrias sean de difícil colocación en territorio continental, y ya sabemos que para responder a esto, siempre tenemos la respuesta simplona y populista de: “fabriquemos y vendámonos a nosotros mismos” de forma que no tengamos dependencia alguna del exterior, en una suerte de nacionalismo económico extremo que choca frontalmente con un mundo globalizado y con la economía de mercado que caracteriza a los países libres del mundo, obviando también cuestiones fundamentales como que para la fabricación de muchos productos hacen falta factores productivos de los que

carecemos en nuestra tierra y que habría que importar, aumentando aún más los costes y precios posteriores de los productos al tener que asumir el transporte y almacenamiento de entrada y el de salida posterior de los bienes que pretendamos vender dentro y fuera de nuestra tierra.

Todo ello sumado al formar parte de la Unión Europea (y menos mal que somos UE), la estela y dinámicas dejadas en todo nuestro país por el desarrollismo franquista, que aprovechó la construcción y el turismo como motores económicos nacionales, focalizando y dejando la industria en los territorios “revoltosos” de Cataluña y el País Vasco para tener a sus burguesías contentas y frenar así posibles tensiones “autonomistas” con estas, o nuestras privilegiadas características paisajísticas y climáticas, entre otros factores, hacen que nos hayamos especializado en Canarias y con mucho éxito, en el sector turístico y que seamos un referente mundial.

Habiendo siempre margen para la mejora de nuestro sector, otra cosa es que haya que aumentar la calidad de infraestructuras y servicios, poner límite – estudiando previamente y buscando la forma de encajarlo en la legislación nacional y europea – a la población que pueda residir de manera permanente en Canarias y siempre que esto siguiera en ascenso constante, proteger más algunos espacios y la afluencia de público a los mismos o poner orden de una vez por todas en el mercado de la vivienda, para que con todo ello la calidad de vida en general en nuestro archipiélago mejore y con ello el bienestar social.

Para otro artículo dan las comparativas con Ámsterdam o Barcelona, pasando por alto que son destinos urbanos y con estructuras sociales, geográficas y económicas muy diferentes a las nuestras, o si estaríamos dispuestos a crear las condiciones para que se desarrolle en Canarias un gran centro tecnológico de servicios digitales (como ya se ha hecho por ejemplo en Málaga), con todo ello y lo único que se pide es que el debate se aborde con rigor, datos y seriedad ya que con las cosas del comer mejor no jugar.

En estos tiempos de ciudadanía canaria reivindicando una serie de cuestiones de diferente origen y con distintos tipos de solución, hay dos respuestas mayoritarias ante estas: adherirse a ellas sin sombra alguna de duda o bien adherirse a ellas con matices, esgrimiendo algún “pero” a estas reivindicaciones de forma muy tibia. Esta misma ciudadanía tenemos claro que viendo las colas en nuestras autopistas, conociendo la falta de vivienda en alquiler y lo poco que hay fuera del alquiler vacacional con unos precios inasumibles para la mayoría de la población, es normal que se alce la voz y se reclamen soluciones ante la penosa





La modernización de la justicia

OPINIÓN

LUIS ABELEDO
ABOGADO

 Luis Abeledo Iglesias

 @luisabeledo

 luis@abeledoabogados.com

La verdad es que llevó 5 días con mi familia en la península en un torneo deportivo con mi hijo. Estos días, son días de mucho madrugar, ajeteo, niños corriendo de un lado para el otro. Reencuentros de padres, de niños, de técnicos deportivos. Es un momento de frases típicas pero no por ello menos ciertas: “¡qué alto estás!”, “¡cuánto ha crecido tu hijo!”. También es un momento de actualización técnica: “el entrenador nos ha dicho esto, lo otro”, “nos hemos descargado esta APP para hacer esto, lo otro”, “el preparador deportivo le ha introducido esto, y lo otro”.

Bueno, pues si uno va a tan cacareada *modernización de la justicia hacia una justicia digital*, verá que no hay novedades sino retrocesos, nuevas cosas para destrozar las que ya funcionaban. Quiebras de cabeza de aquellas situaciones que funcionaban bien o medio bien que les meten palos en la rueda.

No digo que no haya buena intención. No creo que alguien tome una serie de medidas para jorobar a los demás y estropear las cosas. Pero sí afirmó que si ponemos a un perro al volante de un coche automático dirigido por un ordenador pero que necesita de unos mínimos detalles de raciocinio pues el perro no dará el nivel, el perfil o como lo quieran llamar.

Por poner un ejemplo, el papel cero. Hace unos años nos vendieron el papel cero en la justicia, expedientes digitales (otra vez lo han metido por ahí) pero quien sabe de arquitectura de software afirma que los aplicativos que usa la justicia son una, vamos a decirlo suave, clase de software poco eficiente y algo anticuado.

La más reciente reforma concedía a los profesionales la posibilidad de hacer vistas telemáticas para agilizar la agenda de los juzgados. Así se hizo en la pandemia. Digo agilizar la agenda de los juzgados porque desde el punto de vista de un profesional no es lo mismo hacer una vista en Granadilla de Abona, e Icod, por citar Tenerife o San Bartolomé de Tirajana y Las Palmas, en la misma mañana. Debiendo acudir presencial, lo normal es hacer solo una y pedir la suspensión de la otra. Siendo telemática, puedes hacer las dos, y otras cinco más, si son sencillas, sin tener que tramitar escrito de solicitud de suspensión, volver a señalar, que no vuelva a coincidir y así, en bucle.

Desde la entrada en vigor de la nueva norma para favorecer la justicia “digital” he

recibido 9 resoluciones diferentes, todas bien motivadas, que deniegan la vista telemática. Personalmente creo que tienen razón. Nos han vendido la moto pero sin el motor. ¿De qué vale legislar para implantar una medida si no viene con medios técnicos para poder implementarla? ¿De qué me sirve comprar un ordenador si no puedo enchufarlo? Cosas fútiles si no traen formas de ejecución.

Hace años, cuando era tiernamente joven, tuve la oportunidad de leer un libro que creo recordar que tenía un título sobre como implementar los acuerdos. No lo recuerdo bien. Lo que sí recuerdo es el concepto que exponía profusamente el libro. El lograr un acuerdo, un contrato. Logar el cierre de un negocio. Era un importante primer paso, pero no servía de nada si no existían un proyecto correcto de implementación. Era un libro didáctico con muchas situaciones de ejemplo cuya idea principal pivotaba en que obtener un contrato firmado es muy fácil: yo te engaño un poco; tú te dejas engañar.

Sin embargo, implementar un proyecto de futuro después del acuerdo es muy, muy difícil porque intervienen muchísimos más actores. Si pensamos en una empresa grande: sindicatos, trabajadores, mandos, mandos intermedios, proveedores, clientes...

Esto está sucediendo en la justicia: se anuncian reformas importantísimas, casi como si fuera la época de Alfonso XII, durante la regencia de doña María Cristina con José Canalejas como presidente y la publicación

de las codificaciones españolas.

Pero la realidad es que es una justifica sin medios, la hermana pobre de la agencia tributaria, que es una institución que, permítanme la broma, debe estar más modernizada que la NASA, NSA y CIA juntas.

Voy a ponerles un ejemplo. En una inspección tributaria, la agencia te cita, fijas una videollamada y allí va el asesor con el cliente al lado, si quiere. Se levanta acta y no se discute sobre la veracidad de lo allí expuesto. Estas situaciones, que parecen sencillas, lógicas y razonables, no se da habitualmente en ciertas jurisdicciones. Imposible de hacer algo así. Otro ejemplo, según me chivan, los juzgados en Canarias tienen instalado el sistema webex gratuito. No tienen la versión profesional o como lo denominen. Para empezar ya tienes una limitación de tiempo para las vistas. Lo que ha generado algún que otro problema. ¿Se imaginan una empresa multinacional que no tenga estas herramientas de trabajo con un mínimo de prestaciones?

Para enlazar con un párrafo previo, varias de esas nueve suspensiones, están motivadas en que el sistema de acceso de videoconferencia con cumple con los requisitos de acceso seguro. Es decir, nos han vendido una moto sin motor.

Seguro que alguna empresa canaria puede ofrecer puntos seguros de acceso para lograrlo pero como no es ni sanidad ni educación, me parece que nuestros impuestos no irán destinados a modernizar la justicia.



Juan Antonio Martel: “Un sector del transporte rentable es esencial para atraer talento”



ENTREVISTA

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

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cuál está siendo el papel de ASTRACAN como asociación de transportistas en Canarias? ¿Cuáles son sus principales objetivos en la defensa de los intereses del sector del transporte en el archipiélago?

ASTRACAN es la organización que representa y defiende los intereses de autónomos y pymes del sector del transporte, tanto de mercancías como de viajeros, incluidas las limusinas con conductor.

Nuestra misión principal es interpretar y facilitar el cumplimiento de la normativa que afecta a nuestros asociados. Esto incluye tanto la normativa europea como la estatal, autonómica y local, incluso en aquellos casos donde los ayuntamientos no tienen competencias directas, pero sí exigen el cumplimiento de ciertas normas de seguridad.

Actuamos como intermediarios entre nuestros asociados y las administraciones, facilitando la comunicación y la gestión de los trámites necesarios. Además, desempeñamos un papel activo en la negociación con proveedores, buscando las mejores condiciones para nuestros miembros en materia de combustible, neumáticos, formación y todo lo que una empresa de transporte necesita para funcionar de manera eficiente.

Actualmente, ¿cuáles son las principales problemáticas y desafíos a los que se enfrentan los transportistas en Canarias en la actualidad?

Año tras año, la misma pregunta resuena en nuestro sector. La respuesta, lamentablemente, sigue siendo la misma: un sector desestructurado, asediado por la competencia desleal y precios que no cubren nuestros costes.

Somos el motor que impulsa la economía, el eslabón indispensable para que las neveras de los ciudadanos estén llenas. Sin embargo, llenar las nuestras propias como negocio o como puesto de trabajo se convierte en una batalla titánica.

Cumplir con todas las normativas vigentes, lidiar con la diversidad de impuestos y hacer frente a una competencia que no juega limpio son solo algunos de los desafíos que enfrentamos día a día.

¿Por qué elegimos este camino? Muchos de nosotros provenimos de familias transportistas, para otros es una pasión. Lo que nos une a todos es la convicción de que merecemos un sector más justo y próspero.

Una de las problemáticas es la falta de conductores. Son muchas las empresas que están atendiendo a la imposibilidad de sumar profesionales a su plantilla...

Las condiciones laborales actuales no son lo suficientemente atractivas para compensar los riesgos y sacrificios que conlleva ser conductor. Esto ha generado una escasez de mano de obra que amenaza la viabilidad del sector.

Es un hecho lamentable, conociendo el impacto del sector del transporte en la economía y el desarrollo de Canarias y la manera en la que contribuye a potenciar la actividad como motor de la economía regional.

Exactamente. El transporte terrestre en Canarias juega un papel fundamental en la cadena de servicios. En un archipiélago donde la mayoría de los bienes y productos entran por vía marítima o aérea, el transporte terrestre se convierte en el último eslabón indispensable para llegar a los consumidores finales.

Sin embargo, a pesar de su importancia crucial, el sector del transporte terrestre en Canarias se enfrenta a un reto importante: la falta de coordinación entre las políticas que lo regulan.

Las políticas para el transporte aéreo y marítimo no están alineadas con las del transporte terrestre, lo que genera incoherencias y dificultades para los operadores y usuarios.

¿Cómo está siendo la relación de ASTRACAN con las autoridades locales y regionales en lo que respecta a la regulación del transporte en Canarias y la defensa de los derechos de los transportistas?

La relación con las autoridades es fluida y no hay conflictos. Sin embargo, desde ASTRACAN se expresa una profunda preocupación por la escasez y falta de desarrollo de

las políticas de transporte en Canarias.

Se percibe una falta de atención por parte de la administración hacia las necesidades del sector. Un ejemplo claro es el estudio de movilidad, donde se mencionan las preferencias de los distintos medios de transporte, pero no se concreta en una política clara y efectiva.

La mesa de transporte, un espacio de diálogo necesario, se reúne con poca frecuencia. La última reunión se celebró hace un tiempo considerable, cuando lo ideal sería que fuera un foro de encuentro permanente para abordar las inquietudes del sector de manera constante.

ASTRACAN, a través de su federación nacional, tiene acceso a información de primera mano a nivel estatal. Sin embargo, las competencias en materia de transporte recaen en la Comunidad Autónoma, lo que genera una desconexión entre las necesidades del sector y las políticas que se implementan.

¿Cuáles son los planes y perspectivas de futuro de ASTRACAN?

Tenemos una visión clara del futuro del transporte en Canarias: un sector sostenible, rentable y atractivo que genere oportunidades para el desarrollo económico y social de las islas.

Un sector del transporte rentable es esencial para atraer talento y garantizar la viabilidad de las empresas. Es necesario que los precios de los servicios de transporte sean justos y permitan a las empresas obtener una ganancia digna.

Al mismo tiempo, es fundamental que los salarios sean atractivos y competitivos. Esto permitirá atraer y retener a los mejores profesionales, garantizando la calidad del servicio y la seguridad del transporte.

“Es necesario que los precios de los servicios de transporte sean justos y permitan a las empresas obtener una ganancia digna”

Por su parte, lamentablemente, la situación actual del sector del transporte de mercancías en Canarias no es la ideal. Observamos la desaparición de autónomos y pequeñas empresas, que por falta de relevo generacional y debido a que no es apetecible tener un negocio que no es rentable, hace que se tienda a la desaparición y extinción.

Esta situación es insostenible y requiere una acción inmediata por parte de todos los actores involucrados. Es necesario que el gobierno, las empresas y los sindicatos trabajen juntos para crear un sector del transporte más fuerte, resiliente y sostenible.

En ASTRACAN, estamos dispuestos a colaborar con las autoridades para encontrar soluciones a los desafíos que enfrenta el sector. Creemos que un diálogo abierto y constructivo es la clave para construir un futuro mejor para el transporte en Canarias.



Óscar Díaz: “El transporte de viajeros necesita profesionalizarse y digitalizarse”

ENTREVISTA

ÓSCAR DÍAZ
CEO DE GRUPO 1844

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Grupo 1844 ha ido evolucionado de generación en generación hasta llegar a convertirse en la compañía líder de transporte de pasajeros. ¿Cuál es el papel de la cuarta generación, representada por ti y tu prima, en la visión y dirección futura de Grupo 1844?

Nuestra historia se remonta a un taller mecánico. Sin embargo, nuestra mirada siempre estuvo puesta en el futuro. La inquietud por innovar y adaptarnos a las nuevas necesidades nos llevó a dar un salto importante: incursionar en el mundo del transporte de pasajeros.

Desde el primer momento, apostamos por un servicio de excelencia. Nuestra prioridad siempre ha sido la satisfacción de nuestros clientes, ofreciéndoles un viaje seguro, puntual y confortable.

Las nuevas generaciones heredamos la pasión por el negocio familiar, pero también la inquietud por adaptarnos a los tiempos que corren. En un mundo en constante cambio, el transporte de viajeros necesita profesionalizarse y digitalizarse. Por eso, junto a mi prima, decidimos crear una serie de compañías que ayuden a prestar un mejor servicio a nuestros clientes.

Nuestra visión de futuro es clara: crear compañías vinculadas al transporte de viajeros. Creemos firmemente que esta iniciativa contribuirá a fortalecer el sector del transporte de viajeros y a brindar un servicio aún más completo a nuestros clientes.

Vuestro éxito reside en la prestación de un servicio no dependiente de terceros. ¿Cómo se ha gestionado la diversificación de servicios especializados en transporte dentro del grupo y qué beneficios ha aportado esta estrategia?

Nuestra estrategia de internalizar diversos departamentos nos permite alcanzar una gran agilidad, flexibilidad y velocidad, elementos clave para el éxito en el mercado actual.

Para lograr esta internalización de manera efectiva, el pilar fundamental es contar con los mejores recursos humanos y el talento más destacado. Al fin y al cabo, nuestro éxito se basa en atraer y retener al talento canario. Es por ello que luchamos día a día para reclutar a los mejores profesionales y así poder llevar a cabo con éxito todos nuestros proyectos.

Nuestro objetivo principal es atraer al mayor talento posible, fomentando un ambiente de trabajo positivo, ofreciendo oportu-



nidades de desarrollo profesional y reconociendo el valor de cada persona.

¿Está siendo fácil captar talento en Canarias? Pues en muchos sectores está siendo todo un desafío.

Atraer talento no es tarea fácil, pero las excusas no son la solución. La clave reside en comprender que el talento existe, y que como empresa tenemos la obligación y la misión de enamorarlo con proyectos que vayan más allá de la mera retribución económica.

Es fundamental despertar la pasión y el compromiso de los profesionales en nuestros proyectos. Debemos crear un entorno donde se sientan partícipes, valorados y reconocidos, impulsando su motivación intrínseca.

Asimismo, la clave está en ofrecer proyectos desafiantes, estimulantes y con un propósito significativo. Proyectos que despierten la curiosidad, la creatividad y el deseo de su-

peración de los profesionales. Y, si bien la compensación económica es importante, no debe ser el único factor determinante. Debemos ofrecer un paquete de beneficios integral que incluya aspectos como flexibilidad laboral, oportunidades de desarrollo profesional, un buen ambiente de trabajo y un reconocimiento genuino del talento.

¿Qué estrategias han implementado para fidelizar a sus clientes y mantener su posición como un pilar fundamental en el transporte terrestre de viajeros en Canarias?

Este año hemos dado un salto crucial al invertir la pirámide en nuestra empresa. Esto significa que el cliente ha pasado a ser el CEO, la figura central sobre la que se sostiene toda la organización.

Al colocar al cliente en el centro, toda la estructura de la empresa se orienta a satisfacer sus necesidades y expectativas. Esta nueva visión transforma radicalmente la cultura y la forma de trabajar dentro de la organización.

La cercanía al cliente se convierte en un valor fundamental. Escuchar atentamente sus necesidades y responder de manera efectiva es clave para fidelizarlo.

¿Y cómo se han adaptado a la creciente demanda turística en las islas? ¿Qué desafíos ha enfrentado la empresa en este aspecto?

El aumento exponencial de nuestra clientela ha supuesto un desafío apasionante: la necesidad de ampliar nuestra plantilla de recursos humanos. En este proceso, el departamento de Recursos Humanos ha jugado un papel fundamental, liderando la búsqueda y selección del talento adecuado para impulsar nuestro crecimiento.

Y, en segundo lugar, la falta generalizada de recursos que se ha producido tras la pandemia ha sido otro de los mayores desafíos a los que nos hemos enfrentado. Sin embargo, gracias a nuestra visión de futuro, hemos logrado superarlo. Abasteciéndonos de más recursos que el resto, hemos podido mantener un ritmo de crecimiento constante, incluso en un entorno adverso.



¿Cuál es la visión de Grupo 1844 en términos de sostenibilidad ambiental en el sector del transporte?

La sostenibilidad no es solo un objetivo, sino un valor fundamental de nuestra empresa. Estamos comprometidos a operar de manera responsable con el medio ambiente y a contribuir a un futuro más verde para las generaciones venideras.

Si bien la electrificación es un paso importante hacia la sostenibilidad, no es la única solución. Creemos en un enfoque integral que explore diversas alternativas de combustibles y aplique las más adecuadas en cada caso.

Nuestro objetivo es renovar progresivamente nuestra flota con vehículos y maquinaria que minimicen el impacto ambiental y contribuyan a un futuro más sostenible. Para ello, realizaremos una evaluación exhaustiva de las diferentes opciones disponibles en el mercado.

¿Por qué tipo de flota están apostando actualmente?

En nuestra empresa estamos comprometidos con la reducción del impacto ambiental del transporte discrecional. Por ello, apostamos por la incorporación de vehículos EURO 6, que actualmente representan la opción más sostenible en este sector.

Si bien la tecnología eléctrica ha avanzado considerablemente en los últimos años, todavía existen limitaciones que la hacen inviable para el transporte discrecional. La autonomía limitada de los vehículos eléctricos, junto con su menor capacidad de carga, no les permite cubrir las necesidades específicas de este tipo de transporte.

En el transporte discrecional, la búsqueda de alternativas sostenibles debe enfocarse en optimizar el uso de los vehículos existentes y en explorar nuevas tecnologías emergentes. Por su parte, en el transporte regular sí que comenzamos ya a operar con vehículos eléctricos.

¿Cuáles son los planes de futuro de Grupo 1844 en términos de expansión e innovación en el transporte terrestre de viajeros en Canarias?

En nuestra empresa, estamos comprometidos con la mejora continua de la experiencia del cliente. Para ello, hemos creado Innobus, una compañía dedicada a la digitalización de nuestros procesos y servicios.

A través de Innobus, estamos desarrollando diversos proyectos para dotar a nuestros clientes de mayor transparencia e información. De esta manera, podrán rastrear el servicio, conocer su estado en tiempo real y valorar su satisfacción de manera sencilla y directa.

La digitalización es una prioridad estratégica para nuestra empresa. Invertimos de manera significativa en Innobus para acercarnos más a nuestros clientes y comprender mejor sus necesidades.

Los proyectos de Innobus están diseñados para impactar positivamente en la experiencia de nuestros clientes actuales y futuros. Nuestro objetivo es ofrecer un servicio más eficiente, personalizado y satisfactorio.



Carlos Álvarez: “Si África te da, hay que dar a África”

ENTREVISTA

CARLOS ÁLVAREZ
CEO DE SERVILOG

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cuál es la experiencia y trayectoria de Servilog como proveedor de servicios logísticos internacionales en la región de West África y cuál es su enfoque en la prestación de estos servicios?

Realmente Servilog es el resultado de una experiencia personal previa que comenzó en el año 2009 en Senegal de la mano de Proexca con su programa de Becas en el exterior en los que estuve un año trabajando, apoyando y asesorando a nivel local a las empresas canarias que estaban presentes en el país o querían empezar a trabajar con él. Posteriormente del 2010 al 2015 fui el Delegado Comercial de una naviera en Mauritania eso fue un “doctorado” en logística y negocios internacionales.

Al final, la combinación de estos dos países y la experiencia aprendida en todos los ámbitos durante seis años, tanto en el laboral como el personal, me ha permitido tener un conocimiento profundo de las singularidades y complejidad de los dos principales mercados de exportación de Canarias.

Fundé Servilog para darme una oportunidad y por sentir que podía utilizar todo ese conocimiento y experiencia adquiridos a lo largo de muchos años para concentrarlo en este proyecto personal.

La evolución que hemos tenido en siete años ha sido muy positiva. Hemos pasado de no conocernos nadie y un alcance muy limitado en cuanto a tráfico y personal se refiere, a convertirnos en un pequeño equipo de cinco personas, joven, dinámico y con experiencia que ha logrado posicionarse como uno de los principales transitarios de referencia en Canarias hacia West África, frente a grandes empresas de logística que implantadas en las Islas. Trabajamos desde Canarias, Península y algunos países europeos como Portugal o Alemania hacia 10 países en África como Mauritania, Senegal, El Sahara, Marruecos, Ghana, Nigeria, Guinea Bissau o Costa de marfil en otros, con un movimiento en-

torno a los 1000 contenedores al año y este año el objetivo es superarlo.

En África aprendí tres cosas que son mi enfoque personal y lo aplico a la empresa y los servicios que prestamos:

1. Tu palabra es tu contrato. En un mundo en el que la seguridad jurídica es complicada siempre tienes que cumplir lo que has quedado y en el caso de fallar hay que asumir los errores. Es la única manera con el tiempo de ganarte el respeto.

2. El concepto tiempo. En África el tiempo se mide de manera diferente, no en segundos o minutos, sino en días, meses e incluso años. Hay que tener paciencia, en todo lo que se hace.

3. El respeto a la familia. La familia es sagrada, no sólo la personal sino tu familia de trabajo, la familia de los clientes o la familia de nuestros proveedores. A todos hay que respetarlos y ganarte su respeto con trabajo y dedicación.

¿Qué servicios logísticos especializados ofrecen y cuáles son las ventajas competitivas que ofrece a sus clientes en la región?

Nosotros ofrecemos un servicio de asesoramiento logístico integral que mantene-

mos durante todas las etapas de los diferentes procesos que intervienen en una operación de logística internacional, como pueden ser carga de contenedores, transportes terrestres, aduanas, transportes marítimos en los que apoyamos desde el inicio a empresas y particulares tanto nacionales como africanos que quieren llevar sus mercancía vendidas o adquiridas en Europa hacia África.

Los servicios que ofrecemos son muy amplios, pero siempre orientados en operaciones logísticas de contenedores ya sean secos, refrigerados, mercancías peligrosas o cargas sobredimensionadas.

También ofrecemos un servicio de grupaje propio desde Las Palmas a los puertos de Nouakchott, Nouadhibou y Dakar. Como desarrollo de este proyecto acabamos de lanzar un nuevo servicio de grupaje directo desde el puerto de Valencia a Nouakchott.

A su vez tenemos capacidad para realizar operaciones logísticas a nivel local en Mauritania, Marruecos, Senegal y Gambia que nos permiten hacer entregas o cargas de mercancías en estos países en colaboración con nuestra red de agentes.

Pocas empresas españolas cuentan con esta capacidad sobre todo en Mauritania y Senegal donde tenemos una mayor experiencia. Podemos destacar un proyecto de logística integral realizado en Senegal para la OTAN realizado por una empresa española. En cuanto las ventajas competitivas podemos decir que tenemos varias.

Por una parte, ser una empresa pequeña nos permite tener una mayor flexibilidad y agilidad respecto a otras empresas de sector con una estructura corporativa muy superior de cara a dar una respuesta fácil y clara a los clientes en cada proyecto logístico.

Por otra, es el equipo humano de esta empresa que pone toda su dedicación, esfuerzo y paciencia en cada una de las operaciones que efectuamos y también las diferentes empresas con las que colaboramos para poder realizar nuestro trabajo. La más importante como comentado anteriormente es el conocimiento y experiencia que tenemos de haber vivido en estos países durante seis años, no sólo a nivel laboral y logístico, sino en un extenso ámbito como cultural, religioso, formas de trabajo, etc.

¿Cómo se adaptan vuestros servicios a las particularidades y desafíos logísticos de operar en la región de West África, como infraestructura limitada y regulaciones aduaneras complejas?

En realidad, lo primero que hacemos es adaptarnos a las necesidades de los clientes y en base a eso, diseñamos la estrategia que vamos a seguir en la operación logística. No es lo mismo asesorar a una empresa española con experiencia que a un particular que quiere mandar mercancía a su casa en su país de origen. En ambos casos las necesidades son diferentes y nos adaptamos a ellos.

Cuando uno empieza a trabajar con clientes de países africanos, lo primero que tienes que aprender es adaptarte a su manera de trabajar y con el tiempo empiezas a ver que dentro de lo que para nosotros es un caos, existe un orden y hay unos procedimientos formales, tanto en las infraestructuras portuarias por ejemplo como en las regulaciones aduaneras. Dentro del ámbito de las regulaciones aduaneras, la UE lleva trabajando con muchos países africanos para homologar los sistemas aduaneros a los del resto del mundo y se han producido grandes avances, con la introducción de sistemas informáticos, for-



Javier Jódar, Kath Roberts, Carlos Alvarez, Paola Graziani y Fran Vega.

matos de despachos de aduanas, conexión directa entre las agencias y consignatarias con la aduana, etc.

Un problema importante para una empresa extranjera que opera en África es comprender los altos aranceles de entrada y otros impuestos que se pagan cuando se importa la mercancía en estos países que en muchos casos supone cerca del 50% del valor de la mercancía, a parte de otros gastos relativos a la importación. Todos estos detalles son muy importantes conocerlos de antemano para evitar sorpresas y malentendidos.

¿Qué tecnologías y herramientas innovadoras utiliza África Consulting en la gestión de sus servicios logísticos en West África para mejorar la trazabilidad y la eficiencia en las operaciones?

Hace unos años que contamos con una herramienta informática especializada en el sector donde gestionamos y controlamos todas las operaciones que realizamos. Gracias a esta herramienta ponemos a disposición de nuestros clientes un acceso privado a sus operaciones donde podrá ver toda la información de sus envíos, acceso a toda la documentación generada, facturas emitidas y lo más interesante el seguimiento en tiempo real de su contenedor poniendo en número del contenedor con datos como nombre del barco, fecha de salida, llegada...

¿Cómo se abordan los retos de la sostenibilidad y la responsabilidad social en las operaciones logísticas y cuál es vuestro compromiso en este sentido?

Nuestro compromiso dentro de la responsabilidad social, se puede resumir en "si África te da, hay que dar a África". En este sentido utilizamos una parte de nuestros recursos económicos para colaborar con una ONG en Nouadhibou que se llama Rosa del Desierto, intentando aportar nuestro pequeño grano de arena. El año pasado ayudamos a la señora Demba a la que se le había quemado la habitación, donde vivía con sus hijos pequeños, se habían quedado sin las escasas pertenencias que tenían, incluso el material escolar. Nosotros les ayudamos a que volvieran a la normalidad.

"Los servicios que ofrecemos son muy amplios, pero siempre orientados en operaciones logísticas de contenedores ya sean secos, refrigerados, mercancías peligrosas o cargas sobredimensionadas"

El año anterior ayudamos a otra familia que se tenía que ir del lugar donde tenían instalada su pequeña habitación de madera en la que vivía con su familia, ya que el propietario del terreno, lo había vendido. Ayudamos a que encontrara un nuevo emplazamiento y comprar material para hacerle el baño, el perímetro exterior... Este año seguiremos ayudando y apoyando en este sentido.

También colaboramos con Instituciones públicas y otras ONG que tienen diferentes proyectos de cooperación y tratamos de ayudarles con nuestro trabajo y desempeño.

Acabamos de ser patrocinadores de una expedición científica llamada "into the aurora II" cuyo objetivo era grabar por primera vez las auroras boreales desde la estratosfera utilizando un globo aerostático y cámaras de alta resolución.

Son numerosos los retos que tenemos en materia de sostenibilidad. Por una parte dentro de la propia empresa con la maximización en el aprovechamiento de los espacios en los contenedores para intentar evitar envío de contenedores innecesarios, utilización de plásticos reciclados para retractilar los palets, uso de herramientas digitales para evitar la impresión de papel o la compra de un vehículo eléctrico para nuestra movilidad dentro de la ciudad son algunas las iniciativas que hemos implantado en los últimos años.

Además, con las navieras con las que trabajamos llevan unos años ya realizando fuertes inversiones en la construcción de nuevas flotas más eficientes, la utilización de bio combustibles y desarrollando el uso de la

AI en la mejora de las rutas entre otras muchas medidas adoptadas.

¿Cuáles son los planes de expansión y crecimiento de África Consulting en el mercado de servicios logísticos y cuáles son los objetivos a corto y largo plazo de la empresa?

Tenemos que ser conscientes de que los recursos económicos de esta empresa son limitados. Nosotros no pertenecemos a un gran grupo logístico como los que operan en el puerto de Las Palmas por tanto tenemos que ir "al golpito".

Un objetivo muy ambicioso que nos propusimos recientemente fue la viabilidad para abrir la primera nave logística en Zona Franca destinada a África en Canarias pero debido a los altos costes de puesta en marcha y mantenimiento lo tuvimos que dejar aparcado por el momento, no se descarta que en unos años se pueda retomar este proyecto.

El objetivo principal es seguir ganando cuota de mercado no sólo en Canarias sino en Península, que poco a poco lo estamos consiguiendo para los destinos en los que trabajamos y estamos especializados. Podríamos ampliar destinos, pero para ello necesitaría contratar a nuevo personal. Un objetivo a largo plazo, siempre y cuando acertemos en la teoría, sería la de abrir una pequeña delegación en Mauritania que nos apoyara en las operaciones que tenemos sobre el terreno y poder atender a nuestros clientes en destino. Pero hay que estudiarlo bien por que es un paso importante.



ENTREVISTA

ALEJANDRO MOLDES
DIRECTOR EN CANARIAS
DE GRUPO MOLDTRANS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Moldtrans es una compañía que opera a nivel internacional y que cuenta con una gran presencia Canarias. ¿Qué importancia tiene el territorio insular para ustedes?

La historia de Moldtrans en Canarias se remonta al año 2013, cuando se abrió una pequeña oficina comercial en Las Palmas. El origen de esta iniciativa se debe al contacto con dos profesionales provenientes de una empresa que había cerrado y buscaban emprender un nuevo proyecto, algo desafiante si se comienza desde cero.

En ese momento, Moldtrans, empresa dedicada principalmente a servicios de grupaje entre la península ibérica y Europa, no tenía presencia directa en las Islas Canarias. Sin embargo, reconociendo el potencial del archipiélago, decidimos brindarles la oportunidad a estos emprendedores.

Los inicios no fueron fáciles, y la delegación de Las Palmas tuvo que enfrentarse a momentos complicados. Sin embargo, la perseverancia e implicación de uno de los empleados originales del proyecto, quien retomó las riendas del mismo, dio un nuevo impulso a la presencia de Moldtrans en Canarias.

A partir de ese momento, la empresa experimentó un crecimiento sostenido, abriendo nuevas oportu-

nidades de negocio. En 2016 se estableció una delegación en Tenerife y se amplió la oferta de servicios, incluyendo la comercialización fuera de la península ibérica, centrándose en países como Italia donde el Moldtrans ofrece conexiones diarias, Grecia por su importante industria naval y resto de Europa y Norte de África, donde las exportaciones e importaciones forman gran parte del negocio de la compañía.

En el año 2020, con el impulso de nuevas líneas de operadores marítimos como Balearia & Fred Olsen identificamos la oportunidad de ofrecer un servicio express entre la península y Canarias. A pesar de las reticencias iniciales de algunos clientes, la empresa confió en el potencial de este servicio y cosechó un nuevo éxito, impulsando aún más su crecimiento en el archipiélago.

En la actualidad, hemos consolidado nuestra posición en Canarias con el envío de cerca de 30 contenedores de grupaje semanales entre la península y las islas.

Actualmente, ¿qué cifras de negocio manejan en Canarias?

Ahora mismo Moldtrans alcanza una facturación de 10 millones de euros en Canarias

¿Qué tipo de crecimiento ha experimentado Moldtrans en Canarias? ¿Ha sido un crecimiento constante a lo largo del tiempo o se ha acelerado principalmente después del 2020?

Hemos experimentado un crecimiento constante, con cada año superando al anterior. Incluso el desafiante 2020, marcado por la pandemia de COVID-19, resultó ser un año positivo, gracias a nuestro compromiso inquebrantable con la continuidad de los envíos.

Un factor fundamental en el

Alejandro Moldes: “Moldtrans ha transformado el panorama logístico en Canarias”

éxito de Moldtrans ha sido su enfoque en el servicio al cliente. La empresa ha demostrado su disposición a ir más allá, incluso asumiendo pérdidas ocasionales, para cumplir con sus compromisos.

Dada la posición geográfica estratégica de Canarias, ¿cómo logra Moldtrans destacarse y fidelizar clientes en un entorno altamente competitivo?

Al llegar a Canarias, identificamos una oportunidad para transformar el panorama logístico del archipiélago. Mientras que los clientes estaban acostumbrados a tiempos de entrega de 10 días, nosotros introdujimos un servicio rápido y con un costo razonable.

Moldtrans ha transformado el panorama logístico en Canarias al implementar un modelo centrado en tres pilares fundamentales:

Mejora continua del servicio: La empresa está comprometida con la excelencia, adaptándose constantemente a las necesidades específicas de los clientes canarios y superando sus expectativas.

Búsqueda proactiva de oportunidades: Moldtrans se caracteriza por su espíritu innovador, siempre explorando nuevas formas de optimizar su oferta y aportar valor a sus clientes.

Servicio rápido, eficaz y a precios competitivos: En un mercado acostumbrado a servicios lentos y costosos, Moldtrans se diferencia por ofrecer soluciones eficientes y accesibles, satisfaciendo las expectativas de los clientes y ganando su confianza.

¿Qué estrategias están implementando para una mejor optimización de la cadena de distribución?

Nos encontramos actualmente enfrentando un desafío importante: la escasez de conductores. Esta situación está impactando en la capacidad de la empresa para ofrecer sus servicios a todas las islas del archipiélago. Lo ideal sería poder ofrecer un servicio a todas las islas; ahora mismo solo podemos ofrecer servicio a Lanzarote, Gran Canaria y Tenerife.

Teniendo en cuenta la creciente importancia de la sostenibilidad, ¿cómo pueden las empresas de logística integrar eficazmente prácticas sostenibles en sus operaciones?

En Moldtrans, estamos comprometidos con la sostenibilidad y estamos implementando activamente estrategias para reducir nuestro impacto ambiental. En este sentido, nuestra flota de vehículos está siendo optimizada para minimizar las emisiones de gases contaminantes. Un ejemplo notable es la utilización de un barco a gas en la ruta Huelva-Canarias, lo que representa una alternativa más ecológica.

A la par, reconocemos el potencial de los vehículos eléctricos como una solución sostenible para el transporte de mercancías. Estamos evaluando cuidadosamente la viabilidad de su implementación en las Islas Canarias, considerando factores como la seguridad, la disponibilidad de soporte técnico y la eficiencia operativa.

¿Cómo se proyectan los próximos años?

Nos encontramos en un dinámico proceso de expansión y diversificación, con el objetivo de ofrecer un servicio aún más completo y eficiente a nuestros clientes en las Islas Canarias.

“Estamos explorando la posibilidad de establecer rutas aéreas”

Cabe mencionar que hemos adquirido una empresa nacional, denominada: RED Soluciones Logísticas Avanzadas. La incorporación de esta empresa a la familia Moldtrans hace que ampliemos nuestra red de operaciones. Esta adquisición fortalece la capacidad de la empresa para atender las necesidades logísticas de los clientes en Tenerife y Las Palmas.

A su vez, estamos explorando la posibilidad de establecer rutas aéreas para conectar las islas y ofrecer un servicio de transporte aún más rápido y eficiente.

Y, por último, el objetivo final de Moldtrans es ampliar su presencia a todas las islas del archipiélago canario, brindando a los clientes un servicio integral y de alta calidad. Estamos comprometidos con la innovación y la búsqueda de soluciones creativas para superar los desafíos logísticos y satisfacer las expectativas de nuestros clientes en todas las islas.



Francisco Hondarza: “El mundo camper se ha convertido en una filosofía de vida”

ENTREVISTA

**FRANCISCO
HONDARZA**
DIRECTOR DE
CARACOL CAMPER

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
**¿Qué inspiró a usted a la
camperización de furgonetas?
¿Cómo nació Caracol Camper?**

Caracol Camper surgió de manera inesperada. Yo trabajaba en una empresa de transporte sanitario y, justo después de la pandemia, nos vimos en la necesidad de renovar la flota de ambulancias. Una de las ambulancias se vendió a un particular y, gracias a mi experiencia en construcción y conocimiento del sector, me ofrecieron la oportunidad de camperizarla. Así comenzó todo.

Comencé con una sola camperización y, poco a poco, el proyecto fue creciendo hasta llegar a lo que somos hoy en día.

¿Cómo ha evolucionado la demanda de furgonetas camperizadas?



Considero que el mercado de las campers se encuentra en un ciclo ascendente, pero es importante reconocer que, como cualquier tendencia, eventualmente alcanzará un punto de estabilización.

Sin embargo, es innegable que la pandemia ha impulsado un fuerte interés por este estilo de vida. La libertad de viajar con tu hogar a cuestas ha cautivado a muchos, y este entusiasmo no parece disminuir.

Más que una simple tendencia, el mundo camper se ha convertido en una filosofía de vida para muchos, ofreciendo una alternativa a la rutina y brindando la posibilidad de conectar con la naturaleza y la aventura.

Además, han surgido numerosos avances tecnológicos en torno a la camperización de furgonetas que están afectando positivamente a la experiencia del usuario.

Sí. El mundo camper ha experimentado una notable transformación en los últimos años, dejando atrás los conceptos rudimentarios para dar paso a un universo de posibilidades que integran lo mejor de la tecnología y el confort.

Las furgonetas camperizadas de hoy en día han incorporado domótica, calefacción, aire acondicionado y un aprovechamiento del espacio sin precedentes, rivalizando e incluso superando las comodidades que se encuentran en una vivienda tradicional.

Es impresionante observar cómo se ha logrado optimizar el espacio interior, permitiendo que hasta cinco personas puedan viajar y dormir cómodamente en un furgón de apenas 6 metros cuadrados. Esto se traduce en una experiencia única de libertad y aventura, sin sacrificar la comodidad y el bienestar.

¿Cómo se prevé que evolucione el mercado de las furgonetas camperizadas en los próximos años?

Las previsiones continúan siendo positivas, con un crecimiento constante de la demanda. Cada vez son más las personas que buscan este tipo de experiencias de viaje y aventura, lo que impulsa el auge de empresas especializadas como la nuestra.

Es evidente que el sector está en proceso de profesionalización. Cada vez son más las empresas que ofrecen servicios integrales de camperización, desde el diseño y la construcción hasta el asesoramiento y la postventa.

La alta demanda se refleja en el volumen de consultas que recibimos a diario. Constantemente nos contactan personas interesadas en obtener presupuestos, información sobre camperización o incluso asesoramiento sobre la compra de una furgoneta adecuada para sus necesidades.

¿Qué recomendaciones darías a alguien que está considerando adquirir una furgone-

ta camperizada o realizar una conversión?

Es fundamental que antes de invertir en un vehículo camperizado, se tenga una experiencia previa de este estilo de vida. El desembolso económico que supone la compra de una furgoneta y su camperización (alrededor de 30.000 euros) no es algo que deba tomarse a la ligera. Por ello, recomiendo encarecidamente realizar un viaje de prueba de al menos una semana para experimentar de primera mano las ventajas y desventajas de este estilo de vida.

Es importante recordar que la vida camper no es una moda pasajera, sino un estilo de vida que debe adaptarse a tus gustos y necesidades. Por ello, siempre dejamos constancia de que existen empresas que ofrecen alquiler de furgonetas camperizadas para que puedan probar la experiencia sin necesidad de realizar una inversión inicial.

¿Dan servicio a todas las islas?

Damos servicio a todas las personas que nos llamen o vengán a nuestro taller. Contamos con una amplia base de clientes de diferentes nacionalidades y nuestro equipo está formado por profesionales multilingües que dominan varios idiomas, incluyendo francés, alemán, inglés e, incluso chino. Esto nos permite comunicarnos de manera efectiva con nuestros clientes, independientemente de su origen.

¿Cuáles son vuestros planes a futuro?

Caracol Camper se encuentra en un momento de emocionante expansión. Recientemente, hemos dejado atrás nuestro pequeño taller de 180 m² para mudarnos a una amplia nave de cerca de 600 m².

En nuestra nueva ubicación, estamos preparando la apertura de una tienda camper. En ella, nuestros clientes podrán encontrar todo lo necesario para disfrutar de sus viajes al máximo, desde accesorios para la camperización hasta artículos para el uso cotidiano dentro de la furgoneta. Nuestro objetivo no se limita a la tienda física. En un futuro próximo, aspiramos a ofrecer una experiencia de compra completa a través de una tienda online que complementa nuestro local. Además, si las condiciones lo permiten, nos gustaría ampliar nuestros servicios con un taller de mecánica especializado en camper, brindando así una atención integral a las necesidades de nuestros clientes.

Cada vez se valora más encontrar todo en un mismo lugar.

Sí. En Caracol Camper, tenemos como objetivo brindar un servicio integral completo para todo lo relacionado con el mundo camper. Nuestro compromiso es que cada cliente entre y salga de nuestras instalaciones con la satisfacción de haber recibido un servicio llave en mano, sin necesidad de preocuparse por ningún detalle.



ENTREVISTA

LUIS GONZÁLEZ

CONSEJERO INSULAR
DELEGADO DE CONTRATACIÓN
PÚBLICA, DEPORTES,
TRANSPORTES, MOVILIDAD Y
COMUNICACIONES DEL CABILDO
DE FUERTEVENTURA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Como consejero de Transportes y Movilidad ¿Cuáles son las principales líneas de trabajo enfocadas en Fuerteventura?

Uno de nuestros principales retos es mejorar el servicio de transporte de guaguas de línea regular en Fuerteventura, que es lo que nos demanda la población. Ahora mismo nos encontramos en la fase final de preparación del pliego que va a regir el servicio público regular de viajeros y que va a traer sustanciales mejoras. Aquí es donde estamos poniendo todos nuestros esfuerzos por la complejidad del procedimiento; una concesión de servicio público. Será la primera vez que sale a concurso público en concurrencia competitiva, ya que hasta ahora el Cabildo siempre había adjudicado la concesión de manera directa.

El contrato resultante será una herramienta más flexible, que va a permitir mejorar la situación del transporte regular de viajeros que tanto necesita Fuerteventura con aumento de flota y frecuencias hacia los núcleos del turismo incipiente, mejora de la coordinación entre las líneas ya existentes y que den cobertura el principal eje turístico Gran Tarajal-Morro Jable, resolver la insuficiente cobertura de conexiones con el aeropuerto, entre otras mejoras.

¿Cuál es la situación en la actualidad de este servicio? ¿Se prevén mejoras más a corto plazo?

La concesión se encuentra prorrogada legalmente durante todo el 2024 y, recientemente, se ha producido un cambio de titularidad por parte de la empresa concesionaria, que ha pasado a manos de la empresa Nex Continental Holdings S.L.U (ALSA) con la que estamos negociando la Oferta Básica de Servicio Público para lo que resta de ejercicio. Según la misma, está previsto implantar mejoras sustanciales a muy corto plazo como la incorporación de hasta 15 nuevos vehículos que vienen a sustituir a los ya existentes y así rebajar la antigüedad media actual de la flota.

El Cabildo de Fuerteventura mantiene la gratuidad de las guaguas ¿Se traduce esto en un aumento de los usuarios del transporte público?

Así es. Ahora mismo nos encontramos en cifras récord del uso del transporte colectivo y nuestro compromiso es afianzar



Luis González: “Es fundamental ayudar a todos los sectores del transporte”

ese incremento en los próximos años. Se ha producido un incremento de casi el 40% en el número de usuarios y usuarias durante el año 2023, y a principios de 2024 ya se registraron más de cuatro millones de viajeros del

transporte regular interurbano.

Este aumento corresponde, al incremento del combustible, y en gran parte, a dicha gratuidad de las guaguas, que garantizamos durante todo el año 2024 para las personas

usuarias del bono residente canario. Como novedad este año, no se exige la realización de un número de viajes mínimo para disfrutar de dicha gratuidad, que anteriormente estaba establecido en 15.

“Nos encontramos en cifras récord del uso del transporte colectivo”

¿Qué otras acciones se llevan a cabo para mejorar la movilidad?

Es fundamental ayudar a todos los sectores del transporte y, en este sentido, estamos trabajando para conceder las ayudas aprobadas en el Plan Estratégico de Subvenciones de la Consejería de Transporte y Movilidad. Ayudas que se dirigen tanto al sector del taxi, con subvenciones directas a todas las cooperativas y asociaciones gremiales que operan en la isla, además de subvenciones en régimen general de concurrencia para el taxi adaptado, que llevan desde el año 2018 sin convocarse, como al del transporte de mercancías a través de una ayuda directa a la Sociedad Cooperativa de Transportistas de Fuerteventura. El objetivo es conocer sus demandas y conceder unas subvenciones que son muy necesarias para atender estas necesidades.

¿Se dan pasos para que Fuerteventura tenga una movilidad cada vez más sostenible?

Desde luego. Este es uno de los grandes objetivos marcados por Europa y el Gobierno de Canarias, y destacan los proyectos, financiados a través de fondos europeos Next Generation, que tienen que ver con la movilidad sostenible. Uno de los más novedosos es la puesta en marcha de una línea interurbana entre Puerto del Rosario y el Aeropuerto que será cubierto mediante la adquisición de tres guaguas eléctricas 100%, así como los puntos de recarga y las pantallas de información.

Por otro lado, junto con la Consejería de Industria, estamos trabajando en un proyecto para financiar con fondos europeos, puntos de recarga de vehículos eléctricos en distintos municipios de la Isla, así como instalaciones de autoconsumo mediante energía fotovoltaica en la parada preferente de Gran Tarajal y la Estación de guaguas de Puerto del Rosario. Todo ello, con el objetivo de hacer un uso eficiente y responsable de los recursos.



Luis Rodríguez: “Estamos adaptando nuestros servicios para atender a este nuevo tipo de turista”

ENTREVISTA

LUIS RODRÍGUEZ
GERENTE DE TRANSPORTES
INSULAR LA PALMA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Luis, en la actualidad, ¿qué servicios de transporte ofrece Transportes Insular La Palma a sus clientes y cuál es la cobertura geográfica de la empresa en la isla?

Como bien saben, nuestra empresa ofrece dos tipos de servicios: servicio regular y servicio discrecional.

En cuanto al servicio regular, somos concesionarios del mismo en la isla de La Palma, lo que significa que somos la empresa responsable de brindar este servicio a la población de forma regular, con horarios y recorridos preestablecidos.

Además del servicio regular, también ofrecemos servicio discrecional escolar en toda la geografía de la isla. Este tipo de servicio se caracteriza por su flexibilidad, ya que podemos adaptarlo a las necesidades específicas de cada centro educativo o grupo de estudiantes.

¿Cómo ha evolucionado la contribución del turismo a los ingresos de la empresa en los últimos años?

El turismo es un sector de gran importancia para Grupo TILP. Si bien es cierto que la pandemia del COVID-19 y la erupción del volcán Cumbre Vieja afectaron significativamente al sector, estamos empezando a recuperar los niveles de turismo previos a estas crisis.

La isla cuenta con una limitada oferta de camas hoteleras. No obstante, la situación es positiva y la llegada de cruceros está contribuyendo a dinamizar el sector. Además, esperamos que la reapertura completa de la zona de Puerto Naos, que se vio afectada por la erupción volcánica, ayude a atraer a más visitantes a la isla.

¿Cuál es el balance que realiza de estos primeros meses del año?

Estamos viviendo meses bastante positivos en Grupo TILP. Si bien es cierto, esperamos que se pueda seguir ampliando la cobertura de camas en la Isla en aras de incrementar el número de turistas que nos visitan y mejorar nuestras cifras en el ámbito del transporte turístico.

En un momento tan cambiante para la movilidad, ¿cuáles son las prioridades de la compañía a medio plazo?

En un entorno en constante transformación como el de la movilidad, Grupo TILP se encuentra en un momento crucial para definir sus prioridades a medio plazo.

Para ello, nos proponemos consolidar nuestra posición en el mercado del transporte regular, asegurando la eficiencia del servicio y buscando oportunidades para ampliar la cobertura a nuevas rutas o zonas.

En paralelo, apostamos por un crecimiento sostenido en el ámbito turístico. La clave para alcanzar este objetivo radica en ofrecer un servicio de calidad y personalizado, adaptado a las necesidades específicas de los clientes.

A la par, estamos explorando oportunidades en el sector de la recepción de turistas. El objetivo es convertirnos en un referente en la atención al turista en la Isla, ofreciendo un servicio integral y de alta calidad.

Y, por último, la diversificación hacia el sector de las mercancías es otra de las prioridades de la compañía.

¿Qué tecnología o innovaciones se han implementado para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio?

Aunque la gratuidad del transporte en Canarias ha retrasado la implementación del pago con tarjeta en nuestra flota, somos conscientes de que se ha convertido en una necesidad para nuestros clientes. En este sentido, estamos trabajando para incorporar esta opción en todos los vehículos de servicio regular, lo que permitirá una mayor comodidad y flexibilidad a los usuarios.

Además del pago con tarjeta, estamos implementando sistemas de recorrido, control real y paso de los vehículos por las paradas. Estas tecnologías nos permitirán ofrecer información precisa y en tiempo real a nuestros clientes, mejorando la planificación de sus viajes y la experiencia general del servicio.

¿Cuáles consideras que son los principales desafíos a los que se enfrenta Transportes Insular La Palma en el sector del transporte en la isla en los próximos años?

Es evidente que el turismo está evolucionando hacia un modelo más sostenible, donde los viajeros buscan experiencias responsables y respetuosas con el medio ambiente. En este contexto, estamos adaptando nuestros servicios para atender a este nuevo tipo de turista.

Por otra parte, si bien es cierto que el COVID-19 ha tenido un impacto significativo en el sector turístico, con un aumento en la demanda de alquiler de coches como medida para evitar el contacto con otros viajeros. Sin embargo, las restricciones de aparcamiento en zonas céntricas y parques nacionales podrían revertir esta tendencia en los próximos años.

Tras la pandemia y la erupción volcánica en La Palma, nuestros desafíos pasan por recuperar la cuota de mercado que teníamos anteriormente. Para ello, estamos trabajando en ofrecer experiencias personalizadas, sostenibles y que respeten el medio ambiente.

¿Cuáles son los objetivos y la proyección a largo plazo de Transportes Insular La Palma en términos de crecimiento, expansión de servicios o mejora continua en la calidad del transporte ofrecido?

En Grupo TILP, nuestra visión es seguir creciendo como empresa líder en el sector turístico de La Palma. Aspiramos a ser la referencia para los viajeros que buscan una experiencia única y personalizada en la isla.

Nuestra principal fortaleza es nuestro conocimiento profundo de La Palma. Somos una empresa 100% palmera, con un equipo de profesionales apasionados por la isla y comprometidos con ofrecer un servicio de excelencia.

Además, estamos firmemente comprometidos con la diversificación de nuestro grupo. Buscamos ampliar nuestra gama de servicios para adaptarnos a las nuevas necesidades del mercado y ofrecer soluciones innovadoras.

¿Por dónde pasa esta diversificación de la que me habla?

De momento, hemos logrado estabilizar nuestro crecimiento en el sector de mercancías. Contamos con una base sólida de clientes fuertes y potenciales en la provincia de Santa Cruz de Tenerife.

Inciendo en el mercado turístico, a través de nuestra agencia “Nuevo Rumbo” estamos ampliando nuestra presencia en el mercado turístico. Por su parte, “La Palma Transfer & Tours”, nuestra marca de actividades, nos permite captar clientes interesados en explorar la isla y disfrutar de experiencias únicas.

Y recientemente hemos creado nuevas marcas para diversificarnos en sectores con alto potencial:

La Palma Congress & Events, donde ofrecemos gestión integral de eventos y congresos, brindando soluciones personalizadas a nuestros clientes.

La Palma Homes, con la que ingresamos al mercado de gestión de vivienda vacacional, ofreciendo una amplia variedad de alojamientos turísticos de alta calidad.

¿Ha sido positiva la acogida en todos los nichos de mercado que me comenta?

Efectivamente, Grupo TILP se encuentra en un proceso de consolidación gradual. A pesar de la reciente pérdida de turismo en La Palma, estamos firmemente convencidos de que la isla tiene un gran potencial para recuperarse y volver a ser un destino turístico de referencia.

Nuestra base fundamental para este crecimiento reside en el año 2024. A partir de este momento, nos centraremos en recuperar el mercado perdido, afianzando nuestra especialidad en la isla.

Tras todo lo comentado, ¿esperan que 2024 sea un año positivo?

Sí. Esperamos que 2024 sea un año positivo que nos permita abrir la totalidad de la isla al público interno y externo. Esto será fundamental para la recuperación del sector en La Palma.

Cabe indicar que este año 2024 será un año crucial para la isla, ya que se celebrará la Bajada de la Virgen, un evento religioso y cultural que no se ha celebrado desde 2015. Este evento atraerá a miles de visitantes a La Palma y contribuirá a la reactivación económica de la isla.

Con la apertura total de la isla y la celebración de la Bajada de la Virgen, esperamos que 2024 sea un año de recuperación total para el sector turístico.

De esta forma, podremos afrontar el año 2025 con la totalidad de las garantías y ofrecer una experiencia única a los visitantes de La Palma.



Manuel Sánchez: “El PASAC no es una ayuda a las empresas, sino a los hombres y mujeres de Canarias”

ENTREVISTA

MANUEL SÁNCHEZ
PRESIDENTE DE
FACONAUTO CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cuál es el análisis que realizan desde Faconauto sobre las caídas de las ventas en el sector de la automoción durante los tres primeros meses del año?

Los tres primeros meses del año 2024 presentan una lectura negativa en términos numéricos, con una evidente caída del mercado. Es importante analizar las causas de esta caída y las circunstancias que la han propiciado.

Ya se preveía que este primer trimestre sería complejo. Sin embargo, dentro de la negatividad general, hay algunos aspectos que ofrecen esperanza para un 2024 positivo, más allá de lo acontecido en estos primeros meses.

Si bien las cifras del primer trimestre de 2024 son negativas, un análisis más profundo revela que existen motivos para ser optimistas con respecto al resto del año.

¿Cuáles son los principales factores que han contribuido a la disminución de las ventas en el sector durante este periodo?

Desde 2020, con el inicio de la pandemia, hemos experimentado diversos momentos de "tormenta perfecta". En estos cuatro años hemos vivido de todo, pero ahora nos encontramos nuevamente ante una situación similar.

El primer indicador, como bien saben, es el aumento de los tipos de interés y la presión bancaria. Los concesionarios hemos realizado un esfuerzo considerable para reducir nuestros márgenes y facilitar la cuota al cliente, pero la presión bancaria está dificultando la obtención de créditos. Es importante recordar que en Canarias, más del 90% de los automóviles se financian.

Adicionalmente, las empresas canarias del sector turístico están encontrando dificultades para obtener créditos. Esto significa que el ámbito bancario está obstaculizando el avance del sector.

A estos problemas se suman los nuevos inconvenientes logísticos. Y por si fuera poco, hay un tercer factor: en diciembre de 2023 se produjo un adelanto significativo de las ventas, con una alta matriculación de vehículos. Esto se debe a que el parque automovilístico era ya bastante antiguo, lo que ha repercutido negativamente en las ventas de 2024. Esperamos que esta situación se regularice en los próximos meses.

Problemas logísticos que están incidiendo con fuerza en algunos segmentos, como puede ser en el de vehículos comerciales.



El problema de la falta de stock en vehículos comerciales nunca se ha solucionado del todo. Si bien la situación ha mejorado para turismos y todoterrenos, los vehículos comerciales siguen arrastrando un lastre que no se ha actualizado. La decisión de priorizar otros tipos de fabricación ha dejado a este sector rezagado.

Observamos que las marcas con producción en España no están padeciendo problemas de stock, mientras que las marcas asiáticas sí están sufriendo la falta de disponibilidad. En general, el sector del consumo está experimentando dificultades de stock que sigue afectando a los vehículos comerciales.

En aras de mejorar, en la anterior legislación del Gobierno de Canarias ya habían planteado el PASAC (Plan de Ayudas al Sector de la Automoción en Canarias), pero no se desarrolló a pesar de contar con grandes cantidades económicas provenientes, por ejemplo, de los fondos Next Generation. No obstante, lo han vuelto a retomar con este nuevo gobierno y parece que el trabajo con Mariano Hernández Zapata, quien se está preocupando y ocupando del sector, está siendo positivo. ¿Cuál es la situación actual de la puesta en marcha del PASAC en Canarias?

En relación al gobierno anterior, es importante destacar que la implementación del plan se vio afectada por una serie de eventos desafortunados, como la pandemia, la erupción del volcán y otras dificultades. Siempre que intentábamos ponerlo en marcha, surgía un nuevo obstáculo.

Sin embargo, el gobierno anterior tenía claro la necesidad de este plan, ya que no se trata de una ayuda a las empresas en sí, sino a los hombres y mujeres de Canarias. Nosotros no solicitamos dinero para nosotros mismos, sino para nuestros clientes, y es importante recalcarlo siempre.

En el caso del actual consejero, Mariano Hernández Zapata, desde el primer momento se mostró interesado en la situación, nos contactó y nos pidió ayuda. A partir de ahí, comenzamos a trabajar juntos en el plan. Actualmente, este se encuentra en vías de desarrollo.

Recientemente se anunció un plan de ayudas para la renovación del parque de taxis, algo que también habíamos solicitado. Ahora estamos pendientes del plan para Canarias, que se encuentra en un

compás de espera debido a la gran cantidad de documentación pendiente que encontró el consejero al asumir su cargo. Sin embargo, la colaboración entre las partes es absoluta.

¿Cuál es la situación actual del vehículo eléctrico en Canarias? ¿Qué medidas se están tomando para promover su adopción?

Si bien Gran Canaria destaca por su red de recarga pública premiada a nivel nacional, Tenerife ha experimentado un desarrollo más lento. A nivel global, Gran Canaria y La Gomera han realizado un notable progreso, mientras que en las demás islas la implementación avanza con mayor lentitud.

La realidad es que, hace cuatro años, la cuota de penetración del mercado de vehículos eléctricos en Canarias era del 5,5%, mientras que en la península apenas superaba el 2,5%. A día de hoy, la península se acerca al 6%, mientras que Canarias se mantiene en ese 5,5%. La lentitud en la instalación de puntos de recarga y la gestión del Plan MOVES por parte del Gobierno de Canarias han contribuido a este estancamiento. Hay personas que llevan esperando dos años por la subvención, lo que desincentiva la compra de vehículos eléctricos.

Por otro lado, la renta per cápita canaria es un obstáculo importante. La baja renta en comparación con las regiones del norte de España dificulta la superación de la barrera de precio de los vehículos eléctricos. La gente no tiene un coche de 15-16 años por capricho, sino por necesidad, ya que no puede adquirir modelos nuevos.

¿Cómo se podría agilizar la burocracia del Plan MOVES? ¿Qué propuestas tiene Faconauto para simplificar el proceso para los clientes?

Es evidente que la administración carecía de la capacidad de personal necesaria para gestionar las subvenciones provenientes del Plan MOVES. Un ejemplo que ilustra cómo se podría solventar esta situación es la iniciativa de los Cabildos de facilitar la tramitación a través de las Cámaras de Comercio, quienes han demostrado una mayor agilidad en el proceso. En este sentido, proponemos que las Cámaras de Comercio colaboren en la gestión de estas ayudas, ya que poseen la experiencia y la capacidad para hacerlo de forma eficiente.

“La baja renta per cápita en Canarias es un obstáculo importante para la compra de vehículos eléctricos”

En el actual Plan MOVES IV, en el que ya se está trabajando, nuestro principal objetivo no se centra en las cantidades económicas, sino en la agilidad de la gestión. Un plan de incentivos a la compra de vehículos eléctricos debe ser ágil y eficaz. Si el cliente tarda uno o dos años en recibir la ayuda, se desmotiva y pierde el interés en la compra.

Manuel, para concluir me gustaría preguntarle por los objetivos a largo plazo de Faconauto. ¿Cómo plantean el futuro del sector del automóvil en Canarias?

El sector de la automoción en Canarias tiene como objetivo principal mantener la empleabilidad. En este momento, se encuentra en una búsqueda activa de profesionales debido a la alta estabilidad laboral que ofrece, con un índice superior al 91%. Esto se debe a que los trabajadores del sector poseen perfiles específicos y altamente valorados.

Otro objetivo fundamental es la supervivencia de los concesionarios canarios a nivel de estructura y rentabilidad. Los últimos cuatro años han sido difíciles para el sector, y es necesario asegurar su viabilidad económica para que puedan seguir ofreciendo sus servicios a la población.

El sector también enfrenta un reto importante: la antigüedad del parque automovilístico canario, que presenta un elevado índice de inseguridad. Un vehículo de 15 años no cuenta con los niveles de seguridad activa y pasiva que sí tienen los modelos actuales. Por lo tanto, es necesario ayudar a las familias canarias a adquirir vehículos más seguros y menos contaminantes.

Cabe mencionar que el sector no se opone al transporte público ni a otras soluciones de movilidad que puedan ofrecer las administraciones públicas. De hecho, las considera complementarias al vehículo privado, especialmente teniendo en cuenta las particularidades del transporte público en Canarias.

En definitiva, el sector de la automoción en Canarias defiende la necesidad de un vehículo privado que sea seguro, poco contaminante y que ayude a mejorar la calidad de vida de las familias canarias.

MOLTRAINING

UNIMOS CANARIAS CON EL RESTO DEL MUNDO

Impulsamos tu negocio.
Toda tu logística y transporte
con un solo aliado



TRANSPORTE
marítimo



TRANSPORTE
aéreo



TRANSPORTE
**terrestre
internacional**



DISTRIBUCIÓN
national



SERVICIOS
logísticos



SERVICIO DE
aduanas





ENTREVISTA

CRISTINA VENTURA
CONSEJERA DE
MOVILIDAD Y
TRANSPORTE DEL
CABILDO DE LA GOMERA

Cristina Ventura: “La Gomera se ha convertido en un referente en movilidad sostenible”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cuáles son los principales desafíos en términos de movilidad y transporte que enfrenta La Gomera actualmente?

La Gomera se ha convertido en un referente en movilidad sostenible desde que emprendimos el desarrollo de una red de puntos de recarga eléctricos. Nos hemos convertido en un modelo para otras islas y ciudades que nos han contactado para conocer nuestra experiencia. El objetivo final es lograr una isla donde los desplazamientos no generen emisiones, consolidándonos como una isla verde y Reserva de la Biosfera.

¿Cómo se promueve el transporte sostenible y la movilidad eléctrica en la isla?

En primer lugar, hemos implementado la red de puntos de recarga para vehículos eléctricos que mencionaba anteriormente. La red cuenta actualmente con más de 20 puntos distribuidos estratégicamente por toda la isla.

Adicionalmente, la flota del Cabildo fue reemplazada hace años por una flota de vehículos eléctricos. Además, el Cabildo adquirió vehículos eléctricos y los donó a los ayuntamientos de la isla, al área de salud y a otras administraciones públicas.

Para fomentar aún más la adopción del transporte eléctrico, hemos lanzado una convocatoria de ayudas para la adquisición de vehículos eléctricos para ciudadanos y empresas. Asimismo, hemos adaptado las subvenciones existentes para que las empresas comprendan las ventajas económicas y medioambientales de optar por vehículos eléctricos en lugar de vehículos convencionales.

Estas medidas son de especial relevancia en aras de proteger el medio ambiente en La Gomera y promover la sostenibilidad.

Efectivamente, nuestro objetivo es alcanzar una isla con una movilidad sostenible. En este sentido, Guaguas Gomera, la empresa pública de transporte del Cabildo, ha implementado diversas medidas para promover el uso del transporte público:

- Adaptación de horarios: Se han ajustado los horarios de las rutas para atender mejor las necesidades de los usuarios.

- Refuerzo de líneas: Se ha aumentado la frecuencia de paso en las líneas más demandadas.

- Bono Residente Gomero: Se implementó el Bono Residente Gomero antes de la creación del Bono Residente Canario, ofreciendo viajes gratuitos a la mayoría de los colectivos de la isla.

- Incorporación de guaguas eléctricas: Estamos trabajando en la adquisición de guaguas eléctricas para renovar la flota y reducir las emisiones contaminantes, contribuyendo así a un transporte más ecológico.

“Nuestro objetivo final es lograr una isla donde los desplazamientos no generen emisiones, consolidándonos como una isla verde y Reserva de la Biosfera”

Se aboga por el uso del transporte público y la reducción de la dependencia del transporte privado, lo que, como es de suponer, presenta desafíos en islas como La Gomera, debido a su orografía, ¿verdad?



Efectivamente, los desplazamientos en La Gomera presentan desafíos particulares, y la implementación de guaguas eléctricas no estuvo exenta de dificultades, ya que inicialmente existían dudas sobre su viabilidad en el contexto de la orografía insular.

Sin embargo, tras realizar pruebas exhaustivas, se ha demostrado que las guaguas eléctricas son viables en algunas de las líneas, lo que representa un avance significativo hacia una movilidad más sostenible en la isla.

En cuanto al fomento del transporte público, se han implementado estrategias como la adaptación de los horarios para atender las horas de mayor demanda, siempre considerando las limitaciones que impone la compleja orografía de La Gomera.

¿Qué papel está jugando la participación ciudadana en la toma de decisiones relacionadas con la movilidad y el transporte en la isla?

En el mes de marzo, se aprobó el Plan de Movilidad Sostenible. Para su elaboración, se realizó una consulta pública exhaustiva, incluyendo encuestas a los ciudadanos de La Gomera para conocer sus necesidades y preferencias en materia de movilidad.

¿Cuáles fueron las principales respuestas de vuestros ciudadanos? ¿Por qué abogan?

Hemos recibido comentarios de ciudadanos que realizan desplazamientos de corta distancia (entre 1 y 2 kilómetros) utilizando vehículos motorizados en lugar de ir caminando, debido a la falta de aceras o carriles bici en esos tramos específicos. En el Cabildo estamos comprometidos a trabajar para que, en la medida de lo posible, se incorporen carriles bici en estas áreas.

Están abordando bastantes desafíos en lo que se refiere a la movilidad, sobre todo en zonas rurales y de difícil acceso.

Sí. La situación en las zonas rurales presenta un desafío mayor en términos de movilidad. La línea de Guaguas Gomera ofrece cobertura a todos los barrios y zonas rurales de la isla, incluyendo las áreas más remotas como Alojera y La Dama. Sin embargo, es importante reconocer que estas zonas tienen una densidad de población baja, lo que

limita la frecuencia de los servicios de guaguas en comparación con otras áreas más pobladas.

A pesar de estas limitaciones, el Cabildo se esfuerza por garantizar que todos los rincones de la isla tengan acceso al transporte público. Se realizan ajustes en los horarios y frecuencias de las guaguas en función de las necesidades específicas de cada zona, con el objetivo de brindar un servicio que sea lo más eficiente y accesible posible para todos los habitantes de La Gomera.

¿Se están poniendo en marcha programas de formación y concienciación para promover hábitos de movilidad sostenible entre vuestros habitantes?

Este compromiso con la movilidad sostenible lo estamos fomentando principalmente entre los niños y niñas de la isla, ya que ellos son los adultos del mañana y quienes pueden influir en sus padres sobre los beneficios de utilizar vehículos eléctricos o el transporte público.

La introducción de vehículos eléctricos en la isla ha sido un desafío importante, ya que inicialmente existía cierta desconfianza en sus prestaciones debido a la orografía de La Gomera. Sin embargo, el hecho de que el Cabildo haya reemplazado su flota vehicular por modelos eléctricos ha servido como ejemplo para que la población reconozca la viabilidad de este tipo de transporte.

Además, la convocatoria de ayudas para la adquisición de vehículos eléctricos, con una inversión de 2 millones de euros, ha tenido una acogida positiva y está contribuyendo a impulsar la adopción de este tipo de transporte sostenible.

¿Cuál es la visión del Cabildo de La Gomera a largo plazo en lo que respecta a movilidad y transporte?

Nuestro objetivo principal es que la población de La Gomera opte por el transporte público como medio principal de desplazamiento. Para ello, no solo estamos trabajando en la optimización de los horarios de las guaguas, sino que también estamos ampliando la red de paradas para cubrir zonas que antes no tenían acceso a este servicio.

Además, estamos fomentando el uso de alternativas sostenibles como patinetes y bicicletas eléctricas, con el objetivo de que la población se mueva de manera más ecológica y responsable.



Laura Ojeda: “Concienciamos a las personas sobre las causas y consecuencias de los accidentes de tráfico”

ENTREVISTA

LAURA OJEDA
RESPONSABLE DEL
ÁREA DE PREVENCIÓN
Y DIVULGACIÓN DE
FUNDACIÓN MAPFRE
CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cuáles son los objetivos principales del área de prevención y divulgación de la Fundación MAPFRE Canarias?

Nuestro principal objetivo es promover conductas que ayuden a reducir accidentes, prevenir adicciones y fomentar el bienestar físico y emocional de las personas de todas las edades. Esta labor la realizamos a través de campañas de prevención y divulgación en todas las islas del archipiélago a lo largo del año.

Concretamente, ¿qué programas y acciones llevan a cabo en materia de prevención y sensibilización?

Nuestras líneas de actividad en materia de prevención son las siguientes: educación para la seguridad vial y movilidad sostenible, prevención de ahogamientos en playas, prevención de incendios, prevención de violencia sexual en la infancia y adolescencia, prevención del acoso escolar, sensibilización medioambiental...

Todas las actividades están específicamente adaptadas a las edades a las que se dirigen y empleamos una metodología que favorece la participación y la adquisición de conocimientos en todas las etapas de la vida, desde la infancia hasta la edad adulta.

Un dato relevante es que el pasado año realizamos más de 1.000 actividades y talleres en las ocho islas, llegando a 39.000 personas.

Acciones que han dado sus resultados.

Sí. Nos dirigimos a diversos grupos, entre ellos a todos los escolares de las islas. Además, realizamos las actividades en el propio aula, lo que facilita la logística y evita el traslado de los estudiantes a otro centro, una tarea ardua para los centros educativos. Como bien mencionaba anteriormente, ofrecemos una propuesta adaptada a cada una de las edades con una gran variedad de acciones.



Por otra parte, ¿podría comentarnos en qué consiste el Proyecto STARS promovido por la Dirección General de Tráfico (DGT)?

Este proyecto se basa en un programa de movilidad segura, activa y sostenible orientado a fomentar cambios en los patrones de desplazamiento de los niños, niñas y jóvenes en sus trayectos escolares diarios. El programa contribuye a la transformación de la ciudad con la participación de toda la comunidad y crea una red de intercambio de experiencias.

En el marco de este proyecto, la Fundación impulsa, en colaboración con la Dirección General de Tráfico, Cabildos y Ayuntamientos, foros que sirven como espacios de encuentro locales. En estos foros, se realiza un trabajo en equipo para promover la movilidad escolar segura y establecer caminos escolares seguros. Se establecen rutas para que el alumnado pueda ir al centro educativo, ya sea caminando, en bicicleta o en cualquier otro vehículo no motorizado, pero siempre de forma segura.

¿Cuáles son los principales objetivos de los foros comentados?

En estos foros, con la participación de todos los agentes involu-

crados en el proyecto, se analiza el entorno de los centros educativos de los distintos municipios de las islas. Se plantean propuestas para adecuar los caminos de acceso a los centros, convirtiéndolos en itinerarios accesibles y, sobre todo, no motorizados. El objetivo es evitar el uso individual de vehículos motorizados para los desplazamientos escolares, lo que genera congestiones de tráfico en las entradas y salidas de los centros.

En definitiva, se busca establecer redes de colaboración para mejorar la calidad de vida de las personas dentro del municipio y recuperar el disfrute de los espacios colectivos.

Asimismo, ¿qué acciones impulsan para promover una movilidad sostenible desde el área?

Promovemos el uso de la bicicleta y otras formas de desplazamiento como alternativas de movilidad sostenible. También concienciamos a las personas sobre las causas y consecuencias de los accidentes de tráfico, y fomentamos hábitos de vida saludable, civismo y relaciones sociales.

Entre los proyectos que desarrollamos en esta línea de movilidad, tenemos recursos dirigidos tanto a escolares como al público

“El objetivo es evitar el uso individual de vehículos motorizados para los desplazamientos escolares”

en general. Algunos ejemplos son el programa “El Caso Fratelli”, las jornadas de Educación para la Seguridad Vial del Ayuntamiento de El Paso (que hemos apoyado desde el año 2015 en la isla de La Palma) y la colaboración con el proyecto de las Bici Escuelas impulsado por el colectivo “Tenerife por la Bici”, a través de la dotación de bicicletas y elementos de seguridad como chalecos y cascos.

Para finalizar, cabe mencionar el proyecto “Mayores en marcha”, promovido por la Asociación Mejor en Bici. ¿En qué consiste este proyecto y cuál es su objetivo principal?

Este proyecto se basa en una iniciativa internacional llamada “En Bici Sin Edad”, que nació en Copenhague en 2012 con el objetivo de combatir la soledad no deseada de las personas mayores o con movilidad reducida. El proyecto organiza paseos en triciclo con voluntarios, brindando a los participantes la oportunidad de disfrutar del aire libre, socializar y sentirse parte de la comunidad.

La Asociación Mejor en Bici adaptó esta iniciativa a Canarias bajo el nombre “Mayores en marcha”. Este proyecto de Innovación Social, ganador de nuestra convocatoria de premios Proyecto Futuro, consiste en realizar actividades en centros educativos de la isla de Gran Canaria con el doble objetivo de:

- Acercar a la juventud a la realidad de las personas mayores en la sociedad actual.
- Concienciar a los jóvenes sobre la importancia de combatir la soledad y el aislamiento social en este grupo poblacional.

Además de las actividades educativas, “Mayores en marcha” también ofrece paseos en triciclo a las personas mayores participantes. Estos paseos les permiten recorrer sus barrios, disfrutar del aire libre y socializar con otras personas.



ENTREVISTA

**JUAN ANTONIO
JIMÉNEZ**
DIRECTOR DE
AUTOS JOCAR

Juan Antonio Jiménez: “Nos diferenciamos por ser un rent a car fácil y cercano”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Autos Jocar se posiciona como una agencia de alquiler de coches en Tenerife, ¿qué servicios destacados ofrecen a sus clientes?

Autos Jocar ofrece una amplia gama de servicios de alquiler de vehículos para el corto y medio plazo, incluyendo: motocicletas, turismos, desde utilitarios económicos hasta modelos familiares con gran capacidad, y furgonetas y vehículos comerciales, ideales para transportar mercancías o realizar mudanzas.

En un mercado competitivo como el de alquiler de vehículos en Tenerife, ¿cuál consideras que es el factor diferenciador de Autos Jocar que lo distingue de otras agencias? ¿Qué valor añadido ofrece la empresa a sus clientes?

En Autos Jocar, nos diferenciamos por ser un rent a car fácil y cercano. Nos esforzamos por simplificar cada paso del proceso de alquiler, desde la reserva hasta la devolución del vehículo, para que la experiencia del cliente sea lo más cómoda y agradable posible.

Somos una empresa 100% canaria, lo que significa que comprendemos las necesidades y preferencias de nuestros clientes y nos adaptamos a ellas. Nos tomamos el tiempo para escucharle y comprender sus necesidades.

Sabemos que la parte más complicada de alquilar un vehículo suele ser el proceso de reserva. Por eso, hemos diseñado un sistema para que sea lo más sencillo y rápido posible. Pueden reservar el vehículo on-line, por teléfono o en persona, y siempre con acceso a nuestro equipo de atención al cliente para resolver cualquier duda que pueda surgir.

¿En qué zonas de Tenerife operan y cómo garantizan la disponibilidad de sus servicios de alquiler de vehículos para atender la demanda de los clientes en diferentes puntos de la isla?

Ponemos a disposición del cliente una amplia red de oficinas distribuidas por toda la isla de Tenerife. Con oficinas en Arona, Granadilla, Santa Cruz, Polígono Costa Sur, La Laguna (cerca del aeropuer-



to norte) y Polígono San Jerónimo (La Orotava), garantizamos una cobertura integral en toda la isla.

Ante cualquier incidencia, ¿pueden los usuarios acceder a cualquier de las oficinas?

Sí, ofrecemos atención al cliente para incidencias las 24 horas del

día, los 7 días de la semana.

Además, pueden acudir a cualquiera de nuestras oficinas para realizar cualquier cambio o gestión.

¿Qué tipo de vehículos conforman vuestra flota y cómo se aseguran de mantenerlos en óptimas condiciones para ga-

rantizar la seguridad y comodidad de los clientes durante su alquiler?

Nuestra especialidad radica en vehículos comerciales, desde furgonetas pequeñas hasta de gran capacidad, e incluso vehículos especializados como frigoríficos o

pick-ups. Además, ofrecemos una amplia gama de turismos y, como novedad reciente, el alquiler de motocicletas.

En respuesta a su segunda pregunta, contamos con un taller propio de 1.500 m2 dedicado exclusivamente al mantenimiento de nuestra flota, atendido por un equipo de mecánicos altamente especializados. Esto nos permite ofrecer un servicio rápido y eficiente, un factor crucial para los usuarios que buscan alquileres a medio plazo y requieren mantenimientos periódicos.

“Ponemos a disposición del cliente una amplia red de oficinas distribuidas por toda la isla de Tenerife”

¿Cuáles consideras que son los principales retos que enfrenta Autos Jocar en el sector de alquiler de vehículos en Tenerife, y cómo se prepara la empresa para afrontarlos y seguir creciendo en el mercado?

Los desafíos que afrontamos coinciden con los que enfrenta la movilidad en toda Europa, donde el paradigma de la movilidad está experimentando una profunda transformación. Nos dirigimos hacia un modelo de pago por uso, al que debemos adaptarnos y seguir avanzando. La tendencia apunta a no adquirir flotas propias, sino a pagar por el uso de vehículos cuando los necesitemos. En este sentido, ganarán protagonismo las suscripciones o alquileres puntuales para cubrir las necesidades de movilidad o transporte de mercancías. Esta tendencia presenta una gran oportunidad, pero también un desafío para la sociedad en su conjunto.



Mamerto Cabrera: “En 2023 CICAR dejó de emitir más de 1.200 Toneladas de CO2 en la atmósfera”

ENTREVISTA

MAMERTO CABRERA
CONSEJERO DELEGADO
DEL GRUPO CABRERA
MEDINA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Podría compartir con los lectores de Tribuna de Canarias la historia y trayectoria de CICAR como empresa líder de alquiler de coches en las Islas Canarias? ¿Cómo han consolidado su presencia en todos los aeropuertos, puertos y zonas turísticas del archipiélago?

En 1989 el grupo Cabrera Medina adquiere una nueva dimensión incorporando a Cicar que se va posicionando territorialmen-

te en todos los aeropuertos, puertos y zonas turísticas de Canarias, hoy por hoy es todo un referente en el rent a Car Canario y Nacional

¿Qué ventajas ofrece CICAR a sus clientes? ¿Cómo garantizan la disponibilidad y cobertura de sus servicios de alquiler de coches en cada ubicación?

Contamos con más de 80 oficinas distribuidas por toda la geografía canaria y más de 15.000 vehículos para dar servicio a nuestros clientes.

Viajar con una compañía en la que puede confiar, es una decisión importante y CICAR ofrece, a sus clientes, la posibilidad de reservar su vehículo de una forma cómoda y garantizada. Su departamento informativo pone a disposición todos los medios necesarios para que se realicen las reservas de manera ordenada y rápida, a través

de internet, ver la disponibilidad de vehículos y reservar con confirmación instantánea.

La reservación de nuestro servicio es muy sencilla, basta con entrar en nuestra web, elegir isla, lugar, vehículo y fecha, al aceptar la reserva quedará concluida, sin pago por adelantado. Todos los servicios de valor añadido van incluidos en el precio único que se muestra. Otras formas de reservar nuestro servicio, es por medio de nuestro Call Center o a través de agencia de viajes.

¿Cómo se adapta CICAR a las necesidades y preferencias de los turistas que visitan las Islas Canarias, ofreciendo una flota de vehículos variada y servicios personalizados para satisfacer las expectativas de los clientes que buscan explorar el territorio por carretera?

Nuestra flota de vehículos en bastante amplia y variada, con más de 80 modelos diferentes tenemos en cuenta todos los perfiles y necesidades de nuestros clientes.

¿Cómo fomentan la fidelización de los clientes turísticos que eligen alquilar un coche con la empresa durante su estancia en las Islas Canarias? ¿Qué estrategias implementan para mantener una relación a largo plazo con los visitantes que regresan al archipiélago?

CICAR es consciente de los beneficios que reporta mejorar la calidad en todos los niveles de la organización y considerando que está en unas condiciones óptimas de generar estos cambios, donde los conceptos de cliente, compromiso y confianza tienen un gran significado, se propone asumirlos como una obligación propia de sus

responsabilidades, aportando los conocimientos e infraestructuras adquiridos a lo largo de estos años, la integración de un sistema de calidad, basado en los requisitos de la Norma UNE - EN - ISO 9001: 2000 en sus procesos de gestión, aunando todos los esfuerzos para asegurar la calidad de sus servicios.

El sistema establecido, pretende establecer una conducta que propicie garantía en los servicios prestados, actuando como impulsora, guía y ejemplo en el cumplimiento de las obligaciones y responsabilidades que atañen a todos los niveles y a todo el personal de la empresa, trabajando hacia una calidad total y teniendo como finalidad la satisfacción completa de sus clientes, gracias al cumplimiento de sus requisitos en servicios, productos, plazos y fechas fijadas.

Un compromiso que quiere hacer patente día a día a través de sus oficinas, donde espera poder atenderle.

Por otra parte, ¿cuál es el compromiso de CICAR con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental en su operativa de alquiler de coches? ¿Qué iniciativas o prácticas tiene implementadas para reducir el impacto ambiental de su flota y sus operaciones?

En 2016 comenzamos a plantearnos medidas medio ambientales incorporando a nuestra flota vehículos con 0 emisiones con el objetivo de crear una empresa más sostenible, comprometida con el medio ambiente y, por supuesto, con las islas. Esta iniciativa nos acerca, cada vez más, a un modelo más eficiente, limpio y consciente.

El uso de vehículos ecológicos ha supuesto una importante reducción de emisiones contaminantes y en 2023 CICAR dejó de emitir más de 1.200 Toneladas de CO2 en la atmósfera, lo que equivale a plantar y mantener más de 6.000 árboles autóctonos.

¿Cuáles son los planes de expansión y crecimiento de Cicar a corto y largo plazo, considerando su posición como líder en el alquiler de coches en las Islas Canarias y las oportunidades de negocio que representa el turismo en la región?

Nuestros planes de futuro van sujetos a las necesidades que surgen de nuestros clientes y visitantes.

Cicar es el resultado tenaz e ilusionado de toda una familia y del conjunto de personas que lo integran, que junto a sus clientes y empresas colaboradoras son el principal patrimonio de esta empresa, preservando, aún, los valores originarios: seguridad y satisfacción del cliente, amabilidad, cercanía, sencillez y afán de superación.



Virginia Giménez: “En Canarias con garantía internacional”



ENTREVISTA

VIRGINIA GIMÉNEZ
DIRECTORA DE ISLAVAN
MUDANZAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cómo comenzó todo? ¿Cuál es la historia de Islavan Mudanzas como empresa de mudanzas?

Mi historia en el mundo del transporte comenzó en Venezuela, ya que fui propietaria de una Agencia de Aduanas en Puerto Cabello hace unos cuantos años, donde nosotros mismos hacíamos el Transporte de Contenedores a nuestros clientes en el ámbito nacional. Al mudarme a Canarias comencé a prepararme a nivel académico y tiempo después decidí montar mi propia empresa y de allí nace Islavan Mudanzas Internacionales.

Entre vuestros servicios se pueden atisbar varios tipos de mudanzas, ¿podría comentarnos los servicios especializados que ofrecen en aras de satisfacer las necesidades de sus clientes?

Islavan Mudanzas Internacionales, con sede en Canarias, está especializada en Mudanzas y Grupajes a nivel nacional e internacional, Mudanzas locales, transportes marítimos y aéreos, servicio de guardamuebles, preparación y manipulación de Obras de Arte y Museología, servicio de embalajes especiales, traslados y embalajes para oficinas y archivos, transporte de mobiliario diplomático, almacenaje y distribución, Despachos de Aduana, transporte de automóviles, motos y embarcaciones de

recreo así como transporte de mercancías en general.

¿Cómo se aseguran de proteger los bienes y pertenencias de los clientes durante el traslado?

Entendemos que elegir una empresa de mudanzas es una decisión crucial. Por eso nos comprometemos a ofrecer un servicio integral de calidad y confianza, respaldado por sólidas alianzas con empresas de mudanzas de reconocido prestigio tanto nacional como internacional.

Por otra parte, contamos personal cualificado con años de experiencia, utilizando material de embalaje de Calidad, así como herramientas y equipos modernos a nuestro alcance, siguiendo las respectivas pautas al momento de la recepción de los objetos a transportar, preparando cada artículo con el embalaje adecuado para su posterior manipulación, estiba y transporte ofreciendo así seguridad y garantía en nuestros servicios hasta el momento de la entrega.



¿Cuáles son los destinos más comunes a los que realizan mudanzas?

Nosotros realizamos Mudanzas en toda España y a cualquier lugar del mundo; pero siendo Canarias sede de Colonias extranjeras, tenemos mayor afluencia de servicios a nivel internacional hacia Italia, Alemania, Francia, Bélgica, Holanda, Suiza e Inglaterra.

De hecho, pertenecemos a varias Asociaciones a nivel internacional, cumpliendo los estándares y estatus que estas nos solicitan para el Desarrollo de la actividad y evidentemente contando con su colaboración y apoyo logístico a nivel mundial tanto a nivel de importación como de exportación.

¿Cómo realizan el seguimiento y la comunicación con los clientes durante una mudanza para garantizar una experiencia sin contratiempos?

Cuando realizamos una mudanza, proporcionamos al cliente un seguimiento completo siguiendo la logística respectiva para cada embarque.

En el caso de una mudanza desde Canarias a la península o viceversa, el tiempo de entrega depende del transporte marítimo o aéreo entre ambos destinos. En el caso específico del transporte marítimo que es el más utilizado, estamos sujetos al tiempo de navegación de los barcos. En algunos casos contamos con clientes que requieren un contenedor exclusivo para sus pertenencias, pero también manejamos la modalidad de grupaje o consolidado de carga. Esta modalidad implica la agrupación de cargas de diferentes clientes en un mismo contenedor que en la mayoría de los casos es en el ámbito nacional. Una vez que el contenedor llega a su destino, coordinamos las entregas en diferentes puntos de España según la fluidez de la carga y le enviamos la información respectiva a nuestros clientes a través de correo electrónico desde que recibimos la carga hasta la llegada de sus enseres a la dirección de destino que corresponda.

¿Qué recomendaciones o consejos daría Islavan Mudanzas a las personas que están planeando una mudanza internacional?

El consejo que siempre aportamos a nuestros clientes es contactar con la empresa de transporte con tiempo de antelación para su respectiva planificación, tener la documentación es primordial, tanto en el ámbito nacional e internacional.

Nosotros enviamos a los clientes el listado de documentos que requerimos para que cuando llegue a su respectivo destino, tengamos todos los documentos que exige la ley para evitar futuros inconvenientes.



servilog
INTERNATIONAL FORWARDERS

Referentes en
el transporte
de mercancías
entre **Canarias**
y **West África.**

MAX. WT.	30.480 KGS
	67.200 LBS
TARE WT.	2.100 KGS
	4.630 LBS
PAYLOAD	8.380 KGS
	62.570 LBS
CU. CAP.	33.1 CU.M.
	1.170 CU.FT.



-  c/. Presidente Alvear, 59-61
35007 · Las Palmas de Gran Canaria
-  +34 690 104 454
-  info@servilog.com.es
-  servilog.com.es





José Ángel Hdez: “Esperamos un crecimiento de un 10% de la distribución en vehículos ligeros”

ENTREVISTA

JOSÉ ÁNGEL HDEZ
SECRETARIO GENERAL DE LA
FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS
DEL TRANSPORTE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cuál es el balance y los logros más destacados de la gestión de la Federación de Empresarios de Transportes en Canarias en los últimos años?

La FET es una organización regional que se precia de mantener comunicación constante con las empresas asociadas lo que nos permite marcar claramente los retos sectoriales.

Transporte escolar. A finales de la legislatura pasada conseguimos desbloquear una deuda histórica que mantenía la Consejería de Educación con las empresas transportistas a las que se adeudaba el incremento anual de IPC en los contratos de transporte escolar de los últimos diez años por importe de unos 16 m€. En esta legislatura la Administración ha terminado de liquidar esa deuda y hemos iniciado un proceso de actualización de precios para este curso escolar.

Por otra parte, es destacable el impulso que dio la FET para obtener de la Administración del Estado una modificación temporal de la vigencia de las guaguas destinadas a transporte escolar, a las que se otorgó dos cursos escolares adicionales de vida útil como compensación por la parálisis de actividad sufrida como consecuencia de la crisis del COVID-19.

Combustible profesional. Situaciones como la pandemia del COVID-19 o los conflictos bélicos de Ucrania o Israel han mantenido los precios de los carburantes en una

franja alta de manera sostenida en el tiempo, lo que ha demandado la actividad de nuestra organización para solicitar de la Administración Pública, tanto regional como estatal, de la aplicación de una bonificación fiscal en materia de combustible, que actualmente tiene un índice de cobertura del 99,9% en Canarias hasta el 30 de junio.

Transporte de mercancías refrigeradas. La actualización de la normativa reguladora de las inspecciones de camiones dedicados al transporte de productos alimentarios a temperatura controlada exigió la acreditación de una revisión extraordinaria de estos vehículos en un “túnel de frío”, instalación industrial inexistente hasta el momento en Canarias. Gracias a la colaboración del Gobierno de Canarias se consiguió una Orden especial del Ministerio de Industria que ha permitido la continuidad operativa de estos vehículos en nuestra comunidad autónoma sin necesidad de su traslado a Península para someterlos al citado túnel de frío.

Ley de Movilidad Sostenible. La FET tuvo el privilegio de poder desarrollar una comparecencia en la Comisión de Transportes del Congreso de los Diputados, dentro del proceso de tramitación de la Ley de Movilidad Sostenible, lo que nos dio la oportunidad de transmitir a todos los grupos parlamentarios las especificidades archipelágicas que consideramos necesario incorporar a este texto normativo, que continúa en tramitación.

¿Cuál ha sido la evolución de la actividad del transporte durante estos primeros meses del año 2024?

El transporte de mercancías lleva una caída de actividad que tiene un carácter cíclico en los tres primeros meses de cada año. En cuanto a las previsiones para 2024 esperamos un crecimiento de un 10% de la distribución en vehículos ligeros, motivado por el comercio online, y el mantenimiento del volumen de cargas en vehículos pesados.

En cuanto al transporte de viajeros hay que destacar, por una parte, el crecimiento del número de viajeros de los servicios de transporte regular, motivado por el éxito de las políticas aplicadas al bono residente canario. Por otro lado, la actividad turística mantiene un alto índice de ocupación de guaguas discrecionales durante la temporada de invierno.

¿Cuáles son los retos y desafíos actuales a los que se enfrenta el sector del transporte en el archipiélago?

El sector del transporte constituye una actividad en constante evolución que debe dar respuesta a las necesidades de una sociedad cambiante.

Modernización tecnológica. Tanto la gestión interna de las empresas como las plataformas de acceso a los servicios por parte de los usuarios implican la incorporación de conceptos como la inteligencia artificial, Big Data o el uso de bots automatizados que den respuesta inmediata a los retos que se plantean. La población exige poder disponer de los servicios de transporte en su terminal móvil.

Estabilización presupuestaria servicios regulares. La FET viene demandando desde hace años la aprobación de una Ley de Financiación del Transporte público que determine la oferta de servicios que se quiere prestar a la ciudadanía, su coste y el correspondiente presupuesto que deban destinar las Administraciones Públicas para ello, evitando la incertidumbre actual en la que las operadoras no conocen la previsión presupuestaria del ejercicio siguiente hasta que el Gobierno lo apruebe. Las inversiones en el sector son muy elevadas y requieren una planificación plurianual.

Relevo generacional. Muchas empresas de transporte en Canarias tienen carácter familiar y no encuentran voluntad de relevo en las nuevas generaciones, por lo que se ha abierto una etapa de ventas y fusiones de empresas que está modificando el mapa empresarial de la movilidad.

Igualdad. El transporte es un sector altamente masculinizado, sobre todo en el área de mercancías, por lo que se está intentando impulsar toda clase de iniciativas que fomenten la igualdad en las plantillas.

Actualmente se está viviendo una situación complicada ante la falta de conductores. Hace unos meses se presentó un proyecto formativo por el cual se podrá obtener el carnet de conducir profesional más el CAP gratuitamente. ¿Cómo prevé la disponibilidad de conductores profesionales en un futuro?

Desde 2021 las empresas de transporte sufren tensiones para cubrir determinados perfiles profesionales como personal de conducción o personal de mecánica. Este déficit de personal específico proviene de la confluencia de la desaparición del servicio militar obligatorio en 2001 donde muchos jóvenes obtenían el carnet de conducir profesional, la jubilación de la generación boomer y unas condiciones laborales complicadas para la conciliación familiar dado que la actividad del transporte se desarrolla 24 horas 365 días al año. La FET y las principales centrales sindicales llevan trabajando intensamente más de un año para tratar de renovar los convenios colectivos sectoriales, en la confianza de que una mejora en las condiciones laborales es imprescindible para incentivar el acceso a la profesión.

Actualmente tenemos identificado un déficit de personal de conducción en Canarias



estimado en 500 personas al año, que esperamos cubrir parcialmente gracias al proyecto de la FET, financiado por la Consejería de Empleo del Gobierno de Canarias, orientado a ofrecer 306 plazas de cursos destinados a la obtención del carnet de conducir profesional, el CAP inicial y un módulo de prevención de riesgos en el transporte, que capacitará a este alumnado para su incorporación inmediata al sector. La práctica totalidad del personal de conducción de las empresas de transporte público regular de viajeros proviene del transporte de mercancías o del transporte discrecional (turístico o escolar) y este año las principales empresas captadoras de personal de conducción abren sus bolsas de empleo para unas 1.000 personas por lo que se intensificará la demanda de esta clase de personas trabajadoras.

Por otra parte, ¿cómo están adoptando los transportistas canarios la

transición ecológica y la renovación de flotas más sostenibles?

Este es un reto trascendental que requiere ser abordado con un conocimiento profundo de la realidad del transporte y de las posibilidades actuales y futuras de desarrollo de Canarias.

Las empresas muestran un constante seguimiento de los avances técnicos y de procedimientos que permitan ofrecer el sistema de movilidad más sostenible posible, contando además con apoyos de distintas Administraciones Públicas que posibilita que empecemos a ver en Canarias guaguas eléctricas, híbridas o de hidrógeno, o vehículos ligeros de pequeña distribución de paquetería también impulsados por electricidad o híbridos.

La incertidumbre se ha conformado como uno de los mayores obstáculos a superar para que nuestro sector afronte con mayor celeridad la transición ecológica. Hay que tener

en cuenta que el precio medio al contado de una guagua es de 300.000 €, o 150.000 € de un camión pesado, mientras que vehículos equivalentes eléctricos se mueven en torno a 750.000 € la guagua o cerca de 300.000 el camión, por lo que la toma de decisión empresarial debe estar muy bien medida.

Canarias cuenta con una flota profesional compuesta por 14.000 camiones 5.750 guaguas, 5.600 taxis, 450 ambulancias o 220 limusinas, siendo necesarios 5.000 millones de euros para la adquisición de esta misma flota en versión eléctrica.

Nuestra Comunidad Autónoma está dotada de centrales productoras de electricidad de carácter insular, que funcionan básicamente consumiendo fuel y otros derivados del petróleo, cuya capacidad de suministro es limitada y no puede absorber de golpe la transformación de un parque móvil tan grande. Por otro lado, la red pública de puntos de re-

carga preparados para vehículos profesionales es prácticamente inexistente, por lo que nuestro sector encuentra graves dificultades para incorporar vehículos para los que no exista garantía de suministro energético.

“El transporte es un sector altamente masculinizado, sobre todo en el área de mercancías, por lo que se está intentando impulsar toda clase de iniciativas que fomenten la igualdad en las plantillas”

¿Cuáles son los objetivos a futuro para seguir mejorando el sistema de transporte en la región?

Presupuesto. Para afrontar planes de mejora es imprescindible contar con una ficha financiera que respalde la transformación sectorial y basta observar las partidas destinadas a esta actividad por los distintos niveles de las Administraciones Públicas para percibir un déficit manifiesto.

Simplificación legislativa. El transporte en Canarias está sometido a un triple sistema normativo con legislación de la Unión Europea, estatal y de la Comunidad Autónoma, que no siempre guardan coordinación entre sí, lo que conlleva ralentizar y encarecer la gestión por la redundancia de procedimientos y la escasa penetración de la digitalización en nuestra Administración Pública.

Combustible profesional 100% - Desde 1986 el transporte aéreo y el marítimo están exentos de abono de impuesto especial sobre carburantes, siendo el terrestre el único que está gravado con esta figura fiscal. La FET defiende la equiparación de tratamiento para las empresas que prestan servicios profesionales de transporte.

Ampliación de la oferta de transporte escolar. La FET está realizando propuestas a distintas Administraciones para que se financien los servicios de transporte escolar en los colectivos no cubiertos en la actualidad, como pueda ser el alumnado de 0 a 3 años, bachillerato, o incluso el alumnado de los centros concertados, como instrumento para incorporar a las nuevas generaciones en los sistemas de transporte colectivo y al mismo tiempo eliminar de la vía pública al vehículo privado individual utilizado para este transporte de alumnado.

Alternativas viales. La saturación de muchas carreteras canarias impide la prestación de servicios de transporte público con la agilidad y puntualidad que requieren los usuarios, por lo que la FET defiende la implantación de elementos como los carriles BUS, carriles para vehículos de alta ocupación, o carriles reversibles, pudiendo tener estas herramientas carácter horario.



ENTREVISTA

FERNANDO GONZÁLEZ
DIRECTOR GENERAL DEL
GRUPO ARI

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Podría compartir con nosotros la trayectoria y la historia de Grupo ARI como grupo empresarial familiar con presencia en el sector automotriz en Canarias?

Grupo ARI lo inició hace unos 60 años nuestro presidente, Andrés Izquier Rodríguez, enfocado al sector farmacéutico y hospitalario, pero la implicación en el sector automoción tuvo su origen hace 31 años con el nacimiento de Motor Arisa como concesionario Renault. A continuación llegó Nissan, más tarde Dacia, Kia, Isuzu y, por último, Mazda.

¿Cómo describiría la situación actual del mercado de automóviles en las Islas Canarias y cuáles son los principales desafíos y oportunidades que enfrenta el sector?

En el primer trimestre del año el mercado canario ha sufrido una caída del 19,04%, principalmente porque el sector alquilador se ha frenado, si bien es cierto que el mercado particular no ha retrocedido tanto.

El principal desafío de nuestro mercado pasa por una renovación del parque automovilístico, uno de los más envejecidos del país (14,5 años de media), con lo que ello supone de emisiones contaminantes y bajos niveles de seguridad en carretera.

Desde FREDICA hemos propuesto al Gobierno el plan "Sí, Renuevo Canarias", que tiene como objetivo facilitar una ayuda económica a las familias canarias, con importes que oscilan entre los 3.000 y los 2.000 euros, en el caso de vehículos de tipo turismo, y entre los 1.200 y los 400 euros para el caso de las motos, que también se podrán beneficiar de esta ayuda.

¿Qué iniciativas o estrategias ha implementado Grupo ARI para adaptarse a los cambios en el mercado y mantener su posición como uno de los grupos más consolidados de las islas?

En GRUPO ARI nos centramos en dar el mejor servicio a nuestros clientes, con el fin de que repitan con nosotros cuando piensen en cambiar de coche, y que nos recomienden a sus familiares, amigos, o personas cercanas, y esa va a seguir siendo nuestra principal política para seguir creciendo.

Por otro lado, todas nuestras marcas: Renault/Dacia, Nissan, Kia, Mazda e Isuzu, tienen una gama de modelos capaz de satisfacer las necesidades de todo tipo

Fernando González: "El principal desafío de nuestro mercado pasa por una renovación del parque automovilístico"



de cliente, lo cual nos permite estar presente en todos los segmentos del mercado con una oferta realmente competitiva.

¿Cuál es la relación de Grupo ARI con las marcas Kia y Nissan, y cómo se refleja en la oferta de vehículos y servicios para los clientes en las Islas Canarias?

Nissan, junto a Renault, es la marca que desde un principio nos dio notoriedad, principalmente por el apabullante éxito del Nissan Qashqai desde el lanzamiento de su primera generación.

En el caso de Kia hemos ido consolidándonos año a año, con unos modelos que han mejorado en

calidad de forma imparable, hasta llegar al gran éxito que cosechamos el pasado año 2023 al situarnos como número 1 de Canarias en ventas a particulares.

¿Cómo están abordando la integración del coche eléctrico en su oferta de vehículos y cuál es la estrategia de la empresa en relación con la movilidad eléctrica en Canarias?

El mercado del vehículo eléctrico en Canarias y en la Península está creciendo de una forma más lenta de lo esperado, a pesar de lo cual todas nuestras marcas se encuentran totalmente preparadas, tanto a nivel de oferta de modelos, como de servicio posventa especí-

fico para tecnología eléctrica, y formación de los asesores para atender a los clientes.

Por otra parte, tenemos una empresa, Sorioco Energy, especializada en energías renovables e instalación de puntos de recarga para vehículos eléctricos, lo que nos permite cerrar el círculo de la electromovilidad.

Hace menos de un año iniciamos la comercialización de la marca número 1 de coches electrificados en el mundo: BYD, y la aceptación entre los clientes canarios ha superado las expectativas, a lo que se suma el haber obtenido el galardón de "Mejor Coche de Canarias 2024", siendo el segundo vehículo

eléctrico que lo logra, después del Nissan LEAF en 2019.

¿Qué servicios adicionales o valor añadido ofrecen a sus clientes en términos de mantenimiento, posventa y experiencia de compra?



En GRUPO ARI nos centramos en dar el mejor servicio a nuestros clientes, con el fin de que repitan con nosotros cuando piensen en cambiar de coche

Por supuesto, todos nuestros talleres se encuentran a la vanguardia en tecnología para el mantenimiento de los sofisticados vehículos actuales y, además, ponemos a disposición de nuestros clientes herramientas informáticas que les permiten solicitar cita previa a través de sus dispositivos personales, por ejemplo.

En cuanto a experiencia de compra, todas nuestras instalaciones se ubican en áreas de gran tradición automovilística, a lo que se suma la posibilidad de consultar nuestra oferta de modelos vía internet, previamente a la visita al concesionario.

Un ejemplo de experiencia de compra adaptada a los tiempos actuales es la nueva exposición de Kia en Miller Bajo. Merece la pena visitarla.

¿Qué proyectos o planes de expansión tiene Grupo ARI en el futuro cercano y cómo prevé seguir creciendo y destacándose en el sector del automóvil en Canarias?

En la actualidad estamos inmersos en una gran obra en El Sebadal, donde estamos ampliando el servicio posventa de todas las marcas, dotándolo de la tecnología más vanguardista que, además, nos va a permitir poner a disposición de nuestros clientes unos procesos de entrega y recogida de su vehículo que les hará la vida más fácil.



ENTREVISTA

JON RAMSDEN
DIRECTOR COMERCIAL
Y DE MARKETING DE
CANARYFLY



Jon Ramsden: “Nuestro objetivo final es seguir expandiendo nuestras conexiones”



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Ya son más de cuatro millones de pasajeros los que han volado con Canaryfly en la más de una década que lleva presente la aerolínea en el archipiélago. Un hito que forja vuestra consolidación en el mercado. ¿Cómo valoran el transcurso de estos 10 años operando en Canarias?

Durante la última década, hemos experimentado un crecimiento significativo en Canaryfly. En este tiempo, hemos consolidado nuestra posición en el mercado aéreo canario, ofreciendo una alternativa con precios altamente competitivos. Sin embargo, la crisis desencadenada por la pandemia de COVID-19 modificó mucho todas nuestras proyecciones, obligándonos a suspender temporalmente nuestras operaciones. A pesar de los desafíos, logramos mantenernos firmes y reanudar nuestras actividades. Después de atravesar años difíciles, hemos logrado recuperar tanto el volumen de pasajeros como la cuota de mercado que disfrutábamos anteriormente.

Imagino que haber convertido a Canaryfly en la primera compañía de bajo coste en Canarias ha sido un gran desafío, ¿no es así?

En un mercado dominado por un líder tan sólido, es un desafío destacarse en la mente de los pasajeros. Desde el principio, nos hemos esforzado por establecer nuestro propio estilo distintivo, caracterizado por una política de precios altamente accesible, diseñada para eliminar las barreras geográficas para todos los canarios. Nuestra comunicación se ha centrado en transmitir esta filosofía con una personalidad única y vibrante.

Canaryfly ha adoptado un tono desenfadado y humorístico que ha captado la atención de todos en el Archipiélago, logrando que seamos conocidos en toda la región. Este año, hemos intensificado nuestra presencia en los medios para reforzar aún más nuestra posición en la mente de los pasajeros y potenciar

el crecimiento que estamos experimentando. Es fundamental estar en el "top of mind" del cliente en el momento crucial en el que decide reservar su viaje.

Han mostrado el compromiso constante de ofrecer servicios de alta calidad a sus pasajeros. ¿Plantean ampliar conexiones?

Nos dedicamos incansablemente a impulsar nuestro crecimiento continuo, y tenemos una visión clara para el futuro: ampliar nuestras conexiones dentro de Canarias. Nuestro objetivo es mejorar los horarios y la conectividad para todos los residentes de las islas. Creemos firmemente en la importancia de ofrecer opciones de viaje flexibles y convenientes, que permitan a los canarios moverse con facilidad y eficiencia dentro de su archipiélago.

Para alcanzar esta meta, estamos explorando activamente oportunidades para expandir nuestra red de rutas y establecer nuevas conexiones que satisfagan las necesidades de nuestros pasajeros. Estamos comprometidos a trabajar en estrecha colaboración con las autoridades locales y otros actores



clave en el sector del transporte para identificar áreas de mejora y desarrollar soluciones innovadoras que mejoren la experiencia de viaje de todos los canarios.

Actualmente, ¿cuántos aviones forman parte de la flota de Canaryfly y qué servicios ofrecen a bordo para mejorar la experiencia de vuelo de los pasajeros?

Operamos con cinco ATR 72-500 en Canarias, proporcionando más de 2.000 plazas diarias que conectan las islas. En nuestra búsqueda por ofrecer una experiencia a bordo acorde con nuestra marca, nos esforzamos por agregar un toque de diversión en cada detalle. El verano pasado, por ejemplo, transformamos nuestro habitual instructivo de seguridad en un ingenioso abanico, una divertida alusión a las altas temperaturas estivales. Nuestras bolsas de mareo también incluyen mensajes ingeniosos, y lo mismo ocurre con todos nuestros puntos de comunicación a bordo.

Además, durante la temporada estival, lanzamos un pasaporte infantil que permite a los pequeños viajeros acumular puntos con cada viaje, los cuales pueden canjear por entradas a los parques del grupo Loro Parque, promoviendo así una experiencia aún más emocionante para ellos.

En cuanto a nuestro servicio de venta a bordo, si bien somos una aerolínea de bajo coste, no creemos en cobrar precios exorbitantes por productos básicos como una cerveza o un café. Por eso, ofrecemos una carta de productos de marcas canarias a precios populares. Por ejemplo, un café puede disfrutarse por tan solo 1€, mientras que una Dorada Especial acompañada de Munchitos está disponible por 3,20€. Creemos que esta combinación de calidad, precios asequibles

y atención a los detalles distingue nuestra propuesta en el mercado.

¿Cuál es vuestro compromiso con la puntualidad de sus vuelos y con la seguridad de los pasajeros, y qué medidas se toman para garantizar estos aspectos?

Nuestra tasa de puntualidad es notablemente alta, aunque entendemos que en Canarias, en ocasiones y con condiciones meteorológicas adversas nuestras operaciones se pueden ver afectadas ocasionalmente, resultando en retrasos que incomodan a nuestros pasajeros. Sin embargo, estos casos son excepcionales. En ausencia de causas externas, el 95% de nuestros vuelos llegan puntualmente.

La seguridad es un aspecto fundamental de nuestro servicio. Aunque optemos por ser una aerolínea de bajo coste al no ofrecer servicios gratuitos a bordo u otras comodidades, en materia de seguridad no hacemos concesiones. Nuestros aviones reciben el mismo nivel de mantenimiento que los de otras compañías competidoras y cumplen con los más altos estándares de seguridad. Por lo tanto, podemos afirmar con confianza que la seguridad en Canaryfly está garantizada.

¿Tiene Canaryfly programas de fidelización para pasajeros frecuentes? ¿Qué beneficios o ventajas ofrecen a aquellos que eligen volar con la aerolínea de forma regular?

Nuestro programa de fidelización se basa en ofrecer siempre el mejor precio posible. Si te planificas con un mes o más de antelación, puedes adquirir billetes por tan solo 5€ por trayecto. Este descuento se aplica de inmediato, sin necesidad de acumular puntos o frecuentes viajes. Nuestro objetivo es garantizar que todos los canarios tengan la oportunidad de volar entre las islas sin que el precio sea una barrera, y creemos firmemente que nuestros precios hacen posible este objetivo.

Asimismo, guardan un gran compromiso con la sociedad canaria. Muestra de ello es la colaboración con la asociación “Kilómetros por Sonrisas”...

Nos enorgullece contribuir por segundo año consecutivo a la causa de Kms x Sonrisas. Hemos tenido el privilegio de transportar de forma gratuita a 30 familias que han atravesado momentos difíciles debido

a enfermedades, brindándoles la oportunidad de recargar energías y disfrutar de un merecido descanso. Cuando la asociación se puso en contacto con nosotros en busca de ayuda, no vacilamos ni por un instante en ofrecer nuestro apoyo. Es un honor para nosotros poder colaborar en hacer realidad sonrisas y momentos de felicidad para aquellos que más lo necesitan.

¿Cuáles considera que son los principales retos a los que se enfrenta Canaryfly en el contexto actual del sector aéreo, especialmente en el mercado de las Islas Canarias?

Después de superar años de dificultades, nos encontramos en un momento de expansión en el mercado. Es crucial aprovechar esta tendencia favorable para atraer a más pasajeros, tanto a aquellos que aún no están viajando como a aquellos que utilizan otros medios de transporte. Por eso, como mencioné anteriormente, este año hemos aumentado nuestra inversión en marketing y comunicación. Reconocemos la importancia de capitalizar este periodo de crecimiento y estamos comprometidos a hacerlo para alcanzar nuestro máximo potencial y ofrecer una experiencia aún mejor a nuestros clientes.

Sobre Canaryfly

Canaryfly apoya el desarrollo y bienestar de más de 50.000 canarios cada mes, ofreciéndoles los mejores precios durante todo el año en todas sus rutas. La misión de la compañía siempre ha sido ofrecer un servicio de alta calidad que facilite la movilidad de la comunidad canaria.

En enero de 2017, Canaryfly obtuvo la prestigiosa certificación ISO 9001 para su Sistema de Gestión de Calidad y la certificación ISO 14001 para su Sistema de Gestión Medioambiental, lo que garantiza la excelencia en todos los procesos de organización y gestión de vuelos, tanto en tierra como en aire. La aerolínea también fue reconocida en febrero de 2018 con la Certificación OHSAS 18001 en seguridad y salud laboral. En este sentido, Canaryfly se compromete a seguir mejorando y optimizando sus recursos, reduciendo su impacto medioambiental y fortaleciendo su responsabilidad social.



ENTREVISTA

JUAN ARTILES

PRESIDENTE DE LA FEDERACIÓN REGIONAL DE TAXIS DE CANARIAS, FEDETAX

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El sector del taxi comenzó su recuperación con el alza del sector turístico en las Islas Canarias. ¿Actualmente son positivos los datos que manejan? ¿Está siendo 2024 un año positivo para este sector?

Efectivamente. Los datos han mejorado progresivamente y este año 2024 está siendo un año bastante positivo para nosotros. Pero debemos ser conscientes y tener los pies en el suelo, de que esta recuperación a esta velocidad, como en otras ocasiones, tendrá un parón. Debemos estar preparados para cualquier situación.

¿Cuál es el papel de Fedetax como Federación Regional de Taxis en Canarias? ¿Cuáles son sus principales objetivos en la defensa de los intereses del sector?

El principal objetivo es la defensa del sector. Se lucha para que la normativa y las propias instituciones respeten al sector del taxi y lo consideren como un sector primordial y principal en el transporte de Canarias.

En Canarias el sector del taxi se alza como un transporte público esencial. Actualmente se están enfrentando al gran desafío de competir con otras plataformas de transporte como puede ser Uber. ¿Cómo atienden a estos retos?

En Canarias llevamos años sabiendo que esto podía pasar. Nos hemos estado preparando, realizando inversiones muy importantes en la mejora de los controles de gestión de flota. También estamos terminando de desarrollar para poner en marcha nuestra propia aplicación

Esto no solo afectaría al sector del taxi, sino a todo el sistema de transporte en Canarias.

¿Existe mucho intrusismo en este sector, sobre todo en las zonas turísticas?

Sí, existe un intrusismo considerable, especialmente en las zonas turísticas y en las islas capitales. Si bien no niego que este problema también se presente en otras islas, es en Gran Canaria y Tenerife, particularmente en sus zonas sur, donde se concentra la mayor parte de esta actividad irregular.

Cabe destacar que, si bien el intrusismo por parte de particulares nos preocupa, nos preocupa en la misma medida la competencia desleal que representan otras modalidades de transporte que, de forma recurrente, invaden nuestro segmento de trabajo.

Este problema es conocido por instituciones, las cuales han intentado implementar medidas para solucionarlo. Sin embargo, consideramos que estas medidas no son suficientes y que se requiere un mayor esfuerzo para erradicar el intrusismo en el sector del taxi.

¿No se ha regulado esto que nos está comentando?



Juan Artiles: “Luchamos para que la normativa considere el sector del taxi un sector principal en el transporte en Canarias”



Está regulado. Pero existen personas que les gusta vivir al borde de cumplir la norma o no cumplirla.

Nosotros lo que demandamos, sobre todo a los Cabildos Insulares y al Gobierno de Canarias, es una implicación mayor.

¿Cuál está siendo la relación de Fedetax con las autoridades locales y regionales, en lo que respecta a esta

regulación del servicio de taxis y a la defensa de los derechos de los taxistas en Canarias?

A día de hoy, la relación con las diferentes instituciones es buena. Nosotros estamos buscando y proponiendo al gobierno que se hagan modificaciones y cambios en la normativa que son necesarios para poder evitar toda esta situación.

A los cabildos, como entidad que desarrolla y vela para que se cumpla la normativa, le demandamos que cumplan su labor e incluso, si en algún momento, no existieran inspectores suficientes, que acudan a los servicios de la policía canaria, que en determinado momento han hecho labores importantes sobre este tema.

Desde Fedetax demandamos una presencia mayor de la policía canaria para perseguir este problema, lo consideramos de vital importancia.

¿Cuáles son los retos y los desafíos a los que se enfrenta el sector del taxi en Canarias en los próximos años?

El reto es ser competitivo. Ser capaces de no salirnos del mercado y para ello, lo primero es seguir trabajando internamente en convencer a las personas de que somos un servicio público esencial.

El sector necesita un cambio, necesita adoptar un buen servicio porque ya no estamos solos en este sector.

A las autoridades lo que les demandamos es que velen por los intereses del sector del taxi y del transporte en Canarias en general. Canarias es una comunidad económica alejada, Europa nos queda lejos y su normativa. Deberíamos tener normativas que estén adaptadas a nuestra realidad económica.

¿Creen que al sector del taxi le falta promoción por parte de las autoridades locales y regionales?

Nosotros nos consideramos un sector olvidado en ese aspecto por toda la administración.

Hemos demandado reiteradamente, tanto a los cabildos como al propio Gobierno de Canarias, una promoción institucional del sistema de transporte como este, que es un sistema de transporte esencial.

Observamos que, con respecto a otros sectores como la ganadería, la agricultura e incluso los mercados si que tienen una promoción institucional bastante fuerte, pero en el sector del transporte en general, y en particular en el del taxi, no existe.

Es un problema que ya hemos manifestado en reiteradas ocasiones a las autoridades. No entendemos como hay dinero para algunos temas y para otros no. Sobre todo, cuando al Gobierno de Canarias le consta que el dinero que se ha dotado al sector del taxi se ha empleado escrupulosamente en el sector.

LA FELICIDAD VIENE DE FÁBRICA



En unas islas con más desarrollo industrial, somos más felices.



SI COMPRAS PRODUCTOS ELABORADOS AQUÍ, INVIERTES EN LA FELICIDAD DE TODOS.



ENTREVISTA

**ALEXIS
MONTESDEOCA**
DIRECTOR REGIONAL DE
CANARIAS DE RHENUS
ROAD FREIGHT ESPAÑA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
En Grupo Rhenus ofrecen una variedad de servicios y soluciones altamente cualificados a lo largo de toda la cadena de suministro. ¿Cuál es vuestro papel en el sector logístico de Canarias?

Nuestra vocación es la de actuar como un puente para conectar el flujo de mercancías entre Canarias, la Península Ibérica y el resto del mundo. Estamos especializados como operadores logísticos en Canarias desde 1982 y a lo largo de estos más de 40 años de trayectoria acumulamos la experiencia, la infraestructura, la flota, el equipo humano y los servicios más adecuados para atender la exigencia de un territorio insular y ultraperiférico, en el que la logística adquiere una complejidad añadida y es un elemento crucial para las empresas y el conjunto de la sociedad.

¿Qué ventajas ofrece Grupo Rhenus a las empresas de Canarias en términos de transporte, almacenamiento, gestión de inventario y otros servicios logísticos?

Nos hemos convertido en el partner logístico de Canarias porque damos una solución integral a todas las necesidades de transporte, almacenamiento y aduaneras que surjan a lo largo de toda la cadena de suministro de nuestros clientes y con una completa cobertura en todo el archipiélago. Esta capacidad de respuesta aporta una gran fiabilidad a las empresas, que valoran que su mercancía siempre esté en nuestras manos, gracias a nuestra estructura propia, tanto en origen como en destino, ya que disponemos de delegaciones propias en Tenerife,

Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura, dotadas de almacenes aduaneros.

Además, una ventaja distintiva de Rhenus es que somos un socio estratégico para las empresas. Ponemos a su alcance una oferta de servicios de alto valor añadido y diseñados a medida de cada cliente, ya sea a través de transporte a temperatura controlada para sectores sensibles como el alimenticio y el farmacéutico, o mediante servicios personalizados de almacenaje, gestión de inventario, envíos exprés o tramitación aduanera.

¿Cómo se adaptan vuestros servicios a las particularidades geográficas y regulatorias de Canarias para garantizar una logística eficiente y efectiva?

Nuestra adaptación a las particularidades de Canarias se basa en una combinación de la experiencia y la estructura local con el apoyo global de una red con alcance internacional. Conocemos las complejidades geográficas y los flujos comerciales del archipiélago, caracterizados por la importancia de las importaciones peninsulares, para poder responder a estos desafíos de la manera más efectiva. Con este objetivo, las rutas de transporte que hemos diseñado para Canarias ofrecen una cobertura total a escala internacional, con la península, dentro del propio archipiélago y en el interior de cada una de las islas.

Por otra parte, es cierto que el aspecto regulatorio es otro componente muy singular de los tráfic con Canarias y que puede representar una dificultad añadida para la operativa logística. En Rhenus, disponemos de un equipo experto en las normativas fiscales y aduaneras canarias, y hemos apostado desde siempre por integrar la tramitación de estos procedimientos en la cadena de valor del transporte y el almacenamiento, actuando como el único interlocutor para las empresas a lo largo de toda la cadena de suministro. Nuestro objetivo es simplificar todo lo complejo que representa la logística con Canarias.

¿Qué medidas toma Grupo Rhenus para fomentar la sostenibilidad y la eficiencia en

Alexis Montesdeoca: “Somos un puente para conectar el flujo de mercancías entre Canarias, la Península Ibérica y el resto del mundo”



¿Cuál es la visión de Rhenus en cuanto al desarrollo futuro de la logística en Canarias y cuáles son los proyectos o iniciativas en los que está involucrado en la región?

Somos ambiciosos porque queremos crecer al lado de las empresas canarias y creemos firmemente en el tejido empresarial del archipiélago. Vamos a ofrecerles soluciones logísticas allí donde nos necesiten, en la importación y en la exportación de sus mercancías.

Por ejemplo, los últimos datos de 2023 del Instituto Canario de Estadística nos muestran una corrección en los volúmenes de exportación, pero las importaciones procedentes del resto de España han ascendido hasta el 80,3% de todas las importaciones canarias. En cualquier escenario, somos un socio clave para la conectividad logística de la economía canaria.

Nuestro objetivo en Canarias es continuar centrados en la innovación, la sostenibilidad y la calidad del servicio. La integración de soluciones tecnológicas, más eficientes medioambientalmente, nos va a permitir anticiparnos a las necesidades del mercado y proporcionar mejores servicios. Este es el gran argumento con el que confiamos continuar ejerciendo nuestro liderazgo logístico en Canarias.

sus operaciones logísticas en Canarias?

La sostenibilidad es un pilar fundamental en todo lo que hacemos en Rhenus Road Freight España. Contamos con una hoja de ruta muy ambiciosa que estamos impulsando a través de una amplia gama de iniciativas, desde la adopción de combustibles ecológicos a los sistemas tecnológicos más inno-

vadores que ponemos a prueba en todo el mundo para comprobar los resultados concretos que nos aportan, tanto en ahorro de emisiones como en eficiencia operativa.

¿Qué tecnologías y herramientas innovadoras utilizan en sus servicios logísticos en Canarias para mejorar la trazabilidad y la gestión de la cadena de suministro?

La apuesta tecnológica del grupo es total porque tiene un impacto directo en nuestra competitividad, en la de nuestros clientes y, por supuesto, también en el medioambiente. En los últimos años, Rhenus ha avanzado de forma decidida hacia la digitalización de los procesos logísticos y la eliminación del papel en las gestiones con nuestros clientes, por medio de un amplio conjunto de soluciones que permiten mayor agilidad, menos errores y más transparencia. Estas herramientas irán cambiando, surgirán otras nuevas que sustituirán a las actuales, pero tenemos muy claro que nuestra voluntad es la de impulsar la gran transformación tecnológica que está llevando a cabo la logística.

Sobre Rhenus

Grupo Rhenus es uno de los principales especialistas en logística, con operaciones comerciales en todo el mundo y una facturación anual de 7.500 millones de euros. Rhenus emplea a 40.000 personas, que trabajan en 1.320 localizaciones en más de 70 países y desarrollan soluciones innovadoras a lo largo de toda la cadena de suministro. Ya sea en el ámbito del transporte, el almacenamiento, el despacho de aduanas o los servicios de valor añadido, la empresa familiar agrupa sus operaciones en varias unidades de negocio con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes en todo momento.





Stefano Bragantini: “Ofrecemos una solución integral para los amantes de las caravanas y las campers”



ENTREVISTA

STEFANO BRAGANTINI
DIRECTOR DE MUNDO
AUTOCARAVANAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Qué servicios específicos ofrece Mundo Autocaravanas en la venta de autocaravanas y campers?

Ofrecemos una solución integral para los amantes de las caravanas y las campers. Brindamos un servicio de venta de autocaravanas y campers nuevos y usados, cuidadosamente seleccionados para satisfacer las necesidades de cada cliente.

Además, contamos con un taller especializado en el mantenimiento y reparación de autocaravanas, donde nuestros expertos técnicos se encargan de que los vehículos estén siempre en óptimas condiciones.

Para completar la experiencia, disponemos de una tienda donde pueden encontrar una amplia variedad de repuestos y accesorios para personalizar su autocaravana o camper.

Y, por último, ponemos a disposición del cliente un área de parking exclusiva para autocaravanas, donde podrá dejar su vehículo con total seguridad y comodidad.

En estos últimos años, ¿cómo ha evolucionado la demanda de furgonetas camperizadas y autocaravanas?

Tras el impacto del Covid-19, la demanda de autocaravanas ha experimentado un notable crecimiento, consolidándose como una tendencia en alza que se mantiene vigente hasta el día de hoy. Este fenómeno responde a diversos factores, entre los que cabe destacar la búsqueda de experiencias de ocio seguras y flexibles, el deseo de contacto con la naturaleza y la valorización de la libertad y la autonomía que ofrecen las autocaravanas.

Cada vez hay más personas que se

interesan en realizar este tipo de turismo, ¿verdad?

Si bien el auge de las autocaravanas como opción de ocio es un fenómeno global, en las Islas Canarias ha adquirido una dimensión particular. Más allá de una tendencia turística, la vivienda en autocaravana se ha convertido en una alternativa viable para muchos residentes que enfrentan las dificultades del mercado inmobiliario local. Los altos precios del alquiler, en contraste con la relativa asequibilidad de las autocaravanas, han impulsado a numerosos canarios a optar por este estilo de vida.

¿Cómo se diferencia Mundo Autocaravanas en cuanto a la variedad de marcas y modelos de autocaravanas que ofrece?

En nuestro negocio, nos especializamos en la venta de autocaravanas de segunda mano, representando el 90% de nuestra oferta. Esta amplia experiencia nos permite ofrecer a nuestros clientes una gran variedad de marcas, adaptándonos a las necesidades y preferencias de cada uno. Desde modelos clásicos hasta las últimas novedades del mercado, en nuestro catálogo encontrará una amplia selección de autocaravanas de segunda mano de las marcas más reconocidas del sector.

¿Y qué recomendaciones ofrecen a los clientes a la hora de elegir la autocaravana ideal para sus necesidades?

La elección de una autocaravana no es una decisión que deba tomarse a la ligera, ya que depende en gran medida de las necesidades y exigencias específicas de cada cliente. No es lo mismo buscar una autocaravana para escapadas de fin de semana que para convertirla en su hogar permanente. Además, el número de personas que compartirán el espacio en la caravana es un factor determinante a considerar.

En Mundo Autocaravanas comprendemos la importancia de este proceso y nos comprometemos a brindarle una asesoría personalizada para que adquiera la autocaravana que mejor se adapte a sus necesidades.

¿Qué tipo de instalaciones comprenden en el parking para autocaravanas?

Contamos con un amplio parking exclusivo para autocaravanas, con capacidad para más de 100 vehículos. En este momento, nos encontramos con una alta ocupación, lo que demuestra la confianza que nuestros clientes depositan en nuestros servicios.

Asimismo, los clientes se dividen en dos categorías: personas que no viven en Canarias, que dejan aquí su autocaravana y vienen por periodos a las Islas, y personas que no tienen espacio para aparcarla en su casa y la dejan aquí.

¿A qué desafíos se enfrenta el sector en la actualidad?

La libertad de viajar en autocaravana es innegable. Sin embargo, esta experiencia se ve empañada por la escasez de áreas de acampada adecuadas. La creación de nuevas zonas de acampada se ve obstaculizada por un laberinto burocrático y la falta de prioridad por parte de las autoridades, que centran sus esfuerzos en el turismo hotelero.

“En las Islas Canarias, la vivienda en autocaravana se ha convertido en una alternativa viable para muchos residentes”

Nosotros hemos realizado gestiones para habilitar áreas de acampada en terrenos aptos para ello. Sin embargo, nos hemos topado con una maraña burocrática y una falta de receptividad por parte de las administraciones públicas. Esta situación contrasta con el enfoque prioritario que se da al turismo hotelero.

Es necesario un cambio de paradigma en las políticas turísticas, que reconozca el potencial de este tipo de turismo y facilite la creación de nuevas áreas de acampada. Solo así se podrá garantizar que este modo de viajar siga siendo una opción atractiva y accesible para todos.

Para concluir con la entrevista, me gustaría conocer los planes de futuro de Mundo Autocaravanas. ¿Por dónde pasa el futuro de la compañía?

Nuestra visión de futuro se centra en afianzar nuestra posición de liderazgo, ofreciendo a nuestros clientes una experiencia integral que va más allá de la simple venta de autocaravanas. Por ello, ofrecemos una amplia gama de servicios para satisfacer todas sus necesidades:

Le ayudamos a encontrar la autocaravana perfecta, ya sea un modelo compacto y económico para escapadas de fin de semana o un vehículo con las últimas prestaciones para viajes más largos.

Contamos con un taller especializado en el mantenimiento y reparación de autocaravanas, donde un equipo de profesionales expertos se encargará de que el vehículo esté siempre en perfectas condiciones.

En nuestra tienda pueden encontrar todo lo que necesitan para equipar su autocaravana y personalizarla a su gusto.

Y, como comentábamos al inicio, disponemos de un parking seguro y vigilado para que puedan dejar su autocaravana con total tranquilidad mientras no la esté utilizando.



Javier Vargas: “Garantizamos rapidez, seguridad y seguimiento”

ENTREVISTA

JAVIER VARGAS
DIRECTOR GENERAL
DE E-LOG

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cuál es la visión de e-log en cuanto a la facilitación y universalización del comercio electrónico en todo el territorio nacional, especialmente en Canarias y Baleares?

El ecommerce tiene en la logística el cómplice necesario para su desarrollo y expansión universal. En e-log, como Operador Logístico y de Última Milla, muy ligado a este sector, tenemos clara esta necesaria complicidad con nuestros clientes, así como la determinación en servirles como instrumento para preparar y posicionar sus pedidos en cualquier lugar de Europa. Efectivamente, desde nuestros inicios, hemos tenido una estrecha vinculación con nuestras islas (nuestros colores corporativos nos delatan) y puesto foco en ayudarles en dos direcciones: hacer accesibles las compras on line desde las islas colaborando con los ecommerce continentales o abordando proyectos específicos para los compradores on line canarios como nuestro Club de e-loggers; en paralelo, ayudamos al emprendimiento digital canario a acceder al mercado europeo desde nuestra doble implantación en las islas y península con nuestro Centro de Coworking Logístico Canario en e-log Madrid.

¿Cómo adaptan los procesos logísticos de almacén a las singularidades de los sectores y clientes a los que brindan servicio?

Nuestra estrategia se centra en una adaptación meticulosa de los procesos logísticos a las particularidades de cada sector y cliente. Esto incluye desde la personalización de los sistemas de almacenamiento y picking hasta la

adaptación de nuestras soluciones de última milla. Contamos como ejemplo con un modelo de gestión logística especializado en el sector turismo que, a través de e-log travel, nos ha posicionado como el principal proveedor de estos servicios a los más destacados actores del ecosistema travel. Igualmente, en última milla, hemos desarrollado una estructura de Entregas de Gran Formato Fitness para atender, no solo las necesidades de entrega de paquetería de nuestros clientes, sino la de aparatos voluminosos y su montaje en domicilio.

¿Cuál es la estrategia de e-log para mantener la especialización en el sector logístico y ser una extensión orgánica de la estructura empresarial de sus clientes?

Nuestra estrategia no tiene secreto más allá de estar muy atentos a las necesidades específicas de determinados sectores de actividad y de nuestros clientes para, acto seguido, valorar soluciones adaptadas a cada caso e incorporarlas en nuestros servicios y procesos operativos, así como el de concebir nuestra gestión y compromiso con una absoluta complicidad en los objetivos y necesidades de nuestros clientes.

¿Cuál es vuestra experiencia en la prestación de servicios logísticos para empresas del sector turístico y cómo han destacado en este mercado competitivo?

Como indicaba, nuestra capacidad para gestionar operaciones logísticas complejas y personalizadas de forma ágil nos ha posicionado como el proveedor líder de servicios logísticos en este mercado altamente competitivo. Entre otras, gestionamos operativas de manipulación, retractilado y envío a todas las agencias minoristas de viaje de España y Portugal de cientos de miles de folletos, que son un soporte físico de venta vital junto con los soportes digitales de nuestros clientes; igualmente, hacemos la preparación y envío de documentación y merchandising para viajeros, gestionamos el almacenaje y suministro de todos los consumibles de redes completas de agencias de viajes, damos soporte



a eventos de todo tipo incluyendo uno tan importante como Fitur,...

Asimismo, han creado el Club elogger, una plataforma digital que ofrece a los compradores on line canarios la posibilidad de contar con e-log como su amigo con domicilio en península y recibir sus compras en el archipiélago. ¿Cómo garantizan la rapidez, agilidad, simplicidad y seguridad en el proceso de envío de las compras de los canarios, incluso cuando las tiendas online no ofrecen envío a las Islas?

El Club elogger es nuestra respuesta desde un enfoque puramente logístico (no intervenimos en la operación de compra) a la demanda de la población canaria de poder comprar en tantas tiendas on line que no venden en el archipiélago. Garantizamos rapidez, seguridad y seguimiento, utilizando una tecnología avanzada con trazabilidad on line para asegurar que cada paso, desde la tienda hasta el cliente final, es eficiente y transparente.

¿Cómo se asegura Club elogger de mantener altos niveles de satisfacción y confianza entre los compradores

canarios que utilizan su servicio?

Con más de tres años de existencia, el Club elogger es ya un clásico entre los canarios que afrontan el problema de poder gestionar compras on line desde las islas y saben que detrás cuentan con la confianza de una empresa solvente y con un alto nivel de complicidad con Canarias como es e-log; tras este tiempo, contamos con más de 13.000 socios en el Club y hemos facilitado miles de transacciones de compra que, de otra forma, hubieran sido imposibles con la consiguiente frustración para nuestros e-loggers.



ENTREVISTA

CAROLINA MORALES
DIRECTORA FINANCIERA
DE TMC CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Podría describir los servicios especializados que ofrece TMC Canarias en el transporte de mercancías, como el servicio express Península-Canarias, el transporte en ambiente y temperatura controlada, o el despacho de aduanas? ¿Qué ventajas y valor añadido aportan estos servicios a los clientes?

Los servicios especializados de TMC Canarias no solo garantizan la eficiencia y la fiabilidad en el transporte de mercancías, sino que también aportan un valor añadido significativo al ofrecer soluciones personalizadas, soporte integral y tranquilidad a nuestros clientes. Nuestra dedicación a la excelencia nos permite establecer relaciones duraderas con nuestros clientes, basadas en la confianza y la satisfacción:

1. Servicio Express Península-Canarias: Ofrecemos un servicio express altamente eficiente que garantiza la entrega de envíos desde la península a Canarias en un plazo máximo de 48 horas. Con salidas programadas dos veces por semana, nuestro servicio express permite a los clientes gestionar sus necesidades de abastecimiento de manera ágil y eficaz, eliminando la necesidad de mantener un stock considerable o enfrentarse a largos plazos de espera. Esta rapidez y fiabilidad en la entrega se traducen en una mejor gestión de inventario y una mayor satisfacción del cliente.

2. Transporte en Ambiente y Temperatura Controlada: Contamos con una flota adaptada multitemperatura que nos permite manejar mercancías sensibles que requieren condiciones específicas de temperatura. Ya sea que se trate de productos perecederos, farmacéuticos o cualquier otro tipo de mercancía sensible, garantizamos su transporte en las condiciones óptimas para preservar su calidad e integridad durante todo el proceso de envío.

3. Servicio Integral de Transporte: Nuestro compromiso con la excelencia nos impulsa a ofrecer un servicio integral que va más allá del simple transporte de mercancías. Acompañamos a nuestros clientes en cada etapa del proceso, desde la recogida de la mercancía en el origen hasta su entrega final en el destino. Además, proporcionamos soporte y asesoramiento experto en



Carolina Morales: “TMC Canarias está firmemente comprometida con la sostenibilidad”

todas las fases del transporte, incluyendo las complejas gestiones aduaneras. Esto incluye el despacho de aduanas, la gestión de documentos y el pago de impuestos, asegurando un proceso aduanero fluido y sin complicaciones para nuestros clientes.

¿Qué tipo de infraestructura y medios de transporte poseen para garantizar la eficiencia y seguridad en el transporte de mercancías, tanto en carga fragmentada como en carga completa, y cómo se aseguran de mantener altos estándares de calidad en sus operaciones?

TMC Canarias cuenta con una infraestructura robusta y medios de transporte avanzados para garantizar la eficiencia y seguridad en el transporte de mercancías. Disponemos de una flota diversificada que incluye equipos propios y colaboraciones con proveedores externos, todos equipados con tecnología de punta y adaptados para el transporte en temperatura controlada, lo que nos permite manejar mercancías

sensibles con condiciones específicas de temperatura. Además, todos nuestros equipos cumplen con las certificaciones de calidad exigidas en la Unión Europea, asegurando operaciones alineadas con los más altos estándares de calidad y seguridad. En cuanto a nuestros almacenes y distribución, contamos con instalaciones estratégicamente ubicadas en todas las plazas donde operamos, diseñadas para almacenar y gestionar mercancías de manera eficiente y segura. Esta infraestructura nos permite realizar una gestión logística óptima, asegurando entregas puntuales y minimizando los tiempos de tránsito gracias a la utilización de tecnología avanzada de seguimiento y gestión de flotas que nos permite monitorear y optimizar nuestras operaciones en tiempo real.

¿Cómo se lleva a cabo el asesoramiento especializado que ofrece TMC Canarias a sus clientes en materia de transporte de mercancías y despacho de aduanas, y cuál

es el valor añadido de contar con este servicio integral en la gestión logística de las mercancías?

TMC cuenta con más de 14 años de experiencia en el sector y dispone de los mejores profesionales en su plantilla. Gracias a nuestra trayectoria, podemos ofrecer un servicio integral a nuestros clientes, desde el momento de la recogida hasta la entrega, abarcando todas las fases del proceso.

Inmersos en un contexto de creciente preocupación por la sostenibilidad, ¿qué medidas ha implementado TMC Canarias para promover prácticas responsables en el transporte de mercancías, por ejemplo, en términos de eficiencia energética, reducción de emisiones y gestión de residuos?

TMC Canarias está firmemente comprometida con la sostenibilidad y la promoción de prácticas responsables en el transporte de mercancías. Para abordar las preocupaciones ambientales y contribuir a

un futuro más sostenible, hemos implementado diversas medidas y políticas en nuestras operaciones. Hemos invertido en una flota de vehículos moderna y eficiente energéticamente, que cumple con los estándares más estrictos de eficiencia y emisiones. Además, estamos explorando y adoptando el uso de combustibles alternativos y tecnologías más limpias, como vehículos eléctricos, híbridos y de gas natural, para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Asimismo, buscamos obtener y mantener certificaciones ambientales relevantes que validen nuestro compromiso con la sostenibilidad y nos impulsen a mejorar continuamente nuestras prácticas. Este enfoque integral hacia la sostenibilidad nos permite ofrecer servicios de transporte más ecológicos y alineados con las necesidades ambientales actuales.

¿Mantiene TMC Canarias colaboraciones o alianzas estratégicas con otras empresas del sector logístico para ampliar su alcance y mejorar la calidad de sus servicios de transporte de mercancías? ¿De qué manera se benefician los clientes de estas sinergias?

TMC colabora estrechamente con diversas empresas líderes en el sector del transporte y con varias navieras, lo que nos proporciona una mayor flexibilidad en comparación con otras empresas del sector. Nos adaptamos a las diferentes necesidades de nuestros clientes en términos de precio, temperatura y tiempos de entrega.

¿Cuáles considera que son los principales retos y oportunidades que enfrenta TMC Canarias en el sector del transporte de mercancías, y cómo se prepara la empresa para afrontarlos y seguir siendo un referente en el transporte de mercancías en Canarias?

TMC es actualmente la principal empresa de transporte Península-Canarias de origen canario. Nuestros principales desafíos y oportunidades están ligados a las necesidades de nuestras islas. Nos centramos principalmente en el crecimiento del turismo y el aumento de los precios de los productos. Para abordar estos nuevos desafíos, TMC ha ampliado su flota propia y ha establecido nuevas delegaciones en todo el territorio español para aumentar la autogestión, reducir costos y ampliar la oferta de servicios.

¿Cuál será la hoja de ruta a seguir de cara al futuro? ¿Cuáles son vuestros objetivos a largo plazo?

Nuestro objetivo a largo plazo es continuar creciendo e invirtiendo para ofrecer el mejor servicio posible a nuestros clientes. Año tras año, incrementamos nuestra inversión adquiriendo nueva flota y estableciendo alianzas estratégicas con empresas líderes del sector.



ENTREVISTA

ARMINDA DOMÍNGUEZ AUYANET
COO DE XTRAVANS



Arminda Domínguez Auyanet: “Nuestro objetivo es ofrecer una solución integral y sin complicaciones para las necesidades de movilidad de los clientes”



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Xtravans nace como una solución de movilidad dirigida al alquiler de vehículos comerciales. Concretamente, ¿cuántos vehículos forman parte de la flota de Xtravans y qué tipos de furgonetas están disponibles para alquilar?

Actualmente contamos con una flota de unos 900 vehículos. Trabajamos desde furgonetas pequeñas hasta furgones de gran capacidad para el traslado de todo tipo de mercancía. También ofrecemos vehículos con adaptaciones especiales e isotérmicos.

¿Ofrecen servicios adicionales como seguro, asistencia en carretera o alquiler de accesorios?

Por supuesto, en nuestra cuota está todo incluido. Seguro a todo riesgo, neumáticos, mantenimiento y reparaciones, y asistencia en carretera 24 horas. Nuestra idea es que nuestros clientes tengan un vehículo con cero preocupaciones.

¿En qué ubicaciones operan y cuál es la disponibilidad de furgonetas para alquiler en cada una de ellas? ¿Ofrecen servicio de entrega y recogida en diferentes puntos?

Tenemos oficinas en Gran Canaria (Las Palmas de Gran Canaria y San Bartolomé de Tirajana), Tenerife (Santa Cruz de Tenerife y Granadilla de Abona), Lanzarote, Fuerteventura y La Palma.

¿Qué tipo de clientes suelen alquilar furgonetas en Xtravans? ¿Y cuáles son los usos más habituales que se le dan a estos vehículos?

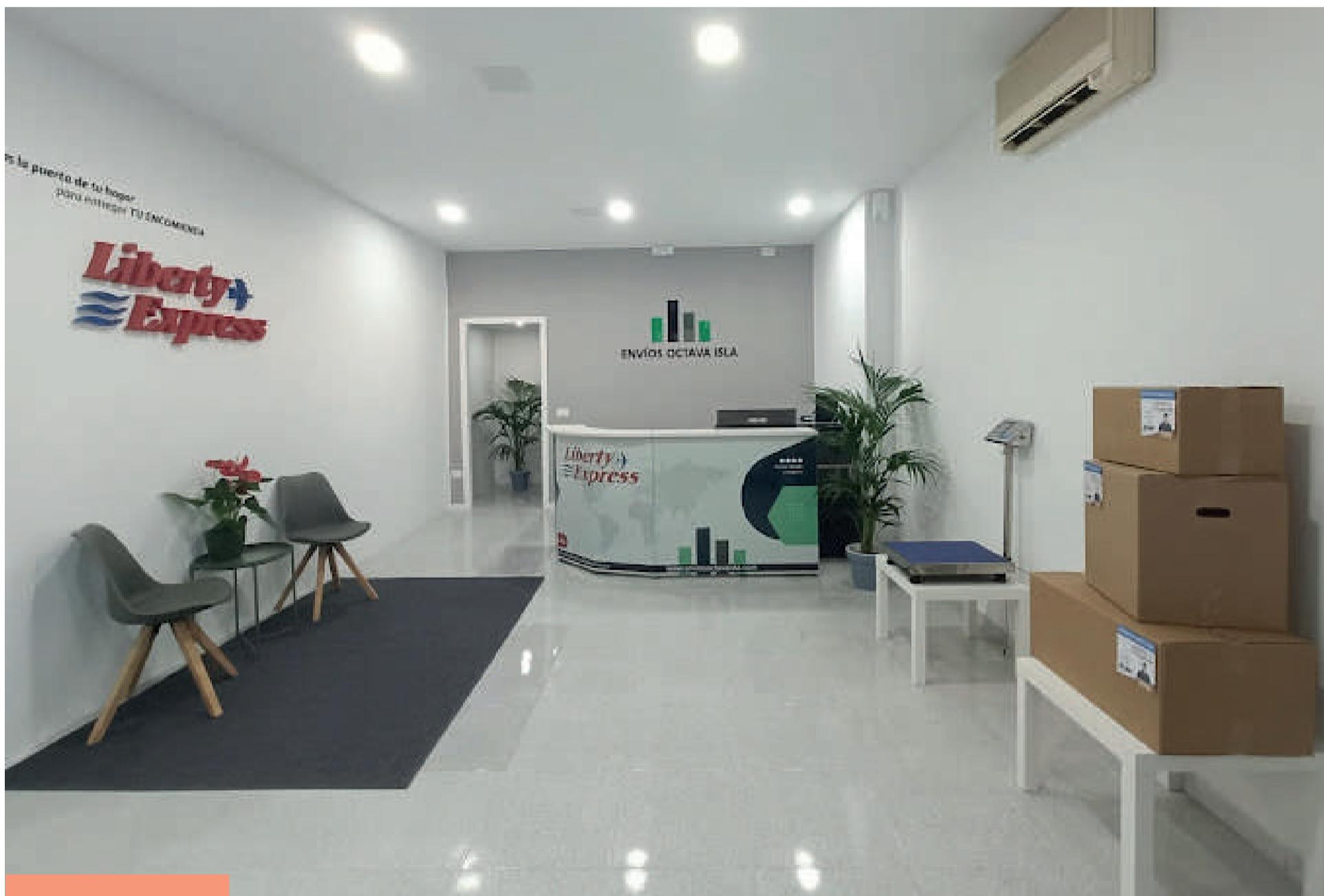
Nuestros clientes tienen diversos perfiles. Tenemos clientes que son autónomos o pequeñas empresas con 1 o 2 vehículos de renting en su flota, grandes corporaciones con más de 100 vehículos y también particulares que alquilan nuestros vehículos de manera particular por días o incluso horas. Además del uso profesional que es el que más predomina en el tipo de servicio que ofrecemos, las mudanzas y traslados puntuales de pertenencias suelen ser habituales en nuestros alquileres por días u horas.

¿Cómo es la atención al cliente en Xtravans y qué medidas se toman para garantizar la satisfacción de los usuarios durante el proceso de alquiler y durante el uso de la furgoneta?

Nos esforzamos día a día por ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes. Nuestro objetivo es ofrecer una solución integral y sin complicaciones para las necesidades de movilidad de los clientes. Para nosotros la transparencia en los costes y términos del contrato, así como un acompañamiento durante toda la relación con el cliente, que en algunos casos se extiende hasta los 5 años, son claves.

Asimismo, ¿qué iniciativas llevan a cabo en materia de sostenibilidad y responsabilidad ambiental, como por ejemplo la incorporación de vehículos eléctricos o la adopción de prácticas ecoamigables en su operativa?

Xtravans y Domingo Alonso Group siempre se encuentran al día de las novedades en materia de sostenibilidad y responsabilidad medioambiental. Si bien es cierto que los vehículos comerciales eléctricos han ido evolucionando a un ritmo más lento que los vehículos turísticos, hemos comenzado a trabajar poco a poco este tipo de energía eléctrica. Ya contamos con una flota de 20 vehículos de propulsión eléctrica.



ENTREVISTA

LUIS F. ESCALANTE
GERENTE DE ENVÍOS OCTAVAISLA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
¿Cuál es la historia de Envíos Octava Isla como empresa especializada en servicios de paquetería y envío de dinero a nivel internacional?

Envíos Octava Isla surge de la necesidad de hacer llegar la ayuda que tanto necesitan nuestros familiares en Venezuela. Como Venezolano, sé de primera mano la importancia de contar con una empresa seria y responsable que nos “ayude a ayudar” a nuestras familias, por lo que en algún momento pensé en dedicarme a esto profesionalmente y ese pensamiento se materializó poco después, concretamente en agosto del año 2020.

¿Qué servicios específicos ofrecen?

Actualmente ofrecemos el servicio de paquetería nacional e internacional y envíos de dinero a prácticamente todos los países del mundo, aunque nuestros principales destinos son Venezuela y Cuba.

¿Cómo se garantiza la seguridad y la confiabilidad en los servicios de Envíos Octava Isla al enviar paquetes y dinero a cualquier lugar del mundo?

Luis F. Escalante: “Creamos una relación de confianza con los clientes”

Nuestros servicios son 100% seguros ya que trabajamos de la mano de empresas líderes en ambos sectores. La paquetería se trabaja con Liberty Express, una empresa que lleva más de 20 años dedicada al sector del transporte de mercancía y que tiene sucursales repartidas por muchos países del mundo. Y para el envío de dinero trabajamos con varias compañías de renombre, como Ria, TransFast, SmallWorld, Europhil, Itransfer, Western Union... Además contamos con un equipo muy bien formado que garantiza que cada uno de los servicios prestados se realice con todas las garantías necesarias para que los clientes queden satisfechos en todos los sentidos.

Envíos Octava Isla garantiza en todo momento un servicio honesto y seguro. ¿Cómo han logrado trasladar a vuestros clientes esta sensación de seguridad en los envíos?

En éste sector, donde hay tanta competencia, es imprescindible hacer sentir a los clientes que están en un sitio serio y seguro, por lo que siempre intentamos explicar a conciencia cuales son los procedimientos para hacer los envíos, además de hacerles saber las garantías que ofrecemos para que sepan que sus envíos están protegidos en todo momento. También ofrecemos un trato cálido y cercano, ya que sabemos que cada envío que se realiza es una historia personal y les supone un esfuerzo

importante, por lo que con el paso del tiempo hemos ido creando una relación de confianza con cada uno de ellos.

Disponen de una App Web. ¿Qué le aporta la misma a los clientes? ¿A qué se debe su funcionamiento?

La iniciativa de crear una aplicación surge de la necesidad de tener un servicio operativo las 24 horas del día y que los clientes puedan hacer sus envíos de dinero en cualquier momento del día, ya que muchos de ellos por razones laborales, no coinciden con nuestros horarios de atención al público. Es una aplicación fiable donde ofrecemos diferentes opciones de pago y cualquier persona puede manejarla, ya que es sencilla e intuitiva, ofreciéndoles la posibilidad de hacer sus envíos 24/7.

¿Cuáles son los planes de expansión y crecimiento de Envíos Octava Isla a nivel global y en Canarias en particular?

La apertura de nuestra sucursal de Santa Úrsula fue en agosto de 2020 y el año pasado en el mes de julio, abrimos nuestra segunda sucursal en Icod de los Vinos. Tenemos en mente la apertura de otros establecimientos en la isla pero con otras actividades completamente diferentes, pero si bien es cierto que nos gustaría ampliar nuestras sucursales de Envíos Octava Isla en la otra provincia de Canarias, en concreto en la Isla de Lanzarote, pero ese es un proyecto a medio-largo plazo que esperamos se vea materializado algún día.

ENTREVISTA

MAREN HARDER
DIRECTORA ASOCIADA
ENGEL&VÖLKERS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Con un enfoque en proporcionar una experiencia de vida de lujo, Cabollanos Luxury Living promete ser un referente en el mercado inmobiliario. ¿Podrías compartir más detalles sobre el proyecto de la Obra Nueva Cabollanos Luxury Living y cuál es su propuesta única en el mercado inmobiliario?

Cabollanos Luxury Living se destaca por su ubicación excepcional, diseño innovador, acabados de alta calidad y servicios de lujo, ofreciendo a los residentes una experiencia de vida sofisticada y confortable. Este enfoque holístico hace que el proyecto sea único en el mercado inmobiliario.

Este desarrollo inmobiliario de lujo destaca por sus características únicas, como la piscina en la azotea, las calidades excepcionales y las amplias terrazas que se integran armoniosamente con los espacios interiores. ¿Qué otras características son propias de destacar?

Además de las características ya mencionadas, el proyecto se destaca por sus vistas panorámicas al mar y al auditorio, así como por su accesibilidad para personas con movilidad reducida y su compromiso con la sostenibilidad.

“Cabollanos Luxury Living se destaca por su ubicación excepcional, diseño innovador, acabados de alta calidad y servicios de lujo”

Asimismo, la ubicación del proyecto es especialmente notable por su proximidad a El Corte Inglés, al centro comercial Meridiano y por su acceso a las dos autopistas principales. Esta localización ofrece una conveniencia excepcional, conectando a los futuros residentes



Maren Harder: “Este enfoque holístico hace que el proyecto sea único en el mercado inmobiliario”

con múltiples servicios y vías de acceso en la ciudad, lo que aumenta su atractivo y comodidad.

¿Qué aspectos le diferencian de otros desarrollos inmobiliarios de la zona?

Sin duda las dimensiones de las viviendas y la utilización de materiales de alta gama en la construcción y acabados de Porcelanosa y ventanas de la marca Schücco,

¿Cuál es el perfil de comprador al que se dirige este proyecto y qué beneficios o experiencias únicas pueden esperar los futuros propietarios?

El proyecto se dirige a un perfil de comprador diverso y exigente.

Incluye tanto a compradores locales que buscan una residencia de alta calidad en la isla, como a extranjeros que desean trasladarse a la zona para disfrutar del clima, la cultura y el estilo de vida que ofrece el lugar. Los futuros propietarios pueden esperar una experiencia de vida lujosa, con un entorno tranquilo y exclusivo con una comunidad internacional.

¿Qué servicios y comodidades adicionales se ofrecen a los residentes de Cabollanos Luxury Living para garantizar una experiencia de vida de lujo?

Piscina en la azotea con vistas impresionantes, gimnasio, aparca-

mientos amplios, y, muy importante, garantías por parte del constructor, a la hora de hacer la reserva y los contratos.

¿Cómo se ha recibido la propuesta de la Obra Nueva Cabollanos Luxury Living en el mercado inmobiliario y cuál está siendo la respuesta de los potenciales compradores?

El proyecto se ha acogido muy bien y ha despertado mucho interés de los potenciales compradores.

¿Qué estrategias de marketing y promoción se han implementado para dar a conocer y destacar este proyecto en el sector inmobiliario?

Se ha creado una página web exclusiva, cabollanosluxuryliving.com, donde se puede explorar imágenes realistas del proyecto, incluidas vistas panorámicas de 360°, así como planos detallados. Para capturar las perspectivas exactas, utilizamos un dron que voló a la altura de cada planta e integramos las vistas reales en el renderizado, ofreciendo a los compradores una comprensión precisa de lo que están adquiriendo. Los interesados pueden concertar una cita en nuestra oficina para obtener más información, y también tienen la oportunidad de ver y examinar de cerca los acabados que se utilizarán en las viviendas.

“La estructura singular de Cabollanos Luxury Living ha supuesto un reto arquitectónico que rompe con la norma”



ENTREVISTA

RUTH TORTOSA ESQUEMBRE Y JULIÁN ADRIÁN RUERA
ARQUITECTOS DE IMPULSARQ

itectura tradicional de Canarias. A pesar de nuestro excelente clima, observamos que muchas promociones de viviendas no tienen relación con el entorno exterior. Este fue uno de los puntos de partida del proyecto.

A su vez, era necesario responder de alguna manera a la presencia del Espacio Cultural El Tanque. La fisonomía del edificio nos generaba un fuerte impacto y queríamos reaccionar ante esta realidad. Por ello, el proyecto buscó desde el principio

aprovechar al máximo la superficie edificable permitida. Este es uno de los motivos por los que el edificio se ensancha a medida que asciende, buscando superar lo antes posible la sección visual de El Tanque y ofrecer más metros cuadrados, más viviendas y vistas al mar.

Estas fueron las dos claves principales que guiaron el proceso arquitectónico.

¿Qué desafíos específicos se presentaron durante la fase de diseño y construcción de Cabollanos Luxury Living y cómo se superaron?

Los principales desafíos del proyecto fueron de naturaleza técnica y urbanística. Al iniciar el proyecto, estaba vigente el Plan General que permitía este tipo de desarrollos con terrazas y otras características que no son habituales en el entorno de Cabo Llanos. Sin embargo, durante el proceso de tramitación, este Plan General fue derogado y entró en vigor el anterior, con el que se han desarrollado la mayoría de las edificaciones en Santa Cruz de Tenerife. Este último plan no contemplaba terrazas, accesos a las cubiertas ni otras cuestiones relevantes. El proceso ha sido largo y hemos trabajado en estrecha colaboración con la administración y la gerencia. Gracias a las ordenanzas municipales, pudimos recuperar las disposiciones positivas del Plan General e incorporarlas a las ordenanzas vigentes. De este modo, el proyecto ha sido viable y se convertirá en la primera obra de este tipo que se ejecuta en Santa Cruz, ya que la legislación actual lo permite.

¿Qué materiales y tecnologías innovadoras se utilizaron en la construcción para garantizar la calidad y durabilidad del proyecto?

El proyecto se presenta con unos estándares de diseño y ejecución muy altos. Su estructura singular ha supuesto un reto arquitectónico que rompe con la norma. Se ha prestado especial atención al detalle en todos los aspectos. Algunas características lo convierten en un proyecto único, como la fijación de la barandilla de cristal en las terrazas, cuyo diseño robusto

cumple con la normativa vigente y facilita la limpieza; o las ventanas de los espacios principales, como el salón-comedor, las cuales se eliminan por completo, integrándose en la pared y creando un porche contiguo, una solución que aporta amplitud y continuidad al espacio.

¿Cómo se abordó el diseño de interiores para maximizar la entrada de luz natural y crear ambientes acogedores y funcionales?

En el diseño del proyecto se ha priorizado la maximización de la entrada de luz natural, creando ambientes acogedores, funcionales y luminosos. Se ha buscado optimizar la ventilación cruzada, ubicando las viviendas en la cara norte para favorecer su frescura. Todas las estancias cuentan con grandes ventanales con protección solar integrada. El proyecto incorporará, además, aislamiento térmico de alta calidad para alcanzar una excelente calificación energética, siguiendo criterios de sostenibilidad rigurosos y optimizando al máximo los recursos. Para ello, se contará con una amplia instalación de placas solares en la cubierta y todas las instalaciones estarán perfectamente integradas en el diseño. No se ha dejado ningún detalle al azar.

El lujo del espacio es una de las características principales del proyecto. En un contexto donde las viviendas tienden a ser cada vez más pequeñas, esta promoción se distingue por su atención al detalle y la amplitud de sus espacios. La relación entre el espacio interior y el exterior ha sido fundamental en el diseño, creando ambientes luminosos y conectados con el entorno.

Las soluciones arquitectónicas que implementaron para optimizar la eficiencia energética y la sostenibilidad del edificio han sido fundamentales.

Efectivamente. Desde el inicio del proyecto, hemos tomado muy en serio la eficiencia energética, trabajando dentro de las limitaciones de la parcela. Para ello, hemos implementado instalaciones de climatización eficientes, paneles solares y equipos de última generación para la producción de aire.

¿Cuál es el impacto de Cabollanos Luxury Living en el entorno urbano y cómo se ha integrado el proyecto en su contexto arquitectónico y paisajístico?

Gracias a la colaboración con la gerencia, pudimos incorporar en nuestro diseño el proyecto de urbanización de la calle peatonal de dominio público ubicada entre el Espacio Cultural El Tanque y nuestro edificio. Esto nos ha permitido integrar el edificio en el entorno urbano de manera armónica y elegante. Además, hemos eliminado todas las barreras arquitectónicas que suelen separar artificialmente lo público de lo privado, creando un espacio acogedor y continuo.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

El proyecto Cabollanos Luxury Living ha capturado la atención y admiración de muchos. Con una visión vanguardista y un enfoque meticuloso en cada detalle ha logrado fusionar la funcionalidad y el lujo. ¿Cuál fue la inspiración y el concepto detrás del diseño arquitectónico del proyecto?

El objetivo principal del proyecto en sus inicios era impulsar la conexión con el exterior, un aspecto claramente deficiente en la arqui-





LORO PARQUE
ANIMAL EMBASSY



TICKET
ONLINE



IMMERSIVE

CORAL
KINGDOM

NUEVO

The water kingdom
SIAM PARK



**JULIO &
AGOSTO 2024**

Martes a Sábado
20:00 h a 00:00

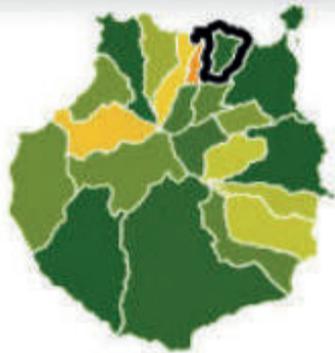
**SIAM
NIGHT**

RIDE THE NIGHT

El Ayuntamiento de Arucas vuelve a conseguir un sobresaliente en la evaluación de la transparencia y su mejor nota desde la entrada en vigor de las leyes de transparencia

Ayuntamiento de Arucas

Puntuación año seleccionado: **9.75**



2022-2023

► Según el índice de transparencia del Comisionado de Transparencia de Canarias por la evaluación del año 2022 y primer semestre del 2023

El Ayuntamiento de Arucas vuelve a obtener, igual que el año pasado, un sobresaliente en la puntuación de la evaluación de la transparencia correspondiente al ejercicio 2022 y primer semestre de 2023, consiguiendo su mejor nota desde la entrada en vigor de las Leyes de Transparencia.

Para la Concejala delegada de Transparencia y Administración Electrónica, Beatriz Herrera que supervisa personalmente la obtención de mucha de la información que se sube al Portal de Transparencia, esto muestra el compromiso del grupo de gobierno en hacer la información más cercana y accesible a la ciudadanía para fomentar su participación y un gobierno abierto. Es notable el agradecimiento a todos y cada uno de los departamentos por su total implicación en el cumplimiento de las obligaciones en materia de transparencia, esta nota es merecedora de todos ellos.

Las puntuaciones sobre 10 del Ayuntamiento de Arucas y sus organismos dependientes han sido: Ayuntamiento de Arucas – 9,75; Organismo Autónomo Municipal de Cultura – 6,49 y Sociedad Municipal para el Desarrollo de Arucas S.A. – 8,41.

MAYO
FIESTAS DE
LOS REALEJOS 2024

2Y3 CRUCES Y FUEGOS DE MAYO
DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

26 ROMERÍA DE SAN ISIDRO LABRADOR
DECLARADA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

Excmo. Ayuntamiento de
LOS REALEJOS

MAYO
Los Realejos

Concejala de
FIESTAS
LOS REALEJOS

LOS REALEJOS
CON LOS CINCO SENTIDOS

Cruces y Fuegos de Mayo
FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

El Ayuntamiento de Santa Brígida aumenta un 46.8% la inversión de Ayuda a Domicilio



El pasado 24 de abril se aprobó el expediente de contratación del Servicio de Ayuda a Domicilio del Ayuntamiento de Santa Brígida, una

asistencia vital para muchas personas mayores y con necesidades especiales. “La contratación de este servicio refleja el compromiso de esta administración con el bienestar y la calidad de vida de sus habitan-

tes”, ha expresado el alcalde, José Miguel Bravo de Laguna. “Con un enfoque centrado en la excelencia y la inclusión, se espera que tenga un impacto positivo en el municipio a largo plazo”.

El Contrato del Servicio de Ayuda a Domicilio recibe una inversión de 840.000 mil euros para un período inicial de dos años, con la posibilidad de extenderse otros dos años más mediante prórroga, lo que implica una inversión anual de 210.000 euros. Esto representa un incremento de 67.000 mil euros al año con respecto al contrato anterior, lo que equivale a un aumento del 46.8%. Estos datos subrayan el firme compromiso de esta administración con la mejora de la calidad de vida de nuestros mayores y personas dependientes, evidenciando una clara apuesta por su bienestar.

El expediente N.º 6451/2023, que regula la contratación de este servicio mediante procedimiento abierto y tramitación ordinaria, “fue objeto de un escrutinio minucioso”, ha destacado el concejal de Asuntos Sociales, Carlos Carrión. “Tras diversas correcciones en los Pliegos de Prescripciones Técnicas y en los Pliegos de Cláu-

sulas Administrativas Particulares, se busca asegurar que el proceso de selección de la empresa adjudicataria sea justo y acorde a las necesidades de la ciudadanía más vulnerable. También se ha priorizado reducir la lista de espera existente”.

Una de las principales preocupaciones durante este proceso ha sido garantizar que las empresas interesadas cumplan con los requisitos mínimos de calidad y servicio. “Para ello, se han establecido criterios de evaluación que van más allá del aspecto económico, priorizando la excelencia en la atención y la atención a la integración sociolaboral de personas con discapacidad”, ha indicado.

Este proceso de revisión y ajuste responde a un compromiso firme con la mejora continua de los servicios sociales en el municipio. Se busca no solo garantizar la eficacia y calidad del servicio, sino también promover la inclusión y el bienestar de todos los ciudadanos, especialmente aquellos más vulnerables y con necesidades especiales.

Para los habitantes de Santa Brígida, esta iniciativa representa una oportunidad para acceder a un servicio de ayuda a domicilio más completo y adaptado a sus necesidades individuales.

Santa Brígida impulsa la igualdad desde la escuela



El Ayuntamiento de la Villa de Santa Brígida, a través de su área de Igualdad que impulsó la concejal Rosalía Rodríguez Alemán, ha puesto en marcha una iniciativa extraordinaria en colaboración con los distintos centros escolares del municipio, como el IES Santa Brígida, el CEIP Juan del Río Ayala, el CEIP JM Illera de la Mora, La Angostura, y el movimiento Scouts. Gracias a la financiación proporcionada por

los fondos del Pacto de Estado del Ministerio de Igualdad, se han iniciado una serie de talleres para trabajar la igualdad desde la transversalidad en las primeras etapas del ciclo vital.

Sensibilización

El Contrato del Servicio de Ayu La importancia de educar en valores igualitarios desde edades tempranas no puede ser subesti-



mada, ya que esto no solo contribuye a la formación de individuos más equitativos, sino que también desempeña un papel fundamental en la erradicación de la violencia de género. La preadolescencia y la adolescencia son períodos críticos en este proceso, ya que es durante estas etapas cuando se

forman los primeros conceptos sobre la identidad y se establecen las bases de las futuras relaciones interpersonales.

Al promover la sensibilización y la prevención desde una edad temprana, se busca capacitar a los jóvenes para que identifiquen y rechacen la violencia de género en

sus relaciones, al mismo tiempo que se fomentan relaciones basadas en el respeto y la igualdad.

Estos talleres, que se están llevando a cabo entre los meses de abril a junio, ofrecen un espacio educativo donde el alumnado puede reflexionar y aprender sobre estas cuestiones fundamentales.

El pequeño comercio late con fuerza.

Impulsemos entre todos al pequeño comercio de Canarias.



El ayuntamiento ejecuta los proyectos derivados de la participación ciudadana



► De las 52 iniciativas aprobadas se ha ejecutado ya más del 30 % y el resto se culminará antes de finalizar el año

► A partir de junio los ciudadanos podrán volver a participar en los presupuestos participativos

permitan llevar a cabo el proceso participativo con garantías de seguridad técnicas y legales. La concejala delegada del área apunta que ahora se trabaja en la modificación del reglamento como que puedan participar los jóvenes a partir de los 16 años, ya que se contemplaba que solo a partir de

la mayoría de edad, y que pueda participar también cualquier ciudadano, ya que el pasado año se trabajó de forma experiencial con los tres colectivos citados. Una vez se apruebe el nuevo documento, se abrirá de nuevo el plazo para presentación de propuestas por parte de la ciudadanía.

Los presupuestos participativos son así una herramienta de participación y gestión del municipio, mediante la cual, la ciudadanía propone y decide sobre el destino de parte de los recursos municipales, con el objetivo de seguir construyendo y mejorando el municipio y sus barrios. Se trata, por tanto, de un proceso comunitario y de escucha atenta de las necesidades locales.

El pasado año se presentaron más de 60 propuestas, que tras ser analizadas y valoradas por la viabilidad en una fase de validación técnica se aprobaron 52 en total. También se han celebrado encuentros sectoriales y territoriales, manteniendo reuniones con colectivos en asociaciones de barrios, la Casa de la Juventud, el Centro Municipal de Mayores, centros educativos...

Hasta la fecha ya se ha realizando más de un 30%, y a lo largo de este año se ejecutará el resto. Entre otras acciones se contempla mantenimiento y limpieza de espacios como el parque de la Marzagana (El Bosquito) en La Perdoma; compra de mobiliario para centros de mayores y de otros colectivos sociales; mejora de acceso, de aceras y pavimento; remozamiento de espacios verdes; ampliación de parque infantil y pintado de murales en paredes.

El alcalde Francisco Linares valora la implicación de los ve-

cinos y vecinas del municipio aportando sus ideas y propuestas. La Orotava es de los pocos municipios que cuenta con la participación ciudadana para elaborar los presupuestos y participar en la gestión pública del municipio.

Para llevar a cabo el programa con éxito se cuenta también con la parte técnica de los distintos departamentos del ayuntamiento, así como con la colaboración de los representantes de los distintos grupos que conforman la corporación municipal. El reglamento de los presupuestos participativos marca el tipo o índole de los proyectos: obras nuevas o de mejora, suministros entendidos como adquisición de equipamientos y bienes inventariables. Las propuestas son valoradas para verificar su viabilidad técnica, económica y legislativa, y se traslada a cada área competente en la materia. Tras un estudio se darán a conocer los proyectos para que la ciudadanía vote los que considere más prioritarios. Y tras los resultados de la votación, se dan a conocer las iniciativas y acciones que se ejecutarán en el siguiente año. Así, en el presupuesto general de la institución local para este año se contempla un capítulo de inversiones para tal fin, así como de las áreas vinculadas a los colectivos participantes.

Para la administración y para la ciudadanía es una nueva experiencia, y ha tenido muy buenos resultados por todas las partes, por lo que se continuará trabajando y mejorando en la materia. Se trata de consolidar un proyecto que permita, entre todos, seguir mejorando la calidad de vida de las personas que viven en el municipio y de quienes nos visitan.

El Ayuntamiento de La Orotava, a través del área de Participación Ciudadana que dirige Delia Escobar, y con la colaboración de la asociación Factoría Social, continúa trabajando en un proyecto que se puso en marcha el pasado año y que ha resultado ser una experiencia muy positiva, tanto para ciudadanos como para la institución local, como es el convocar 'Presupuestos Participativos'.

En el 2022 se trabajó en el reglamento regulador de este proyecto, y la primera edición se dirigió a varios colectivos como personas mayores, jóvenes entre 18 y 20 años, y representantes de empresas de la Villa. Los presupuestos participativos deben contar con una colaboración e interacción técnica, política y ciudadana. El reglamento se realizó en aplicación de la normativa legal y regula todos los aspectos que se

HACIA LOS PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS

¡ SEGUIMOS TRABAJANDO!

LA OROTAVA 2024

En los próximos meses pondremos en marcha los **Presupuestos Participativos 2024**, este año para toda la vecindad.

SÍGUENOS PARA SABER COMO HACER LLEGAR TUS PROPUESTAS

"Tu opinión cuenta"



Ayuntamiento VILLA DE LA OROTAVA



factoría social



FIS CANARIAS



factoría social



El pregón de Isidro Felipe Acosta abrió el pasado sábado día 27 de abril, las Fiestas de Mayo de Los Realejos con más de 80 actos

► Los actos más multitudinarios serán la festividad de Cruces y Fuegos el 2 y 3 de mayo, el Baile de Magos del 18 de mayo y la Romería del día 26

El alcalde de Los Realejos, Adolfo González, la concejala de Fiestas, Isabel Socorro, y el párroco de la Parroquia Matriz del Apóstol Santiago de Realejo Alto, Ángel Nardone, presentaron el pasado viernes 26 de abril a las puertas del templo, en la Plaza Viera y Clavijo, la programación de las Fiestas de Mayo de este 2024, integrada por más de 80 actos, donde se procedió al izado de la bandera de las celebraciones a las puertas del Ayuntamiento de manos de la Romera de 2023, Lucía Rodríguez González, y de quien en la jornada del sábado 27 de abril dio lectura del pregón anunciador, el fotógrafo realejero Isidro Felipe Acosta.

El citado acto del pregón se celebró en la propia Plaza Viera y Clavijo a las 21:00 horas, contando con la intervención del alcalde de Los Realejos y la presentación de las doce candidatas que optan al título de Romera Mayor 2024, representadas por distintas entidades vecinales y culturales de la localidad, donde se sorteó su orden de participación en la gala de elección del próximo 11 de mayo. El acto contó con la actuación del grupo Entrevoces para amenizar la noche.

También el pasado sábado 27 de abril a las 17:00 horas, se produjo la salida de la III Carrera Vertical Asomadero desde la Calle El Sol. Posteriormente a las 19:00 horas se celebró la eucaristía en la Parroquia Santiago Apóstol y el traslado de la Santa Cruz al presbiterio.

El edil realejero recordó que “es momento de rendir honor a lo que somos, mirar hacia dentro y conmemorar el folclore y los trajes típicos en un mes de celebración que comienza con el izado de la bandera de las Fiestas de Mayo, de la mano y la voz del realejero Samuel Fumero y que terminarán tras la festividad de Nuestra Señora de Los Remedios el próximo 30 de mayo, día de Canarias”.

“Aprovecho la ocasión para invitarles a todos los vecinos y vecinas del municipio a disfrutar de estas fiestas, de hacerlo como sabe-

mos, recuperando las tradiciones, la vestimenta y siendo fieles a esa campaña de ‘Como debe ser’. Para que los de dentro y los de fuera nos vean con buenos ojos, además de animar a todas las personas de fuera del municipio que vengan a conocer Los Realejos a través de sus fiestas”, agregó Adolfo González.

Isabel Socorro hizo un repaso de las más de 80 actividades festivas que se incluyen en el programa y señaló que “todos los actos que se celebran en mayo se hacen en honor a los hitos devocionales que se concentran en el interior de esta Parroquia Matriz del Apóstol Santiago”. Agregó que “desde el Ayuntamiento lo que hacemos es adornar todos esos días religiosos con nuestra programación que se elabora desde las áreas de Cultura, Deportes, Agricultura, Turismo, Seguridad y Emergencias, y Fiestas, además de la Empresa Municipal de Servicios Realserv”.

Por su parte, Ángel Nardone, párroco de la Iglesia de Santiago Apóstol, mencionó que “no se pierda la vinculación con la Fé ni el germen religioso de estas celebraciones que giran en torno a La Cruz, a San Isidro y Santa María de la Cabeza y a Nuestra Señora de Los Remedios, que marcan las fechas y festividades más importantes del mes de mayo”.

Candidatas a Romera Mayor

Las doce aspirantes que presentarán su candidatura a Romera Mayor de las Fiestas de Mayo 2024 serán: Alicia Dóniz (Asociación Cultural y Recreativa Los Cochineros), Miriam Hernández (Asociación Cultural del Carnaval Nira), Evelyn Dóniz (Sociedad Casino Cruz Santa), Andrea Delgado (AA.VV Buenos Vecinos), Daniela García (Comisión de Fiestas El Horno), Valeria Linares (AA.VV Tigotán), Idoia García (AA.VV Santa Marta), Andrea Pérez (Sociedad Círculo Viera y Clavijo), Sara Domínguez (AA.VV Viera y Clavijo), Elena Hernández (AA.VV Campo Verde), Nayara Fariña (AA.VV Dos Palmeras) Danna Indira Delgado (AA.VV La Barca).

Cruces y Fuegos de Mayo 2024



La festividad más importante del municipio se celebra entre el 2 y el 3 de mayo, donde Los Realejos se engalana con flores y colores en honor a la Santa Cruz. Esta celebración fue declarada en 2009 como Fiesta de Interés Turístico de Canarias y, desde 2015, se le reconoce también la categoría de Interés Turístico Nacional, título otorgado por el Ministerio de Turismo de España.

De esta forma, el jueves 2 de mayo, a partir de las 23:45 horas, el reloj luminoso situado en los exteriores de la Oficina Municipal de Turismo afrontará su recta final en la cuenta atrás que marca el comienzo del Día de la Cruz, una festividad única que rememora y celebra el pique histórico entre la Calle El Sol y la Calle El Medio Arriba con una de las mayores exhibiciones pirotécnicas de Europa, donde los armoniosos compases y las recreaciones coloristas de luz iluminan el cielo realejero durante casi 3 horas.

Festividad de San Isidro

El miércoles 15 de mayo, onomástica de San Isidro, tendrá lugar el tradicional repique de campanas y lanzamiento de voladores. Por la tarde, desde las 19:00 horas se celebrará la eucaristía y seguidamente la Romería Chica, en la que participan distintos colectivos con carretas y parrandas improvisadas. A su término, dará paso a la verbena popular en la Plaza Viera y Clavijo a cargo del Grupo Swing Latino.

Baile de Magos

El tradicional Baile de Magos es una de las citas más esperadas de las celebraciones de Mayo en Los Realejos. Este año tendrá lugar el sábado 18 de mayo a partir de las

22:00 horas, con diferentes zonas que se dividen en ambientes:

- La Plaza Viera y Clavijo acogerá las actuaciones de las orquestas Corinto Band, Sabrosa y Arguayo Band. En la calle Doctor González actuarán Kimbara y Teide Swing.

- En la Avenida de Los Remedios el ambiente se tiñe de folclore de la mano de los grupos realejeros Los Trigales, Guayacsanta, Echeyde Valle Verde, Chiguet, El Chirato, Tigaray y Los Dóniz (orden aún por determinar).

- La ‘zona joven’, como viene siendo habitual, estará ubicada en la Calle Tenerife.

Feria de Ganado y Festival de las Islas

En esta edición la multitudinaria Feria de Ganado, popularmente conocida como ‘las reses’ tendrá lugar el 25 de mayo a partir de las 10:00 horas en la Finca El Llano. En esta misma jornada, a las 21:00 horas en la Plaza Viera y Clavijo se celebrará el XLIX Festival de las Islas, con la representación de las ocho islas del archipiélago a través de diferentes grupos (A.F. Hautacuperche por La Gomera, A.F. Guayadeque de Gran Canaria, A.F. Maxorata por Fuerteventura, A.F. Malpaís de La Corona de Lanzarote, Parranda Los Toledo por La Graciosa, A.F. Echentive por La Palma, A.F. Sabinosa por El Hierro y A.F. Atabara por Tenerife), mismas agrupaciones que actuarán durante la Romería en honor a San Isidro Labrador y Santa María de la Cabeza.

Romería San Isidro Labrador

La Romería en honor a San Isidro Labrador y Santa María de la Cabeza seguirá siendo uno de los mayores reclamos de las Fiestas de Mayo realejeras. Este año tendrá

lugar el 26 de mayo a partir de las 12:00 horas, una vez finalizada la eucaristía, bajo la interpretación de la ‘Misa canaria’ a cargo de Tigaray.

A las 18:00 horas está prevista la entrada de los santos a la Parroquia Matriz del Apóstol Santiago, donde se vive uno de los momentos más emocionantes del programa festivo, con el acompañamiento con chácaras, pitos y tambores a cargo de la Agrupación

Folclórica Sabinosa de El Hierro, que durante más de 40 años han sido testigos directos de este acontecimiento.

Tras la Romería se iniciarán los dos ambientes musicales ubicados en la Plaza Viera y Clavijo y en la Calle Doctor González, con las actuaciones de las orquestas Malibú, Maquinaria Band y Grupo LD en el primero de los escenarios, y del Dúo Musical AM En Clave en el segundo.

Lunes de Remedios

Como cada año, el lunes posterior a la Romería, conocido popularmente como ‘Lunes de Remedios’, es la jornada que pone el broche al programa festivo. Así el 27 de mayo tendrá lugar el tradicional repique de campanas, rezo del ángelus y lanzamiento de voladores a las 12:00 horas del mediodía con celebración eucarística, como antesala de la celebración religiosa solemne de las 19:00 horas, ambas en la Iglesia Matriz del Apóstol Santiago, en honor a Nuestra Señora de los Remedios. A continuación, tendrá lugar la procesión con la sagrada imagen por el recorrido de costumbre.

Más de 80 actos

Además de los actos ya señalados, el programa presentado el pasado viernes 26 de abril recoge más de 80 iniciativas de índole religiosa, cultural, popular, deportiva y solidaria, destacando además la jornada de encuentro con la cultura popular canaria dedicada a los más pequeños, como es el Baile de Magos Infantil, previsto para la tarde del martes 28 de mayo.

El alcalde quiso concluir el acto reconociendo “a los realejeros y las realejeras que se esfuerzan por mantener esta tradición viva en los cuatro puntos cardinales de Los Realejos”. Además, agradeció “el trabajo de todas las personas que forman parte de un grupo folclórico, de quienes se reúnen de alguna manera para participar de forma activa en las festividades de mayo, también a los cuerpos de seguridad y voluntarios, así como al resto de personas que trabajan para que puedan celebrarse con éxito todos y cada uno de los actos festivos para que mayo, en Los Realejos, vuelva a ser un lugar ejemplar de tradición y civismo”.

La familia de Loro Parque sigue creciendo



Lémur de cola anillada con su cría.

► Un pequeño lémur se une a los nacimientos que crean esperanza para las especies amenazadas

La familia de Loro Parque ha dado la bienvenida a una nueva cría de Lemur. Aprendiendo las especiales capacidades de movimiento que caracterizan a su especie, el pequeño, de apenas tres semanas de edad comienza estos días a explorar su entorno en Loro Parque.

Las cifras que da la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), la voz más acreditada en este campo, colocan a estos primates originarios de Madagascar en la zona de peligro en el terrible ranking de especies amenazadas de desaparición.

Este nacimiento supone, sin lugar a dudas un gran éxito. Pero es sólo una pieza más del puzle

de acciones en defensa de la vida que Loro Parque, y otros zoológicos acreditados, llevan a cabo. El más visible son los nacimientos de animales que forman parte de especies en extinción. En los pasados meses Loro Parque ha sido testigo y protagonista al mismo tiempo de la llegada al mundo de numerosos bebés: perezoso, rayas de río de puntos blancos, tiburones cebrá, títis emperador, cisnes, flamencos, pingüinos saltarrocas, pingüinos rey y, por supuesto, loros. Uno de los más nacimientos más celebrados por su enorme valor fue el de las tortugas de galápagos. Hijas de Tom, Tomasa y Ronaldiña seis diminutas tortugas eclosionaron en Loro Parque convirtiéndose en un increíble motivo de alegría. Tom,

de más de cincuenta años, se reproducía por primera vez. Estas crías tienen un incalculable valor para su especie que está críticamente amenazada. Lo que hace a esta noticia tan extraordinaria es que se trata de una especie que solo se ha conseguido reproducir en dos instituciones zoológicas acreditadas en toda Europa, dentro del programa de reproducción desarrollado para evitar su desaparición.

Pero ahora, el protagonista absoluto, al menos, en el mundo de los mamíferos, es el pequeño lémur que ya se puede visitar en su hábitat de Loro Parque: una reproducción casi exacta de sus progenitores, en tamaño reducido. Con unas dimensiones no mayores que una lata de refresco muestra ya las caracterís-

ticas anillas blancas y negras tan representativas de su especie y los extraordinarios ojos dorados que los han convertido en uno de los animales más admirados y queridos.

Otro de los espacios donde la eclosión de vida se deja notar de manera muy especial es en los aviarios de vuelo libre de Loro Parque: Katandra, Oceanía y Tesoros de América. En plena época de cría las aves se emparejan, hacen sus nidos y sacan adelante sus nidadas en una vorágine de actividad. Ver a los padres y a las madres compartiendo las tareas de cría y alimentación es una actividad que nunca decepciona. Una manera perfecta de celebrar y compartir una semana especial en la que celebramos que el lunes fue el día de la tierra.

Aluvión de reconocimiento internacional a la excelencia del Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden



► El establecimiento está firmando un inicio de 2024 de ensueño, y ha recibido numerosos e importantes reconocimientos internacionales por la calidad de sus instalaciones y servicio

El Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden ha sido reconocido, nuevamente, por la excelencia de sus instalaciones y el trato al huésped, firmando, así, un excelente inicio de 2024. Jet 2, British Airways Holidays, y Tui, los mayores turoperadores del planeta; Holiday Check, uno de los mayores portales de reseñas y reservas de Alemania; Schausinsland-Reise, uno de los operadores de viajes más notorios del país germano; y Nordic Leisure Travel Group, el mayor agente de viajes nórdico, han otorgado al emblemático hotel del Puerto de la Cruz sus distinciones más prestigiosas.

La calidad de las instalaciones, cuidadas hasta al más mínimo detalle, la belleza del jardín botánico que compone sus exclusivas zonas al aire libre, la delicada y amplia oferta gastronómica de sus cuatro restaurantes internacionales, la comodidad y amplitud de las habitaciones, y la amable atención de todo el personal, son los aspectos que los clientes han valorado a la hora de destacar al Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden como uno de los mejores lugares a los que acudir en el mundo. Un logro muy destacado en un universo en el que existen más de 187.000 hoteles a nivel global. Más de 25000 de cinco estrellas. En esa competencia destacar

es una cuestión de calidad extrema.

El Nordic Leisure Travel Group, que es el mayor operador turístico de los países nórdicos, reconoció al Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden como el mejor hotel de Tenerife. Un reconocimiento de notable importancia ya que se apoya en la experiencia de un grupo que vende, anualmente, 1.5 millones de viajes de vacaciones a lo largo de todo el planeta.

Teniendo en cuenta la calidad de la oferta hotelera en Tenerife, supone una distinción que reconoce el estándar de excelencia que el Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden pone al servicio de sus huéspedes.

Los turistas alemanes sitúan al hotel entre los mejores del mundo

Holiday Check, uno de los mayores portales de reservas y reseñas del país germano, que valora a más de un millón de hoteles en todo el mundo, ha incluido al Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden en su lista de alojamientos recomendados.

De igual manera, ha sido galardonado por TUI como uno de los mejores hoteles del mundo en los prestigiosos TUI GLOBAL Awards 2024. Esta lista es aprobada mundialmente como la guía de los mejores destinos hoteleros: The Best of The Best.

Lo que convierte a esta selección en una guía excepcional para los viajeros del mundo es que es



la propia opinión de los huéspedes la que determina la selección. Dieciséis millones de clientes, en 16.000 hoteles de TUI alrededor del mundo, han determinado que estos selectos hoteles sean reconocidos como los mejores de 2024.

También cabe destacar el reconocimiento del operador de viajes alemán Schausinsland-Reise, como uno de los hoteles más populares.

Satisfacción extrema en los visitantes británicos

British Airways Holidays y Jet 2, los mayores turoperadores del Reino Unido, desarrollan un exhaustivo control de los servicios vacacionales que ofrece a cada uno de sus clientes, como parte de su compromiso de proporcionar vacaciones de alta calidad. Estas distinciones se dan a un número muy limitado de hoteles. Según Jet2, se otorga "a aquellos establecimientos que han logrado una satisfacción extrema por parte de sus clientes como consecuencia de los excepcionales estándares que ofrecen".

De esta manera, el mercado británico, uno de los principales mercados emisores de turistas, posiciona al Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden como referencia en el mercado de hoteles de lujo.

Sobre Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden – Miem-

bro de the Leading Hotels of the World

De estilo clásico e inspiración oriental, el Hotel Botánico es un establecimiento de cinco estrellas Gran Lujo ubicado en Puerto de la Cruz, al norte de Tenerife. Dispone de unas fantásticas instalaciones de ocio y relax de primera clase para garantizar que la experiencia vacacional sea única y completa, entre las que destacan sus 241 amplias habitaciones, cuidadas con todo lujo de detalles, 3 piscinas exteriores, 25.000 m2 de preciosos jardines, en los que se encuentra un agradable lago con cisnes y 5 restaurantes con una amplia oferta gastronómica de la máxima calidad, además de 5 amplios salones preparados para la celebración de bodas, reuniones y congresos. Por último, y para disfrutar al completo de la estancia, el hotel ofrece su prestigioso The Oriental Spa Garden, con más de 3.500 m2 de superficie y la mejor tecnología y tratamientos, que han logrado que sea reconocido en numerosas ocasiones con diversos galardones, destacando el de mejor Spa de hotel Europa. Un escenario único para disfrutar del clima cálido de Tenerife a lo largo de todo el año, con una temperatura media de 23 grados que hace las delicias de los visitantes de la isla.

Compromiso ambiental en acción para rehabilitar el Monte de Las Mesas

► Más de 30 voluntarios de Cepsa, Envera, AFES Salud Mental, la Federación Insular de Montañismo de Tenerife y Montañeros de Nivaria se unieron a la segunda acción de voluntariado ambiental en el marco del proyecto conjunto para la renaturalización de este enclave



En el marco del proyecto de rehabilitación medioambiental del Monte de Las Mesas, fruto de la colaboración entre el Cabildo de Tenerife, el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife y Fundación Cepsa, y con la participación de la Cátedra Jardín Botánico Wolfredo Wildpret, se ha llevado a cabo con éxito la segunda acción de voluntariado ambiental. Esta iniciativa, que ha contado

con la participación de más de 30 voluntarios, se ha centrado en la recolección de semillas de sabina canaria, una especie emblemática del bosque termófilo propio de las Islas Canarias.

La jornada comenzó con una charla informativa a cargo de Victoria Eugenia Martín, representante de la Cátedra Jardín Botánico Wolfredo Wildpret de la Universidad de La Laguna y responsable del proyecto de restauración natural del entorno. Martín explicó los objetivos del proyecto, que busca recuperar el bosque termófilo de origen mediterráneo del Monte de Las Mesas, afectado por la intervención humana a lo largo del tiempo.

La acción de recolección de semillas se realizó bajo la supervisión de expertos de la Cátedra, quienes garantizaron la viabilidad



de las semillas para su germinación. Posteriormente, las semillas serán llevadas a los invernaderos de la Universidad de La Laguna para su tratamiento y crecimiento en semilleros adecuados.

La fase final del proyecto consistirá en la plantación de las sabinas canarias en áreas específicas del Monte de Las Mesas, previamente seleccionadas por el equipo de investigación.

La recolección de semillas no solo contribuye a la restauración del ecosistema, sino que también sirve

como una valiosa actividad de sensibilización ambiental. Los participantes en el voluntariado tuvieron la oportunidad de aprender sobre la importancia de la sabina canaria y su papel en el bosque termófilo.

A lo largo del año, se continuarán realizando acciones de voluntariado ambiental en el Monte de Las Mesas, abiertas a la participación de la ciudadanía. Las actividades incluirán la eliminación de especies invasoras, la recolección de semillas y la plantación de especies vegetales nativas.

La colaboración entre entidades públicas, privadas y la sociedad civil

El programa de voluntariado ambiental para la rehabilitación del Monte de Las Mesas es un ejemplo de la colaboración efectiva entre entidades públicas, privadas y la sociedad civil. El Cabildo de Tenerife, el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife y Fundación Cepsa aunaron esfuerzos con la Cátedra Jardín Botánico Wolfredo Wildpret, diversas asociaciones locales y ciudadanos comprometidos para llevar a cabo este proyecto de gran importancia medioambiental.

Un futuro verde para el Monte de Las Mesas

Gracias al trabajo conjunto de todos los participantes, el Monte de Las Mesas se encamina hacia un futuro más verde y sostenible. La recuperación del bosque termófilo no solo beneficiará al medio ambiente, sino que también proporcionará un espacio natural único para el disfrute de las generaciones presentes y futuras.

Canarias Hacia el Futuro: Un encuentro para debatir sobre los desafíos y oportunidades de las islas

► Un análisis profundo de los retos y el potencial del archipiélago

La Jornada 'Canarias Hacia el Futuro', organizada por Europa Press Canarias, reunió a destacados expertos para analizar los principales desafíos y oportunidades que enfrentan las Islas Canarias en materia de demografía, transición ecológica e innovación. El evento, celebrado el 19 de abril de 2024 en la Presidencia del Gobierno, contó con la participación de representantes del sector público, privado, academia y sociedad civil, conformando un espacio de diálogo y reflexión sobre el futuro del archipiélago.

El presidente de Canarias, Fernando Clavijo, centró su intervención en el reto demográfico, destacando el papel crucial que desempeñan los gobiernos insulares y los ayuntamientos para abordarlo. Clavijo subrayó la necesidad

de impulsar políticas públicas que incentiven la natalidad, atraigan talento y combatan el envejecimiento de la población. Entre las medidas propuestas se encuentran: incentivos fiscales para familias con hijos, creación de empleo y oportunidades para jóvenes y mejora de los servicios públicos en zonas rurales.

Transición ecológica: Un compromiso con la sostenibilidad

En el marco de la transición ecológica, José Manuel Fernández Sabugo, director de Cepsa en Canarias, se unió a Julieta Cristina Schallenberg, Viceconsejera de Transición Ecológica del Gobierno de Canarias, José Manuel Valle Feijóo, Director de Relaciones Institucionales de Endesa en Canarias, y Fernando Cortés Moreno, Director de Tratamiento de Urbanos, para debatir los desafíos y

oportunidades de esta transformación en el archipiélago. La mesa redonda destacó la importancia de la colaboración entre el sector público, privado y la sociedad civil para alcanzar un futuro más sostenible, abordando temas como el papel de las energías renovables, la eficiencia energética, la economía circular y la adaptación al cambio climático. Las intervenciones de los expertos generaron un debate enriquecedor y ofrecieron diferentes perspectivas sobre el camino a seguir para lograr una transición ecológica justa y ambiciosa en Canarias.

Fernández Sabugo anunció la inversión de Cepsa de 8.000 millones de euros en la próxima década para impulsar la descarbonización en España y Portugal. De esta cantidad, un 60% se destinará a negocios sostenibles, con un foco



especial en la generación de biocombustibles e hidrógeno.

Fernández Sabugo también se refirió a los ambiciosos objetivos de reducción de emisiones de Cepsa, con el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono en 2050. Para ello, la compañía se centrará en la descarbonización de sus propios procesos y en el desarrollo de soluciones sostenibles para sectores clave como el transporte aéreo, marítimo e industrial.

Colaboración: Un camino hacia el éxito

La Jornada 'Canarias Hacia el Futuro' puso de manifiesto la importancia de la colaboración entre todos los agentes sociales para afrontar los retos y aprovechar las oportunidades que se presentan en el archipiélago. Se destacó la necesidad de un trabajo conjunto entre el sector público, privado, academia y sociedad civil para construir un futuro próspero y sostenible para Canarias.

El mensaje final de la jornada fue optimista, destacando el gran potencial que tienen las Islas Canarias para superar los desafíos del presente y construir un futuro próspero y sostenible. La apuesta por la sostenibilidad, la innovación, la atracción de talento y la colaboración entre todos los agentes sociales son claves para alcanzar este objetivo.

La esperanza de un futuro mejor

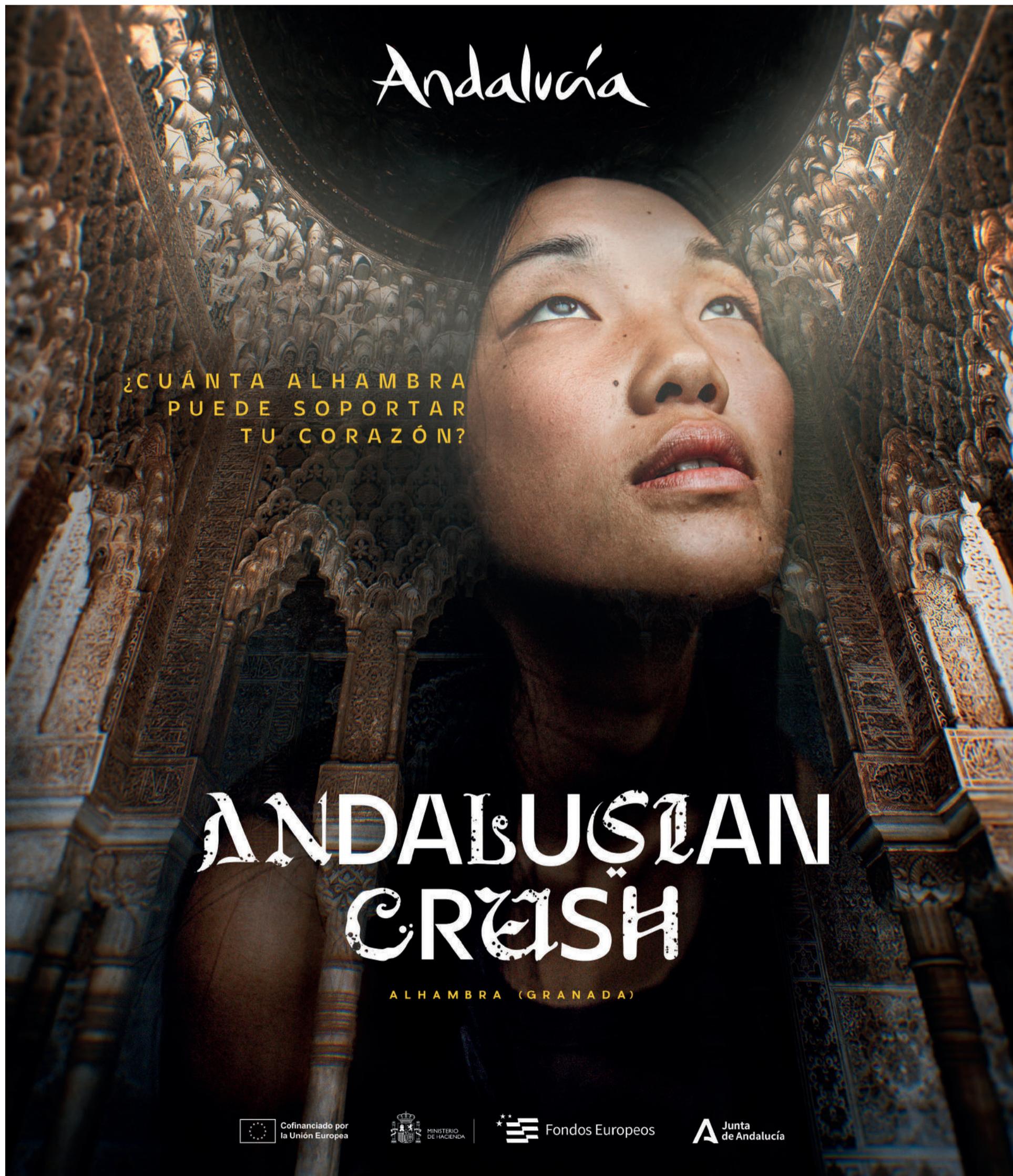
La Jornada 'Canarias Hacia el Futuro' ha sido un punto de partida para un debate profundo y reflexivo sobre el futuro de las Islas Canarias. Se han identificado los principales retos y oportunidades que enfrenta el archipiélago, y se han propuesto soluciones y estrategias para abordarlos. La clave para el éxito radica en la colaboración entre todos los agentes sociales y en la apuesta por un modelo de desarrollo sostenible e innovador.

Tribuna de Canarias

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

Islas Canarias
publicidad@tribunadecanarias.es
redaccion@tribunadecanarias.es
www.tribunadecanarias.es

MAYO MMXXIV

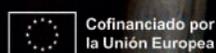


Andalucía

¿CUÁNTA ALHAMBRA
PUEDE SOPORTAR
TU CORAZÓN?

ANDALUSIAN CRASH

ALHAMBRA (GRANADA)



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



Junta
de Andalucía