



**Alfonso Cabello:**  
"Canarias está preparada para competir con otras regiones audiovisuales" P8



**Marian Caubin:** "La creación del Laboratorio de Innovación Social nace de un proceso interno de reflexión sobre nuestra misión y el impacto de nuestras acciones" P37



**Óliver González:**  
"No queremos ser un mero gestor de subvenciones, queremos acompañar y comprometernos con los proyectos siendo parte de ellos" P35



**Mariano Zapata:**  
"Nuestra hoja de ruta de centra en seguridad del suministro, descarbonización del sistema y participación ciudadana" P26



**Olga del Pino:**  
"En CaixaBank creemos en el poder del cambio positivo" P40

# Tribuna de Canarias

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

JUNIO MMXXV | 1,20€ | Islas Canarias

TRIBUNADECANARIAS.ES

**Lope Afonso: "Nuestro objetivo es fortalecer este proyecto político, para convertirlo en un proyecto ganador, que ilusione a los tinerfeños, que genere confianza y certidumbres"** P2



**ENTREVISTA.**

VICEPRESIDENTE DEL CABILDO DE TENERIFE Y CONSEJERO DE TURISMO, ACCIÓN EXTERIOR Y RELACIONES INSTITUCIONALES Y PRESIDENTE DEL PARTIDO POPULAR DE TENERIFE



**NUEVA ECONOMÍA**

**Miguel Borges.**  
Directivo Turístico  
Régimen de opinión vs conocimiento P13



**Jorge Alonso.**  
Director de Consultoría IT  
Velocios Group  
Un Futuro Tecnológico con Pies de Barro P14



**Javier Viruel.**  
Socio de Audazia y CEO de Bnbdays  
La IA: ¿Avance o regresión? P14



**Presen Simón.**  
Directora de Transversalia Consulting  
Feedback en coma: por qué callar mata el potencial del equipo P15

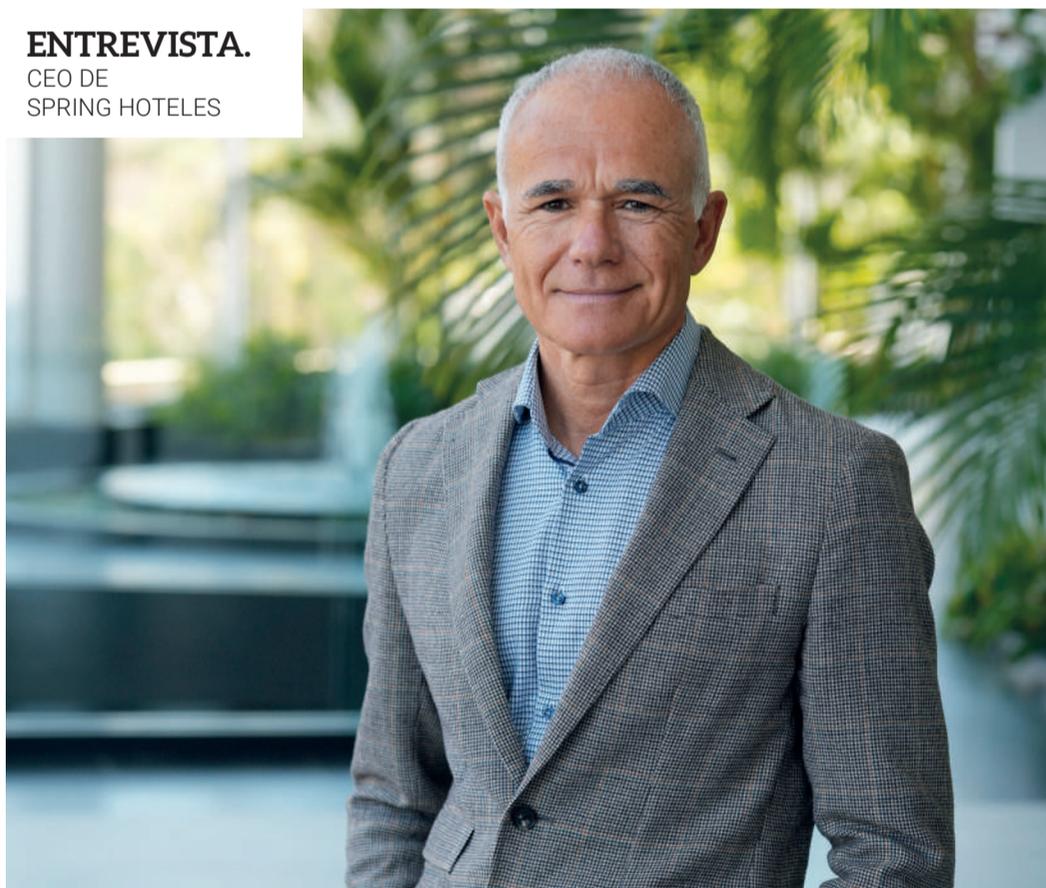


**Luis Abeledo.**  
Abogado  
La noticia para radicalizarte hoy P17



**ENTREVISTA.**

CEO DE SPRING HOTELES



**Miguel Villarroya: "No descartamos la posibilidad de cruzar el Atlántico, siguiendo la trayectoria de otras compañías y buscando una diversificación global"** P22

**CEOE Tenerife lanza el Servicio Acredita para impulsar la cualificación profesional de los trabajadores** P4



**Moeve sella con Grupo Armas Trasmediterránea su mayor suministro de biocombustibles marítimos** 2G P60



**La mayor investigación sobre cambio climático en el Archipiélago insiste en el impacto humano sobre la biodiversidad marina y terrestre amenazada** P62

ESPECIAL AGUAS | FUNDACIONES | AUDIOVISUALES

# Lope Afonso: “Nuestro objetivo es fortalecer este proyecto político, para convertirlo en un proyecto ganador, que ilusione a los tinerfeños, que genere confianza y certidumbres”



## ENTREVISTA

### LOPE AFONSO

VICEPRESIDENTE DEL CABILDO DE TENERIFE Y CONSEJERO DE TURISMO, ACCIÓN EXTERIOR Y RELACIONES INSTITUCIONALES Y PRESIDENTE DEL PARTIDO POPULAR DE TENERIFE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Lope, usted ha mencionado la necesidad de “renovar y fortalecer” el PP de Tenerife. ¿Qué le motivó a presentar su candidatura para presidir el PP de Tenerife en este momento? ¿Qué visión tiene para el partido en la isla?**

Mi militancia en el Partido Popular se remonta a 1998, cuando entré a formar parte de Nuevas Generaciones, siempre motivado por la necesidad de canalizar una vocación de servicio público, que sigue intacta tantos años después.

Lo que me motivó a presentar mi candidatura para presidir el PP de Tenerife es el convencimiento de que mi partido, a través de las políticas que defiende, es la opción política que mejor interpreta la realidad de esta isla y, por lo tanto, la que aplica las mejores políticas útiles para mejorar la vida de las personas.

Presidir el PP de Tenerife es un orgullo, porque somos el partido de la libertad, de las reformas, de la sociedad civil y no del intervencionismo; somos, en definitiva, un partido vertebrador, que se basa en los valores de la coherencia y la estabilidad; y que

no usamos la política para dar miedo, sino para unir.

En este momento, nuestro objetivo a corto y medio plazo es fortalecer este proyecto político, para convertirlo en un proyecto ganador, que ilusione a los tinerfeños, que genere confianza y certidumbres.

**El PP de Tenerife se enfrenta a un panorama político cambiante. ¿Qué balance hace de la situación actual del partido en Tenerife? ¿Qué cree que se ha hecho bien y qué áreas considera que necesitan mejoras?**

Como les comentaba anteriormente, ahora mismo centraremos todos nuestros esfuerzos en fortalecer el proyecto, contando con la gente que siempre ha estado e invitando a los que, por una u otra razón, se han ido. También queremos contar con personas que compartan nuestros principios políticos y nuestra vocación de servicio y que no hayan tenido contacto con la política. El objetivo es agrandar la familia del Partido Popular, enriquecerla con el conocimiento y las aportaciones de todos y cada uno de los afiliados, convertirlo en un proyecto ganador y que genere ilusión, y por supuesto,

mejorar la implantación en los municipios: el PP es un partido que se caracteriza por defender el municipalismo, aspecto que vamos a seguir promoviendo desde la parte orgánica, tal y como hemos hecho durante los últimos años, bajo la presidencia de mi compañero Emilio Navarro.

**¿Qué tipo de equipo tiene en mente para acompañarle en esta nueva etapa? ¿Qué perfiles considera esenciales?**

El equipo que me acompaña en esta etapa cuenta con personas con experiencia en la política y en el ejercicio de cargos públicos, pero también con personas que proceden del ámbito privado.

Asimismo, contamos con jóvenes, representantes de Nuevas Generaciones, que son el germen con el que cuenta nuestra formación política, y donde tenemos mucho talento y mucho compromiso.

Hemos tratado de constituir un equipo que

represente los valores que nosotros defendemos: la coherencia, el rigor en el trabajo, la ilusión, el compromiso social. Un equipo equilibrado que mezcla experiencia y juventud, para afrontar el gran reto de que el Partido Popular crezca de cara al 2027, alcanzando más presencia en los gobiernos locales, en el insular, y también, por supuesto, aupar a nuestro presidente regional Manuel Domínguez, a la presidencia del Gobierno de Canarias.

Este equipo ejemplifica a la perfección las aspiraciones del Partido Popular de gobernar en las instituciones canarias, y vamos a trabajar para contribuir a que eso sea así.

**¿Cómo abordará la relación con otras formaciones políticas en la isla?**

Como siempre lo hemos hecho: desde la voluntad de diálogo. Desde el respeto y alejándonos del ruido innecesario.

Creemos que la sociedad nos exige sosiego en el ámbito político; abordar los problemas que tienen los ciudadanos desde una perspectiva constructiva.

Hasta ahora, el ruido en la política solo ha servido para que los ciudadanos se sientan desvinculados, desafectados. Y esto se

traduce en unos niveles de abstención en el voto que deben hacernos reflexionar a todos.

**Incidiendo en los objetivos que se propone, ¿qué prioridades establecerá en su agenda política para la isla?**

Durante la celebración del Congreso del PP de Tenerife, debatimos y aprobamos una ponencia que recoge los principales objetivos que perseguimos en esta nueva etapa: impulsar políticas que promuevan la actividad en los sectores productivos de la isla, ahondar en la búsqueda de soluciones a los problemas de movilidad que tiene Tenerife, abordar la necesidad de impulsar infraestructuras estratégicas que garanticen un desarrollo sostenible, y defender una ‘fiscalidad inteligente’, que nos ayude a conciliar la actividad turística con las necesidades sociales.

Durante el Congreso también anunciamos que en los próximos meses celebraremos sendas convenciones insulares, en las que abordaremos asuntos cruciales para la sociedad tinerfeña como la vivienda y la ocupación ilegal; las políticas sociales y la conciliación familiar; y la agilización de los trámites ante las administraciones

“El PP es un partido que se caracteriza por defender el municipalismo, aspecto que vamos a seguir promoviendo desde la parte orgánica, tal y como hemos hecho durante los últimos años”

**¿Qué mensaje quiere transmitir a los afiliados y simpatizantes del PP de Tenerife?**

En primer lugar, me gustaría transmitirles un mensaje de agradecimiento, por haber depositado una amplia confianza en este proyecto que lidero. De hecho, desde lo personal, este fue un Congreso muy emocionante, durante el que nuestros afiliados pudieron transmitirme un apoyo que me llena de motivación para afrontar todos los desafíos que nos quedan por delante.

También me encantaría trasladarles un mensaje de ilusión, porque estoy seguro de que, con la implicación de todos, con la suma de todas las voluntades, entre todos, vamos a consolidar un proyecto político, el del Partido Popular de Tenerife, que tiene un horizonte lleno de éxitos, sin perder de vista nunca que nuestra prioridad es mejorar la calidad de vida de las personas, garantizar la igualdad de oportunidades, trabajar para la cohesión social y territorial.

Y construir Tenerife, entre todos y para todos.

En Canarias

# creamos cine juntos

Acompañamos a las empresas canarias en su crecimiento internacional, fomentamos sinergias y relaciones en la industria, formamos parte de un ecosistema público y privado del sector audiovisual que cuidamos entre todos para que Canarias sea el lugar donde crear.

**proexca**  
Impulsar, atraer, crecer



[www.proexca.com](http://www.proexca.com)

# CEOE Tenerife lanza el Servicio Acredita para impulsar la cualificación profesional de los trabajadores



**E**n su compromiso por fortalecer el tejido empresarial y mejorar la empleabilidad en la provincia, CEOE Tenerife ha puesto en marcha el Servicio Acredita, un programa financiado por la Dirección General de Cualificaciones Profesionales del Gobierno de Canarias. Su objetivo es promover y difundir el Procedimiento de Acreditación de Competencias Profesionales.

¿En qué consiste exactamente? Muy sencillo: las empresas pueden facilitar a sus trabajadores/as la obtención de una titulación oficial que reconozca las habilidades y conocimientos adquiridos a través de la experiencia laboral. Esto no solo mejora la cualificación del personal, sino que también abre puertas a nuevas oportunidades profesionales y refuerza la competitividad empresarial.

El Servicio Acredita conecta la experiencia práctica con la formación reglada, permitiendo que los profesionales validen sus competencias de manera formal y reconocida. Conocer y aprovechar los beneficios de este procedimiento contribuye a mejorar la productividad y eficiencia de las empresas, al tiempo que se fomenta el desarrollo profesional del personal mediante la obtención de una titulación oficial.

Desde CEOE Tenerife estamos convencidos de que iniciativas como esta son clave para impulsar un mercado laboral más dinámico, cualificado y alineado con las demandas actuales. Animamos a todas las empresas a sumarse a esta oportunidad y a sus trabajadores/as a dar el paso hacia una mayor profesionalización y reconocimiento oficial de sus capacidades.

## Red de Empleabilidad Canaria

*Únete al movimiento*

[www.gobiernodecanarias.org/empleo](http://www.gobiernodecanarias.org/empleo)



Gobierno de Canarias  
Servicio Canario de Empleo

CANARIAS  
2030

# La Confederación Canaria de Empresarios sigue contribuyendo al impulso de los ODS en Canarias ayudando a la empresa a hacer frente a los desafíos de la nueva Directiva de Información Corporativa sobre Sostenibilidad (CSRD)

En los últimos años se han multiplicado las normativas y marcos regulatorios destinados a acelerar la participación de las empresas en la transición hacia la sostenibilidad. Esta carrera, que se está llevando a cabo a varios niveles —europeo, nacional y local—, en ocasiones presenta ajustes, dejando mandatos europeos clave, como la Directiva de Información Corporativa sobre Sostenibilidad (CSRD), sin equivalente aún a escala nacional.

Con una sentencia firme del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) que ya sancionó a España por no haber cumplido con su obligación de transponer la Directiva (UE) 2022/2464, el mundo empresarial ha sabido adelantarse y se ha adaptado, a la espera de la llegada de la Directiva Ómnibus, que forma parte del primer paquete de medidas de simplificación normativa propuesto por la Comisión Europea en febrero de 2025. Se espera que esta nueva normativa, que no llegará antes de 2027, aligere la carga burocrática para las empresas tras una rectificación de la Comisión Europea, quien reconoció las excesivas exigencias de la *Directiva de Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD)* y retrasó sus plazos de implementación. En este contexto, muchas organizaciones están aprovechando este margen para prepararse con antelación, adaptarse a la nueva normativa y reforzar su posicionamiento ante un entorno regulatorio en evolución.

Apoyando estos esfuerzos y como parte de su labor, la *Oficina Técnica para el Asesoramiento y Desarrollo de los ODS y para conseguir Empresas Saludables y Resiliente de la CCE*, organizó el pasado jueves 22 de mayo, el taller “Aprende a monitorizar el cumplimiento de los ODS en tu empresa y cómo hacer un informe corporativo”. Durante la sesión, los participantes adquirieron herramientas prácticas para diseñar sistemas de monitorización, realizar un seguimiento efectivo de las iniciativas de sostenibilidad que están llevando a cabo, así como las claves para integrarlas en informes corporativos. Además, exploraron buenas prácticas y casos de éxito, basados en experiencias reales que lideran el cambio en el archipiélago.

El encuentro contó con la participación de Antonio Viader Farré, experto en Gestión de la Calidad en la Empresa con más de 35 años de experiencia. Viader profundizó en estándares y aspectos normativos, respondió preguntas sobre la doble materialidad y ofreció nociones esenciales para diseñar un sistema de monitoreo efectivo, con un enfoque contextualizado y adaptado al ecosistema empresarial canario.

que contextualizado y adaptado al ecosistema empresarial canario.

También participó Dalia Mendoza Figueroa, consultora en Estrategias de Sostenibilidad y Participación en Smart&City, quien expuso metodologías para la elaboración de informes, haciendo especial hincapié en el valor añadido de integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible tanto en la propia estrategia empresarial como en la elaboración de informes no financieros. Gracias al alto nivel de reconocimiento social, realizar un análisis de la actividad empresarial en clave 2030 permite otorgar mayor visibilidad a la marca, identificándola con valores verdes y de sostenibilidad, además de abrir nuevas oportunidades de negocio e inversión a nivel nacional e internacional.

Se trata del cuarto webinar, cuya asistencia es totalmente gratuita, que organiza la Confederación Canaria de Empresarios a través de su Oficina Técnica para el Asesoramiento y Desarrollo de los ODS y para conseguir Empresas Saludables y Resilientes, financiado por la Consejería de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias. Los próximos talleres tendrán lugar el 19 de junio y 9 de julio, y abordarán la “Responsabilidad Social Corporativa (RSC): marco legal para su cumplimiento” y la “Economía azul: regulaciones y modelos empresariales”, respectivamente.

Se trata de eventos dirigidos especialmente a la pyme, aunque de los contenidos a tratar en estas sesiones pueden beneficiarse las empresas de todos los tamaños, interesadas en alinear su actividad con los estándares actuales de sostenibilidad, fortalecer su posicionamiento en el mercado y anticiparse a las exigencias regulatorias. La participación activa en estos encuentros ofrece una oportunidad concreta para adquirir conocimientos aplicables, resolver dudas con expertos y formar parte de una red comprometida con el desarrollo sostenible del archipiélago.

En caso de estar interesado en inscribirte a los talleres, puedes hacerlo aquí [<https://ods.eventplan.es/talleres2025>]



CICLO DE TALLERES PROFESIONALES ONLINE

## HAZ CRECER TU EMPRESA CON LOS ODS Y LA AGENDA 2030

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC): MARCO LEGAL PARA SU CUMPLIMIENTO.

WEBINARIOS ONLINE

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Gobierno de Canarias  
Consejería de Turismo y Empleo

CONFEDERACIÓN CANARIA DE EMPRESARIOS

Islas Canarias

# las Islas del vino

enoturismo volcánico



# El Servicio de Creación de Empresas de la Cámara celebra 30 años impulsando el emprendimiento en Canarias



► **Más de 130.000 personas han sido asesoradas en estas tres décadas por un programa clave en el fomento del Autoempleo y el Emprendimiento**

**E**l Servicio de Creación de Empresas de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife celebra el próximo miércoles, 4 de junio, desde las 10:00 horas, su 30 aniversario en compañía

de autoridades y personas expertas para reivindicar la importancia del espíritu emprendedor y los retos a los que se enfrentan las iniciativas empresariales.

El acto institucional tendrá lugar en el salón de plenos de la sede principal de la Cámara de Santa Cruz de Tenerife y contará con la presencia del presidente de la Cámara, Santiago Sesé, y de la consejera de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias, Jéssica de León, quienes inaugurarán la jornada.

Tras la apertura del encuentro, se presentará un vídeo del Servicio y, a continuación, la directora de la Cámara, Lola Pérez, expondrá los resultados y la evolución del programa del que se han beneficiado más de 130.000 personas a lo largo de estas tres décadas.

El acto del aniversario incluirá también una mesa de debate sobre el emprendimiento

como ecosistema productivo, evaluando los retos y oportunidades desde la experiencia. Para ello, se contará con la participación de la directora general del Servicio Canario de Empleo, Teresa Ortega, representantes de empresas consolidadas como Desguaces Tenerife y Sotesa, así como testimonios reales de emprendedores que han iniciado su actividad con el apoyo del Servicio de Creación de Empresas de la Cámara y su área de desarrollo empresarial.

La jornada se completará con una charla especializada sobre la inteligencia artificial aplicada a los negocios de la mano del experto en innovación José Navarro González, quien subrayará la apuesta del Servicio por estar a la vanguardia de los retos actuales.

Con este evento, la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife pone en valor años

de trabajo constante al servicio del emprendimiento canario, reafirmando su compromiso con el empleo, innovación y el desarrollo económico sostenible de Canarias.

## **30 años impulsando el emprendimiento**

Más de 130.000 personas han sido asesoradas en estas tres décadas por un programa clave en el fomento del Autoempleo y el Emprendimiento y es que, desde su creación, el Servicio de Creación de Empresas ha sido una herramienta estratégica financiada actualmente por el Servicio Canario de Empleo a través del SEPE, con el objetivo de fomentar el emprendimiento como motor generador de empleo.

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife ofrece un itinerario completo para empresas, personas autónomas y emprendedoras, que abarca todo el proceso desde la creación hasta el crecimiento de sus proyectos. Este programa incluye asesoramiento en la elección de la forma jurídica, trámites, ayudas y subvenciones. Además, facilita la elaboración de planes de viabilidad, cruciales para el análisis de proyectos empresariales.

## **Hoja de ruta emprendedora**

Otro de los puntos claves del servicio son sus acciones formativas especializadas que responden a las necesidades actuales del ecosistema emprendedor. Entre las más destacadas se encuentran: cómo crear una empresa desde cero, marketing y redes sociales para emprender, habilidades blandas para la gestión empresarial, herramientas digitales para reducir la brecha tecnológica, aplicación de la inteligencia artificial en proyectos de negocio, contabilidad básica, facturación y fiscalidad, innovación y creatividad en el emprendimiento, así como negocios digitales y comercio electrónico, entre otras temáticas.

El Servicio de Creación de Empresas ha desempeñado un papel vital en el tejido socioeconómico, ofreciendo apoyo integral a aquellos que desean iniciar sus propios proyectos empresariales y su impacto se refleja en la creación de numerosas empresas y, por ende, en la diversificación e impulso del empleo en el Archipiélago.

La colaboración continua con otras entidades públicas y privadas, así como la adaptación constante a los desafíos y oportunidades del entorno socioeconómico, han sido claves para el éxito y la consolidación de este programa cameral como un referente en el apoyo al emprendimiento en Canarias.

**Ven a las Fiestas de El Sauzal del 27 de junio al 6 de julio:**

- Galas, concursos, actividades infantiles, religiosas, deportivas,...
- 28 de junio - 21.30 h. - Ni un pelo de tonto y Ray Castellano.
- 4 de julio - 22.00 h. - Noche Latina con Tony Tun Tun en concierto.
- 6 de julio: Gran día de las tradiciones.






[www.elsauzal.es](http://www.elsauzal.es)



# Las Cámaras de Comercio de Canarias participan en la Asamblea General de AICO en República Dominicana

► Este evento es la antesala a la celebración de la LII Asamblea de AICO de los próximos 6 y 7 de octubre en Gran Canaria

Las Cámaras Canarias han participado en la Asamblea de Cámaras de Comercio Iberoamericanas, AICO, que se celebró en República Dominicana, junto a cámaras de comercio de 23 países iberoamericanos. Representando a Canarias, también asistió el vicepresidente y consejero de Economía, Industria, Comercio y Autónomos del Gobierno de Canarias, Manuel Domínguez y el viceconsejero de Internacionalización, Gustavo González de Vega. El presidente de la Cámara de Gran Canaria, Luis Padrón, presentó la próxima Asamblea, que tendrá lugar en Gran Canaria el 6 y 7 de octubre de este año.

Según Luis Padrón, “esta Asamblea, que reunirá a líderes del sector privado y el público y que será una plataforma para la cooperación empresarial entre España e Iberoamérica, será uno de los mayores eventos del sector privado iberoamericano”. El hecho de que la Asamblea se celebre en Gran

Canaria, apuntó Luis Padrón, consolidará a las islas como un polo de atracción para la cooperación económica y empresarial a

nivel internacional, elevando su perfil como centro neurálgico para los negocios en la región iberoamericana.

El vicepresidente del Gobierno de Canarias y consejero de Economía, Industria, Comercio y Autónomos, Manuel Domínguez,



también participó en el Consejo Directivo y Asamblea de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO). Durante su conferencia titulada 'El papel de las Cámaras de Comercio como dinamizadoras del comercio en Iberoamérica' profundizó en el papel de los organismos camerales como instrumentos necesarios para impulsar las relaciones económicas y comerciales internacionales, en este caso, esenciales entre España y Latinoamérica. Domínguez destacó también las ventajas fiscales de Canarias para favorecer las relaciones comerciales entre Latinoamérica y Europa. “Los países latinoamericanos son nuestro mercado natural, por la lengua y por una historia compartida”.

AICO es una organización internacional sin ánimo de lucro, que agrupa a las Cámaras de Comercio más representativas de 23 países iberoamericanos, así como a diversas corporaciones y empresas con interés en expandirse en la región. AICO ha trabajado incansablemente para fortalecer los lazos empresariales y comerciales en la región, facilitando el desarrollo económico y la inversión ya sea entre los países iberoamericanos o con los países extra regionales que forman parte de esta. El principal objetivo de AICO es fomentar el crecimiento económico sostenible y la integración regional a través del comercio internacional. La asociación busca promover un entorno empresarial favorable, facilitar el intercambio de información y mejores prácticas, y servir como plataforma para la colaboración entre empresas y organismos gubernamentales.

## OCHO ISLAS UNIDAS POR UN MANANTIAL

**Fonteide**  
NUESTRA NATURALEZA





## ENTREVISTA

**ALFONSO CABELLO**  
VICECONSEJERO DE LA  
PRESIDENCIA DEL GOBIERNO DE  
CANARIAS Y PRESIDENTE  
DE PROEXCA

# Alfonso Cabello: “Canarias está preparada para competir con otras regiones audiovisuales”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**La industria audiovisual canaria está cada vez más y mejor posicionada. ¿Qué papel ha jugado Proexca en el impulso de este sector y de los videojuegos?**

El sector audiovisual es un sector estratégico para el Gobierno de Canarias y desde Proexca hemos trabajado, tanto en Promoción Exterior, Invertir en Canarias como en Formación, para desarrollar las industrias de este sector. Hemos trabajado muy de la mano de empresas locales a través del Clúster Audiovisual de Canarias y también promocionando Canarias como hub audiovisual, formando parte de la Canary Film Commission. Hemos promovido eventos como el Canary Islands Film Market y realizado misiones comerciales a países como Canadá, entre otros, para dar a conocer todo ese potencial. El enfoque ha sido construir un ecosistema que no solo reciba rodajes, sino que también albergue talento y genere valor añadido en todas las fases del proceso.

**¿Qué ventajas concretas ofrece Canarias respecto a otras regiones?**

Me gustaría comenzar hablando de las indiscutibles condiciones de nuestras islas que las hacen tan singulares y únicas. Contamos con paisajes espectaculares y además, muy diferentes entre sí a pocos kilómetros de distancia, lo que es perfecto para un rodaje. Además, tenemos más horas de luz y contamos con unas condiciones climatológicas que también favorecen la decisión de elegir Canarias como plató natural. También importantísimo es contar con talento local a la altura de lo que demandan los estudios y compañías que nos eligen, contamos con moderna infraestructura, un marco legal favorable y una fiscalidad única. El incentivo fiscal es claramente una de nuestras fortalezas. Desde 2024, la deducción para audiovisual (imagen real y animación) llega hasta el 54% en el primer millón y un 45% adicional, con topes muy competitivos. Pero además de eso, ofrecemos estabilidad jurídica, conectividad tricontinental y un entorno profesional cada vez más robusto.

**¿Cuál es el impacto de esta política en cifras?**

En 2024, generaron 218 M de € de ingresos, contamos un total de 145 rodajes

y aproximadamente 14.000 empleos directos. Por ejemplo, en el sector de la animación, en 7 años hemos crecido un 39%, contamos 26 producciones, 6 largometrajes y 20 series. Además de haber recibido dos Goyas por dos proyectos de animación de Canarias. Y en el sector videojuegos aglutinamos casi el 3% de esta industria creciente, ya somos 7ª comunidad autónoma donde más se desarrolla esta industria.

**¿Puede Canarias convertirse en territorio de videojuegos? ¿Tenemos que mirar a Asia?**

Lo más importante es la proyección. Gracias a la fiscalidad y al apoyo institucional, hemos conseguido atraer inversiones internacionales muy importantes. Un caso concreto: tras nuestra misión al Tokyo Game Show, Quantum Box firmó un contrato con Route 24, la primera inversión de un estudio japonés en este sector en España. Esto demuestra que el trabajo estratégico da frutos y que Canarias está en el radar de los grandes estudios internacionales.

**En este contexto, la formación de los profesionales canarios también es clave. ¿Cómo están promoviendo la**

**profesionalización del talento local en este sector?**

Nos tomamos muy en serio la formación. Junto con el Clúster Audiovisual de Canarias, hemos organizado talleres sobre coproducción internacional, desarrollo visual y diseño de audiencias. Queremos que el talento canario pueda liderar proyectos internacionales, no solo ejecutarlos. También colaboramos con universidades y centros de formación para adaptar los programas educativos a las demandas y necesidades reales de la industria. Es un trabajo coordinado y constante para garantizar que la calidad y competitividad del recurso humano esté al nivel que requiere el mercado global.

**¿Qué mensaje le daría a una empresa extranjera que se plantea invertir en Canarias?**

Que aquí encontrará un socio. Desde el Gobierno de Canarias, a través de Proexca les ofrecemos acompañamiento, formación, contactos, información sobre incentivos y toda la ayuda que necesiten para su implantación. Queremos que cada empresa que llegue se quede y crezca con nosotros. La experiencia de las empresas que ya se han implantado es nuestra mejor carta de presentación: aquí encuentran un entorno fiable, apoyo constante y grandes oportunidades de crecimiento.

**¿Y para los jóvenes canarios que quieran trabajar en estos sectores?**

Que se preparen. Estamos generando oportunidades reales, y necesitamos talento formado y motivado. Canarias tiene el talento, el clima y la fiscalidad para liderar esta transformación, pero necesitamos a nuestra gente como protagonistas del cambio. Hay que formarse, actualizarse constantemente y aprovechar las opciones que ya existen para incorporarse a una industria que ya es importante en las islas y que no dejará de crecer.

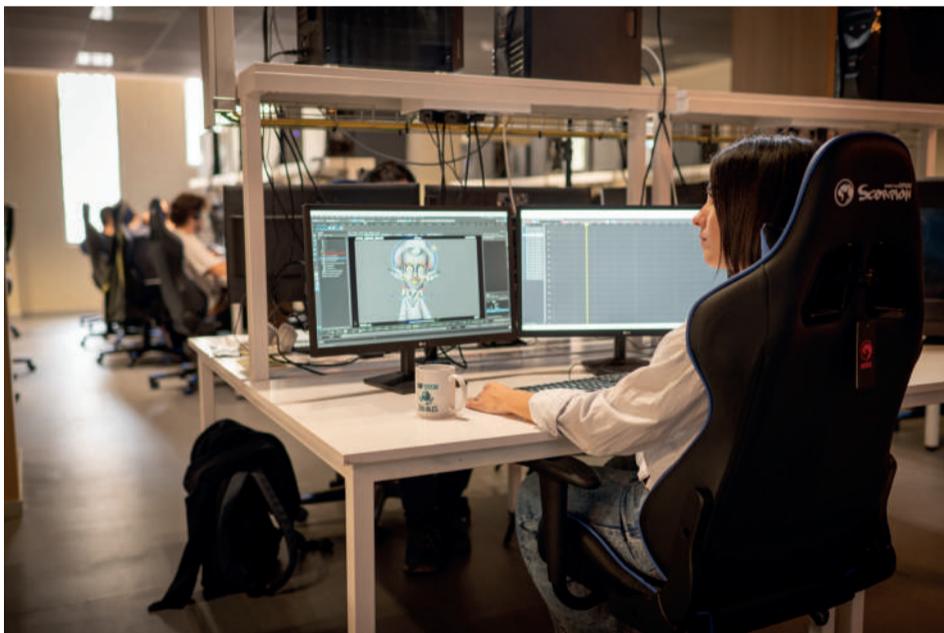
**¿Es importante impulsar los sectores estratégicos de nuestras islas?**

Efectivamente, es fundamental. Tenemos que trabajar entre todos y de manera coordinada en la diversificación económica de Canarias. Por eso, el Gobierno de Canarias ha definido 14 áreas estratégicas que nos ayudan a diversificar la economía más allá del turismo. audiovisual, videojuegos, semiconductores, energías renovables... Trabajamos con todos los clústers sectoriales para que esto funcione como un ecosistema cohesionado. Y poco a poco está dando sus frutos: cada sector refuerza a los otros, generando sinergias, atrayendo inversión y elevando la empleabilidad. Estamos convencidos de que este es el camino hacia una economía más fuerte y resistente, menos dependiente de un único sector.

**¿Qué expectativas tienen para 2025?**

Queremos consolidar lo que ya tenemos y seguir creciendo. Nuestro plan sectorial audiovisual busca impulsar aún más la internacionalización de productos y servicios en cine, animación y videojuegos. También estamos explorando nuevas alianzas y reforzando nuestra presencia en mercados estratégicos. La meta es posicionar a Canarias no solo como lugar de rodaje, sino como centro creativo, logístico y de talento. Tenemos todos los ingredientes y el compromiso institucional necesario para lograrlo, así que 2025 será un año clave para consolidar esta transformación.

# El impulso del sector audiovisual en Canarias



## Un ecosistema creativo y competitivo en expansión

En los últimos años, el archipiélago canario se ha consolidado como uno de los epicentros emergentes más dinámicos del sector audiovisual y de los videojuegos en España. Este crecimiento se enmarca en una estrategia decidida de diversificación económica promovida por el Gobierno de Canarias, que ha apostado por el desarrollo de industrias creativas e innovadoras como parte de sus 14 áreas estratégicas para impulsar la economía regional desde la sostenibilidad y la internacionalización.

El objetivo de establecer estos proyectos prioritarios es el de aprovechar las fortalezas del archipiélago para atraer talento, aumentar la empleabilidad y mejorar la productividad, con la finalidad última de diversificar la economía canaria, tradicionalmente dependiente del sector turístico.

En este contexto, en lo que se refiere al sector audiovisual, la combinación de

un régimen fiscal altamente competitivo, una localización geográfica estratégica, un creciente ecosistema de talento local y un entorno natural privilegiado han convertido a Canarias en un destino ideal no solo para rodajes cinematográficos, sino también para producciones integrales que abarcan desde la preproducción hasta la postproducción.

Ejemplo de ello es el número de producciones nacionales e internacionales que eligen el archipiélago como base de operaciones. En concreto, en 2024 se rodaron 145 largometrajes y series (un 17,6 % más que en 2023), que generaron más de 14.000 empleos directos y unos ingresos de más de 218 millones de euros.

Entre los factores clave del éxito se encuentra la singularidad de Canarias. A pocos kilómetros de distancia entre sí, las islas presentan un abanico de diferenciados paisajes; desde volcanes a bosques pasando por playas paradisíacas. Además, las condiciones climáticas convierten a las islas en un plató natural sin igual, con horas de luz interminables que propician rodajes eficientes. La conectividad, el fuerte ecosistema que se está desarrollando, la colaboración de la administración... Son más y más

ventajas que sin duda están posicionando a Canarias en el mapa mundial del sector audiovisual. Además, en Canarias, las deducciones fiscales alcanzan el 54% en el primer millón de euros y el 45% para los gastos adicionales, con límites de hasta 36 millones por producción cinematográfica y 18 millones por episodio en series. Estas son las deducciones para audiovisual (imagen real y animación).

Estas cifras posicionan al archipiélago como una de las regiones más atractivas para la industria audiovisual internacional, siendo elegida por los grandes como Amazon o Netflix.

## Estrategia de éxito

La estrategia regional también incluye una fuerte apuesta por la formación y la cualificación profesional. En colaboración con el Clúster Audiovisual de Canarias, Proexca ha llevado a cabo talleres y cursos especializados que capacitan a los profesionales locales en áreas como la coproducción internacional, el desarrollo visual o la internacionalización de proyectos.

El Gobierno de Canarias también trabaja conjuntamente con las universidades canarias y centros de formación, para escuchar las necesidades de la industria, adaptar las formaciones a las demandas reales del sector, factor clave para consolidar un ecosistema profesional sólido.

Los resultados no han tardado en llegar. El incentivo ha tenido, además, un efecto multiplicador sobre la infraestructura del sector, impulsando inversiones en instalaciones y servicios asociados que antes no existían. Este desarrollo también ha contribuido a crear empleo especializado, incrementar la demanda de servicios técnicos y favorecer el crecimiento de pymes locales del ámbito audiovisual.

## Los videojuegos avanzan con paso firme

Además del audiovisual, el sector de los videojuegos avanza con paso firme. Actualmente, Canarias aglutina el 2,6% de esta industria en España, con cerca de 40 empresas que generan más de 200 empleos. El ecosistema *gamer* canario ha logrado posicionarse gracias a su estructura de incentivos fiscales, que incluye un tipo reducido del 4% en la Zona Especial Canaria (ZEC), además de la deducción del 45% de los gastos en ese ámbito que puede incrementarse hasta casi un 90% en determinadas ocasiones.

Como en las producciones de cine y televisión, el apoyo institucional, unido a un clima favorable durante todo el año y una calidad de vida destacada, han permitido atraer talento creativo e inversiones exteriores a través de diversos proyectos. Además, la apuesta por la promoción ex-

terior ha sido constante. Desde Proexca se han organizado misiones comerciales a países estratégicos como Canadá y Japón. De esta última misión resultó uno de los hitos más importantes en el sector de los videojuegos de Canarias: el acuerdo firmado entre el estudio canario Quantum Box y el japonés Route 24 para el desarrollo conjunto de un videojuego, la primera inversión nipona en este sector en España, un acuerdo de 2 millones de euros.

La firma supone un logro para Canarias y subraya el impacto real de las estrategias de internacionalización que lleva a cabo Proexca y que benefician a la economía de las islas.

Por otro lado, el archipiélago acoge varios eventos en el sector audiovisual, que posicionan a las islas como polo de referencia. Eventos como Animayo, el único festival de animación en España que califica para los Premios Óscar, y los Premios Quirino, han jugado un papel decisivo en la internacionalización de la industria audiovisual de Canarias.

Ambas iniciativas, que han celebrado en las últimas semanas sus ediciones más recientes, no sólo reconocen el talento nacional e iberoamericano, sino que facilitan foros de coproducción y negocio donde confluyen profesionales de más de una veintena de países. Animayo, celebrado en Gran Canaria, ha logrado posicionarse como un punto de encuentro entre estudios internacionales y empresas locales, mientras que los Premios Quirino, organizados en Tenerife, fomentan el hermanamiento entre Europa y América Latina en el ámbito de la animación.

## Tendencia positiva

Los datos refuerzan la tendencia positiva del sector audiovisual en general. Estas cifras evidencian el papel del sector creativo como motor de una nueva economía canaria más diversa y preparada para operar con los mercados globales, en la que el reto es consolidar su posición y seguir escalando en el ámbito de la producción audiovisual, a la vez que se afianza al archipiélago como un referente en la industria del videojuego en Europa.

En ese sentido, el futuro pasa por seguir fortaleciendo este ecosistema mediante políticas integradas que combinen inversión, formación, promoción exterior y apoyo al emprendimiento, para robustecer la región como un hub internacional para las industrias culturales y creativas, ofreciendo no solo ventajas competitivas, sino también un entorno de vida y trabajo de alto valor añadido.

El trabajo institucional que se está llevando a cabo en conjunto e integrado de todos los actores involucrados en la industria es reseñable y fundamental para que este sector siga creciendo al ritmo que lo está haciendo.

Toda la información aquí: <https://canaryislandsfilm.com/en/>.



## Tenerife impulsa una de las flotas de guaguas más modernas, accesibles y sostenibles de España

► Más de 82 millones de pasajeros utilizaron TITSA en 2024, una cifra que podría superar los 90 millones en 2025 gracias a la gratuidad del transporte público y la modernización de la red

► Tenerife es una de las pocas ciudades de España que ha implantado de forma masiva un sistema de señalización inteligente en su red de transporte público, facilitando el acceso autónomo de personas ciegas y con discapacidad visual

► Cada guagua puede retirar hasta 50 coches particulares, ayudando a descongestionar las vías y reducir las emisiones contaminantes en la isla

**T**enerife se ha convertido en un referente nacional en movilidad pública gracias a un esfuerzo sin precedentes impulsado por el Cabildo de Tenerife y el gobierno insular liderado por Rosa Dávila. Con más de 113 millones de euros de inversión y la incorporación de 320 nuevas guaguas hasta 2026, Transportes Interurbanos de Tenerife (TITSA) avanza hacia una de las flotas públicas más modernas, accesibles y sostenibles de toda España.

Esta transformación, fruto de una estrategia clara del Cabildo, combina renovación tecnológica, ampliación de servicios y un compromiso ambiental ejemplar. Además,

apuesta de manera decidida por mejorar la movilidad diaria de los ciudadanos, aligerar el tráfico y quitar coches de la carretera en una isla que cuenta con un parque móvil de más de 900.000 vehículos. El efecto es tangible. Cada nueva guagua en servicio elimina el equivalente a 50 coches particulares, contribuyendo así a reducir los atascos y las emisiones en toda la isla.

En 2024, TITSA transportó 82,2 millones de pasajeros, una cifra récord que podría superar los 90 millones en 2025 si se mantiene el actual ritmo de crecimiento. Esta evolución refleja una aceptación masiva y un cambio social profundo, ya que cada vez más ciudadanos eligen moverse en guagua para trabajar, estudiar o simplemente disfrutar de su isla.

La revolución que vive Tenerife no es casual. A la gratuidad del transporte público implantada en enero de 2023, que disparó el uso de guaguas y tranvías, se suma ahora una modernización masiva de la flota, el aumento de frecuencias y líneas, y una visión ambiciosa y estructurada que combina más viajes, más plazas, más tecnología, más accesibilidad y menos emisiones. El objetivo es construir una isla donde el transporte público sea la primera elección, reduciendo la dependencia del coche privado y mejorando la calidad de vida.



Tenerife ha iniciado un cambio de modelo en su movilidad que busca construir un futuro en el que el transporte público no sea una opción secundaria, sino la opción preferente de desplazamiento para todos los ciudadanos. Un futuro donde reducir las emisiones, fomentar la inclusión social y optimizar el espacio urbano sean realidades cotidianas.

El punto de partida no deja lugar a dudas. El uso del transporte público se ha disparado en toda la isla, demostrando que con inversión, visión y compromiso es posible cambiar los hábitos de movilidad de toda una sociedad.

Para dar respuesta a esta demanda creciente, el Cabildo no se ha limitado a aumentar las frecuencias. Ha diseñado una renovación integral de la red de transporte. Entre 2024 y 2026, el Cabildo de Tenerife incorporará 320 nuevas guaguas a TITSA en la mayor renovación de flota pública de la historia de Canarias. De ellas, 250 vehículos híbridos llegarán entre 2024 y 2025 y, en 2026, se sumarán otras 70 unidades, muchas de 15 metros de longitud y de doble piso, pensadas para reforzar las líneas de mayor demanda.

Esta nueva generación de vehículos cumple con los estándares medioambientales más exigentes, apuesta por combustibles sostenibles y contribuye a reducir el consumo de combustibles fósiles y la huella de carbono en la isla.

La presidenta del Cabildo, Rosa Dávila,

afirma que "queremos que el transporte público no solo sea cómodo y eficiente, sino también una herramienta activa para cuidar nuestro medioambiente".

Actualmente, TITSA opera con más de 600 guaguas, de las cuales el 90% son accesibles. Todos los nuevos vehículos incorporan avances en seguridad, confort y accesibilidad, consolidando una flota adaptada a las necesidades de todos los usuarios. Además, los motores híbridos permiten reducir hasta un 30% las emisiones contaminantes respecto a los modelos anteriores, una apuesta clave para un territorio tan sensible como Tenerife.

### Movilidad inclusiva

Tenerife avanza hacia una movilidad pública realmente accesible con la incorporación de tecnologías innovadoras que potencian la autonomía de todos los usuarios. El Cabildo de Tenerife y TITSA han comenzado la implantación del sistema NaviLens en 1.500 paradas de guaguas que cuentan con marquesinas o tótems. Se trata de un nuevo sistema de señalización digital, inteligente, accesible y universal, que proporciona a las personas usuarias, especialmente a las personas ciegas o con discapacidad visual, información contextualizada en tiempo real a través de sus dispositivos móviles, sin necesidad de enfocar directamente ni de conexión a internet, y sin depender de terceras

personas. Esta herramienta permitirá que Tenerife sea cada vez una isla más accesible e inclusiva.

El sistema NaviLens ha sido testado y validado por la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), garantizando así su eficacia y facilidad de uso en entornos urbanos y de transporte.

Además de esta nueva tecnología, TITSA lleva años trabajando para mejorar la accesibilidad en toda su flota. Actualmente, el 90% de las guaguas son plenamente accesibles y todas las nuevas unidades incluyen rampas automáticas, espacios reservados para sillas de ruedas, suelos antideslizantes y antirreflectantes y sistemas de comunicación visual y sonora para informar de paradas y trayectos.

También se han instalado pulsadores de aviso en braille en las paradas, y se ha cuidado especialmente la iluminación de las zonas de entrada y salida de los vehículos, así como el diseño de barras, asideros y botones de llamada en colores de alto contraste, para facilitar su localización a personas con baja visión. A lo largo de todos estos años, TITSA ha automatizado además el acceso de perros guía y de asistencia en sus guaguas, contribuyendo a garantizar la movilidad autónoma y segura de los usuarios con discapacidad.

La consejera de Movilidad, Eulalia García, destaca que "la accesibilidad no puede ser un extra, debe ser parte fundamental de cualquier red de transporte público" y subraya que "trabajamos en colaboración

continua con colectivos como Sinpromi y ONCE para mejorar cada detalle, tanto en los vehículos como en las infraestructuras".

### Cambio Cultural

La renovación de la flota de TITSA no solo mejora la calidad del servicio. También impulsa un modelo de movilidad más sostenible. Cada nueva guagua híbrida reduce hasta un 30% las emisiones de CO<sub>2</sub>, contribuyendo a un territorio más limpio y habitable. Apostar por combustibles sostenibles y sustituir vehículos antiguos forma parte de la estrategia ambiental del Cabildo de Tenerife.

Cada usuario que elige la guagua en lugar del coche privado contribuye a liberar espacio urbano y a reducir la contaminación. La presidenta Rosa Dávila subraya que "queremos que el transporte público sea la primera elección porque es más cómodo, más eficiente y más respetuoso con nuestro patrimonio natural".

El impacto de estas medidas ya se percibe en la sociedad. Moverse en transporte público ya no es una alternativa de último recurso, sino una elección consciente. "Cada vez más tinerfeños y tinerfeñas entienden que usar el transporte público no solo es práctico, sino una forma de cuidar de Tenerife", añade Dávila. El reto ahora es seguir consolidando esta cultura de movilidad sostenible, con menos coches, menos emisiones y una mayor calidad de vida para todos.

# Víctor Quintana: “El futuro de Global estará caracterizado en la búsqueda de sistemas que garanticen una mayor sostenibilidad, digitalización y eficiencia”

## ENTREVISTA

**VÍCTOR QUINTANA HERNÁNDEZ**  
DIRECTOR GENERAL DE GLOBAL

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

### Desde su perspectiva, ¿cómo ha cambiado la percepción y el uso del transporte público interurbano en Gran Canaria en los últimos 50 años?

La percepción del transporte público en estos 50 años, ha evolucionado desde una perspectiva de necesidad como única opción disponible para moverte, a una de elección consciente de movilidad, con una mayor demanda de mejora de la calidad del servicio, con una mayor conciencia de sostenibilidad y de medios de transporte más amigables con el entorno, y también de una mayor exigencia de eficiencia. La pandemia y la preocupación ambiental han sido catalizadores de este cambio, impulsando la búsqueda de alternativas más ecológicas y la necesidad de mejorar la experiencia del cliente.

### ¿Cuáles considera que son los principales desafíos que enfrenta Guaguas Global en el contexto actual del transporte en Gran Canaria?

El futuro de Global, al igual que el futuro del transporte público y de la movilidad, estará caracterizado en la búsqueda de sistemas que garanticen una mayor sostenibilidad, digitalización y eficiencia; y esto se logrará a través de la implementación de tecnologías como la electrificación de la flota o la utilización de otros combustibles alternativos como el hidrógeno, el uso de datos en tiempo real y la combinación de diferentes modos de transporte, que permitan mejorar sustancialmente el servicio.

### La renovación de la concesión en 2027 es un objetivo clave a medio plazo. ¿Cuáles son las estrategias principales que están implementando para asegurar la continuidad del servicio?

El vencimiento de la concesión a finales del año 2027 va a ser un grave problema para la isla de Gran Canaria.

El actual modelo es un contrato de concesión de servicio con una empresa privada como es Global. Esto ha funcionado muy bien para la isla de Gran Canaria porque ese

contrato de concesión se rige por la ley antigua de contratos del sector público y equivalía a un contrato de gestión de servicio público, el cual permitía hacer modificaciones del contrato sin demasiadas restricciones. Esto es lo que ha permitido la magnífica evolución y adaptación continua del servicio en la isla hasta la actualidad. Global lo ha hecho bien durante todos estos años, pero realmente el mérito lo tiene el tipo de contrato que se tiene con la administración.

El problema es que, con la nueva ley de contratos del sector público que entró en vigor en el año 2017, esta modalidad de contrato desaparece y el contrato de concesión de servicio puro y duro es muy rígido no permitiendo el mismo nivel de modificaciones y adaptaciones para la realidad cambiante.

Con la rigidez del nuevo contrato, por ejemplo, no se hubiera podido incrementar en estos últimos 3 años la oferta de servicio en más del 45% como hemos hecho, para poder transportar a más del doble de viajeros de los que transportábamos con motivo de la gratuidad. Un nuevo contrato de concesión puede que tenga una duración de hasta 15 años y las modificaciones necesarias para poder adaptarse a la realidad cambiante durante todos esos años son imposibles de plasmar en el pliego que se haga en el momento inicial.

Va a haber un antes y un después con el vencimiento de la concesión, y me temo mucho que el después va a ser peor.

La vía que da la mejor solución a todo esto es que el transporte interurbano de pasajeros se realice a través de una empresa pública y que de esta forma se puedan realizar esas adaptaciones necesarias que mediante un contrato de concesión de servicio no se van a poder realizar.

### ¿Cómo evalúan la satisfacción actual de los usuarios de Guaguas Global? ¿Qué mecanismos utilizan para recoger feedback y mejorar continuamente el servicio?

Uno de los aspectos de los que nos sentimos especialmente orgullosos de nuestra trayectoria es el sentimiento de pertenencia que vincula a las personas viajeras con la compañía. Para nuestros viajeros y viajeras, Global es algo “propio”, forma parte del patrimonio isleño lo que implica también una mayor exigencia para la todas las personas que formamos parte de la empresa. Lo experimentamos con orgullo y con compromiso



por seguir mejorando. Además, cada año desarrollamos un Estudio de Satisfacción elaborado por la consultora Servicios Avanzados de Opinión (SAO) a través de encuestas a personas que viajan en nuestros servicios. En todas las ediciones, la satisfacción media de las y los clientes con respecto a la calidad de nuestros servicios se ha situado en torno a un 8 sobre 10.

“Uno de los aspectos de los que nos sentimos especialmente orgullosos de nuestra trayectoria es el sentimiento de pertenencia que vincula a las personas viajeras con la compañía”

### La búsqueda de alternativas a los combustibles fósiles es una prioridad. Si bien reconocen las limitaciones actuales de la autonomía de las guaguas eléctricas para el servicio interurbano, ¿se mantienen abiertos a esta tecnología en el futuro?

El desarrollo sostenible es un principio irrenunciable, pilar de nuestra filosofía como empresa de economía social. Y así lo hemos demostrado a lo largo de nuestra trayectoria, apostando por la incorporación de vehículos menos contaminantes y por la implementación de estrategias de eficiencia energética. Y en ese camino seguiremos avanzando hacia las modalidades que resulten más beneficiosas, ya bien sea hacia una flota eléctrica o incluso impulsadas por otro tipo de combustibles como el hidrógeno

verde. El hidrógeno parecía que iba a ser una alternativa factible para el transporte interurbano, pero no está evolucionando al ritmo que se esperaba. La producción de hidrógeno no es fácil y la tecnología a implementar en las guaguas de momento no se ha desarrollado en masa como se esperaba. En cambio, las baterías para los vehículos eléctricos cada vez están evolucionando más y no sería de extrañar que en un par de años ya haya soluciones factibles en el mercado para el transporte interurbano. Estaremos atentos a ello para ir incorporando alguna guagua en el servicio.

### ¿Cómo visualiza el futuro del transporte interurbano en Gran Canaria en los próximos 10-15 años? ¿Qué cambios significativos espera presenciar?

El principal cambio que se va a producir, junto con el vencimiento de las concesiones del transporte interurbano, es la implantación del tren.

Parece que el tren se va a terminar implantando en un futuro no muy lejano y vendrá para mejorar la movilidad de los ciudadanos de la isla de Gran Canaria. Este nuevo modo de transporte tiene que ser compatible con el transporte interurbano terrestre y como comentaba anteriormente para que esto se produzca es imprescindible que éste último se haga a través de una empresa pública.

En el momento en que se ponga en marcha el tren se producirá una modificación más que importante que afectará gravemente al equilibrio económico de la concesión de guaguas que está realizando el transporte interurbano. Va a afectar a la zona de mayor número de viajeros y más rentable dentro de la concesión, implicando ello importantes indemnizaciones por el daño emergente y el lucro cesante sobre el contrato que esté vigente.

Esta es otra razón de peso que revela que la mejor forma de evitar este problema es ejecutar el transporte interurbano mediante una empresa pública, pues buscando el interés general de la isla de Gran Canaria se podrían hacer los cambios necesarios para adaptar la red de líneas de las guaguas a lo que necesite el tren, sin necesidad de indemnizaciones millonarias a un concesionario privado que tendría un contrato en vigor y que le estarías modificando.

# La España de los privilegiados

La separación de poderes es un principio fundamental que garantiza que ningún poder sea demasiado fuerte y que exista un sistema de control y equilibrio entre ellos, un principio sobre el que se sustenta gran parte de nuestro sistema democrático y que, por lo menos, ha tratado de mantener el poder "a raya". Ya lo comentaba Montesquieu: "todo hombre que tiene poder se inclina por abusar del mismo; va hasta que encuentra límites. Para que no se pueda abusar de este, hace falta disponer las cosas de tal forma que el poder detenga al poder". No cabe duda de que todo ello nos garantiza, o nos ha garantizado, las herramientas necesarias para que, llegado el caso, aquellos que en el ejercicio de su poder se excedan, también fueran hallados culpables. Un mecanismo, si me apuran, contra la corrupción y otros delitos de la clase política.

Sin embargo, y siguiendo la estela indecorosa de la política de estos últimos años, días atrás hemos visto como ciertos individuos han hecho uso de mecanismos políticos

para obtener un privilegio, como es el aforamiento de una manera absolutamente oportunista. Un procedimiento que, a pesar de legal, resulta impúdico y desvergonzado. La política ganando la carrera a la justicia. Miguel Ángel Gallardo dimitió como presidente de la Diputación de Badajoz después de incorporarse de forma urgente a la Asamblea de Extremadura como parlamentario. Privilegio conseguido después de obligar a otros compañeros a dimitir. A pesar de ello, Gallardo defiende que el citado aforamiento no busca influir la presente causa, sino que el líder del PSOE de Extremadura pase a formar parte del día a día del debate parlamentario. Y justamente, horas antes de ser sentado en el banquillo por la misma jueza que sentó al hermano del presidente del Gobierno.

En este debate no entramos a debatir acerca de lo justo, o no, que esté siendo el procedimiento judicial en sí, hablamos de la evidente sospecha de una maniobra pensada y orquestada para evitar al tribunal que venía predeterminado para estas figuras. Un privilegio al que no tenemos acceso el resto

de los ciudadanos de a pie porque, si a alguno de nosotros nos cita un juez, no tenemos la alternativa de recurrir a un aforamiento para que nos juzgue otro o, por lo menos, retrasar así la cita donde se valoran nuestras acciones.

¿Se respeta así la separación de poderes? De ninguna manera. ¿Le ha dado el más mínimo reparo o rubor a este señor por tal estrategia? Tampoco. La clase política aprovechando los instrumentos para correr cual liebre campo a través y esquivar las balas. Mecanismos, por cierto, que son cuestionables, tal y como ya han afirmado la mayoría de los partidos, incluso el Partido Socialista Obrero Español hace año, donde incluso se comprometían a eliminar los aforamientos.

Los privilegios políticos y judiciales no son propios de una democracia moderna, debemos limitar o eliminar el acceso a los mismos porque elimina, de raíz, el precepto de "todos los españoles somos iguales ante la ley". Eliminamos de la ecuación cualquier debate de color político, porque este editorial no trata precisamente de un lado o de otro, se trata del abuso, de los privilegios, y de unos ciudadanos que, a toda vista, tratan de pasar por arriba de otros y ganas la carrera a la justicia.

**Montserrat Hernández**  
Directora de Tribuna de Canarias

## Régimen de opinión vs conocimiento

Fue el mismo Hayek el que afirmaba que "la civilización descansa en el hecho de que todos nos beneficiamos de un conocimiento que no poseemos" o que "unos de los cometidos de la economía es enseñar a los hombres lo poco que realmente saben sobre aquello que imaginan que pueden diseñar".

Pues pareciera que en el actual régimen de opinión, obviedades como estas pasan totalmente desapercibidas y cualquier ciudadano (máxime si es un tertuliano en medios de comunicación) se atreve a pontificar hoy sobre autos y sentencias judiciales de todo tipo, geopolítica, cónclaves, mix energéticos, o por supuesto sobre decisiones económicas de toda índole tomadas desde entes privados o públicos y los efectos que ellas producen. En principio y sin analizarlo en profundidad, esto podría ser una mera consecuencia derivada de sociedades democráticas cada vez más avanzadas, en las que la opinión de cada ciudadano cuenta y es tomada en consideración por el conjunto de la sociedad, pero sabemos que esto no se reduce a esta visión simplista y que los efectos negativos de arrogarse la posesión de un conocimiento que no se tiene y opinar sobre temas que requieren datos, mucho conocimiento y estudio, análisis, deliberación y sólida argumentación desemboca en bulos, desinformación y estados de opinión basados en la creencia de que toda opinión es respetable por el mero hecho de que sale por la boca o la pluma de un ser humano libre y soberano aunque el conocimiento sobre la materia opinada sea cero. Y es que se puede opinar

sobre la ropa más apropiada para acudir a un Congreso profesional, pero sobre física o Derecho procesal no deberíamos hacerlo tan a la ligera, ya que excede a nuestros conocimientos y en la mayoría de los casos no se hace más que el ridículo, suponiendo que estuviésemos aún viviendo en sociedades que respetasen realmente el esfuerzo, el mérito, la formación y fuésemos menos arrogantes y más conscientes de nuestras limitaciones.

Derivado de esto y aplicándolo al devenir económico, si medimos las decisiones de esta índole por sus resultados habrá que esperar un tiempo para evaluar cuál ha sido el impacto de medidas tomadas en los últimos tiempos, parece que más bajo la presión social asociada a estados de opinión, que evaluando sus consecuencias según los parámetros de expertos en la materia, para entendernos y sin más rodeos, nos referimos a aquellas medidas que afectan a los dos factores que principalmente hacen crecer una economía en el medio-largo plazo, que no son otras que: horas trabajadas y productividad por hora trabajada. Sobre la primera variable sobra argumentar mucho, pero está claro que con una población activa mermada y unas tasas de natalidad en mínimos históricos en nuestra tierra, escasez de mano de obra y una presión social al alza en Canarias reclamando implementar límites poblacionales (medida a todas luces contrarias al derecho comunitario), el crecimiento podría ralentizarse e incluso entrar en resultados negativos, con el agravante de querer reducir desde instancias políticas las horas trabajadas sin haber solucionado previamente los puntos anteriores. Y

### OPINIÓN

**MIGUEL BORGES PAREJO**  
DIRECTIVO TURÍSTICO

sobre la productividad, ya se ha dicho mucho sobre el mal dato histórico de la misma en España, pero está claro que si esta aumenta sobre todo vía tecnología y formación, vamos con retraso en nuestra región cuando venimos diciendo desde hace tiempo que pareciera no se aprovecha lo suficiente ni el Know-how turístico acumulado desde hace décadas en Canarias, ni toda la infraestructura creada alrededor del sector, de forma que tuviésemos un ecosistema de softwares de titularidad canaria compitiendo con los de otros lares, con los aumentos de valor de nuestros productos que todo esto podría generar.

Si queremos ser atractivos para conseguir crecer de esta forma más sólida y sostenible, habrá que hacer pedagogía y comunicar bien al exterior, buscando el término medio entre las legítimas reivindicaciones de una ciudadanía que reclama vivienda, carreteras y unos servicios públicos que no estén colapsados y la aspiración y necesidad de nuestra tierra de hacer crecer y mejorar nuestro tejido productivo, o de otra forma será muy complicado que el resultado a largo plazo sea del todo positivo, si no ponemos al frente de la toma de decisiones a los mejores en cada campo,



con visiones más técnicas que partidistas y que realmente no estén sujetas a la tiranía de lo electoral, en lo que se busca más el cortoplacismo y el caer bien, que no la consecución del bien común y el bienestar a largo plazo. Para ello, el mensaje que llega al exterior tras las movilizaciones sociales reivindicando vivienda e infraestructuras sin colapsos, debería de llevar aparejado las soluciones propuestas, de forma que sigamos atrayendo turistas e inversión, para que no acabemos siendo un páramo económico y social.

# 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  
Secretaría de gerencias: Raquel Gómez  
Marketing y Tecnología: José Luis Martínez  
Maquetación: Amidi Agencia

Contacto: [publicidad@tribunadecanarias.es](mailto:publicidad@tribunadecanarias.es)  
[redaccion@tribunadecanarias.es](mailto:redaccion@tribunadecanarias.es)

nº 61 | Depósito Legal TF 231-2020  
Imprime: TFPINT, S. L.

# La IA: ¿Avance o regresión?



**OPINIÓN**  
**JAVIER VIRUEL**  
SOCIO DE AUDAZIA Y  
CEO DE BNBDAYS

**in** Javier Viruel Rivera  
**X** @ViruelJavier

**L**a irrupción de la inteligencia artificial en nuestras vidas ha desatado debates encendidos entre defensores entusiastas y detractores recelosos. Empleo, privacidad, seguridad, desigualdad o ética son algunas de las grandes cuestiones sobre la mesa. Todas ellas merecen análisis profundos, sin duda. Pero hay un argumento, repetido con frecuencia, que me llama especialmente la atención: “La IA nos va a dejar tontos”.

No porque sea descabellado —hay algo de cierto en él—, sino por el tono derrotista con el que se plantea, como si hubiéramos perdido toda capacidad de decisión sobre nosotros mismos. Como si el ser humano fuese un mero espectador pasivo de su propia evolución.

Es cierto que la IA aplicada a tareas simples como redactar comunicados, resumir informes, buscar, analizar y contrastar datos de diferentes fuentes o hasta planificar un viaje; puede implicar la reducción en el ejercicio de ciertas habilidades cognitivas básicas. Pero antes de activar las señales de alarma, conviene mirar atrás. Porque este fenómeno no es algo nuevo.

Quizá sería conveniente echar la vista a atrás y recordar que la llegada de nuevos desarrollos tecnológicos en forma de mecanización o automatización a sectores como el agrícola e industrial, también cambiaron nuestros hábitos y forma de vida. Gestos tan cotidianos como lavar la ropa a mano, levantarnos a cambiar de canal o salir de casa para hacer la compra, fueron reemplazados por alternativas que implicaban un menor esfuerzo a nivel físico. Lo llamamos *calidad de vida*, aunque con el tiempo descubrimos que ese confort traía consigo un nuevo problema: sedentarismo, obesidad, enfermedades cardiovasculares... y una sociedad menos activa físicamente.

Un hecho al que la sociedad supo responder. Nunca hemos estado tan concienciados con la

salud como ahora. La vida saludable se ha convertido en una cultura: cuidamos la alimentación, controlamos el estrés, valoramos el descanso, hacemos ejercicio físico...

¿Cuántos gimnasios hay en tu ciudad? ¿Cuántas disciplinas nuevas han surgido en los últimos años? Crossfit, dumping, ramping, sualding... hay quien ha llegado a invocar

al demonio intentando pronunciarlas. Hoy, pagamos por sudar. Y a mi cabeza vienen las palabras de mi abuelo “*Si quieres hacer ejercicio, coge la piocha y vente conmigo a la finca...*”

Con la alimentación ha pasado algo parecido. Ya no vale con comer “de todo”. Ahora sabemos lo que son las grasas saturadas, controlamos los carbohidratos y descubrimos que las famosas lentejas no eran tan ricas en hierro como nuestras madres aseguraban.

¿Es posible que la Inteligencia Artificial nos esté planteando un reto similar?

No podemos negar que su uso implica un menor esfuerzo mental en la realización de tareas. Ahora tenemos la posibilidad de escribir un informe, sintetizar lecturas o analizar un Excel con un menor esfuerzo a nivel cognitivo. Pero eso no debería ser un freno para usar una tecnología que, bien aplicada, nos devuelve algo muy valioso: tiempo. Tiempo para pensar mejor, para descansar, para disfrutar de nuestras familias, para vivir. En definitiva, para ser más eficientes sin dejar de ser humanos.

Es evidente que el uso frecuente de IA puede disminuir ciertos estímulos mentales. Pero esa no es una condena inevitable. Igual que reaccionamos ante el sedentarismo físico, podemos hacerlo ante un posible sedentarismo mental. Estoy convencido de que tomaremos conciencia y surgirán, si no lo han hecho ya, verdaderos *gimnasios neuronales*. Actividades, prácticas y herramientas que mantendrán despierta nuestra mente y activas nuestras capacidades. De hecho, ya se están explorando métodos para entrenar la memoria, la atención o la creatividad como parte de una vida digital equilibrada.

Soy plenamente consciente de que este debate tiene múltiples aristas. El desarrollo cerebral requiere de ciertos ejercicios y deben ser expertos en la materia (neurocientíficos, neurobiólogos, psicólogos...) quienes determinen el proceso de inmersión en la IA de los más pequeños. Los sistemas educativos tendrán que adaptarse y establecer los estadios de madurez cognitiva requeridos para pasar a la siguiente fase de aprendizaje. Un proceso estructurado como cuando enseñamos a un niño a realizar cálculos de forma mental antes de entregarles una calculadora.

No se trata de prohibir la IA ni de aceptarla sin condiciones. Se trata de tomar decisiones conscientes. De evitar que lo cómodo se convierta en dependencia. De mantener activo lo que no podemos permitirnos perder. Y, sobre todo, de actuar antes de que las carencias sean evidentes.

La inteligencia artificial no nos hará menos inteligentes per se. Pero sí puede hacerlo si decidimos dejar de pensar por nosotros mismos.



## Unos y Ceros

# Un Futuro Tecnológico con Pies de Barro

**OPINIÓN**  
**JORGE ALONSO**  
DIRECTOR DE CONSULTORÍA IT  
VELORCIOS GROUP

**in** Jorge Alonso  
**X** @jalonso\_VG



**E**l 28 de abril de 2025 quedará marcado para siempre en nuestra memoria colectiva como el día en el que se produjo del Gran Apagón.

Casi dos meses después del Día Cero aún no terminan de estar claras las causas que originaron que el sistema eléctrico del país colapsara en minutos poniéndolo todo patas arriba.

Quizás fue un ciberataque, o un descontrol de las renovables, o quien sabe si se trató de un sabotaje. Lo cierto es que, probablemente, habrá que asumir que nunca lo sabremos. Y puede que sea porque, de verdad, no tenemos ni idea de las causas reales del apagón, o puede; que, aun sabiéndolas, no estemos preparados, como sociedad, para asumirlas y lo mejor sea dar la llamada por respuesta, como suele ocurrir cuando se quiere evitar un pánico generalizado.

No digo que buscar las causas del incidente no sea importante pero; lo que de verdad debe ser muy importante, y es para lo que debe servir esta experiencia, es para que, de una vez, tomemos conciencia de la fragilidad del modelo tecnológico que hemos creado y sobre el que estamos empeñados en seguir montando el futuro de esta sociedad del bienestar.

Lo cierto es que tarde o temprano lo que vivimos el 28 de abril, inevitablemente, iba a ocurrir porque llevamos tiempo jugando a los dados. Hemos creado estructuras tan frágiles que ni siquiera somos capaces de encontrar el fallo porque el modelo hace aguas por todos lados.

Que el sistema energético colapsara era una posibilidad más que real desde que decimos que nuestra única fuente de energía vendría de los enchufes. Hemos hecho que nuestra vida dependa al 100% de la electricidad: desde calentar un vaso de leche hasta coger el coche. Todo pasa por el enchufe y cuando apuestas todo al rojo, ocurren estas cosas.

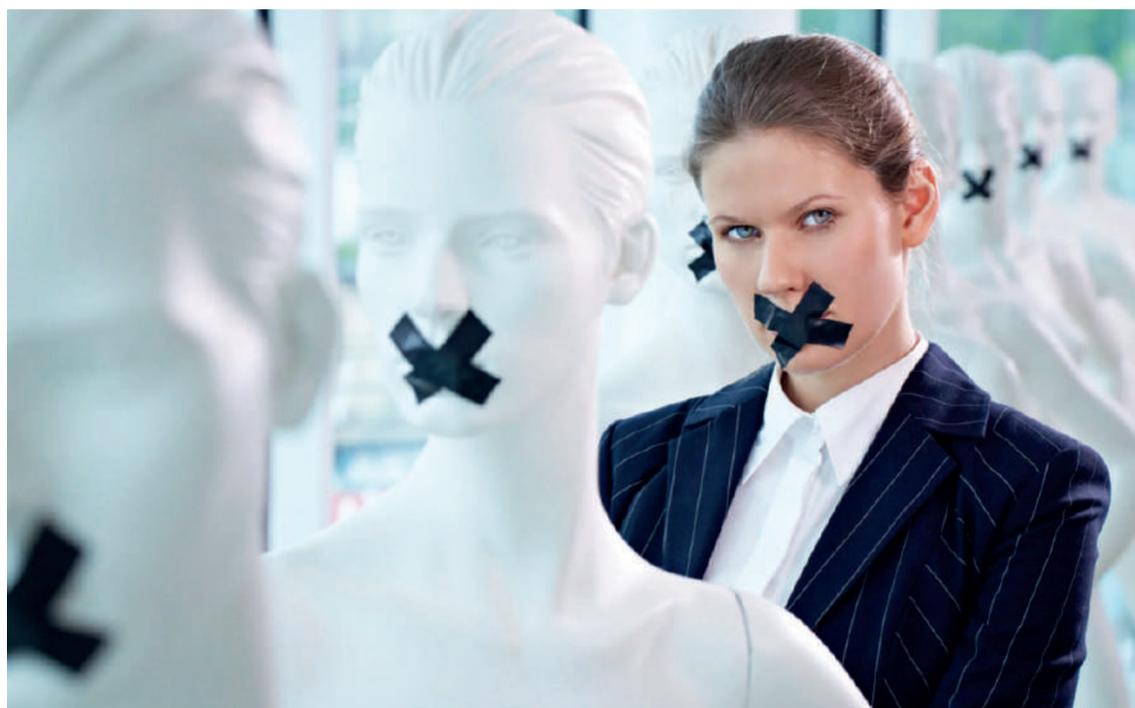
Por otro lado, España es uno de los países del mundo que sufre más ciberataques. Llevamos tiempo en la diana de los ciberdelincuentes y ya no sabemos por dónde nos vienen los tiros. La digitalización tiene que estar siempre acompañada de la ciberseguridad; pero, por lo que se ve, todavía no lo hemos aprendido y nuestros sistemas de defensa y monitorización no están a la altura de un entorno cada vez más hostil.

A veces conviene pararse, reflexionar, consolidar posiciones, bajar el ritmo, ponerse las gafas de lejos... pensar y decidir, desde el compromiso y la responsabilidad, cómo deben ser las bases del futuro tecnológico que estamos construyendo.

Es decir, hacer todo lo que no nos gusta hacer porque somos amantes del cortoplacismo, los titulares llamativos, los resultados rápidos... que, en la práctica, son el combustible para que se produzca el próximo apagón.

Cuánto nos cuesta pedir perdón, decir que nos hemos equivocado, que estamos dispuestos a pensarlo porque, no olvidemos, que la responsabilidad no se puede delegar, aunque queramos mirar para otro lado. Conviene tener muy claro que esto no va de política. Los fallos estructurales son como una bola de nieve que se crece poco a poco y se gestan con mucho tiempo de antelación. En ese tiempo los sillones van cambiando de color, pero la ambición de quienes los ocupan siempre es la misma.

Dejémonos de buscar una cabeza de turco al que cargarle el mochuelo del Gran Apagón y pongámonos a trabajar seriamente para que no se repita porque si asumimos que, de verdad, seguimos sin tener ni idea de los motivos, las probabilidades de volver a vivir una nueva experiencia inmersiva de las velas son las mismas, e incluso mayores.



## Feedback en coma: por qué callar mata el potencial del equipo



OPINIÓN

**PRESEN SIMÓN**

DIRECTORA DE  
TRANSVERSALIA CONSULTING

**in** Presen Simón Rael

**M**antener un desempeño sobresaliente en un equipo exige algo más que repartir tareas y consultar métricas: requiere un liderazgo capaz de combinar la creación de un entorno de seguridad psicológica con la distancia necesaria para tomar decisiones objetivas. En un contexto donde la presión por innovar aumenta a diario, cada conversación compleja puede convertirse en una oportunidad para fortalecer vínculos y mejorar resultados, siempre y cuando se afronten los silencios y se den retroalimentaciones oportunas.

Cuando no se ofrece el feedback adecuado, se originan “monstruos” silenciosos: promociones basadas en intereses políticos, decisiones cuestionables y resentimientos ocultos. ¿Cuántas veces ha ocurrido que una persona asciende a un puesto de responsabilidad sin que, en ningún momento, alguien —ni líderes, ni colegas, ni miembros de su equipo— haya señalado sus áreas de mejora? La falta de documentación sobre comportamientos inadecuados, ausencias injustificadas o deficiencias técnicas permite que esas inconsistencias lleguen intactas al momento de la promoción, sorprendiendo a Recursos Humanos y al propio equipo.

Este entramado de omisiones suele alimentarse del miedo: el temor a “hacer ruido”, a enemistarse con personas influyentes o a generar malestar en la organización. Sin embargo, mantener el silencio provoca reproches tardíos que erosionan la confianza y socavan la cohesión del grupo. Para evitarlo, vale la pena adoptar prácticas tan precisas como las del deporte de alto rendimiento, donde cada instante recibe una devolución constructiva para optimizar el desempeño colectivo.

Crear seguridad psicológica implica establecer un espacio en el que expresar dudas, compartir ideas en fase inicial y reconocer errores sea la norma. Invitar al inicio de cada reunión a exponer tanto los logros como los obstáculos, agradecer explícitamente a quien señale un problema y garantizar la confidencialidad de las inquietudes más delicadas construye un clima de apertura. Así, admitir una falla deja de percibirse como un riesgo para la reputación personal y se convierte en una palanca de aprendizaje compartido.

Simultáneamente, la distancia psicológica permite evaluar los hechos con objetividad. En lugar de reaccionar impulsivamente,

conviene revisar datos que muestren tendencias —por ejemplo, un descenso sostenido en los plazos de entrega o un aumento de incidencias— y compararlos con los objetivos a largo plazo. Planificar pausas de reflexión tras cada hito, convocando a representantes de distintos niveles, enriquece la visión y evita decisiones apresuradas.

Al combinar estas dos dimensiones en el proceso de retroalimentación, el feedback se transforma en una práctica colaborativa. En lugar de iniciar con generalidades, es más efectivo describir un hecho concreto —“el cumplimiento de plazos fue del 80 % frente al 95 % previsto”— y vincularlo con las

metas de la organización —“esta desviación paralizó la entrega de informes críticos”— para, a continuación, preguntar: “¿qué factores internos o externos influyeron en este resultado?”. De este modo, se abre un espacio participativo en el que surgen propuestas que a menudo superan las ideas iniciales del liderazgo.

Cuando el feedback fluye, el siguiente paso consiste en diseñar, de manera conjunta, un plan de acción con hitos definidos, responsables asignados y métricas claras. Acordar entregables parciales antes de la fecha final, establecer un canal de seguimiento semanal y programar una revisión a las cuatro semanas aporta concreción y compromiso mutuo. Documentar estos acuerdos en un repositorio accesible refuerza la rendición de cuentas y facilita el ajuste continuo.

Este enfoque eleva la eficacia de las reuniones de estrategia. En lugar de alternar sin orden debates y presentaciones de datos, es recomendable comenzar con un resumen de indicadores clave —ventas, satisfacción de clientes y productividad— y luego invitar a quienes mantienen contacto directo con el mercado a compartir sus observaciones. Esa combinación de cifras y experiencia de campo genera ideas viables y creativas. Después de cada fase, incorporar breves retrospectivas permite documentar lecciones aprendidas y enriquecer futuras decisiones.

En la evaluación de desempeño individual, sumar la autoevaluación a las métricas objetivas ofrece una dimensión humana difícil de captar solo con números. Invitar a reflexionar sobre fortalezas y áreas de mejora, y luego contrastar esa perspectiva con datos de productividad o calidad, brinda un panorama más completo. Este ejercicio, acompañado de un enfoque empático —dejando claro que el objetivo no es sancionar, sino alinear expectativas y desarrollar habilidades— fomenta la confianza mutua.

Los resultados de una cultura sólida de retroalimentación son claros: las organizaciones que ofrecen feedback significativo, al menos una vez por semana, alcanzan un 80 % de empleados comprometidos y reducen la rotación en casi un 15 %, según Gallup. Quienes implementan mecanismos de feedback continuo registran un aumento del 30 % en el compromiso del equipo y un rendimiento hasta 200 % superior al de las menos comprometidas. Además, los grupos con alto

nivel de compromiso alcanzan un 20 % más de productividad y un 87 % menos de rotación voluntaria. Estos datos demuestran que el feedback no es un lujo, sino una palanca estratégica para impulsar la innovación, retener talento y optimizar los resultados financieros.

En situaciones de crisis o durante procesos de cambio, la tensión puede escalar con facilidad. Mantener la apertura a ideas disruptivas y, al mismo tiempo, aplicar un análisis riguroso de escenarios garantiza decisiones equilibradas. Ante un ajuste presupuestario, combinar sesiones de brainstorming con mesas de trabajo que evalúen riesgos, viabilidad y beneficios a largo plazo evita discusiones estériles y facilita soluciones sostenibles.

La incorporación de nuevo talento también se beneficia de este modelo dual. Una bienvenida estructurada, que combine presentaciones formales, encuentros informales y plataformas de consulta anónima, reduce la incertidumbre inicial. Integrar charlas abiertas con sesiones de inducción basadas en datos —procesos, indicadores y organigramas— sienta desde el primer día las bases de la confianza y la perspectiva estratégica.

Para equipos distribuidos o remotos, recrear esta mezcla de cercanía y análisis requiere más intención. Programar videoconferencias semanales con espacios para compartir noticias positivas y negativas, junto con tableros de control de progreso accesibles, mantiene vivo el flujo de información y el sentido de comunidad. Iniciativas como pausas virtuales o canales de mensajería para celebrar logros refuerzan la cohesión, mientras que la documentación centralizada y las revisiones quincenales aseguran que las decisiones se basen en datos fiables.

Existen prácticas adicionales que fortalecen el modelo. Las sesiones de revisión cruzada, donde cada integrante expone su avance ante un grupo reducido que aporta preguntas y datos, combinan la seguridad de un entorno receptivo con el escrutinio analítico de pares. Los paneles de indicadores “front-back”, donde cada actualización vincula cifras clave con breves aprendizajes, conectan la dimensión emocional con el análisis de tendencias. La mentoría invertida, invitando a personal junior a ofrecer su visión sobre procesos, genera espacios en los que la apertura y la objetividad conviven de forma natural.

Al concluir cada conversación difícil, resulta recomendable dedicar un breve momento a reflexionar: ¿qué prácticas funcionaron y cuáles requieren ajustes? Documentar estas conclusiones en un sistema compartido evita que los tropiezos se conviertan en patrones repetitivos y fomenta el aprendizaje continuo. Asimismo, revisar periódicamente la efectividad de los procesos de retroalimentación mediante encuestas de clima y reuniones de seguimiento facilita la detección de desviaciones y la reorientación de prácticas antes de que pierdan relevancia.

Construir un equipo de alto rendimiento no consiste únicamente en fijar metas ambiciosas, sino en diseñar un sistema de comunicación y mejora que combine la confianza para innovar con la disciplina para evaluar y corregir. Quienes lideran con esta perspectiva dual optimizan resultados y crean organizaciones resilientes, capaces de afrontar la complejidad y de convertir cada conversación difícil en un paso firme hacia un futuro compartido y sostenible. ¿Te sientes en posición de cuestionar tus silencios y transformar cada omisión en una palanca de crecimiento colectivo?



## OPINIÓN

**JUAN CARLOS  
CABRERA LABORÝ**  
CEO DE LABORÝ AUDITORES  
Y CONSULTORES

 Juan Carlos  
Cabrera Laborý

Cuando apenas era un niño, mi padre, Juan Carlos Cabrera Padrón, nos contaba sus vivencias del Puerto de Santa Cruz acompañando a mi abuelo, Cristóbal Cabrera, y siempre me sorprendió la historia de los *cambulloneros*.

Se trata de una parte fundamental la historia social y económica de Canarias; pocas figuras reflejan con tanta viveza la identidad popular y el ingenio mercantil como la del *cambullonero*. Surgida en el entorno portuario a finales del siglo XIX, esta figura singular representa una tradición de comercio informal que se desarrolló al amparo del régimen de puerto franco, especialmente en enclaves como La Luz, en Las Palmas de Gran Canaria, y en Santa Cruz de Tenerife. Más allá de su función económica, el *cambullonero* se erigió en un símbolo de resiliencia, astucia y creatividad, en un contexto marcado por restricciones y necesidades materiales básicas.

## El Cambullonero: Historia, Cultura y Picardía en los Puertos Canarios

El término “*cambullón*” parece tener raíces en la expresión inglesa “*come buy on*” o “*can buy on*”, utilizada por los marineros británicos para invitar a comerciar directamente a bordo de los barcos. Este anglicismo, adaptado al habla popular, dio nombre a una actividad que combinaba el trueque con la compraventa directa, y que floreció gracias a la constante afluencia de embarcaciones internacionales en los puertos canarios. En un entorno globalizado por el tránsito marítimo, el *cambullonero* actuaba como un eslabón clave entre las tripulaciones extranjeras y la economía insular.

Durante la posguerra, cuando España enfrentaba escasez de productos básicos debido a las limitaciones del régimen autárquico, los *cambulloneros* jugaron un papel determinante en el abastecimiento de bienes que no se conseguían por vías formales. A través de contactos en buques mercantes —especialmente provenientes de América Latina y de naciones anglosajonas— introdujeron en el mercado local desde medicamentos como la penicilina hasta tejidos, electrodomésticos y alimentos en conserva. Este comercio paralelo, aunque informal,

tuvo un impacto económico significativo y respondió a una demanda social insatisfecha por los canales oficiales.

Organizativamente, el *cambullón* no era una actividad caótica, sino que contaba con una estructura propia. Existía una jerarquía tácita en la que los *chicobotes* —jóvenes encargados de transportar mercancía en pequeñas barcas— desempeñaban funciones auxiliares. Los *bombistas*, por su parte, eran *cambulloneros* de mayor rango, autorizados por los capitanes de los barcos para acceder a las bodegas y negociar directamente con la tripulación. Esta división del trabajo no solo optimizaba las operaciones, sino que garantizaba un cierto orden en un entorno de alta competencia y escaso margen de error.

La idiosincrasia del *cambullonero* también quedó plasmada en anécdotas y expresiones que han perdurado en el imaginario colectivo. Una de las más conocidas narra cómo uno de estos comerciantes vendió a un marinero británico un canario con una pata visiblemente dañada. Al ser confrontado por el comprador, el vendedor replicó con desparpajo: “¿Y usted pa’ qué lo quiere, pa’ cantar o pa’ bailar?” Esta frase, repeti-

da en canciones y conversaciones populares, ilustra el talante humorístico, la capacidad de improvisación y la elocuencia característica del gremio.

A medida que avanzó el siglo XX, y especialmente tras la supresión del régimen de puerto franco en 1976, la figura del *cambullonero* fue perdiendo relevancia económica. No obstante, su legado pervive como elemento de identidad cultural. El *cambullón* ha sido objeto de estudios etnográficos, obras de teatro, y composiciones musicales como la célebre “Isa del Cambullonero”, de Néstor Álamo, que lo retrata como un héroe popular en la encrucijada entre la necesidad y la inventiva.

Hoy, el *cambullonero* representa una memoria viva de las economías informales que surgieron como respuesta a contextos de escasez y a la vez, como manifestación del dinamismo cultural de Canarias. Su historia, enriquecida por la oralidad y por la experiencia directa de generaciones de isleños, constituye un testimonio invaluable de cómo la sociedad civil puede desarrollar mecanismos alternativos de supervivencia económica con inteligencia, humor y dignidad.

## OPINIÓN

## LUIS ABELEDO

ABOGADO

 Luis Abeledo Iglesias @luisabeledo luis@abeledoabogados.com

Copio el titular de un *influencer* que todos los días pone un tuit con el título: “*la noticia para radicalizarte hoy*”. No distingue si la noticia es de derechas, de izquierdas, de delantero centro o del central. Ve una noticia que enlaza y la titula así.

Mi gestoría hoy me informó del generoso importe que debo pagar a la AEAT además de las retenciones que uno va adelantando cada trimestre y con cada factura y acabo de leer la noticia para radicalizarse hoy. Desde ese dolor de ver a donde se destina parte de nuestro esfuerzo y trabajo es desde donde redacto esta columna.

Os voy a explicar el efecto de la rana hervida. El efecto de la rana hervida es la denominación del supuesto en donde si ponemos una rana en agua hirviendo, saltará y saldrá, pero si la rana se mete en agua fría o templada y la ponemos al fuego, la rana se cocinará sin saberlo.

Esta analogía, síndrome o como lo quieren llamar tiene su origen en el libro “*La rana que no sabía que estaba hervida... y otras lecciones de vida*” del escritor Olivier Cler que usa esta historia para describir lo que ocurre cuando un problema se desarrolla tan lentamente que sus daños no son fáciles de percibir en lo inmediato y esa falta de conciencia de los mismos ocasiona que no haya reacciones.

A usted, a mí y a todos, nos tratan como ranas en un caldero. Si usted piensa cuál fue el escándalo, la noticia para radicalizarte hoy de la semana pasada no se acordará. Si usted piensa cuál fue la noticia para radicalizarte hace un mes, no se acordará porque cada día existe una noticia para radicalizarse.

Intento que la columna sea lo menos política posible, pero es que la economía y la hacienda son políticas, aunque ya no es que se aprueben, es que ya ni se plantean a las Cortes, los Presupuestos Generales del Estado.

Las noticias que me han radicalizado son una, dos, tres, cuatro... Una que no tiene nada que ver conmigo pero que me parece de

## La noticia para radicalizarte hoy

una gravedad enorme es la filtración, noticia de que el gobierno va a aprobar un impuesto para que los extranjeros que compren casa en España paguen el doble de impuestos -con la probable desinversión generalizada de no residentes-, otra que el gobierno cobrará un extra en las cuotas de la seguridad social para financiar la jubilación anticipada de trabajos peligrosos, la noticia de que el apagón de mayo fue como consecuencia de una prueba para testear los efectos de eliminar las nucleares en 2027, los fontaneros del gobierno ofreciendo acuerdos con fiscales amigos e intentando desmontar la UCO que investiga la corrupción que parece generalizada, etc, etc, etc.

La sensación de caos, descontrol y desorden que uno tiene cuando lee cualquier medio de comunicación ya sea en ámbito nacional, autonómico o local es triste, desesperanzadora, angustiosa, peligrosa.

Además, noto muchísimo enfado de la gente en todo. La urgencia de las cosas, la impuesta inmediatez de las respuestas en el trabajo: un mail no respondido en el día o en los dos días genera malestar en cualquiera. Malos modos, falta de urbanidad.

Las radios y televisiones públicas son elementos de propaganda de turno y pierden decenas de millones, pero RTVE además es que tiene unas pérdidas acumuladas de 400

millones de euros mientras hacen fichajes millonarios, correos pierde 522 millones de euros y tenemos récord de paquetería a través de compras on line, etc.

Entre tanto salen miles de millones en proyectos de lo más variado hacia Marruecos, donde España entrega 340 millones de euros para una megadesaladora en Casablanca mientras niegan desaladoras en Canarias, debe ser que allí el medio ambiente debe ser menos importante. O 157 millones para equipamiento del control fronterizo a pesar de los miles de personas que llegan en cayucos. Según un medio de comunicación nacional, a la fecha de 25 marzo de 2025, habíamos llegado a la inversión de 1.000 millones en Marruecos.

Canarias está al lado. Ni un euro del rebollo llega para los canarios. No digo ya para los inmigrantes que sí tienen sus necesidades cubiertas en la desgracia que viven pero, ¿y nosotros?. Mi abuela, qepd, decía dos frases: “*Luisiño, primero está Dios y después los Santos*” y “*La caridad bien entendida empieza por uno mismo*”. En octubre de 2024 me hice un análisis de sangre y me salió un parámetro alto. Me dieron cita para hacerme una prueba en mayo de 2026. Un año y medio. ¿Cuántos de los lectores conocen situaciones similares?

Hay dinero para traductores en el Senado

pero no para enfermos de ELA, hay dinero para enchufar a sobrinas pero no becas para niños, hay dinero para Sálvame en TV, La revuelta, etc pero no hay dinero para pensiones y te suben las cuotas del autónomo e impuestos mes a mes. No hay dinero para viviendas sociales, pero si hay residencias para los miles de inmigrantes que llegan a diario por mar, tierra y aire (sí, por los aeropuertos). No hay dinero para atender a nuestros mayores, pero sí hay subvención y entrega dineraria sin contraprestación al “*Sistema de Cuidados de Uruguay: sostenible, innovador, universal con despliegue territorial y con enfoque de género*” (BOE de 29-10-2024, importe de 300 mil euros), o un embajador en un país con 7 españoles residentes pero que es un importante paraíso fiscal. La última porque la República Dominicana está de moda: “*Prevención y mitigación del sargazo mediante el fortalecimiento de la gobernanza e investigación*” para ARAUCLIMA 2024, 400 mil euros.

Vemos cada día un asesinato, un ataque en grupo con cuchillos, inseguridad personal para ir paseando por una calle por la noche en muchas ciudades de España.

Ya no hay que preguntarse ¿A dónde podremos ir a parar? Hay que reflexionar ¿Dónde estamos y por qué?

Acabo casi como empecé: “*Mi gestoría hoy me informó del generoso importe que debo pagar a la AEAT además de las retenciones que uno va adelantando cada trimestre*”

Finalizo con un tweet de otra de mis lecturas habituales, Carlos Pinilla, que es el reflejo de un pensamiento que tengo desde hace años y es otra forma de ver la analogía de la rana: “*Las democracias modernas no mueren a manos de hombres armados, sino por el deterioro de sus instituciones, el incumplimiento de la ley y la insumisión a los tribunales*”

¿Cuál es la noticia que al lector ha radicalizado hoy?



## La importancia del talento humano en el sector de la distribución alimentaria

**E**n el sector de la distribución alimentaria, el talento humano es un pilar fundamental que sostiene nuestra operativa diaria. A medida que avanzamos en un mercado laboral cada vez más competitivo, la atracción, retención y forma-

ción de personal cualificado se ha convertido en retos que debemos enfrentar con urgencia. La falta de profesionales en este sector es una preocupación constante y, por ello, es esencial que todas las empresas adopten medidas efectivas para garantizar un equipo motivado y capacitado.

La naturaleza de nuestro trabajo es eminentemente presencial. Durante la crisis sanitaria provocada por la COVID-19, nuestro sector demostró no solo ser esencial para la población, sino además presencial. La posibilidad de teletrabajar no es una opción, hemos de estar en nuestros establecimientos para atender a los consumidores directamente. Esta realidad implica que necesitamos un equipo capacitado para brindar un servicio de alta calidad en todo momento. Especialmente en secciones específicas, como carnicería, embutidos o pescados, donde la destreza y el conocimiento son clave para ofrecer un servicio excepcional.

Ante esta necesidad, hemos puesto en marcha varias iniciativas. La formación del personal es una de nuestras prioridades. Nuestros asociados han creado aulas de formación con instalaciones que simulan un supermercado con todas sus secciones para asegurar que cada empleado esté no solo preparado, sino también motivado para ejercer su labor con profesionalidad. La capacitación continua es crucial para mantener a nuestro personal al día con las últimas tendencias del mercado, las normativas de seguridad alimentaria y los estándares de calidad que nuestros clientes esperan.

Sin embargo, no se trata solo de formación técnica. También estamos comprometidos con el bienestar de nuestros trabajadores e impulsamos un equilibrio saludable entre sus vidas personales y laborales. Sabemos que, en un entorno de trabajo presencial, es esencial que nuestros empleados tengan la flexibilidad para conectarse con sus vidas fuera del trabajo. Por ello, trabajamos constantemente en mejorar las condiciones

laborales, ajustando horarios y turnos para que se adapten mejor a las necesidades de cada trabajador.

Durante la pandemia, nuestras prioridades en términos de protección del personal se hicieron más que evidentes para la población, pero de igual forma para el resto de sectores. Implementamos protocolos de salud estrictos para asegurar la seguridad de nuestros trabajadores. Esto no solo ayudó a mantener la operativa, sino que también demostró nuestro compromiso hacia el bienestar de quienes trabajan con nosotros.

Es importante recordar que un personal satisfecho es sinónimo de una atención al cliente de alta calidad. Un ambiente de trabajo positivo no solo beneficia a los empleados, sino que también impacta posi-

### OPINIÓN

## ALONSO FERNÁNDEZ SECRETARIO GENERAL DE ASUICAN

 Alonso Fernández

tivamente en la eficiencia del servicio. Al estar en contacto directo con el consumidor, cada interacción cuenta y cada detalle marca la diferencia. Por eso, nos esforzamos por mantener un ambiente laboral motivador y respetuoso.

El reconocimiento y la valoración del trabajo son claves para mantener la motivación. Celebramos los logros de nuestros empleados y fomentamos un espacio donde todos se sientan valorados y escuchados. Esto no solo mejora la retención de talento, sino que también crea un sentido de pertenencia que es fundamental en cualquier organización.

Además, no podemos olvidar la relevancia de la diversidad y la inclusión en nuestras plantillas. La mayoría de nuestros empleados son mujeres, lo que refleja nuestro compromiso con un entorno inclusivo. Promover la diversidad en el lugar de trabajo no solo es ético, sino que también resulta beneficioso para el negocio. Equipos diversos aportan diferentes perspectivas y enfoques a la resolución de problemas, lo que enriquece nuestras operaciones y nos permite servir mejor a nuestros clientes.

A pesar de las cifras de desempleo, enfrentamos el desafío del absentismo laboral y la dificultad para contratar nuevos talentos. Crear un ambiente inclusivo significa también abordar las barreras que impiden que ciertas personas accedan a empleos en nuestro sector. Por ello, trabajamos en programas de formación y contratación dirigidos a colectivos en riesgo de exclusión, asegurando que todos tengan la oportunidad de formar parte de nuestro equipo.

Mirando hacia adelante, es crucial que el sector de la distribución alimentaria continúe adaptándose a las necesidades cambiantes del mercado laboral. La tecnología jugará un papel fundamental en la capacitación y gestión del talento. Herramientas digitales e innovaciones en la formación permitirán a nuestros empleados desarrollar habilidades relevantes que los preparen para el futuro.

Además, es importante fortalecer los lazos con instituciones educativas y organizaciones comunitarias para facilitar el ingreso de nuevos profesionales al sector. La colaboración con universidades y escuelas técnicas nos ayudará a formar una nueva generación de trabajadores cualificados y comprometidos con el sector.



## OPINIÓN

**AGONEY MELIÁN**  
 PRESIDENTE DE AJE  
 CANARIAS

Agoney Melián Sosa

@agoney\_melian

**Náufrago en tierra firme.**

**H**ay días en los que me siento como un marinero varado en tierra firme. Como si todo lo que soy, todo lo que he aprendido, todo lo que creo, no tuviera cabida en esta costa de políticos de traje planchado y discursos vacíos. Como si la brújula que llevo dentro —esa que siempre apunta al norte de la decencia— se volviera inútil entre tanto mapa falso, entre tanto puerto que solo acoge a quienes se arrastran.

No es fácil explicar esta sensación de desubicación. Es como si estuviera viviendo en un decorado. Como si hubiese naufragado en una tierra que me llama compatriota, pero que me mira como un extraño. Porque cuando eliges hablar claro, cuando decides no vender tu voz ni hipotecar tu alma, te vuelves incómodo. Te vuelves ruido. O peor: te vuelves silencio, porque ya ni te nombran.

Y, aun así, aquí estoy. De pie sobre la arena, con la sal del mar pegada a la piel, y con esa mirada de quien ha sobrevivido a varias tormentas. Porque, aunque me hayan querido arrastrar, aunque hayan intentado ahogarme en sus juegos de poder, sigo respirando. Sigo creyendo. Sigo observando.

Hay algo profundamente solitario en mantenerse íntegro en un mundo que premia la estrategia por encima de la bondad. Algo profundamente bello también. Porque ser naufrago no es estar perdido. A veces es simplemente no querer pertenecer a un continente que no reconoce tu idioma.

Y si me ves callado, no es rendición. Es que estoy escuchando las olas por dentro. Estoy preparándome para volver a zarpar.

# Marineros somos y en la mar andamos

**Contra el oleaje del sistema.**

Luchar contra el sistema es como remar a contracorriente con una cuchara de palo. El mar te escupe, te arrastra, te prueba. Y lo peor no es la fuerza de las olas, sino el momento en que empiezas a darte cuenta de que algunos marineros prefieren hundirse en barcos llenos de privilegios antes que nadar hacia la costa de la verdad.

Porque el sistema —este sistema político enfermo de ego, de apariencias, de pactos envenenados— tiene una maquinaria muy bien engrasada. Y cuando alguien aparece con una voz distinta, con una intención que no está contaminada, el sistema no discute: ataca. No con espadas ni con cañones, sino con algo más sutil y peligroso. Te lanzan rumores. Te aíslan. Te desgastan. Te silencian con una sonrisa y un café.

He sentido ese oleaje muchas veces. Y no porque haya hecho algo mal, sino precisamente por haber hecho las cosas bien. El precio de intentar ser coherente, de poner límites, de decir “esto no lo firmo”, es altísimo. Porque aquí no te castigan por robar. Te castigan por no participar en el robo.

Y, sin embargo, uno resiste. Con el alma como vela, aunque esté rota. Con la dignidad como timón, aunque tiemble. Porque no hay nada más peligroso para un sistema corrompido que una persona que no le debe nada, que no se debe a nadie más que a su conciencia.

Seguir remando cuando sabes que la corriente te va a dar la vuelta es una forma de rebeldía. Es una manera de decir “no me he ido, sigo aquí, aunque esté empapado”. Porque a veces, la única victoria posible es no perderte a ti mismo.

**El ancla es la conciencia.**

Hay un momento en el que, en medio de la tormenta, entiendes que no puedes controlarlo todo. Que no puedes evitar que el mar se enfurezca, que los vientos giren o que las sombras te rodeen. Pero sí puedes decidir dónde echar el ancla. Y yo, por encima de todo, he elegido anclarme a mi conciencia.

Esa voz interior que no sale en las encuestas, que no se compra con favores, que no se vende por una silla. Esa voz que a veces duele porque te obliga a ser coherente cuando sería más fácil ceder. Esa voz que no grita, pero que pesa. Que no aplaude, pero que sostiene.

En los momentos más oscuros, cuando todo parece temblar, lo único que me mantiene en pie es saber que no traicioné lo que soy. Que no hice daño por trepar, que no mentí para agradar, que no maquillé mis decisiones para quedar bien en la foto.

A veces me preguntan cómo aguanto. Cómo sigo creyendo. Y la respuesta es simple: aguanto porque no me he soltado a mí mismo. Porque sigo unido a esa parte de mí que no negocia con la mentira. Porque, aunque haya días en los que me derrumbe,

no me he defraudado.

El ancla no es la fama, ni el poder, ni el reconocimiento. El ancla, cuando de verdad el mar se pone bravo, es saber que tu historia la puedes contar con la frente alta. Y eso, aunque duela, aunque te deje solo, es la forma más pura de libertad.

**Dejarlos que bailen sobre mi tumba.**

Que lo hagan. Que bailen. Que se rían. Que celebren mi caída como si eso los elevara a ellos. Que me nombren en sus susurros, en sus pasillos oscuros, como el que se fue, como el que no supo jugar, como el ingenuo. Que bailen sobre mi tumba, si eso los hace sentir vivos.

Pero que no se equivoquen: no estoy muerto. Estoy de parranda. Reuniendo trocitos. Recogiendo velas. Reuniendo a mi tripulación. Curando las heridas que este sistema ha intentado abrirme con su falsa cortesía y su hipocresía de despacho.

Porque hay algo que ellos no entienden. Y es que a quienes ven como vencidos, muchas veces solo están de vuelta. Los que callan no siempre se rinden. Los que se apartan no siempre se esconden. A veces, el mayor acto de poder es decir “no quiero seguir jugando a esto”. A veces, la mayor revolución es cerrar la puerta con una sonrisa y marcharse por el muelle sin hacer ruido.

Y mientras ellos se reparten los restos de un sistema que hace aguas, yo me reconstruyo con amor. Con verdad. Con silencio fértil. Con gente que no necesita puestos para tener poder, ni escaparates para brillar.

Que bailen, sí. Que disfruten el momento. Pero recuerden: no todas las tumbas guardan cadáveres. Algunas protegen fuego. Y hay fuegos que nunca se apagan.

**El mar sigue ahí.**

No me fui. Solo cambié de viento. No abandoné el timón, solo decidí que había rutas que no merecían mi travesía. No me rendí: me rendí a la paz, que no es lo mismo.

He aprendido a leer los mapas que no se ven. A confiar en las corrientes invisibles. A remar en soledad sin perder la alegría. Porque el mar, al final, es de quienes saben escuchar su música, no de quienes gritan desde la orilla.

Y mientras el ruido allá fuera sigue, yo sigo viajando. A veces en silencio. A veces con el corazón abierto de par en par. Sin redes. Sin cadenas. Sin pactos. Pero con la certeza de que cuando haces las cosas bien, el mar siempre te devuelve lo que es tuyo. No cuando tú lo quieras. Sino cuando estés listo para volver a navegar.

Y que no se olviden los que hoy creen tener el poder, que no todo lo que flota es oro. Que no todo lo que brilla es faro. Que hay marineros que parecen haberse hundido... pero solo han bajado a rescatar su dignidad del fondo.

**Marineros somos y en la mar andamos.**

**H**ace unas semanas los canarios vivimos, en la distancia, el cero energético que afectó a la España peninsular y a Portugal. Digo en la distancia, ya que no tuvo incidencia en Canarias excepto en las comunicaciones. No obstante, sí sufrimos el efecto al despertarnos de un letargo inducido por la espera de soluciones, contundentes y eficientes, para un sistema eléctrico canario seguro, que se dilatan en el tiempo sin saber muy bien cual es el motivo de esta dejadez, que puede posibilitar en cualquier momento un nuevo apagón general no sólo en nuestra isla, sino en cualquiera del Archipiélago.

Me asaltaron distintas preguntas, entre ellas ¿las causas del cero peninsular se pueden dar en nuestra Comunidad Autónoma?, la complejidad de los fenómenos en un sistema eléctrico, las múltiples causas que pueden producirlos y la imposibilidad de preverlos todos, nos lleva a la conclusión de que efectivamente los isleños estamos expuestos a que eso ocurra. Son riesgos que existen y que la ciencia y la técnica deben minimizar, sobre todo, porque en los sistemas aislados como el nuestro, el auxilio exterior para una pronta reposición no existe.

No obstante, dicho lo anterior, la preocupación en Canarias se centra en un riesgo perfectamente identificado por el operador del sistema, Red Eléctrica de España (REE), que se refiere al envejecimiento y obsolescencia, mejor explicitado

## Tenerife a oscuras



vetusto, parque de generación eléctrica. En este sentido, vemos que es un riesgo sostenido en el tiempo, ya que tanto el denominado concurso “expres” convocado por el Gobierno de Canarias, como un concurso “competitivo” del Gobierno del Estado, tendrán sus efectos reales dentro de años.

Al mismo tiempo, con la preocupación que en Tenerife, la posibilidad de disponer de almacenamiento como el de Chira-Soria en Gran Canaria, no se termina de definir.

No se trata de crear alarma, pero es necesario que la sociedad tinerfeña y canaria conozca sus riesgos y debilidades y que ese letargo que produce la ausencia de soluciones inmediatas nos haga desconocer nuestra realidad frágil al máximo, es más, peligrosa para el sistema productivo económico y también para la ciudadanía en relación con el bienestar y su calidad de vida. Una realidad a la que deben hacer frente los que tienen responsabilidades en la materia, que deberían asumir con más rigor y diligencia la puesta en marcha, urgentemente, de cuantas medidas sean precisas para hacer frente con competencia y confianza lo que todos tememos que puede suceder otra vez, en cualquier momento, un cero energético, que ya conocemos con sus añadidas incidencias graves.

Tenerife carece actualmente de manera absoluta de la garantía y estabilidad que proporciona contar con un almacenamiento energético suficiente, eficiente y productivo, consistente en capturar la energía producida en un momento dado para su uso posterior, lo que permitiría reducir los

OPINIÓN

**ÓSCAR IZQUIERDO**  
PRESIDENTE EJECUTIVO DE  
FEPECO

in Oscar Izquierdo

desequilibrios entre la demanda y la producción energética. Es esencial. Siendo la salvaguardia que, en un territorio aislado como el nuestro, donde las ayudas inmediatas ante un imprevisto no pueden llegar con rapidez o incluso nunca aparecer, permitan inmediatamente seguir contando con la energía que se precisa. Acumular energía en momentos de alta producción para liberarla cuando la demanda es alta o la generación es baja, garantiza un suministro de energía constante y segura.

Canarias ha registrado siete ceros energéticos desde 2009, Tenerife ha sido la isla más afectada, debido a que tenemos un sistema eléctrico demasiado vulnerable, endeble. Los gestores públicos, siempre por la tangente, anunciando medidas cada cual más ilusionante, que después se quedan en la más triste decepción, porque los retrasos en su aplicación son inasumibles e incompresibles porque se gestiona con pasmosa lentitud.

**60 aniversario**  
**monteseano**

**QUÉ BIEN  
TE SIENTA**

60 años en los  
hogares canarios

Elaborado en  
CANARIAS

## OPINIÓN

AIRAM ABELLA  
CEO DE UEBOS COMUNICACIÓN
 Airam Abella

**A** nadie se le escapa que vivimos en un entorno donde la competencia es feroz y la atención del cliente, escasa. Las empresas ya no compiten solo por precio o calidad, sino por segundos de atención. Y en esa batalla silenciosa, el vídeo ha dejado de ser un formato opcional para convertirse en el vehículo más directo, emocional y persuasivo para llegar al consumidor. El vídeo no es un lujo ni una moda: es una herramienta estratégica que trabaja por tu marca incluso cuando tú no estás presente. No hay más que mirar el contenido que más potencian las redes sociales, y no me refiero solo a Instagram o TikTok, sino a LinkedIn y X.

Para muchas pymes, negocios digitales o profesionales que no pueden permitirse grandes equipos comerciales, el vídeo se ha convertido en su mejor vendedor. Está disponible 24 horas al día, no cierra por vacaciones, no necesita comisiones y tiene algo que pocos comerciales logran: la capacidad de explicar, emocionar y convencer en menos de un minuto.

No se trata de grabar por grabar. Se trata de comunicar con intención, de construir relatos que conecten y generen confianza. Porque hoy, más que nunca, si no sabes contar lo que haces, es como si no lo hicieras.

**Del vídeo de producto al vídeo con propósito: lo que hoy realmente conecta**

El vídeo corporativo, tradicionalmente fue una pieza estática: planos del producto, alguna frase institucional, música de fondo y una voz en off repitiendo lo evidente. ¿El resultado? Contenidos correctos, pero olvidables. Las redes están llenas de estímulos, por lo que eso ya no funciona. Hoy, el consumidor no se pregunta solo “¿qué vendes?”, sino “¿para qué lo haces?” y “¿por qué debería importarme?”

Ahí está el giro. El vídeo ya no debe centrarse solo en mostrar lo que haces, sino en comunicar por qué lo haces, qué problema resuelves y qué impacto generas. Esa es la diferencia entre un vídeo de producto y un vídeo con propósito.

Un vídeo con propósito no vende directamente, pero construye confianza, credibilidad y diferenciación, lo cual sí vende a medio y largo plazo. Transmite tus valores, tu filosofía y tu visión. Y lo más importante: conecta emocionalmente con quien te ve.

Esto es especialmente clave para negocios de servicios, consultoría o cualquier propuesta basada en la confianza. Si tú no estás presente, ¿quién habla por ti? Un vídeo bien enfocado puede explicar tu enfoque, mostrar tu forma de trabajar, resolver objeciones y generar empatía. No solo te posiciona, te convierte en una opción real.

Sobre todo, en un mercado donde la autenticidad vale más que la perfección, porque un buen vídeo no necesita efectos especiales: necesita verdad. Y esa es la narrativa que hoy construye marca.



## Tu mejor comercial trabaja 24/7

Puede que tú, que estás leyendo esto, ya lo tengas claro. Pero por si andas un poco despistado, o simplemente quieres confirmar que lo estás haciendo bien, vamos a repasar juntos los tipos de vídeo más comunes y para qué sirve realmente cada uno. Porque sí, no todos los vídeos sirven para todo, y aquí es donde muchas marcas se equivocan: crean un vídeo sin saber a qué necesidad responde.

Por un lado, tenemos los vídeo corto en formato vertical (TikTok, Reels, Shorts), los cuales son ideales si tu objetivo es captar atención rápida, mostrar un beneficio clave

o ponerle rostro y voz humana a tu marca. Funciona muy bien para generar alcance orgánico y construir comunidad si publicas con frecuencia y autenticidad.

Después tenemos los vídeo explicativo con una duración de 1-2 minutos, los cuales son perfecto para páginas de venta, emails o presentaciones comerciales. Este tipo de vídeo te permite explicar conceptos, procesos o servicios de forma clara, directa y didáctica. Reduce dudas, acorta el proceso de decisión y mejora la conversión.

También tenemos los testimoniales, ya

que ¿qué mejor que un cliente salga en redes contando cómo le ayudaste? Este tipo de vídeo transmite credibilidad real. No se trata de actores ni de guiones perfectos, sino de personas reales hablando desde su experiencia. Lo mejor es que sean lo más naturales y que no parezca una gran producción, eso le da veracidad. Es oro para generar confianza, especialmente si vendes servicios, consultoría o soluciones de alto valor.

Y para los que les gusten los vídeos largos o documentales de su marca (YouTube, web, presentaciones), también tienen este formato, pero siempre contando una historia potente, una misión clara o un relato diferenciador. Este tipo de contenido puede posicionarte como referente siendo más emocional, más profundo, más inspirador. No se trata de vender, sino de conectar con el propósito, la visión y los valores que te mueven.

Elegir bien qué tipo de vídeo necesitas y dónde lo vas a mostrar no es una decisión estética ni técnica. Es estratégica. El mismo contenido mal enfocado puede no lograr nada, pero una pieza bien pensada, en el canal adecuado y con un objetivo claro, multiplica tu impacto.

**¿Y si no tengo recursos para hacer vídeos?**

Esta es, probablemente, la excusa más común que nos ponemos cuando tenemos delante algo nuevo que nos incomoda, nos reta o simplemente no sabemos por dónde empezar. Lo que antes requería un equipo de producción, guionista, operador y editor, ahora está literalmente en el bolsillo. Con un móvil, un guion bien pensado y una mínima dosis de intención, puedes crear piezas audiovisuales más efectivas que muchos vídeos caros y vacíos de mensaje.

Lo importante no es la cámara, es la claridad. No es el presupuesto, es el propósito. Un vídeo grabado con naturalidad, donde expliques lo que haces, cómo lo haces y por qué lo haces, vale infinitamente más que una producción fría que no dice nada.

Además, existen herramientas gratuitas o de bajo coste como CapCut, Canva Video, InShot o Caption que permiten editar, subtítular y dar forma a tus vídeos con resultados más que profesionales. Lo que no se justifica ya es quedarse paralizado esperando “el momento perfecto” o “el presupuesto ideal”. Porque en comunicación, hacer algo imperfecto siempre es mejor que no hacer nada.

**La comunicación que impacta, hoy, tiene cara y voz.**

El vídeo no compite con tu equipo comercial. Lo refuerza. No sustituye tu presencia, la multiplica. Trabaja cuando tú no estás, abre puertas que no puedes tocar y explica lo que haces de una forma que la gente sí quiere escuchar.

En un mercado donde lo visual ya no es un complemento, sino el lenguaje principal, no apostar por el vídeo es como negarse a hablar el idioma de tus clientes. Si tú no cuentas tu historia, otros contarán la suya. Y lo harán mejor, más claro, más rápido y en vídeo.

Así que la pregunta ya no es si necesitas crear contenido audiovisual para vender más. La pregunta es: ¿cuánto más vas a tardar en hacerlo?

# Miguel Villarroya: “No descartamos la posibilidad de cruzar el Atlántico, siguiendo la trayectoria de otras compañías y buscando una diversificación global”

## ENTREVISTA

MIGUEL VILLARROYA  
CEO DE SPRING HOTELES

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

**¿Podría ofrecernos una perspectiva sobre el desempeño y las expectativas iniciales para 2025? Concretamente, ¿cómo describiría el ánimo general y qué feedback preliminar podría compartir con nosotros sobre la trayectoria que estamos observando?**

Con relación al inicio de este año, los datos preliminares de enero y febrero sugieren una tendencia de consolidación. Las cifras indican un crecimiento del seis por ciento en el número de visitantes extranjeros en enero y de un 2.8 por ciento en febrero. Es significativo destacar que Canarias fue la comunidad autónoma con mayor recepción de turistas en enero, representando aproximadamente el veintiocho por ciento del total nacional, lo que sugiere un comienzo de año con una dinámica positiva, coincidiendo además con nuestra temporada alta.

No obstante, anticipamos que este será un año de consolidación más que de un crecimiento exponencial. Si bien prevemos un primer trimestre sólido, ya concluido, observamos una ligera desaceleración en abril, influenciada probablemente por la Semana Santa tardía, que suele favorecer el turismo interno en los países de origen. Sin embargo, las perspectivas para los hoteles familiares en mayo y junio se mantienen robustas, con niveles de reserva similares al año anterior. En consecuencia, nuestra expectativa general es un año de estabilidad y consolidación en lugar de un crecimiento notable.

**En ese sentido, ¿podríamos inferir que, en ausencia de eventos imprevistos significativos a lo largo de este 2025, la expectativa predominante es una estabilidad sustancial en los niveles de actividad?**

Efectivamente, anticipamos un buen desempeño para este 2025. Si bien no proyectamos un crecimiento tan pronunciado como el observado entre 2023 y 2024, la perspectiva es la de un año de consolidación con resultados positivos, siempre y cuando no se presenten circunstancias adversas significativas.

**Considerando la sólida posición de Spring Hoteles en el sector turístico de la provincia de Santa Cruz de Tenerife, especialmente en el sur de la isla, ¿cuáles considera que son las razones principales por las que los turistas continúan optando por Spring Hoteles, a pesar de la considerable competencia existente, tal como lo reflejan los favorables indicadores de crecimiento y la buena salud de la compañía?**

En mi opinión, existen dos factores primordiales que explican la fidelidad de nuestros clientes. En primer lugar, el destino en el que operamos, como usted acertadamente señala, cuenta con cuarenta años de consolidación de un producto que goza de una credibilidad significativa.

En segundo lugar, considero que hemos logrado un equilibrio efectivo entre diversos elementos clave. Uno de ellos ha sido la creación de una comunidad de clientes leales. Es gratificante observar cómo personas que nos han elegido durante veinte o treinta años continúan confiando en nosotros, especialmente durante los meses de invierno, un segmento predominantemente europeo y, aunque mayoritariamente inglés, no exclusivamente.

Además, hemos dedicado un esfuerzo considerable al cuidado y la mejora de nuestros productos. Como comentábamos recientemente

con mi director financiero, en los últimos quince años hemos invertido alrededor de noventa millones de euros en nuestros activos. Significativamente, durante el periodo de la pandemia de COVID-19, realizamos una inversión importante, anticipando la oportunidad que ofrecían los hoteles cerrados para llevar a cabo reformas sin la habitual preocupación por la pérdida de ingresos. Esta decisión, tomada a pesar de la incertidumbre del momento, resultó ser muy beneficiosa durante la posterior recuperación.

Creo que la combinación de este esmero en mantener nuestros activos en óptimas condiciones, los cuarenta años de prestigio y consistencia en nuestra forma de operar, un equipo experimentado y altamente comprometido que nos ha acompañado durante un periodo extenso ofreciendo un servicio constante, y una genuina orientación al cliente, situándolo en el centro de nuestra actividad, son los pilares que nos permiten mantener una plena relevancia en los mercados de origen.

**Además de la constante reinversión en sus activos, Spring Hoteles mantiene un firme compromiso con la reinversión. Incluso en sus establecimientos ya operativos, la compañía ha implementado una estrategia de mejora continua de sus servicios. Un ejemplo de ello es el concepto 'UP' presente en varios de sus hoteles, que ilustra su filosofía de no detenerse en la evolución. La reinversión constante dentro de la compañía es crucial para evitar la obsolescencia de su oferta y para seguir atrayendo a nuevos segmentos de público que quizás aún no han alcanzado.**

Como comentaba, la inversión hotelera se erige como un mecanismo claro para la fidelización y la atracción de clientes. La compañía mantiene una estrategia comercial que no se limita a la venta, sino que también prioriza la escucha activa

de las tendencias y las preferencias de los clientes a través del *social listening*. A partir de esta información, se analizan los intereses emergentes y se busca adaptar la oferta para que encaje perfectamente con dichas demandas.

En este sentido, Spring Hoteles busca constantemente identificar oportunidades y utiliza la inversión como una herramienta para comunicar a sus clientes la implementación de novedades. Las terrazas son un ejemplo ilustrativo: aprovechando las vistas panorámicas que ofrecen las azoteas de los hoteles, se crearon espacios *premium* del litoral que han tenido una gran acogida y se han convertido en un elemento fundamental de su servicio. De manera similar, los bufés se renuevan continuamente, identificando rincones que, año tras año, se transforman para ofrecer nuevas experiencias. Esta estrategia de inversión efectiva y eficiente ha permitido a la compañía mantener una conversación de calidad y relevancia con sus clientes.

**También comentábamos, Miguel, que la oferta de Spring Hoteles no se limita a un único concepto de hotel. Con el objetivo de alcanzar a diversos segmentos de público, la última incorporación, por ejemplo, representa un establecimiento que podría dirigirse a un segmento diferente, incluso a un público más familiar y joven. Esto evidencia la existencia de una variedad de productos dentro de la cadena, diseñada para satisfacer las distintas necesidades de los viajeros.**

Ciertamente, el concepto tradicional de 'sol y playa' como único argumento de venta ha perdido gran parte de su fuerza. Cada vez más, el cliente busca productos que resuenen con su idiosincrasia, su personalidad y su particular forma de entender el ocio. En este sentido, y a pesar de la considerable capacidad de inventario de nuestros hoteles, hemos optado por desarrollar dentro de ellos productos más segmentados, con narrativas más específicas y concretas. Esta estrategia nos permite, a través de diferentes 'storytelling', cubrir nichos de diez o quince habitaciones, diversificando nuestra oferta.

Así, bajo el paraguas del 'sol y playa', que sigue siendo fundamental por las condiciones climatológicas privilegiadas de nuestros inviernos, hemos explorado otros intereses. Hemos identificado que el deporte es un factor decisivo para muchos viajeros, por lo que analizamos cómo cada uno de nuestros hoteles puede alinearse con diferentes disciplinas deportivas. De igual forma, hemos segmentado a nuestro público en 'clústeres' como familias, parejas o viajeros individuales, identificando sus intereses específicos, ya sea la gastronomía, el ocio dentro o fuera del hotel, el



mar, las compras, etc. Utilizamos todos estos mensajes para captar audiencias que buscan un argumento prioritario para visitar el destino.

En el caso concreto del deporte, hemos identificado un potencial significativo. El Hotel Bitácora, por ejemplo, responde a varios de estos clústeres: familias que buscan ocio dentro del hotel (parque acuático, parque seco), surfistas, huéspedes que desean disfrutar del hotel (con terrazas panorámicas), y aquellos interesados en la gastronomía del destino (gracias a nuestra ubicación céntrica en Playa de las Américas).

De esta manera, el Hotel Bitácora ha desarrollado, entre otras palancas, un producto centrado en el surf y el deporte para familias, facilitando la práctica de esta disciplina tanto en familia como individual-



mente. En línea con esta estrategia, tenemos previsto desarrollar un proyecto en una parcela adyacente para la creación de una ola artificial, con el objetivo de complementar nuestra oferta actual y la proximidad a las condiciones naturales que el litoral de Playa de las Américas ofrece a los surfistas.

**Todo lo que me comenta me lleva a establecer una conexión con un tema recurrente en nuestras conversaciones a lo largo de los años, tanto en entrevistas como en otros foros: la innovación y la tecnología en el sector hotelero. Su enfoque siempre ha estado muy ligado a estos aspectos y recuerdo sus intervenciones destacando constantemente los avances en innovación y tecnología.**

La tecnología se concibe como un facilitador clave, un medio que puede mejorar, optimizar y profesionalizar la interacción con el cliente, permitiéndole sentirse cómodo en aquellos ámbitos donde la tecnología puede aportar valor. Nuestra estrategia se centra en dedicar el capital humano a aquellas tareas donde su valor añadido es intrínseco, en contraposición a aquellas interacciones procedimentales, constantes y repetitivas, donde la intervención humana no aporta un valor diferencial significativo.

En este proceso de contacto con el cliente, nuestro objetivo es identificar las etapas donde la implementación de tecnología puede añadir valor real y ser percibida como tal por el cliente, ofreciendo mayor comodidad y eficiencia. A partir de

esta identificación, buscamos innovar en la experiencia del cliente.

Consideramos que la tecnología puede actuar como un catalizador muy importante, especialmente en la industria turística, un sector que hasta hace poco podría considerarse relativamente tradicional, fundamentado en la interacción humana como elemento central de su producto o servicio. Sin embargo, estamos observando y anticipamos una revolución tecnológica en el corto y medio plazo, donde la tecnología desempeñará un papel cada vez más relevante.

En Spring Hoteles, hemos procurado mantener una ventaja competitiva explorando continuamente dónde y cómo la tecnología puede integrarse para generar una mayor calidad en la comunicación con nuestros clientes.

**Indudablemente, es imprescindible abordar un debate ya existente y de gran relevancia cuando hablamos de turismo en las Islas Canarias y, específicamente, en Tenerife: ¿debemos priorizar una mayor calidad, una mayor cantidad de visitantes, o buscar un punto intermedio entre ambas?**

Es cierto que la dicotomía entre cantidad y calidad en ocasiones parece inherente, aunque no siempre sea una verdad absoluta. La diversidad de la oferta alojativa en Tenerife, que abarca desde establecimientos de tres y cuatro estrellas hasta apartamentos de diferentes categorías, responde a la realidad de que los mercados emisores presentan una variedad de perfiles con distintos niveles de poder adquisitivo. No debemos obviar que Tenerife, y Canarias en general, han alcanzado un notable éxito turístico precisamente por su capacidad para generar diversos tipos de productos. La capacidad alojativa de Tenerife es considerable, y ha crecido exponencialmente con el auge del alquiler vacacional.

En este contexto, resulta una falacia pretender enfocarse exclusivamente en un cliente de alto poder adquisitivo, ya que este representa un porcentaje limitado de la capacidad total. Si bien es positivo y deseable el crecimiento de este segmento, es crucial considerar qué sucede con el resto de la oferta hotelera. Por ello, considero que la estrategia debe centrarse en ofrecer productos de gran calidad en todas las categorías y para todos los niveles de poder adquisitivo: un producto de alta calidad en un hotel de tres estrellas, al igual que en uno de cuatro o cinco.

Es necesario continuar trabajando en esta línea, buscando atraer a un cliente con un poder adquisitivo ligeramente superior, ya que históricamente nuestro público mayoritario ha sido de clase media-baja, de lo cual debemos sentirnos orgullosos. El factor precio sigue siendo fundamental, y explica

en gran medida la afluencia de turistas de mercados como el británico, cuya libra esterlina les permite disfrutar de una estancia asequible en comparación con el coste de vida en sus lugares de origen. Este ha sido un factor clave en el éxito de nuestra estrategia.

En definitiva, dada la amplia oferta de camas, debemos dirigirnos a todos los mercados, los cuales presentan diferentes niveles de poder adquisitivo. Nuestra responsabilidad es estar a la altura, creando productos de calidad adaptados a las necesidades y posibilidades de cada uno de ellos.

**Centrándome en la perspectiva empresarial, es innegable que el contexto socioeconómico actual presenta desafíos, quizás no solo en términos de complejidad, sino también en relación con la carga fiscal y los cambios normativos que a menudo preocupan al empresariado. En este sentido, me gustaría conocer su visión sobre si el entorno económico y los cambios que estamos experimentando favorecen el desarrollo continuo de empresas consolidadas como la suya, o si, por el contrario, existen elementos que generan cierta cautela o alerta ante las circunstancias actuales.**

Es común escuchar entre el empresariado las preocupaciones relativas a la fiscalidad y el incremento de los costes salariales. Sin embargo, siendo sincero, considero que en el sector turístico todos deberíamos reconocer la trascendencia de la actividad turística para la economía y el empleo. En este sentido, creo firmemente en la necesidad de proteger y fortalecer la industria turística como principal motor de generación de trabajo.

Es cierto que, en el contexto actual del coste de vida, los salarios en el sector pueden percibirse como insuficientes. No obstante, considero importante señalar que esta situación no es inherente a la actividad empresarial turística, sino que se ha visto exacerbada por factores externos, como la proliferación de plazas alojativas en el sector del alquiler vacacional. Esto ha generado una canibalización del parque de vivienda residencial, afectando directamente a nuestros trabajadores, quienes se han visto obligados a desplazarse, afrontando mayores gastos de transporte y, paradójicamente, encontrando un coste de vida más elevado en zonas antes consideradas periféricas.

A pesar de ello, y aunque hemos implementado incrementos salariales a través de la negociación colectiva, somos conscientes de que el poder adquisitivo de nuestros empleados sigue siendo un desafío. Estamos dispuestos a abordar esta cuestión, pero es fundamental que todos los actores involucrados asuman su responsabilidad.

En este sentido, la administración tiene un papel crucial en el desarrollo de vivienda pública en Canarias, algo que históricamente no se ha priorizado, permitiendo la turistificación del parque residencial en contra de las directrices de los planes generales de ordenación. Es necesario que se tomen medidas al respecto. Por nuestra parte, exploraremos todas las vías posibles para mejorar la situación de nuestros empleados.

**“Creo firmemente en la necesidad de proteger y fortalecer la industria turística como principal motor de generación de empleo”**

La competitividad en precios es una preocupación constante para el empresariado. Si bien cualquier incremento en los costes operativos genera cautela, creo que existe margen para una estrategia basada en el aumento de tarifas a través de la aportación de valor añadido. Esto, considero, es compatible con la necesidad de ofrecer salarios dignos y, al mismo tiempo, garantizar una rentabilidad justa para los propietarios que han invertido en el sector.

El foco principal debe ser blindar el turismo, dada su probada importancia para la economía y la sociedad canaria, especialmente tras la experiencia de la pandemia. Partiendo de esta estabilidad, podemos explorar otras oportunidades para el desarrollo de Canarias, como el impulso de la tecnología aplicada al turismo, aprovechando nuestro régimen fiscal favorable, y la creación de spin-offs en industrias alternativas que puedan ofrecer salarios más competitivos. En Spring Hoteles, estamos ya explorando esta vía, invirtiendo en la contratación de perfiles tecnológicos para mejorar la experiencia digital del cliente, lo que conlleva la incorporación de profesionales con una mayor cualificación y, por ende, mejores salarios. Esta es una posible dirección para el futuro del sector.

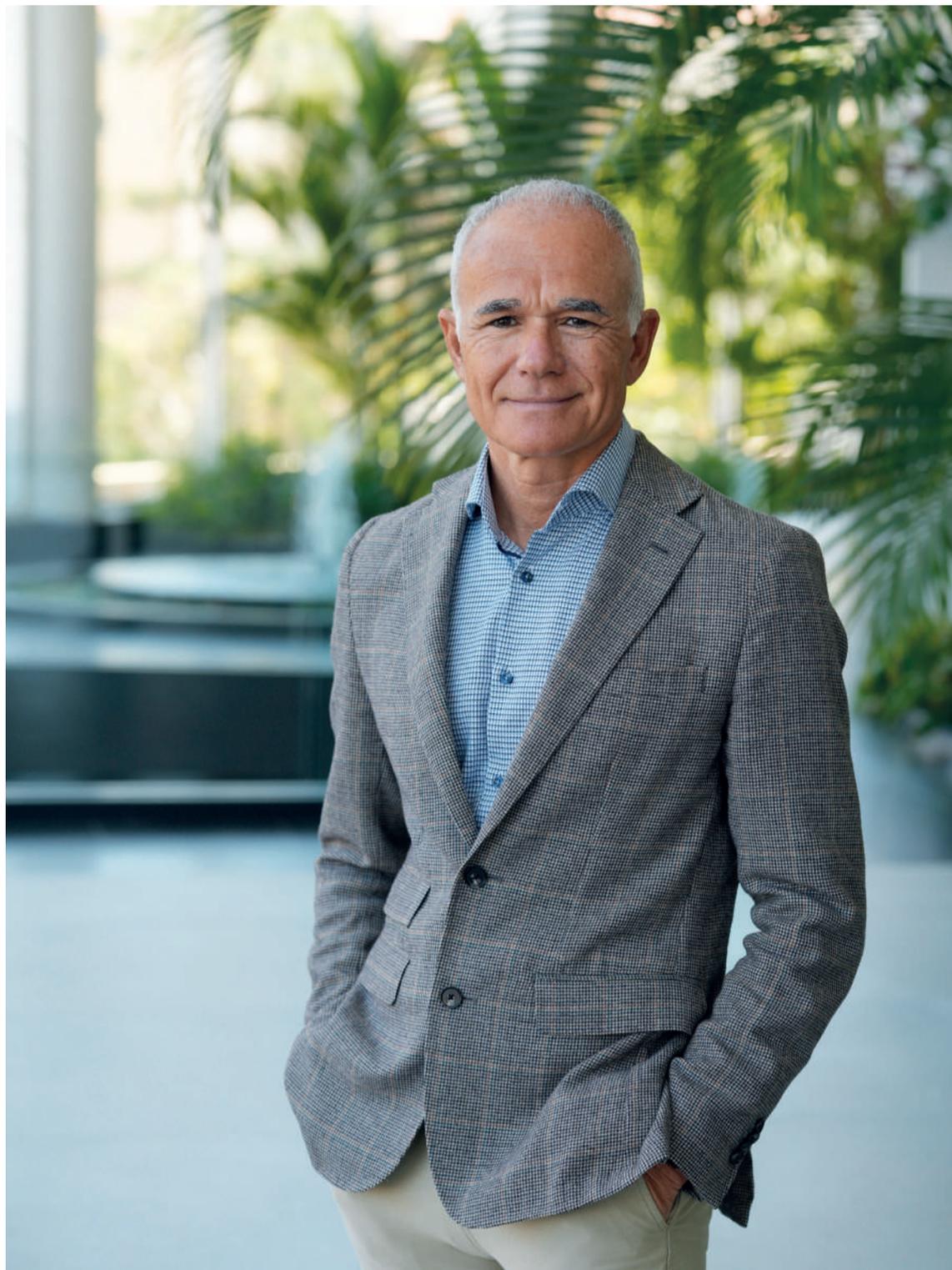
**Debo preguntarle por el proyecto de El Mojon, del cual recuerdo que conversamos hace años. ¿Mantenemos la esperanza en su desarrollo? ¿Podría ofrecernos una actualización sobre su estado actual?**

Considero que podríamos afirmar que estamos asistiendo al principio del fin, parafraseando a Churchill. La principal virtud de lo que hemos logrado en los últimos dos o tres años reside en el marco de actuación establecido por el convenio que suscribimos con el Ayuntamiento de Arona. Este acuerdo generó un lenguaje jurídico preciso, definiendo claramente los derechos y obligaciones de ambas partes. Hemos avanzado por este camino, donde cada entidad ha cumplido con su parte, y ahora podemos observar cómo la hoja de ruta que identificamos y trazamos se ha ido materializando. Nos encontramos, de hecho, en los últimos detalles para poder anunciar, durante este mismo año, que la recepción del proyecto de El Mojón es una realidad.

A partir de este hito, se podrán obtener las licencias necesarias para desarrollar lo que constituirá el factor diferencial del municipio de Arona a la hora de competir a nivel turístico en el futuro. Tenemos ante nosotros la oportunidad de crear una ciudad turística espectacular, con una arquitectura integrada y una clara apuesta por las zonas comunes. Creo que este proyecto marcará un antes y un después para el municipio de Arona, el sur de Tenerife y Tenerife en general. Además, generará una cifra considerable de empleo, estimada en tres mil a cuatro mil puestos de trabajo, lo cual es significativo y permitirá que Arona se consolide como una potencia turística a nivel mundial.

**Dos últimas preguntas, Miguel. La palabra sostenibilidad ha cobrado una relevancia creciente en los últimos años, intensificándose especialmente tras la pandemia. En el contexto de una compañía hotelera con múltiples establecimientos como la suya, ¿cómo se aborda e implementa la sostenibilidad en la operativa diaria y en la estrategia a largo plazo?**

Desde mi perspectiva, la sostenibilidad se aborda en dos vertientes principales. En primer lugar, la sostenibilidad social, que a menudo se confunde con la meramente medioambiental. En este ámbito, nuestra preocupación se centra en cómo podemos asegurar la viabilidad futura de nuestra compañía y el bienestar de nuestros empleados. Un ejemplo reciente es la inversión que hemos realizado en vivienda para ofrecer a nuestros trabajadores, anticipándonos a posibles problemas de falta de personal como los experimentados en otras islas. Esta iniciativa, que quizás debería haber sido abordada por la administración, nos permitirá tener cierta tranquilidad en el futuro. Asimismo, buscamos invertir en innovación y programación para atraer talento más cualificado, lo que contribuye a mejorar el ecosistema social al generar empleos



con mayor poder adquisitivo. En este sentido, nuestra política salarial se sitúa significativamente por encima del convenio colectivo, en un veinticinco por ciento de media, y hasta un cuarenta por ciento en algunas posiciones.

En segundo lugar, abordamos la sostenibilidad medioambiental con la conciencia de que, si bien los hoteles no son intrínsecamente grandes contaminantes, debemos minimizar nuestra huella ecológica y fomentar la economía circular. Participamos en diversos proyectos, como los de compostaje de residuos orgánicos implementados en el municipio de Adeje, controlamos exhaustivamente las mermas en nuestros buffets y estamos adaptando nuestras fórmulas gastronómicas para reducirlas. Internamente, promovemos políticas de *compliance* y prestamos especial atención a la igualdad, con ejemplos concretos como la paridad en puestos de dirección hotelera.

También nos preocupa el impacto del transporte. Dado que gestionamos directamente una parte importante de nuestras reservas, hemos optimizado el traslado de nuestros clientes desde los aeropuertos. En lugar de utilizar múltiples taxis individuales, hemos llegado a acuerdos con empresas de transporte para fletar guaguas, lo que reduce significativamente el número de vehículos en circulación.

Además, estamos implementando medidas para reducir el uso de plásticos y optimizar el consumo de agua, junto con políticas de reciclaje. Todas estas acciones, aunque puedan parecer pequeños detalles individualmente, tienen un impacto significativo en su conjunto. Contamos con una persona dedicada específicamente a la sostenibilidad, cuyo foco se centra en estos asuntos, buscando implementar iniciativas que, en su agregación, generen un impacto positivo considerable.

**Finalmente, Miguel, y siguiendo el principio de 'actúa pequeño, piensa en grande', no podemos concluir esta entrevista sin abordar los proyectos que Spring Hoteles tiene en el horizonte. Me gustaría conocer cuáles son sus planes a corto plazo y, aunque la visión a largo plazo pueda generar cierta incertidumbre, también sería interesante explorar hacia dónde se dirige la compañía en el futuro.**

Nuestra visión estratégica pasa por un crecimiento continuo en Canarias, y particularmente en Tenerife. Consideramos que expandir nuestra presencia en Tenerife tiene un sentido estratégico significativo, ya que nos permite ejercer una mayor influencia sobre los canales de distribución y comunicar una historia más auténtica y singular. De hecho, uno de nuestros lemas es 'Tenerife en el corazón', lo que refleja esta profunda conexión y

el propósito trascendente que guía nuestra actividad: construir una industria turística fuerte en Tenerife que contribuya a un futuro mejor para la isla.

En cuanto a nuestros planes de expansión, contamos con más de cien mil metros cuadrados de suelo que nos permitirían desarrollar cuatro establecimientos adicionales de diversas categorías: apartamentos turísticos, hoteles de cuatro y cinco estrellas. No descartamos, en un futuro, fortalecer nuestra presencia en Tenerife a través de alguna adquisición estratégica, para lo cual contamos con capacidad.

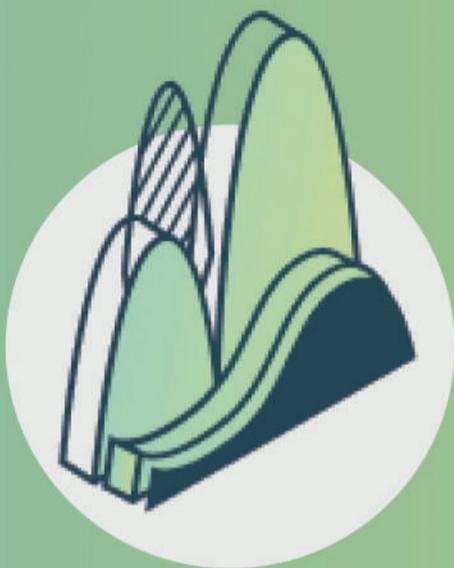
**“Nuestra preocupación se centra en cómo podemos asegurar la viabilidad futura de nuestra compañía y el bienestar de nuestros empleados”**

Una vez consolidada nuestra posición en Tenerife, la lógica empresarial nos inclinaría a explorar oportunidades fuera de la isla, diversificando así nuestra presencia geográfica para mitigar posibles riesgos asociados a un único destino. En este sentido, el sur de España y su costa nos resultan muy atractivos, siendo una zona en auge y con una menor estacionalidad, influenciada también por el cambio climático.

A largo plazo, no descartamos la posibilidad de cruzar el Atlántico, siguiendo la trayectoria de otras compañías y buscando una diversificación global. Aspiramos, en última instancia, a convertirnos en una cadena con presencia a nivel mundial.

**Miguel, me llevo muchos aspectos valiosos de esta conversación, pero destacaría especialmente esa estrategia de especialización dirigida a distintos perfiles de turistas, incluso dentro de un mismo establecimiento, y la visión de la tecnología como un facilitador clave para enriquecer la experiencia del cliente. Asimismo, anticipo con interés los numerosos proyectos que están por venir. Espero que en nuestra próxima entrevista pueda compartir conmigo avances concretos e incluso alguna construcción en curso.**

# La aplicación que ayuda a las empresas canarias a reducir su huella de carbono



**Empieza a medir ya**

[sostenibilidad.canariasdestino.com](https://sostenibilidad.canariasdestino.com)





# Mariano Zapata: “Nuestra hoja de ruta de centra en seguridad del suministro, descarbonización del sistema y participación ciudadana”



## ENTREVISTA

**MARIANO ZAPATA**  
CONSEJERO DE TRANSICIÓN  
ECOLÓGICA DEL GOBIERNO  
DE CANARIAS

**En un momento crucial para el archipiélago, donde la emergencia energética y la búsqueda de soluciones sostenibles ocupan el centro del debate público, usted se encuentra al frente de iniciativas clave para asegurar el futuro**

**energético de las islas. La activación de los ocho primeros proyectos dentro de la emergencia energética ha generado gran expectación. Para comenzar, ¿podría detallarnos cuáles son específicamente estos ocho proyectos que se han priorizado y en qué islas de nuestro archipiélago se van a implementar?**

Desde que se declaró la emergencia energética en Canarias en octubre de 2023, hemos actuado con la urgencia que la situación exigía para garantizar el suministro eléctrico de forma segura. Fruto de ese esfuerzo, y en

tiempo récord, se han activado ocho proyectos prioritarios distribuidos en tres islas: Tenerife, Fuerteventura y Gran Canaria y en los que trabajan las empresas DISA y Sampol. Estos ocho proyectos representan un primer paso sin precedentes en España y decisivo que permitirá cubrir una importante parte del déficit energético existente y donde además, recientemente se ha aprobado una segunda fase con dos proyectos más para Gran Canaria, lo que nos permitirá cubrir el 90% del déficit actual de potencia.

**En la actualidad, ¿cuál es la situación energética de Canarias?**

La situación energética de Canarias atraviesa un momento de extraordinaria complejidad debido a la obsolescencia de buena parte de los grupos generadores y a la falta de renovación e inversión en infraestructuras esenciales durante los últimos años. Esta realidad ha derivado en un déficit de potencia que actualmente asciende a 268 MW, distribuidos entre Gran Canaria (138 MW), Tenerife (80 MW) y Fuerteventura (50 MW). Este déficit ha sido reiteradamente señalado por Red Eléctrica de España y, tras el cero energético registrado en La Gomera, decidimos declarar la emergencia energética en octubre de 2023. La gravedad de este escenario exigía una respuesta urgente y decidida, y por ello se han puesto en marcha medidas excepcionales que nos permiten reforzar la seguridad del suministro mientras avanzamos hacia soluciones estructurales de largo plazo, como el concurso de concurrencia competitiva que renovará y modernizará el parque generador canario. Además, trabajamos en diferentes acciones que aceleren la penetración de energías renovables en el territorio, que aún es escasa, con el objetivo de acercarnos a los hitos que nos marca el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC).

**Usted ha destacado que los proyectos comentados cubren aproximadamente el 50% del déficit actual. ¿Qué estrategias adicionales se están considerando para abordar el 40% restante?**

En efecto, los proyectos activados hasta el momento permiten cubrir cerca de ese porcentaje, no nos conformamos con esa cifra. Por ello, y fruto de ese trabajo, podemos anunciar con orgullo que ya el Miteco ha aprobado una segunda fase, específica para Gran Canaria que incorpora dos proyectos clave: una unidad flotante de generación, ) de 100 MW, y una instalación terrestre adicional de 20 MW similar a las ya aprobadas. Asimismo, hemos previsto una tercera fase con nuevas instalaciones, como una de 15 MW en Fuerteventura, para lo que ya estamos gestionando la autorización correspondiente con el Ministerio. A medio y largo plazo, la gran apuesta es el concurso de concurrencia competitiva que hemos conseguido activar tras más de una década de inacción. Este proceso aportará

971 MW adicionales al sistema eléctrico canario y representa la solución estructural que permitirá renovar definitivamente los grupos obsoletos, diversificar la generación y garantizar una mayor penetración de renovables.

**Se ha mencionado que estos proyectos se activarán únicamente en situaciones críticas para garantizar el suministro. Concretamente, ¿cuáles serían esas 'situaciones críticas' y cómo se determinará el momento exacto para la activación de estas infraestructuras? ¿Existirá algún protocolo o umbral específico?**

Efectivamente, los grupos activados dentro del concurso de emergencia están concebidos como una medida extraordinaria y de carácter temporal, destinados a operar únicamente en momentos críticos para la seguridad del suministro. Estas situaciones críticas serán identificadas por el operador del sistema, Red Eléctrica, y responderán a circunstancias como caídas de red, picos de demanda inesperados, fallos en otras infraestructuras clave o cualquier otra condi-





ción que pueda poner en riesgo la estabilidad del sistema.

**En el contexto de la emergencia, ¿se han identificado oportunidades para acelerar la implementación de soluciones innovadoras en el ámbito energético, como el almacenamiento a gran escala?**

Sí, sin duda. La situación de emergencia ha actuado como catalizador para explorar e implementar soluciones tecnológicas innovadoras que, en condiciones normales, habrían requerido más tiempo. Hemos identificado oportunidades en varios frentes. De esta forma, se están desarrollando estrategias de almacenamiento energético a gran escala en islas como Gran Canaria con el Salto de Chira, que va a permitir cubrir el 36% de la punta máxima de demanda total de Gran Canaria. Además, desde la Consejería también trabajamos en el desarrollo de almacenamiento energético a gran escala en aquellas islas que aún no cuentan con estas infraestructuras y tienen posibilidades de albergarlas, como Tenerife y La Palma.

“La situación energética de Canarias atraviesa un momento de extraordinaria complejidad debido a la obsolescencia de buena parte de los grupos generadores y a la falta de renovación e inversión en infraestructuras esenciales”

**Por su parte, la emergencia energética, ¿ha afectado o modificado la hoja de ruta del Gobierno canario en cuanto a la descarbonización y el cumplimiento de los objetivos de energías renovables para 2030? ¿Cómo se compatibilizan las medidas urgentes con la estrategia a largo plazo?**

La emergencia energética no solo no ha desviado nuestros objetivos de descarbonización, sino que ha reforzado la necesidad de acelerar la transición energética. Las medidas urgentes que hemos tomado son perfectamente compatibles con la estrategia a largo plazo y han sido diseñadas precisamente para ganar tiempo mientras se implementan soluciones definitivas. Así, el concurso de emergencia cubre temporalmente el déficit, pero ya trabajamos en paralelo en el despliegue del concurso de competencia competitiva, que renovará el parque generador con criterios de sostenibilidad. Además, hemos reformado la Ley de Cambio Climático y Transición Energética de Canarias, adaptándola para dar mayor seguridad jurídica y facilitar la implantación de energías renovables gracias a herramientas como las Zonas de Aceleración de Renovables o la participación local de un 20% en este tipo de proyectos. Por tanto, nuestras acciones responden a un equilibrio entre lo urgente y lo importante: garantizar el suministro hoy, para evitar apagones, pero sin perder de vista el horizonte de un modelo energético limpio y autosuficiente que nos marca el PNIEC. Sabemos que es un reto complejo, pero trabajamos para llegar a esos objetivos impulsando también retos de futuro clave como el despliegue de la eólica marina.

**En esta línea e incidiendo en la colaboración interinsular, la reunión con el consejero de Baleares subraya la importancia de la colaboración entre archipiélagos. ¿Qué aprendizajes específicos espera obtener Canarias de la experiencia de Baleares en la gestión de sistemas eléctricos insulares, y cómo se traducirán estos aprendizajes en políticas concretas para Canarias?**

La experiencia de Baleares en la gestión de sus sistemas eléctricos insulares nos ofrece un valioso referente del que podemos aprender. Compartimos desafíos comunes, como la fragmentación territorial, la dependencia energética, las dificultades logísticas o la limitación del territorio disponible. De esta colaboración esperamos obtener aprendizajes y crear una línea de trabajo colaborativo y continuado que permita que ambos archipiélagos avancemos más deprisa hacia la garantía de suministro y los objetivos de descarbonización que marca el Plan Integrado de Energía y Clima (PNIEC).

**Antes de concluir nuestra conversación, nos gustaría mirar hacia el futuro. ¿Podría resumirnos las principales líneas de trabajo que su Consejería seguirá impulsando en los próximos años para consolidar la seguridad energética de Canarias y avanzar hacia una transición energética efectiva y justa, más allá de estas medidas de emergencia? ¿Cuáles son los pilares fundamentales de su visión a largo plazo para el modelo energético del archipiélago?**

Nuestra hoja de ruta para los próximos años se apoya en tres grandes pilares: seguridad del suministro, descarbonización del sistema y participación ciudadana. En primer lugar, consolidaremos la seguridad energética a través de la puesta en marcha de los grupos

de emergencia, la ejecución del concurso de competencia competitiva y la mejora de las interconexiones entre islas, como la que ya se está construyendo entre La Gomera y Tenerife. En segundo lugar, seguiremos avanzando hacia un modelo descarbonizado, con más renovables, mayor almacenamiento y almacenamiento a gran escala y menos dependencia de combustibles fósiles. Y, en tercer lugar, apostamos por un modelo participativo, que permita a la ciudadanía y a las instituciones y organismos canarios formar parte activa de la transición a través de comunidades energéticas y proyectos con retorno social y económico local. Todo ello acompañado de una mejora de la planificación, la agilización de los procedimientos administrativos y el refuerzo de la red de transporte eléctrico. En definitiva, nuestro objetivo es dejar atrás un sistema vulnerable y centralizado, y construir un modelo moderno, flexible, limpio y justo.

“Se están desarrollando estrategias de almacenamiento energético a gran escala en islas como Gran Canaria con el Salto de Chira, que va a permitir cubrir el 36% de la punta máxima de demanda total de Gran Canaria”

**Finalmente, consejero, ¿cuál es su mensaje a la ciudadanía canaria con respecto a esta situación de emergencia energética y los esfuerzos que se están llevando a cabo para garantizar un suministro eléctrico seguro y sostenible?**

A la ciudadanía de Canarias quiero decirle que somos plenamente conscientes de la preocupación que genera la situación energética actual, y que desde el primer día hemos trabajado con responsabilidad, transparencia y determinación para hacerle frente. La declaración de emergencia fue una medida valiente, pero absolutamente necesaria para poner en marcha soluciones urgentes. Hoy, ya estamos ejecutando proyectos concretos que aumentan nuestra capacidad de generación, y hemos conseguido que el Estado se comprometa financieramente con medidas que no tienen precedentes en España. Al mismo tiempo, seguimos impulsando la transición energética, porque no basta con asegurar el suministro, hay que hacerlo con sostenibilidad y justicia. Les pedimos confianza, porque estamos haciendo todo lo que está en nuestra mano para que Canarias deje atrás un modelo energético frágil y entre de lleno en una nueva etapa: más segura, más limpia y más participativa. Este es un compromiso firme con el presente, pero sobre todo con las futuras generaciones.





# Blanca Pérez: “El eje en el que debe vertebrarse el futuro de esta isla pasa por la búsqueda de la sostenibilidad en lo ambiental, económico y social”

## ENTREVISTA

BLANCA PÉREZ

CONSEJERA DE MEDIO NATURAL  
DEL CABIDO DE TENERIFE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**Teniendo en cuenta la singularidad del ecosistema insular de Tenerife y los desafíos ambientales específicos que enfrenta, ¿podría describir la estrategia principal del Cabildo en materia de medio ambiente para los próximos cinco años? ¿Cuáles son los objetivos prioritarios y cómo se miden los avances hacia ellos?**

Desde el Cabildo estamos trabajando intensamente para hacer compatible el desarrollo económico vinculado al turismo y al disfrute de los millones de personas que nos visitan y de la población local con la conservación de su biodiversidad y de sus paisajes, eso no es fácil -como sabemos- en un contexto mundial de expansión turística, de masificación de muchos espacios naturales del planeta que atraen a tanta gente. Por tanto, en el futuro inmediato debemos asumir el reto de ordenar esos flujos, regulándolos, limitándolos cuando suponga un daño al ecosistema y por qué no, repercutiendo en el visitante una parte del coste de los servicios que se están prestando, que no son pocos.

**La coordinación entre diferentes administraciones (local, regional, estatal) es crucial para una gestión ambiental eficaz. ¿Cómo se articula la colaboración del Cabildo con otros organismos en temas clave como la protección de espacios naturales, la lucha contra el cambio climático o la gestión de residuos? ¿Podría destacar algún ejemplo concreto de colaboración exitosa?**

Un claro ejemplo de esta colaboración entre las instituciones es la coordinación de vigilancia y control de los espacios naturales más saturados que lideramos el pasado año para poder hacer frente a los problemas de masificación de determinados espacios naturales, como son el Teide, Anaga o Tenorio. Por primera vez, nos sentamos todas las administraciones para intentar hacer frente a esta nueva problemática que afectaba también a la conservación de estos espacios, para ello se estableció un protocolo de colaboración con la Guardia civil, Policía Canaria y las respectivas policías locales y nuestros agentes de medio ambiente, para que hubiera presencia en todo momento de agentes de la autoridad que pudieran ordenar estas aglomeraciones.

Estamos apostando por una mejor gestión del tratamiento del residuo convirtiéndolo en un valor y no en un desecho, apostando por



políticas de reciclaje y reutilización. Solo en inversión estamos hablando de 55 millones de euros, que entre otras cosas nos pone a la vanguardia de la gestión de residuos con una nueva planta de tratamiento de lixiviados, hablamos también de la ampliación de la planta de clasificación de residuos, el aumento de puntos limpios o la generación energética en el Complejo Ambiental, entre otros.

En materia de Aguas, la declaración de Emergencia Hídrica nos ha permitido alcanzar hitos para garantizar el suministro de agua a las personas y al campo después de más de 200 semanas de sequía extrema que hemos experimentado. La presidenta Rosa Dávila ha tomado medidas y desde el minuto uno hemos sacado adelante importantes infraestructuras y proyectos por valor de 270 millones de euros, una ficha financiera sin precedentes para acometer los déficits y alcanzar, por ejemplo, el vertido ‘0’ e ir de la mano del binomio Agua-Energía.

**Tenerife alberga una riqueza de biodiversidad única, incluyendo especies endémicas y ecosistemas valiosos. ¿Cuáles son los principales retos para la conservación de esta biodiversidad en la isla? ¿Qué medidas concretas está implementando el Cabildo para proteger especies amenazadas y sus hábitats, incluyendo la gestión de la Red Natura 2000?**



La lucha contra las especies exóticas invasoras, en el caso de flora, invertimos al año más de 1.100.000 euros, que se refuerza con otros encargos específicos destinados a erradicar especies como la Cortaderia o plumón de la pampa. Lo mismo podríamos decir del control de la fauna exótica, con el control del ganado asilvestrado y otras especies que causan un daño más que importante en nuestra biodiversidad, en especial en los Parques Rurales de Anaga y Tenorio. Asimismo, estamos empeñados en la conformación de corredores ecológicos que permita la conexión entre todos los espacios de la Red Natura 2000.

De la misma manera, tenemos el mayor dispositivo contra incendios de la historia, que presentamos recientemente en La Guancha. Más de 1.000 efectivos en la lucha contra incendios, con nuevas estrategias y elementos disuasorios. Y ojo, de forma paralela, y es muy importante, el Plan de Medianías para ponerlas en valor y que se conviertan en un escudo para garantizar personas y bienes, entre otras medidas encaminadas a la recuperación, la reforestación y el apoyo al sector Primario.

**La transición hacia un modelo energético más sostenible es crucial. ¿Qué papel juega el Cabildo en el fomento de las energías renovables y la reducción de la dependencia de combustibles fósiles en la Isla?**

El Cabildo de Tenerife impulsa un modelo energético más sostenible, enfocado en las fuentes renovables y la autosuficiencia energética. Los objetivos clave son mitigar emisiones y garantizar el suministro, buscando también aumentar la eficiencia energética, potenciar las renovables y su almacenamiento, generar empleo, reducir costes y luchar contra la pobreza energética.

Con el apoyo de su Oficina de Transición Energética (OTE), el Cabildo facilita esta transición mediante acciones como la coordinación municipal y la atención para

el autoconsumo, con especial énfasis en las comunidades energéticas a través de una oficina específica financiada con fondos ‘Next Generation’.

La movilidad sostenible es crucial, ya que el transporte causa el 36% de las emisiones. Se está creando una red de 38 puntos de recarga para vehículos eléctricos (rápida y semi-rápida) en toda la Isla, con apoyo de fondos ‘Next Generation’, para suplir el déficit de infraestructura y crear una red insular segura, alimentada cada vez más por renovables.

Por otra parte, todas las áreas contribuyen, pero un gran ejemplo de estas políticas, por lo novedoso, es la apuesta decidida del área de Residuos para que el Complejo Ambiental de Tenerife sea autosuficiente es el que impulsa el área de Residuos que, en el Complejo Ambiental, que con sus nuevas infraestructuras puestas en marcha llegará a poner a disposición de la red insular energía renovable.

**¿Qué papel juega la innovación tecnológica y la investigación científica en la gestión ambiental del Cabildo de Tenerife?**

La Cátedra de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible que promovemos con la ULL es el principal vector que utilizamos para aprovechar las capacidades de nuestros científicos, mediante proyectos de investigación individuales. Resumiéndolo, la cátedra tiene por finalidad la de contribuir a la sostenibilidad desde la investigación, la innovación docente y la ambientalización curricular, así como desde la transferencia de conocimiento a las administraciones, las empresas y la sociedad, y dando a conocer la sostenibilidad y los modelos económicos y sociales que pueden contribuir a ella, siempre de forma acorde y sinérgica con las competencias y objetivos de las instituciones que la promueven: la ULL y el Cabildo. Sus líneas para este año coinciden con los ejes ambiental, económico y social, con unas preferencias basadas en incendios forestales y su recuperación, la gestión integral de residuos, el cambio climático y la energía, el binomio agua-energía y las costas y el medio marino.

Y un detalle importante, nuestro compromiso es total en la búsqueda de fórmulas para una mejor gestión ambiental y buena muestra de lo expuesto son los proyectos de investigación liderados por el área de Residuos, que invierte 12 millones de euros en I+D

**Mirando hacia el futuro, ¿cuáles considera que serán los principales desafíos ambientales para Tenerife en los próximos 10-20 años? ¿Qué estrategias a largo plazo está diseñando el Cabildo para asegurar la sostenibilidad ambiental de la isla para las futuras generaciones?**

El eje en el que debe vertebrarse el futuro de esta isla pasa por la búsqueda de la sostenibilidad en todos sus ejes, la ambiental, la económica y la social, al mismo nivel. Buscar la autosuficiencia en los recursos que necesitamos y son imprescindibles, el agua, la fuente de la vida, desalada o regenerada con energía que debe ser 100% renovable, bien del sol, del viento o geotérmica. El desarrollo económico debe adecuarse a nuestro territorio y a sus posibilidades. Luego está los proyectos de economía circular, ver que lo que denominamos basura comúnmente es realmente un valor y que necesita de un tratamiento para ser transformado y convertirlo en energía, por ejemplo, o reciclado en cualquiera de sus formas, o incluso dar a los objetos un segundo uso.



## ENTREVISTA

**LEANDRO MARTÍNEZ**  
CEO DE SALUD &  
CONFORT CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**Considerando el año que ha transcurrido, ¿cómo evalúan el desempeño de Salud y Confort Canarias en términos de crecimiento, satisfacción del cliente y consecución de sus objetivos?**

Este año, Salud & Confort Canarias ha priorizado la satisfacción y fidelización de sus clientes, asegurando el correcto funcionamiento de los equipos que utilizan.

Conscientes de la presión fiscal que dificulta el crecimiento de las pymes, hemos adoptado una estrategia comercial centrada en nuestros propios clientes y en la creación de sinergias con otras empresas para ofrecer apoyo y colaboración.

El desempeño ha sido moderado, ya que esta estrategia se enfoca en resultados a medio y largo plazo.

En este sentido, en lugar de perseguir activamente clientes, preferimos cultivar un entorno favorable para que se acerquen e informen de manera natural. Este enfoque requiere paciencia y tiempo.

**¿Cuáles han sido los mayores desafíos o aprendizajes para la empresa durante este último año en el mercado del tratamiento de agua en Canarias?**

En general, la sociedad aún muestra un escaso conocimiento sobre los beneficios y la cultura de los tratamientos de agua. Persiste la costumbre de priorizar el agua envasada, casi siempre en plástico, para satisfacer la necesidad vital de hidratación. Esta elección resulta perjudicial para la salud debido a la migración de aditivos y nanoplasticos del envase al agua, elementos que el organismo incorpora sin posibilidad de eliminación.

Además del impacto en la salud, esta práctica afecta al bolsillo. El agua potable del grifo, tratada adecuadamente, resulta significativamente más económica. Llenar 100 garrafas de 5 litros con agua de grifo apenas costaría unos 2 euros, incluso considerando el agua residual, cuyo desperdicio se ha reducido considerablemente gracias a equipos con membranas de ósmosis inversa de mayor capacidad.

Queda un importante trabajo de concienciación para que la población comprenda y asuma que la preferencia continua por el agua envasada representa una agresión insensible y perjudicial contra la naturaleza y el medio ambiente. El reciclaje en Canarias aún presenta deficiencias, y nuestro limitado territorio se encamina



**Leandro Martínez: “La sociedad aún muestra un escaso conocimiento sobre los beneficios y la cultura de los tratamientos de agua”**

a convertirse en un gran vertedero encubierto, desvirtuando su condición de paraíso natural.

**Su hoja de ruta se centra, como bien comentaba, en educar y concienciar a la población. ¿Estamos avanzando a buen ritmo en este sentido?**

Nuestra hoja de ruta sigue fundamentándose en dos pilares esenciales: la educación y la concienciación ciudadana. Para alcanzar este objetivo, exploramos formas de comunicación novedosas y disruptivas, como la música, que nos permitan acercarnos a la población, convertir a desconocidos en clientes satisfechos y fidelizar a los ya existentes. Complementamos esta estrategia con planes de compensación por referidos y la creación de sinergias con otras empresas, tal como mencioné anteriormente.

“En general, la sociedad aún muestra un escaso conocimiento sobre los beneficios y la cultura de los tratamientos de agua”

**¿Creen que existe una creciente receptividad por parte de la sociedad canaria hacia los mensajes de sostenibilidad y consumo responsable del agua?**

A pesar de la publicidad de las grandes multinacionales, que a menudo priorizan los beneficios económicos sobre el bienestar de las personas, confiamos en que la población tarde o temprano comprenderá que la compra continua de agua envasada es más un error, una insensatez y una aberración que una solución.

Es importante recordar que una parte significativa del agua embotellada tiene su origen en el grifo, y aquellas que no, a menudo contienen cloruros y otros químicos, además de haber estado en contacto prolongado con envases plásticos derivados del petróleo, con sus consiguientes aditivos tóxicos.

El agua es esencial para la vida, y aunque algunas personas prioricen el ahorro inmediato, la inflación y el aumento de los precios en el sector alimentario impulsarán a muchas familias a optar por tratamientos de agua domésticos para llegar a fin de mes, lo que supondrá un ahorro considerable a largo plazo.

Además, las personas con conciencia social y valores espirituales se sentirán satisfechas consigo mismas al no contribuir al deterioro del medio ambiente, del cual no somos dueños, sino huéspedes llamados a convivir en equilibrio.



## ENTREVISTA

**RICARDO RAMÍREZ**  
GERENTE DE AQUARE  
LOS REALEJOS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**Aquare ha estado operando desde 2004. ¿Cuáles considera que han sido los logros más significativos de la empresa en este tiempo en relación con la gestión del ciclo integral del agua en Los Realejos?**

En Los Realejos, la gestión del servicio de aguas se viene realizando de forma directa por esta empresa municipal desde su constitución en el año 2004. En este sentido, se trata de una empresa pública dependiente íntegramente del Ayuntamiento, que ejerce su gestión a través de este medio propio.

El principal logro alcanzado durante estos años, y de especial relevancia, radica en el control de los rendimientos hidráulicos. Esto implica la optimización y la identificación de las pérdidas de agua que históricamente afectaban al suministro, implementando un control y una gestión eficientes del recurso, especialmente significativo dada la grave problemática insular de emergencia hídrica que afecta a la isla de Tenerife.

En relación con las particularidades del servicio en el municipio de Los Realejos, cabe destacar la complejidad inherente no solo a la propia demarcación, sino también

a la insularidad, la orografía del terreno y la considerable extensión del municipio, que supera los 57 kilómetros cuadrados.

Actualmente, se suministra a más de 18.000, aproximadamente 19.000, contadores, lo que implica el mantenimiento y control de una extensa red de distribución de alrededor de 275 kilómetros de canalizaciones. Por consiguiente, la obtención y gestión del agua no constituye una tarea sencilla, sino un proceso complejo y de carácter continuo.

**La detección y la reparación de fugas de agua es una de vuestras acciones estrella. ¿Qué tipo de tecnología utilizan para ello?**

Efectivamente, nuestra labor diaria se centra principalmente en la detección de fugas, lo que implica un conjunto de acciones coordinadas.

Por un lado, se realiza una búsqueda continua de fugas, labor que desempeña principalmente un equipo nocturno. Este equipo utiliza geófonos electrónicos para detectar el flujo y el ruido de la circulación del agua en el subsuelo, lo que permite identificar posibles puntos de pérdida. Esta tarea se lleva a cabo mayoritariamente en horario nocturno, aunque no exclusivamente, debido a que cualquier ruido o interferencia sonora podría generar distorsiones y complicaciones en la detección.

Esto se complementa con un trabajo que se viene desarrollando desde el inicio de la gestión y que se ha intensificado recientemente: la sectorización. Mediante esta es-

# Ricardo Ramírez: “Nuestros objetivos prioritarios son la mejora continua de los rendimientos hidráulicos y el desarrollo del saneamiento”



trategia, controlamos diariamente las entradas y salidas de agua en la red, lo que nos permite identificar posibles áreas problemáticas.

De este modo, el análisis diario de datos, junto con la búsqueda de fugas mediante geófonos, nos permite focalizar la actuación en las zonas con mayor probabilidad de presentar pérdidas.

**En la misma línea, ¿cuáles han sido los resultados concretos obtenidos en términos de reducción de pérdidas de agua?**

Es motivo de orgullo, aunque no de satisfacción plena dado el margen de mejora continua, los resultados obtenidos. Para ilustrar la magnitud del avance, al constituirse la empresa en 2004, la facturación anual de agua reflejaba un consumo municipal superior a los 5 millones de metros cúbicos. En contraste, al cierre del ejercicio 2024, esta cifra se situó en 3.065.000 metros cúbicos, lo que evidencia una reducción considerable en la compra de agua.

Este descenso significativo pone de manifiesto la magnitud de las fugas existentes en el pasado, donde se adquiriría más del doble del agua que finalmente era facturada a los consumidores.

**Imagino que otro de vuestros objetivos garantizar la calidad del agua suministrada a los ciudadanos de Los Realejos. ¿Qué controles y análisis se realizan de forma regular para este fin?**

Es preciso señalar que estas actuaciones no responden a una mera elección, sino a una obligación legal de estricto cumplimiento. Nuestra gestión se fundamenta en el Real Decreto 3/2023 vigente, el cual detalla exhaustivamente los

controles analíticos que debemos realizar a lo largo del año en diversas zonas, sectores, depósitos y redes.

Esto implica un control diario y permanente por parte de nuestro personal, que supervisa parámetros como la turbidez y el olor. Adicionalmente, llevamos a cabo un control analítico mediante la contratación externa de laboratorios acreditados por el Gobierno de Canarias. Estos laboratorios ejecutan los análisis especificados en el Real Decreto mencionado.

La totalidad de estos datos constata que el agua que suministramos a la población es apta para el consumo. Históricamente, ha mantenido una calidad muy buena y, en la actualidad, no se registra ningún incumplimiento ni limitación de suministro para grupos de edad específicos, situación que lamentablemente se da en otras áreas o sistemas de abastecimiento. Es importante destacar que estos datos son públicos y accesibles a través del Sistema de Información Nacional de Agua de Consumo (SINAC).

**Más allá de la detección de fugas de las que hemos hablado, ¿qué otros aspectos considera Aquare prioritarios en el mantenimiento y la mejora de la red de abastecimiento y alcantarillado?**

Esta es una labor continua e incesante que requiere una planificación estratégica. Nuestra gestión se fundamenta en una planificación plurianual que prioriza la renovación constante de las redes, tarea fundamental para la detección de fugas y la mejora del rendimiento hidráulico. Asimismo, el control de las presiones resulta crucial para garantizar la durabilidad y la calidad de las redes, asegurando un

suministro óptimo para todos los vecinos.

No obstante, es imprescindible seguir avanzando tecnológicamente, lo que implica continuar con la sectorización de la red para maximizar la eficiencia del servicio, minimizar las incidencias y reducir las molestias a los ciudadanos. En la actualidad, una prioridad fundamental a nivel insular y regional es el desarrollo del saneamiento. Debemos progresar en la puesta en marcha de las redes correspondientes.

Existen normativas y directrices europeas que aún no se cumplen plenamente en Canarias y en España, por lo que es necesario abordar esta cuestión con determinación. Esto implica continuar con la instalación de redes de saneamiento, como se está haciendo actualmente, e instar a los ciudadanos a que realicen las conexiones pertinentes. A pesar de la existencia de redes instaladas en numerosas vías municipales, aún no se efectúan las conexiones particulares, responsabilidad de los vecinos, quienes deben conectarse a dichas redes para evitar el vertido de aguas al subsuelo, práctica que resulta perjudicial para el medio ambiente.

**Si tuviera que destacar una visión de futuro para Aquare en los próximos 5-10 años, ¿cuál sería su principal objetivo o aspiración en relación con los servicios que prestan al municipio de Los Realejos?**

Tal como mencioné anteriormente, nuestros objetivos prioritarios son la mejora continua de los rendimientos hidráulicos y el desarrollo del saneamiento.

En un horizonte de cinco años, debemos lograr un incremento significativo en el número de acometidas a la red de saneamiento y, fundamentalmente, la modernización integral del sistema mediante la implementación de la telegestión. Aspiramos a conseguir una telegestión completa del ciclo integral del agua, lo cual nos permitiría actuar con mayor eficacia, diligencia y rapidez ante cualquier incidencia detectada, optimizando así el rendimiento general del servicio.



## ENTREVISTA

**JESÚS REY**  
DIRECTOR TÉCNICO Y  
COMERCIAL DE EMALSA

## Jesús Rey: “Nuestra apuesta por la eficiencia energética y las energías verdes es continua y total”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**Para comenzar, ¿podría describir brevemente el papel fundamental que desempeña EMALSA en la gestión del ciclo integral del agua para Las Palmas de Gran Canaria? ¿Cuál diría que es la principal contribución de la empresa a la calidad de vida de los ciudadanos y al desarrollo sostenible del municipio?**

EMALSA es una empresa de colaboración público-privada, integrada por el Ayuntamiento de las Palmas de Gran Canaria, la empresa Nuinsa y el Grupo SAUR, que presta servicios de desalación de agua de mar, distribución y abastecimiento de agua potable, saneamiento, depuración de aguas residuales y reutilización de dichas aguas depuradas, tanto en la capital grancanaria como en Santa Brígida y el Puerto de La Luz.

La entidad garantiza el suministro de agua potable en cantidad y calidad desde hace ya 41 años en un territorio en el que ésta escasea de manera natural. La desalación ha permitido dejar atrás los tiempos de escasez y convertir Las Palmas en la novena ciudad de España por población y uno de los principales focos turísticos del país, algo impensable de no ser por ese trabajo, que ha logrado abastecer a sus usuarios con una de las mejores aguas de grifo de España. La disponibilidad de servicios de agua de alta calidad es esencial para todo el sector turístico y la contribución de EMALSA al mantenimiento de un sistema de agua eficiente y confiable mejora la experiencia de los que nos visitan y promueve, a través de sus buenas prácticas, un turismo sostenible.

**En términos de servicios, ¿podría detallar las principales áreas de actuación de EMALSA dentro del ciclo integral del agua?**

La empresa mixta produce unos 23 millones de litros de agua potable cada año, suministrando a diario más de 77.000 m<sup>3</sup> de agua del grifo a más de 400.000 usuarios.

El ciclo del agua engloba también el saneamiento de las aguas residuales y la adecuada reutilización de 1.285.000 m<sup>3</sup> anuales para riego de zonas verdes y cultivos locales.

En otras palabras, a través de la desalación abastecemos al 85% de nuestra población y, posteriormente, reutilizamos el 46% del agua

depurada, contribuyendo a eficiencia energética y a la sostenibilidad medioambiental.

**EMALSA menciona su compromiso con la excelencia y la eficiencia. ¿Podría destacar algunos de los proyectos más importantes que la empresa ha puesto en marcha recientemente para mejorar estos aspectos en sus operaciones?**

EMALSA está trabajando en un proyecto combinado de eficiencia energética y renovable en la EDAM Las Palmas III, en línea

con el impulso a la descarbonización de la industria canaria. Las actuaciones incluyen la instalación de una planta fotovoltaica sobre la cubierta del Gran Depósito, situado en la zona industrial del Tívoli, con la que alimentaremos la desaladora de las Palmas III. Producirá en torno a 5,5 millones de kilovatios/hora al año y permitirá reducir la huella de carbono en unas 1.050 Toneladas de CO<sub>2</sub>.

Nuestra apuesta por la eficiencia energética y las energías verdes es continua y total, empezando por

el autoconsumo en nuestras propias instalaciones.

Entre los frutos de dicho compromiso con la excelencia se cuentan también los múltiples reconocimientos a la trayectoria de EMALSA: Premio Innobankia a la Mejor Trayectoria Empresarial del archipiélago (2020), Premio a la Excelencia en Recursos Humanos (2022), Premio iAgua a la Mejor Colaboración Público-Privada de España (2024) o su reciente incorporación a la red Leading Utilities of the World, una plataforma que reúne a las empresas de agua y saneamiento más innovadoras del mundo, recibiendo el premio “Grifo de Oro”.

**¿Qué nuevas tecnologías o enfoques disruptivos está explorando EMALSA para mejorar aún más la eficiencia, la sostenibilidad y la calidad de sus servicios en el futuro?**

Contamos también con el Plan de Sustitución de Luminarias convencionales por luminarias solares para la iluminación exterior de las instalaciones. En 2024 se han instalado farolas solares en las instalaciones de Abastecimiento Pozo de Hoya del Gamonal y Pozo de Camaretas.

Por otro lado, hemos realizado una serie de inversiones en estos tres últimos años, con el objetivo de disminuir el consumo energético de la planta desaladora, reduciendo así la huella de carbono del ciclo integral del agua de la ciudad. Estos proyectos han supuesto una inversión de 1,6 millones de euros de fondos propios en 2024 y han consistido principalmente en la instalación de dispositivos de recuperación de energía isobáricos y de bombas de alta presión con mejores rendimientos.

El ahorro energético conseguido con estas actuaciones en el año 2024 se ha estimado en unos 2,7 millones de kilovatios/hora el pasado año y una reducción de la huella de carbono de unas 441 toneladas de CO<sub>2</sub>.

**¿Cómo fomentan la investigación y el desarrollo dentro de la organización? ¿Colaboran con centros de investigación y universidades para impulsar la innovación en el sector del agua?**

EMALSA mantiene un convenio de colaboración con el ITC para participar en la iniciativa IDIWatery ha obtenido una subvención para el proyecto Interreg junto con el ITC y varios socios, como la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, con el objetivo de aplicar la inteligencia artificial en los procesos de desalación. IDIWatery reúne a centros públicos y universidades de Canarias y África, empresas destacadas en la gestión del ciclo integral del agua y organismos públicos con políticas de I+D+i y fomento del desarrollo económico en la industria del agua, con el propósito de incrementar la cooperación público-privada y re-

solver problemas comunes del ciclo del agua mediante investigación aplicada, con un enfoque especial en la desalación y su relación con la agricultura y la energía, promoviendo la economía azul y verde.

**Además de la eficiencia operativa, EMALSA también destaca su compromiso con la sociedad y el medioambiente. ¿Podría compartir algunos ejemplos concretos de proyectos o iniciativas que reflejen este compromiso en la práctica?**

Una de nuestras campañas recientes que ha gozado de mayor aceptación ha sido la recogida de donaciones de ropa, accesorios y libros, destinados a la Obra Social Acogida y Desarrollo, con quien EMALSA también tiene convenio de colaboración. El objetivo de estas campañas es dar una segunda vida a la ropa que no usamos y reducir los deshechos que producen la industria y el consumo acelerados, que suponen un peligro para la sostenibilidad del planeta. Estas donaciones cumplen una misión más allá del reaprovechamiento, ya que ayudan a satisfacer las necesidades básicas de personas en riesgo de exclusión y su proceso de integración social y laboral.

En este camino hacia la reducción de las desigualdades y la pobreza, en el año 2024 más de 2.700 usuarios se beneficiaron de la bonificación por familias numerosas y dio servicio a 100 abonados en situación de vulnerabilidad.

EMALSA también organiza acciones de voluntariado corporativo, como sus campañas de recogida de “basurala” en las zonas cercanas a sus instalaciones.

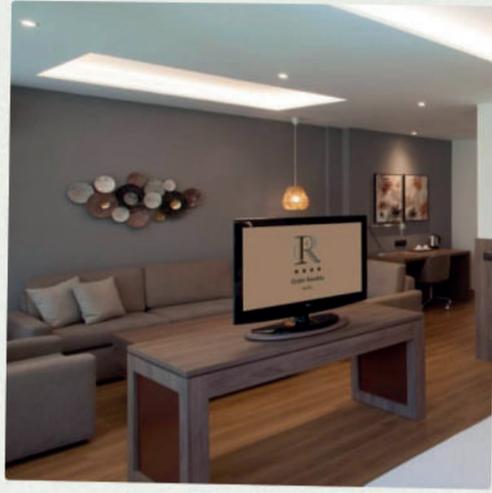
**¿Cuál es la visión estratégica de EMALSA para los próximos 5 a 10 años en la gestión del ciclo integral del agua en Las Palmas de Gran Canaria? ¿Cuáles son los principales objetivos a largo plazo que la empresa se ha fijado?**

El Plan Estratégico de Infraestructuras Hidráulicas, diseñado por EMALSA y el Ayuntamiento de Las Palmas, prevé inversiones por 857 millones de euros durante los próximos 10 años e incluye la construcción de una desaladora y una depuradora nuevas, con el objetivo de seguir mejorando los servicios tanto de abastecimiento como de saneamiento y depuración ante cualquier escenario de sequía o incidencias.

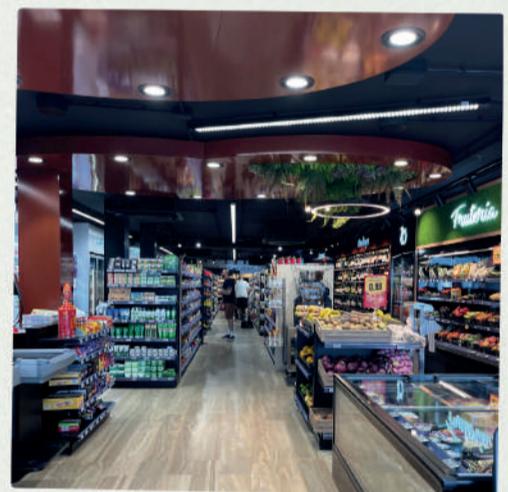
La nueva desaladora duplicará la producción de agua de la actual, sumando otros 85.000 m<sup>3</sup> de agua potable al día (85 millones de litros). La nueva depuradora contará con capacidad para tratar 36.000 m<sup>3</sup> de aguas residuales al día.

En total, se llevarán a cabo más de un centenar de intervenciones y 52 nuevas infraestructuras. También se actuará sobre más de 1.000 km de redes.





 **Factorii**  
Retail Specialists **GROUP**



# Todo en Mobiliario Comercial

Ofrecemos soluciones creativas que ayuden a potenciar la experiencia de compra en el punto de venta



ESCANEAR

[www.factorii.es](http://www.factorii.es)



# Fernando Bustamante: “Canarias y Fonteide son una pieza relevante dentro de la estrategia de Mahou San Miguel”

## ENTREVISTA

**FERNANDO BUSTAMANTE**  
DIRECTOR GENERAL DE LA UNIDAD  
DE NEGOCIO DE CANARIAS DE  
MAHOU SAN MIGUEL



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**Fonteide es una marca profundamente arraigada en la cultura canaria. ¿Cómo se articula la estrategia de Mahou San Miguel para preservar y potenciar esa identidad local de Fonteide dentro de un grupo de tal magnitud?**

Mahou San Miguel es la compañía de bebidas líder del sector cervecero de nuestro país, con una huella industrial y una capilaridad nacional únicas. Con ocho centros de producción y cuatro manantiales de agua mineral natural en España, nuestro modelo de negocio nos mantiene muy cerca de las zonas en las que desarrollamos nuestra actividad, donde construimos relaciones estructurales y sostenidas en el tiempo que nos permiten generar valor compartido.

Dentro de nuestro portafolio, contamos con marcas arraigadas e identificadas con distintos territorios, como es el caso de Fonteide (marca líder en el mercado canario según datos Nielsen), que incorporamos a la compañía en 2018. Una marca canaria con un impacto y una vinculación local muy relevante, así como unas credenciales de calidad excelentes y un potencial que supimos ver desde el inicio. Su incorporación a Mahou San Miguel, una compañía líder con una potente red de distribución y músculo comercial unida a la red especialista preexistente de Fonteide, han permitido seguir desarrollando la marca e impulsar su presencia en las Islas, destacando como el agua de Canarias.

**Dada la singularidad del ecosistema canario, la sostenibilidad es un tema crucial. ¿Cuáles son las principales iniciativas de Fonteide en materia de sostenibilidad y protección del medio ambiente en las Islas Canarias? ¿Cómo abordan aspectos como la gestión del agua, el envasado y la reducción de la huella de carbono en su operativa local?**

El cuidado y conservación del medioambiente es prioritario en la actividad de la compañía. No sólo al gestionar los recursos de forma sostenible, sino también preservando el equilibrio natural del manantial y de su entorno, la Corona Forestal, espacio natural protegido, y el Parque Nacional del Teide, Patrimonio de la Humanidad. Desde Fonteide lanzamos el año pasado la plataforma Natu-

raleza del mañana, que quiere apoyar de una manera decisiva la conservación de la biodiversidad canaria trabajando en la educación y divulgación, preservación y finalmente en la recuperación de esta naturaleza única.

Otro de nuestros objetivos principales es promover el uso de formatos circulares y por eso todas nuestras botellas de vidrio se pueden reutilizar. Además, todas nuestras botellas de plástico individuales son 100% reciclables y están hechas 100% a partir de otras

botellas. Con esta práctica logramos evitar el consumo de 500 toneladas de plástico virgen al año y reducimos la emisión de 1.300 toneladas de CO<sub>2</sub>. Adicionalmente generamos 4 megavatios de energías renovables a través de la planta fotovoltaica situada en Arico.

También se trata de cuidar a las personas. Por eso, uno de los objetivos de la marca es animar a vivir la naturaleza canaria a través del deporte, proponiendo rutas y participando en eventos como la Binter Run, la Blue Trail o la Carrera de la Mujer; y de la gastronomía, con un recetario con propuestas tradicionales de Tenerife.

**El mercado de bebidas está en constante evolución, con consumidores cada vez más informados y exigentes. ¿Están adaptándose a las nuevas tendencias en cuanto a formatos, presentaciones o incluso la demanda de productos con valor añadido (como aguas con sabores sutiles o funcionalidades específicas, aunque este no sea el core de Fonteide)?**

En Mahou San Miguel tenemos un compromiso irrenunciable con nuestros consumidores, no solo a través de la excelencia y calidad de los productos que les ofrecemos, sino también a la hora de ofrecer opciones que respondan a las necesidades del consumidor. En este sentido, innovamos y diversificamos nuestro portafolio, con productos que contribuyen al desarrollo de la categoría de bebidas y dan respuesta a la evolución de los hábitos de consumo.

En el caso del agua mineral natural, estamos enfocados en ofrecer un producto de máxima calidad, innovando con formatos que se adaptan a distintos momentos de consumo. Con Fonteide, por ejemplo, acabamos de lanzar un nuevo servicio de dispensadores, Fonteide Service, para disfrutar de nuestra agua en casa con la máxima calidad y compromiso con el medio ambiente, promoviendo la economía circular a través del uso de formatos retornables.



**Fonteide, como empresa con una larga trayectoria en Canarias, tiene un impacto socioeconómico significativo en el archipiélago. ¿Cómo evalúa Mahou San Miguel este impacto en términos de generación de empleo, colaboración con proveedores locales y contribución al desarrollo de las comunidades donde opera Fonteide?**

Mahou San Miguel está presente en Canarias desde hace más de 20 años con un centro de producción de cerveza y un manantial de agua mineral natural, Fonteide, que el año que viene celebra su 30º aniversario. Elaboramos nuestras marcas localmente y contribuimos de manera relevante al progreso económico y social de la Isla.

“Desde Fonteide lanzamos el año pasado la plataforma Naturaleza del mañana, que quiere apoyar de una manera decisiva la conservación de la biodiversidad canaria trabajando en la educación y divulgación, preservación y finalmente en la recuperación de esta naturaleza única”

De hecho, nuestras marcas Mahou y Fonteide cuentan con el sello de ASINCA (Asociación Industrial de Canarias), que acredita su condición de productos elaborados en Canarias. Además, el pasado año ampliamos nuestra presencia en el Archipiélago adquiriendo el 100% de Dismarex, distribuidora canaria con presencia en todas las islas. Mahou San Miguel, asimismo, es parte activa de la vida cultural y de ocio de Canarias, así como del desarrollo de su tejido social a través de la labor de su Fundación.

A través de nuestra actividad en la zona, calculamos que generamos en torno a 280 empleos directos y más de 4.500 indirectos. Solo el pasado año, realizamos compras por valor de más de 8 millones de euros a cerca de un centenar de empresas canarias.

**¿Cómo se alinea la estrategia de Fonteide con la visión general de crecimiento y sostenibilidad de Mahou San Miguel a nivel nacional e internacional? ¿Qué papel específico juega la marca canaria dentro de esta estrategia global?**

Canarias y Fonteide son una pieza relevante dentro de la estrategia de Mahou San Miguel. Un proyecto de largo plazo guiado por la máxima de crecer haciendo crecer y generar valor. Es lo que nos llevará a ser una compañía más admirada, dentro y fuera de nuestras fronteras, más competitiva, sostenible y diversificada, que conecte y sea ejemplo e inspiración para la sociedad.



# Cristina Díaz: “Tenemos previsto expandir nuestra presencia a otras islas como Lanzarote y Las Palmas de Gran Canaria”

## ENTREVISTA

**CRISTINA DÍAZ**  
SUBDIRECTORA GENERAL  
DE HIDRÁULICA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**Como empresa familiar con una trayectoria tan consolidada desde 1986 y siendo líderes en el sector, ¿cuáles considera que han sido los pilares fundamentales que han sostenido el crecimiento y el liderazgo de Hidráulica Tinerfeña en un mercado tan dinámico como el de las Islas Canarias?**

Trayectoria y carácter familiar. Desde 1986 operamos como empresa de carácter familiar en Tenerife, lo que nos ha permitido cultivar una visión a largo plazo basada en la honestidad y la cercanía con clientes y proveedores.

Oferta diversificada y know-how técnico. Además de materiales de construcción y fontanería, distribuimos soluciones en energías renovables (solar térmica), climatización, piscinas y baño. Nuestro equipo de ingenieros garantiza un asesoramiento integral. Siempre ampliando nuestra gama y creciendo junto con lo que pide el mercado

Compromiso con la innovación. Incorporamos continuamente productos y sistemas de última generación —desde automatización hasta tecnologías sostenibles— para mejorar la eficiencia y reducir costes operativos de las instalaciones.

Equipo humano y formación continua. Con un equipo profesional altamente cualificado distribuido en Tenerife y Fuerteventura, Hidráulica Tinerfeña valora el talento y la proactividad, fomentando un entorno de mejora continua y especialización técnica que garantiza un asesoramiento de primer nivel

**Con cuatro sedes y centenares de metros cuadrados de exposición, ¿cómo articulan su estrategia para maximizar la experiencia del cliente en sus puntos de venta físicos y cómo esta se integra o complementa con las tendencias actuales del comercio digital en su sector?**

Cada uno de nuestros centros dispone de amplios espacios de exposición donde el cliente puede ver y tocar in situ los productos en ambientes recreados (baños, piscina, etc.). Esta disposición facilita la visualización real del resultado final y simplifica la toma de decisiones, además de tener disponible un amplio stock en nuestras sedes.

**¿De qué manera Hidráulica Tinerfeña anticipa y se adapta a las tendencias de diseño y las innovaciones tecnológicas en cerámica, baños y fontanería, tanto a nivel nacional como internacio-**

**nal, para mantener siempre una oferta vanguardista en las islas?**

Nuestra ventaja competitiva se basa en la formación continua de nuestro equipo, el seguimiento constante de ferias y publicaciones especializadas para incorporar rápidamente las últimas tendencias del mercado y en la escucha activa del feedback de clientes profesionales y particulares, cuya información adaptamos directamente a nuestra oferta para responder con precisión a las necesidades del mercado insular.

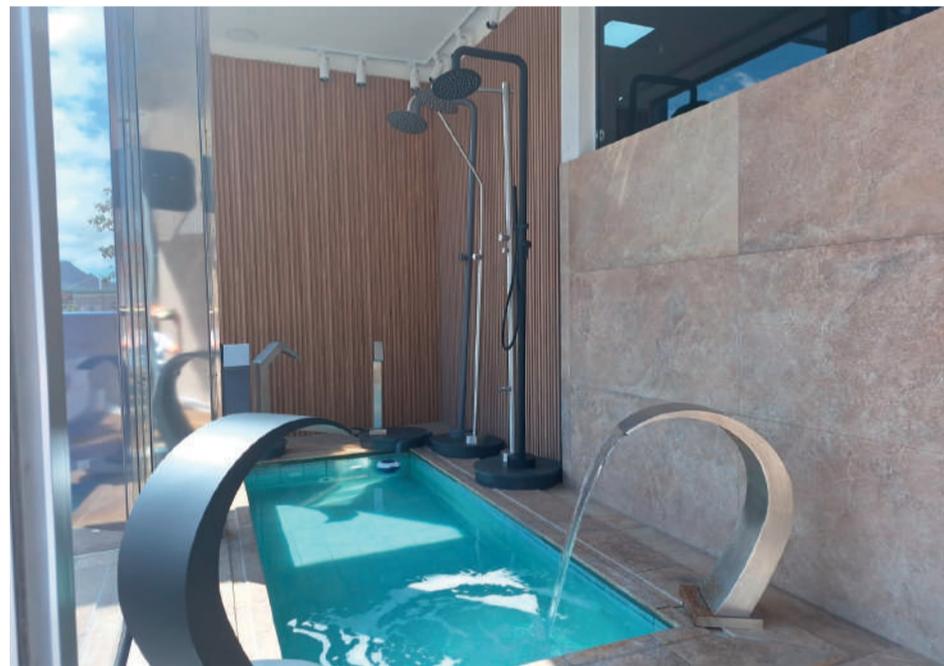
**Dada la creciente conciencia sobre la sostenibilidad, especialmente en un entorno insular, ¿cómo incorpora Hidráulica Tinerfeña productos y soluciones que promuevan el ahorro de agua y energía en sus catálogos de baños y fontanería? ¿Observan una demanda**

**creciente por estas soluciones en el mercado canario?**

La demanda de soluciones sostenibles en Canarias no deja de crecer, por lo que en Hidráulica Tinerfeña estamos continuamente ampliando nuestro catálogo con equipos cada vez más eficientes energéticamente y de alto rendimiento. Ofrecemos desde sistemas de aerotermia, termosifones y paneles solares híbridos para climatización y ACS, hasta griferías de última generación con aireadores y limitadores de caudal que reducen drásticamente el consumo de agua. Gracias a esta apuesta constante por la innovación “verde”, nuestros clientes pueden disfrutar de instalaciones confortables, con un menor gasto energético y hídrico, y contribuir así al cuidado del medio insular.

**¿Están explorando la integración de tecnologías inteligentes (como sistemas de grifería sin contacto, inodoros inteligentes o soluciones de iluminación LED en baños) en su oferta de productos? Si es así, ¿cómo están educando a sus clientes sobre los beneficios de estas innovaciones?**

Contamos con la última tecnología en grifería electrónica con sensores automáticos, inodoros inteligentes de altas prestaciones y sistemas de iluminación LED con sensor de presencia. Para que nuestros clientes conozcan siempre las novedades y beneficios de estas soluciones “smart”, difundimos información periódica a través de nuestros canales oficiales —redes sociales, correo electrónico— y en nuestro blog, donde publicamos artículos detallados y casos de éxito. Puedes consultar todo este contenido en [www.hidraulica.com](http://www.hidraulica.com).



“Nuestra ventaja competitiva se basa en la formación continua de nuestro equipo, el seguimiento constante de ferias y publicaciones especializadas para incorporar rápidamente las últimas tendencias del mercado”

**Considerando la evolución del sector, ¿qué inversiones clave a largo plazo (tecnológicas, en infraestructura, en formación de personal) tiene previstas la empresa para asegurar su liderazgo y competitividad en la próxima década?**

Tenemos previsto expandir nuestra presencia a otras islas como Lanzarote y Las Palmas de Gran Canaria, con el objetivo de acercarnos a más clientes y ampliar nuestra cobertura en el archipiélago. Paralelamente, continuaremos innovando en nuestros sistemas informáticos, mejorando constantemente nuestra página web para facilitar la compra online de forma rápida, intuitiva y segura. Además, renovaremos de forma periódica los ambientes de nuestras exposiciones para mostrar siempre las últimas novedades del mercado y ofrecer una experiencia más inspiradora y actualizada a nuestros visitantes.



# Óliver González: “No queremos ser un mero gestor de subvenciones, queremos acompañar y comprometernos con los proyectos siendo parte de ellos”



## ENTREVISTA

**ÓLIVER GONZÁLEZ**  
DIRECTOR GENERAL DE LA  
FUNDACIÓN CAJACANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Para comenzar, me gustaría saber cuáles son las líneas estratégicas prioritarias que la Fundación CajaCanarias ha establecido para este año 2025.**

Nuestra misión principal es contribuir al bienestar de la sociedad canaria. Realizamos iniciativas de todo tipo. Aunque la faceta cultural es la más visible, somos una fundación que también lleva a cabo proyectos sociales, educativos y medioambientales.

Lo que estamos haciendo con mayor intensidad es una política de deslocalización, llevando exposiciones y actividades fuera de nuestros espacios culturales. Además de nuestros cuatro centros en Santa Cruz, La Laguna, Garachico y La Palma, hemos realizado exposiciones en Roma, París y Córdoba, e incluso a nivel local en la Facultad de Educación. Sobre todo, estamos yendo a colegios, sacando nuestras actividades y llevándolas a cabo en lugares como el Parque García Sanabria.

Si tuviera que destacar algo entre la gran variedad de cosas que hacemos, diría que lo más importante es hacer más y hacerlo más fuera.

**¿Cuáles son los programas o iniciativas emblemáticas de la Fundación CajaCanarias que están teniendo un impacto más significativo en la mejora de la calidad de vida de los canarios en la actualidad?**

Desde el punto de vista cultural, destacamos nuestro Otoño Cultural, que incluye propuestas musicales, obras de teatro y, sobre todo, foros y jornadas de pensamiento. Consideramos muy importantes estas jornadas que realizamos para divulgar ciencia, presentar libros y promover la literatura.

No obstante, en cuanto a la mejora de la calidad de vida que mencionas, el proyecto socioeducativo que llevamos a cabo es el más relevante. Principalmente lo desarrollamos en centros educativos, aunque también organizamos jornadas con personalidades que sirven de ejemplo. Con esto, intentamos abordar problemas relacionados con la diversidad, inclusión e igualdad. Creemos que este tipo de programas son los más importantes y distintivos.

**Teniendo en cuenta los retos actuales en el ámbito educativo, como la brecha digital o la necesidad de fo-**

**mentar ciertas vocaciones, ¿qué iniciativas específicas está impulsando la Fundación CajaCanarias para apoyar la educación y el desarrollo del talento en Canarias? Ya ha mencionado algunas, pero ¿hay otras que estén llevando a cabo?**

En cuanto a la brecha digital, tenemos el programa "Impulsando en Digital", una iniciativa ambiciosa a nivel regional, no solo en la provincia de Santa Cruz de Tenerife. Buscamos reducir esta brecha mediante talleres que se realizan lo más cerca posible de las personas mayores, quienes son los principales receptores de estas medidas. Muchas de estas personas no tienen las destrezas necesarias para manejarse en un mundo interconectado, desde pedir una cita en la seguridad social hasta cualquier otra gestión. Este programa es fundamental. Para el fomento de vocaciones, contamos con el programa "Despertares". En cada exposición que realizamos, los escolares pueden trabajar con materiales específicos en áreas designadas para ello, lo que ayuda a despertar esas vocaciones.

En el ámbito musical, con "El Latido de los Pueblos", visitamos centros educativos enseñando a niños y niñas a construir instrumentos como tambores y chácaras, y al mismo tiempo, les transmitimos nuestros orígenes, esperando que nazcan vocaciones musicales.

Con el "Foro Enciende del Cosmos", estamos seguros de que estamos creando vocaciones científicas. Nos enfocamos en el mundo STEM e intentamos que siga creciendo el número de chicas que ingresan en carreras eminentemente científicas, algo que consideramos fundamental.



También buscamos fomentar vocaciones de todo tipo. Cada vez que realizamos una jornada de pensamiento, intentamos potenciarla entre los más jóvenes, en las universidades y en general en todos los ámbitos. Creemos que cuando asisten, se empapan de ese amor por la cultura, ya sea a nivel artístico, musical, poético o literario.

**¿Cómo visualiza el papel de la Fundación CajaCanarias en el futuro del archipiélago canario?**

En general, siempre decimos que los ríos no se detienen ante las piedras, sino que las rodean. Nosotros hacemos algo similar: nos adaptamos y buscamos generar el mayor impacto posible. Esto no significa que tengamos que llegar a 100.000 niños o a 100.000 personas en riesgo de exclusión. Más bien, realizamos actividades que, por sí mismas, reverberen y generen un impacto duradero, de modo que cuando nos retiremos de un barrio o de esos centros educativos, quede algo que pueda seguir resonando.

No queremos ser un mero gestor de subvenciones; queremos estar ahí, acompañar y comprometernos con los proyectos que nos presentan, siendo parte de ellos. Creemos que el papel de la Fundación es fundamental porque, en el mundo actual —cambiante, volátil, incierto, complejo y ambiguo—, las fundaciones y las entidades del tercer sector en general, y la nuestra en particular en esta región, son como un faro de estabilidad. Queremos ofrecer esa estabilidad, esa presencia constante, al margen de los vaivenes políticos. Siempre estaremos ahí, no para ejercer poder, sino para brindar servicio, haciéndolo todo con vocación.

**Al final, mantienen un compromiso con la sociedad canaria, y en ese compromiso se sostiene vuestra labor diaria.**

Totalmente. Queremos cambiar el mundo desde Canarias, desde lo local. Como decía Eduardo Galeano, "muchacha pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, puede cambiar el mundo". Es lo que nosotros vemos.

“Queremos cambiar el mundo desde Canarias, desde lo local”

Aquí, cambiamos la vida de la gente en barrios específicos, o en islas; por ejemplo, estamos muy centrados en El Hierro. Sabemos que hemos hecho nuestra labor, y si cada entidad de nuestro tipo hace lo mismo en su ámbito, estamos seguros de que, al final, lograremos esa estabilidad. Especialmente en estos momentos de noticias diarias tan inciertas, queremos dar esa tranquilidad a las personas.

Que sepan que nosotros estamos aquí, que los problemas que nos han presentado, los proyectos sociales para barrios o islas van a continuar. Damos esa tranquilidad, y la percibimos: la sociedad canaria seguirá progresando, al menos con nuestra ayuda.



## ENTREVISTA

**JUAN ANTONIO JIMÉNEZ**  
PRESIDENTE DE FEMETE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**¿Cuál es la visión actual de Femete para el sector del metal y las nuevas tecnologías en la provincia de Santa Cruz de Tenerife? ¿En qué están centrando vuestros esfuerzos?**

Nuestra visión es clara: convertirnos en el principal impulsor del tejido empresarial del metal y de las nuevas tecnologías para la provincia de Santa Cruz de Tenerife. Liderar el cambio ante las diferentes condiciones del entorno socioeconómico en el que nos encontramos. Imprimir en todo momento la máxima transparencia y sensibilidad económica y ambiental. En definitiva, queremos ser un motor de transformación y competitividad para las empresas tinerfeñas del metal y TIC. Con esta visión, apostamos por un sector más innovador, digitalizado, sostenible y comprometido con el talento. En este sentido, nuestros esfuerzos se centran actualmente en tres ejes fundamentales: la formación continua de calidad, el impulso de la economía circular y la transición digital. Además, trabajamos activamente en mejorar la visibilidad y el reconocimiento del sector, así como en fomentar alianzas estratégicas con las Administraciones Públicas, el tejido empresarial y los centros de conocimiento.

**¿Hay algún proyecto o iniciativa en la que estén trabajando actualmente que considere particularmente ilusionante o transformador para el sector?**

Sí, uno de los proyectos más ilusionantes que estamos desarrollando, conjuntamente con Femepa (nuestra federación homóloga de la provincia de Las Palmas), es «Apuesta por la Industria Legal», subvencionado por la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos del Gobierno de Canarias.

Tiene como objetivo promover la importancia de la legalidad en las empresas industriales de Canarias, destacando su papel en el desarrollo económico sostenible, la formación de personal cualificado y la lucha contra la economía sumergida, garantizando calidad y seguridad a través de la plataforma YoSoyLegal.es.

Además, acabamos de poner en marcha la segunda edición del proyecto Industria Verde: asesoramiento ambiental integral. Esta iniciativa, subvencionada por el Área de Industria, Comercio, Sector Primario y Bienestar Animal del Cabildo de Tenerife, pretende apoyar a profesionales y pymes industriales de Tenerife para que mejoren su gestión medioambiental, promoviendo el cumplimiento de la normativa vigente y facilitando la incorporación de buenas prácticas ambientales.

Tampoco debemos olvidar otra iniciativa ilusionante: el futuro Centro de Formación Industrial y Naval de Canarias que se ubicará en una zona estratégica entre Europa, América y África. Concretamente, en el entorno del puerto de la capital tinerfeña. Inicialmente, ocupará una superficie de unos 2.900 metros cuadrados, aunque en pocos años se ampliarían hasta los 9.500 metros cuadrados. Para ello, hemos sellado una alianza empresarial e institucional que haga realidad este reto de modelo formativo y educativo, público y privado, que será pionero y diferencial. Allí se ofrecerían itinerarios completos y complejos para nuevas cualificaciones con certificaciones internacionales en actividades como mecánica y mecanizado, soldadura y técnicas de unión de metales, manejo de herramientas industriales, frío industrial, instrumentación industrial, mantenimiento de aerogeneradores (eólica), energías renovables, cursos básicos en Tarjeta Profesional de la Construcción y del Metal o en Prevención de Riesgos Laborales.

**Inciendo en el apoyo a los asociados, ¿de qué manera están apoyando a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) dentro del sector? ¿Existen programas específicos para ellas?**



## Juan Antonio Jiménez: “Queremos convertirnos en el principal impulsor del tejido empresarial del metal y de las nuevas tecnologías”

Las pymes y micropymes son el corazón de nuestro tejido empresarial. Además de los proyectos antes mencionados, Femete les ofrece apoyo y asesoramiento integral, técnico, contable, laboral, fiscal y jurídico. De hecho, solo el año pasado realizamos más de 13 mil servicios a nuestras empresas asociadas. También les facilitamos el acceso, la gestión y el trámite de subvenciones (más de cien el año pasado). Acciones de formación a medida (unas 300 el año pasado, con cerca de 20 mil horas de formación impartida para más de 3 mil alumnos/as). Así como intermediación laboral (374 ofertas de trabajo gestionadas en 2024 y unas 500 personas atendidas) y apoyo a la digitalización. Además, hemos participado en programas específicos de cooperación internacional (por ejemplo, AfricanTech, que busca mejorar la competitividad de pymes canarias y africanas, reforzando sus capacidades en términos de innovación y digitalización, así como contribuir al desarrollo económico, social e institucional en ambas regiones.

Nuestra vocación es estar al lado de nuestras empresas y profesionales en todo momento, especialmente en las etapas de cambio o dificultad. Ayudarles y acompañarlos para que crezcan.

**¿Cómo evalúa la participación y el compromiso de los miembros de Femete? ¿Qué iniciativas se están llevando a cabo para fomentar una mayor implicación?**

La participación de nuestras cerca de 1.400 empresas asociadas y sus más de 12 mil profesionales es cada vez más activa. Estamos viendo una creciente implicación en jornadas, formaciones, encuentros sectoriales y grupos de trabajo. Para fomentar esta conexión, hemos desarrollado nuevas vías de comunicación más ágiles y cercanas, reforzando nuestra presencia en redes sociales (ya superamos los 23 mil seguidores), y lanzado campañas de sensibilización sobre el valor de pertenecer a una organización como Femete.

Una de ellas es la campaña “Femete, cerca de ti”, donde cada año visitamos personalmente a nuestras empresas y profesionales en sus lugares de trabajo para que nos cuenten de primera mano cómo podemos ayudarles a ser más competitivos.

Además, promovemos el reconocimiento al esfuerzo a través de premios y visibilización en medios, lo que también anima a una

mayor involucración. Así lo prueba que el año pasado unas dos mil empresas se beneficiaron de proyectos vinculados con la prevención de riesgos laborales, la sostenibilidad y la legalidad. Otras mil empresas de Femete se beneficiaron de asesoramiento en I+D+i. También en igualdad, por ejemplo, entregamos recientemente nuestro distintivo “YoSoyIgual” a la empresa asociada Lirecan Servicios Integrales, como reconocimiento a su firme compromiso con la igualdad de género.

**Si ponemos el foco en el futuro, ¿cómo ve el futuro del sector del metal y las nuevas tecnologías en Tenerife en los próximos 5 a 10 años? ¿Qué tendencias cree que serán más relevantes?**

El futuro del sector es prometedor, pero exigente. Entendemos que las principales tendencias que marcarán el camino son la digitalización de procesos, la automatización industrial, la sostenibilidad medioambiental y la inteligencia artificial. Igualmente, veremos una mayor demanda de perfiles técnicos especializados, por lo que la formación y atracción del talento joven serán claves.

En ese sentido, desde Femete ya estamos adaptando nuestras estrategias para acompañar esta transformación y convertir estos desafíos en oportunidades reales de crecimiento. De hecho, mantenemos un estrecho contacto con nuestras asociaciones empresariales para adecuar la oferta de acciones formativas con sus necesidades reales de profesionales cualificados. Al mismo tiempo, insistimos en el potencial del sector marino marítimo, con la creación de ese Centro de Formación Industrial y Naval en la capital tinerfeña del que hablaba antes. Queremos que se convierta en una referencia nacional, que multiplique el empleo de calidad y fortalezca el crecimiento de estos sectores emergentes.

**¿Qué mensaje le gustaría transmitir a los empresarios y profesionales del sector del metal y las nuevas tecnologías en la provincia de Santa Cruz de Tenerife?**

Mi mensaje es claro: no están solos. Femete está aquí para acompañarlos, apoyarles, representar y defender sus intereses. Vivimos un momento decisivo, repleto de retos y de grandes oportunidades. Apostar por la innovación, la colaboración y la sostenibilidad ya no es una opción. Es el camino. Animo a todas las empresas y profesionales a que se unan a Femete, a que participen activamente con nuestros proyectos y acciones formativas. Esa unión permitirá avanzar en la construcción de un sector industrial fuerte, competitivo y preparado para el presente y el futuro, pensando en el mayor y mejor desarrollo económico y sostenible de Canarias.



# Marian Caubin: “La creación del Laboratorio de Innovación Social nace de un proceso interno de reflexión sobre nuestra misión y el impacto de nuestras acciones”

## ENTREVISTA

MARIAN CAUBIN

JEFA DE ACTIVIDAD DE LA  
FUNDACIÓN MAPFRE CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

**Fundación MAPFRE Canarias desarrolla una labor muy importante en la región. ¿Podría detallarnos cuáles son las principales líneas estratégicas que guían vuestro trabajo y cómo se definen las prioridades de actuación en el contexto específico de las Islas Canarias?**

Desde hace cuatro décadas, trabajamos con el firme propósito de mejorar la calidad de vida de las personas del archipiélago, adaptando constantemente nuestras iniciativas a los desafíos sociales más actuales. En estos 40 años hemos destinado 100 millones de euros para mejorar la vida de más de 3 millones de personas en Canarias.

Nuestra actividad se articula en torno a cuatro áreas estratégicas: formación y empleo, acción social y salud, prevención y divulgación, y cultura y arte. Estas líneas de acción nos permiten impulsar proyectos que fomentan la inclusión, la empleabilidad, la concienciación y el acceso a la cultura. Todas nuestras decisiones se toman desde una escucha activa de nuestro entorno y en diálogo constante con agentes sociales, instituciones y la propia ciudadanía, buscando siempre dar respuestas reales a los problemas de nuestra sociedad. Entre nuestras prioridades recientes, destaca especialmente la atención a la salud mental, sobre todo en la infancia y adolescencia, una línea muy necesaria en el contexto actual. Según el informe The World Health Report 2001 - Mental Health: New Understanding, New Hope de la OMS la mitad de los trastornos mentales comienzan antes de los 14 años, y la promoción de la salud emocional y el apoyo temprano son esenciales para prevenir problemas graves a largo plazo, por eso en 2024 contamos con profesionales y expertas en conductas autolesivas y prevención del suicidio infantojuvenil como Begoña Ibarrola o Nuria Vega; y más recientemente, en el mes de mayo de este año, profundizamos en la importancia de la autoestima en la adolescencia con la psicóloga Xénia Moliner, de la Fundación Pere Tarrés.

**La colaboración con otras entidades es fundamental para el éxito de muchos proyectos sociales. ¿Cómo establecen sus alianzas estratégicas con otras organizaciones, tanto públicas como privadas, en el archipiélago?**

La colaboración es un pilar esencial de nuestra manera de trabajar. A lo largo de los años, hemos tejido una sólida red de alianzas con universidades, administraciones públicas, entidades del tercer sector y empresas privadas. Estas colaboraciones se basan en la confianza mutua y en objetivos comunes centrados en la mejora del bienestar de la comunidad canaria. Apostamos por un modelo de trabajo participativo, en el que cada persona o entidad aporta su experiencia y conocimiento, lo que nos permite ampliar el impacto de nuestras iniciativas.

**La presentación de los resultados de la primera edición de "EXPERIMENTA el LAB Inclusión" ha generado gran interés. ¿Podrían profundizar en la génesis de este laboratorio? ¿Cuál fue la motivación principal para centrarse en la inclusión de personas con discapacidad intelectual y del desarrollo en esta primera edición?**

La creación del Laboratorio de Innovación Social nace de un proceso interno de reflexión sobre nuestra misión y el impacto de nuestras acciones. Esta iniciativa responde al deseo de crear espacios colaborativos donde se escuche activamente a los colectivos afectados, se detecten problemáticas y se generen soluciones reales y prototipos viables.

En su primera edición, centrada en la inclusión de personas con discapacidad intelectual y del desarrollo, trabajamos junto a la Asociación de Entidades Plena inclusión Canarias para responder a una necesidad urgente: evitar la segregación y favorecer la participación comunitaria de estas personas. El laboratorio fue un espacio de encuentro entre profesionales, estudiantes, familiares y personas con discapacidad, que dio lugar a propuestas innovadoras con un alto valor transformador.

**¿Qué aprendizajes clave ha obtenido Fundación MAPFRE Canarias de esta primera edición del Laboratorio de Innovación Social? ¿Y cómo influirán estos aprendizajes en el diseño y desarrollo de futuras iniciativas en el ámbito de la inclusión u otras áreas de actuación?**

Uno de los aprendizajes más significativos ha sido el valor de la participación colaborati-



va. La diversidad de perfiles —27 personas y entidades— enriqueció enormemente el proceso, destacando la importancia de que las propias personas destinatarias del proyecto participen activamente en el diseño de soluciones. Este enfoque participativo no solo mejora los resultados, sino que refuerza el compromiso colectivo.

Esta metodología, centrada en la co-creación y en la puesta en práctica de los prototipos desarrollados, será clave en futuras ediciones del laboratorio y en otras iniciativas de la Fundación, permitiéndonos seguir dando respuestas innovadoras y eficaces a los desafíos sociales más actuales.

Precisamente este año pondremos en marcha, también en colaboración con la Asociación de Entidades Plena inclusión Canarias, una de las propuestas surgidas de este primer laboratorio. Estamos elaborando de forma conjunta una Guía para la Organización de Eventos Comunitarios Inclusivos que, además, testaremos de forma práctica con la organización de un Evento de Ocio Inclusivo.

**Tras el éxito del primer laboratorio centrado en la inclusión, ¿qué motivó a Fundación MAPFRE Canarias a elegir la "nueva longevidad" como eje central de esta segunda edición? ¿Qué aspectos específicos de este tema consideran que requieren una atención más innovadora en el contexto canario?**

Cada edición del laboratorio aborda un reto diferente y de gran relevancia social. En esta ocasión, hemos querido poner el foco en la nueva longevidad, una cuestión cada vez más urgente ante el envejecimiento progresivo de la población. Según Naciones Unidas, el número de personas mayores de 60 años se duplicará para 2050, planteando grandes retos sociales, pero también importantes oportunidades.

Con este enfoque, y en alianza con la Universidad de La Laguna, a través de su Departamento de Estudios Universitarios para Personas Adultas y Mayores (EUPAM), buscamos generar un proyecto intergeneracional que contribuya a construir una imagen positiva del envejecimiento y a combatir la soledad no deseada en la comunidad canaria.

**¿Qué tipo de perfiles de participantes esperan convocar para este segundo laboratorio?**

Estudiantes mayores de 45 años o personas prejubiladas que participan en la EUPAM, estudiantes de Psicología y Pedagogía, alumnado de Integración Social, profesionales del ámbito social como Trabajadores Sociales, Psicólogos, Mediadores Comunitarios, representantes de colegios profesionales (Trabajo Social, Psicología, Sociología) y entidades sociales como Asociación Galipera o Asociación para la inclusión Acompañame. Esta pluralidad enriquece la experiencia y permite abordar el reto desde múltiples perspectivas.

**Considerando la experiencia del primer laboratorio, ¿qué aspectos de la metodología se mantendrán y cuáles podrían evolucionar o adaptarse para abordar las particularidades del tema de la nueva longevidad?**

Mantenemos nuestra estructura metodológica basada en cuatro roles: Promotores, Dinamizadores, Colaboradores y Mentores. En esta edición, la Universidad de La Laguna actúa como entidad copromotora, mientras que la dinamización está a cargo de Olatz Huerta (Beforget).

También hemos incorporado novedades respecto a la edición anterior que van a enriquecer aún más el desarrollo del Laboratorio, como el refuerzo a través del papel de los mentores, que aportan conocimiento especializado y guían a los participantes en el proceso de reflexión. Entidades como Cáritas Diocesana de Tenerife, el Teléfono de la Esperanza, el Centro de Investigación Ageingnomics de Fundación MAPFRE, ASHOKA y el Laboratorio de Innovación Social de la ULL aportan una mirada experta que, sin duda, elevará la calidad de las soluciones desarrolladas.

**¿Cuáles son las ambiciones a largo plazo de Fundación MAPFRE Canarias en su contribución al bienestar y al desarrollo social de las Islas Canarias? ¿Existe algún objetivo específico que les gustaría alcanzar en los próximos 5 o 10 años?**

Nuestro principal objetivo es seguir siendo una Fundación útil, cercana y comprometida con todas las personas de Canarias. Ampliar nuestro impacto en las cuatro áreas estratégicas que nos definen, con especial atención a retos actuales como el empleo juvenil, la salud mental infantil y adolescente, la inclusión de colectivos vulnerables o el envejecimiento activo.

A largo plazo, aspiramos a consolidar iniciativas como los Laboratorios de Innovación Social, que permiten dar voz a la ciudadanía y co-crear soluciones reales y transformadoras a los desafíos sociales más urgentes. Desde la Fundación seguiremos esforzándonos y trabajando a diario con ilusión para ser parte activa en el desarrollo de un archipiélago más justo, inclusivo y resiliente. Porque creemos, de verdad, que un futuro mejor para Canarias es posible y que podemos construirlo entre todos y todas.



## ENTREVISTA

ANTONIA VARELA  
GERENTE DE LA  
FUNDACIÓN STARLIGHT

## Antonia Varela: “Buscamos el reconocimiento del cielo como Objetivo de Desarrollo Sostenible”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**A modo de introducción, ¿podría adelantarnos la labor y misión de la Fundación Starlight?**

La Fundación Starlight es una entidad sin ánimo de lucro, nacida de la colaboración entre el Instituto de Astrofísica de Canarias y la consultora Corporación 5 Canarias. Nuestro propósito fundamental es gestionar y aplicar los principios de la Declaración de La Palma de 2007, en defensa del cielo nocturno y el derecho a la luz de las estrellas.

Este manifiesto fue un hito, ya que, por primera vez, más de 100 instituciones nacionales e internacionales, incluyendo la UNESCO, la ONU Turismo y la Unión Astronómica Internacional, acordaron que el cielo es un derecho inalienable de la humanidad, equiparable a cualquier otro derecho social o medioambiental. Así, el cielo dejó de ser solo un recurso científico para convertirse en un recurso medioambiental. Esto se debe a que la sobreiluminación contribuye a las emisiones de gases de efecto invernadero; al ahorrar energía, también descarbonizamos el planeta.

Además, la contaminación lumínica altera hábitats, especies y ecosistemas, lo que hace que el cuidado de nuestro cielo sea fundamental para una gran parte de las especies nocturnas. También es crucial para la salud humana, ya que, como especie, tenemos ciclos circadianos y factores biológicos regidos por el día y la noche, que requieren luz natural durante el día y oscuridad natural por la noche.

La Declaración de La Palma también destacó la importancia del patrimonio cultural tangible e intangible asociado al cielo. Por primera vez, se habló de astroturismo como una herramienta para el desarrollo de entornos rurales, a menudo empobrecidos y en riesgo de despoblación, que suelen poseer cielos de mejor calidad. Aprovechar este recurso turístico se convierte en una oportunidad. Todas estas líneas son nuestros ejes transversales y nuestros objetivos principales.

Nuestra fortaleza radica en la transversalidad, lo que a veces también nos presenta un reto. Al trazar nuestra estrategia, debemos abarcar diversos campos, como el sector educativo y de formación. También abordamos la protección del cielo, promoviendo el alumbrado inteligente, la innovación y la re-



gulación, participando en todos los foros científico-técnicos necesarios para su implementación. Además, nos enfocamos en la difusión cultural de la astronomía a través del astroturismo, ofreciendo consultoría, asesoramiento y formación.

**Me gustaría conocer a grandes rasgos la hoja de ruta que tienen prevista para este año 2025.**

Entre nuestros objetivos para este año, destacamos el posicionamiento y consolidación de la Red Starlight, que es la única red mundial de astroturismo y cuenta con nuestras certificaciones. También priorizamos la internacionalización. Hemos experimentado un crecimiento de más del 300% en los últimos cinco años en la demanda internacional, lo que nos permite llevar el nombre de Canarias al resto del mundo a través de iniciativas nacidas en las islas. Los visitantes demandan cada vez más especialización y calidad en las experiencias en los destinos que eligen. Por ello, continuamos formando y capacitando a guías en astroturismo, promoviendo los viajes Starlight y fomentando el emprendimiento a través de este sector. Finalmente, estamos desarrollando un valioso trabajo en el ámbito de la educación. Cada vez más colegios se adhieren a la Declaración de La Palma, y tanto alumnos como profesores y tutores se involucran en la temática del cuidado del cielo.

Actualmente, estamos trabajando en dos frentes que consideramos de gran importancia. En primer lugar, buscamos el reconocimiento del cielo como Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 18. Recientemente, asistí al Consejo Económico Jurídico y Social de la Mujer en Nueva York. A través de BPW Canarias, entidad con estatus consultivo en Naciones Unidas y la Unión Europea, estamos defen-

diendo la inclusión del cielo como el ODS número 18. Hemos participado en diversos foros, como las reuniones recientes en Bruselas, para impulsar esta iniciativa.

En segundo lugar, nos preparamos para el lanzamiento de la primera guía de astroturismo. La próxima semana presentaremos la primera guía de astroturismo y experiencias, que incluirá buenas prácticas y casos de estudio. Esta publicación se realizará con el apoyo de la ONU Turismo, lo cual es de suma importancia, ya que, por primera vez, la librería electrónica de Naciones Unidas Turismo contará con una guía sobre astroturismo liderada por la Fundación Starlight. Tanto el impulso del ODS 18 como la publicación de esta guía son puntos clave y estratégicos

para nosotros, fundamentales para seguir avanzando en nuestra misión.

**¿Podríamos confirmar que cada vez existe una mayor concienciación sobre la preservación de nuestros cielos?**

Soy optimista, aunque también muy realista, y considero que estamos en el camino correcto. De hecho, he recibido una noticia muy relevante: plataformas como Booking y TripAdvisor están posicionando el astroturismo como la modalidad más emergente en el sector turístico. Es fascinante cómo algo tan innovador, sostenible y responsable se ha convertido en una tendencia.

Considero que el concepto del astroturismo ya es ampliamente conocido. Recuerdo que hace años, al hablar con la gente de a pie, incluso en lugares que visitábamos, el tema no les resultaba familiar. Aún faltaba que permeara en la sociedad. Sin embargo, ahora se ha consolidado y creo que cada vez somos más conscientes de que es un recurso en alza, pero también en peligro de extinción. Sabemos que el 85% de la población mundial vive bajo cielos contaminados, y esta cifra crece un 9,6% anualmente. Una gran parte de la superficie del planeta —un 23% entre el centro y el sur, y un 75% en otras zonas— no debería estar contaminada, y se prevé que esta situación se duplique hacia la década de 2030.



Ante este panorama, cada vez más administraciones se están alineando para mejorar y revertir esta situación. Contamos también con el compromiso surgido de dos talleres, "Dark and Quiet Skies" (Cielos Oscuros y Silenciosos), celebrados en La Palma. Aunque fueron en línea debido a la pandemia y al volcán de Tajogaite, establecieron recomendaciones globales sobre cómo proteger nuestros cielos. La máxima es revertir la situación y frenar la contaminación lumínica en un plazo no superior al de España.

Esto solo se logra con la concienciación ciudadana. A veces digo que los votos se contaban por "luxes", la unidad para medir el brillo del cielo. Si la sociedad no se alinea, a las administraciones les cuesta dar ese paso valiente de cambiar las cosas. Necesitamos apoyar e interpelar a las administraciones para que realicen este cambio.

Acabo de regresar del Congreso del Comité Español de Iluminación en Logroño, donde también participé el IDAE (Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía de España), que determina cómo debemos iluminar nuestras calles y ciudades. Puedo asegurarles que están dando pasos muy significativos para cambiar la situación y avanzar hacia una iluminación que no contamine lumínicamente. No se trata solo de eficiencia energética y ahorro económico, sino también de no generar contaminación lumínica. Esto significa que no todos los LED sirven.

Necesitamos entender que todos y cada uno de nosotros podemos hacer algo para revertir este cambio: desde nuestra casa y balcones, cómo iluminamos nuestras empresas, y cómo concienciamos a quienes nos rodean.

**¿Qué mensaje le gustaría transmitir a las nuevas generaciones sobre la importancia de proteger el cielo nocturno?**

Tenemos la obligación de trabajar para que las generaciones presentes y futuras cuenten con un cielo y un planeta indemne y no contaminado. Esta necesidad es imperiosa porque, como he señalado, sin cielo no hay planeta.

Muchos territorios ya están realizando grandes inversiones en esta dirección. Por tanto, les pediría su apoyo para conseguir que el cielo sea reconocido como un Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS), tal y como defendemos desde la Fundación Starlight y la Asociación de Mujeres Empresarias y Profesionales de España y de Canarias.

Además, les invitaría a que nos apoyen en la educación y la concienciación, sin importar su profesión o lugar de trabajo. Creo que es una labor en la que hay que seguir trabajando día a día, al igual que con la igualdad. Debe ser un esfuerzo global y constante. Por ello, les pido, sobre todo, su apoyo, respaldo y concienciación.



## Sara Mateos: “En Fundación DISA la educación es el hilo conductor de nuestra labor”

### ENTREVISTA

**SARA MATEOS**  
DIRECTORA DE LA  
FUNDACIÓN DISA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Fundación DISA tiene una trayectoria consolidada en Canarias. ¿Podría detallarnos cuáles son actualmente las principales líneas estratégicas que guían la labor de la Fundación en el archipiélago? ¿Han evolucionado estas prioridades en los últimos años, y si es así, a qué factores responden estos cambios?**

En Fundación DISA la educación es el hilo conductor de nuestra labor, en su totalidad y en cada área de actuación en particular, entendiendo el conocimiento como la mejor herramienta para el desarrollo personal y como sociedad.

Trabajamos por y para las personas, y uno de nuestros principales objetivos es llegar a aquellos rincones donde no están presentes las administraciones u otras organizaciones. Dedicamos una parte importante de nuestra energía a detectar necesidades y prioridades, especialmente, entre los colectivos con mayor vulnerabilidad a través de nuestra acción social. Además, apostamos por ofrecer nuevas oportunidades y motivaciones para ellos, como puede ser, por ejemplo, nuestro impulso constante del deporte para personas con discapacidad física y/o intelectual.

Dicho todo esto, claro que hemos evolucionado y lo hemos hecho potenciando la escucha activa y dando respuestas reales, eficaces y rápidas a las peticiones planteadas.

**Dentro de su amplio abanico de actuaciones, ¿podría destacar algunos de los proyectos o iniciativas más emblemáticos que la Fundación está desarrollando actualmente en Canarias y que tengan un impacto significativo en la comunidad?**

El abanico es tan amplio que solo en 2024 hemos estado presentes en 184 acciones desarrolladas en nuestro archipiélago.

Si tengo que nombrar algunos de ellos creo que destacaría, como comentaba anteriormente, el abanico de posibilidades que hemos creado para personas con discapacidad en materia deportiva. Nuestras becas ‘Capacitas’, ‘Inclúye-t’ o ‘Relevo Paralímpico’, son proyectos que han ido evolucionando con nosotros desde nuestros inicios. En la actualidad, colaboramos con diferentes campeonatos celebrados en las islas en mo-



dalidades como surf, tenis, pádel o natación, visibilizando el deporte paralímpico, a nuestros deportistas y ubicando a Canarias en el mapa del deporte mundial.

Cabe destacar nuestra conocida apuesta por la educación y crianza. Las Escuelas Fundación DISA tienen un gran reconocimiento entre familias y profes por abordar lo que más preocupa en ese momento, lo que nos ha llevado a crear proyectos como el ‘Congreso de Responsabilidad Digital’ celebrado el pasado mes, pionero a nivel nacional y donde los más de 300 asistentes pudieron obtener recursos y herramientas para afrontar el reto de la educación digital de los menores, apostando por un uso de la tecnología desde un punto de vista constructivo y responsable.

**¿Qué criterios se siguen para la selección y el desarrollo de estos proyectos?**

Nuestro principal criterio para el desarrollo y puesta en marcha de estos proyectos es la utilidad de estos y no solo para las personas que participan directamente en ellos. Las iniciativas comentadas en la pregunta anterior, por ejemplo, no solo son beneficiosas para quienes las disfrutaban en primera persona, son beneficiosas como sociedad, ya que ayudan a impulsar un cambio real sobre determinadas materias y temas que hasta ahora no eran tan habituales.

Desde Fundación DISA queremos que nuestros proyectos supongan un cambio real que impulse a nuestro archipiélago, que ayude a los más pequeños a desarrollar su personalidad, a generar opiniones críticas, a hablar desde el conocimiento y a visibilizar realidades que hasta hace muy poco no eran visibles para el resto.

Para todo ello es fundamental el diálogo, ofrecer a las personas la oportunidad de debatir y proponer acciones que consideren necesarias, pero, sobre todo, es fundamental ponerse en los zapatos del otro para entender por qué son útiles para todos.

**Canarias posee una riqueza cultural y un patrimonio histórico singulares. ¿De qué manera apoya la Fundación DISA la preservación, promoción y difusión de la cultura y el patrimonio canario? ¿Colaboran con instituciones culturales locales o desarrollan proyectos propios en este ámbito?**

Si algo tenemos claro es que juntos llegamos más lejos y esto no es solo aplicable a las entidades del tercer sector, también a organismos públicos y otras instituciones que gozan de reconocimiento por su buen

hacer en otras materias, entre las que se encuentra la cultura.

Entendemos la cultura como un derecho para las personas, por ello colaboramos en diferentes proyectos teatrales, musicales o pictóricos, acercando las artes a diferentes colectivos como menores con problemas de salud mental y personas con síndrome de Down o TEA, pero también ofrecemos un gran número de acciones para escolares en general. En todos los casos, no solo damos la oportunidad de ser espectadores, si no que nos encargamos de que adquieran los conocimientos necesarios para ser creadores y formar parte activa del circuito artístico.

Son muchos los proyectos propios que trabajamos en material cultural y de patrimonio, pero son más las colaboraciones que tenemos con la Orquesta Filarmónica de Gran Canaria, la Orquesta Sinfónica de Tenerife, El Museo Canario o nuestras universidades.

**Por su parte, en un territorio insular y sensible como Canarias, la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente son cruciales. ¿Qué iniciativas concretas está llevando a cabo la Fundación DISA en este ámbito? ¿Están enfocados en la transición energética, la conservación de la biodiversidad, la gestión de residuos o en otros aspectos relacionados?**

Contestando también la pregunta anterior, nuestro Laboratorio Marino DISALab (Museo Elder de la Ciencia y la Tecnología) es una gran muestra de promoción y difusión de nuestro patrimonio, pero también es una gran herramienta para conocer nuestra riqueza natural y fomentar el cuidado de nuestro entorno desde las edades más tempranas.

Ahora mismo, también trabajamos junto a la Fundación Santa Cruz Sostenible en un programa para profesorado en materia de sostenibilidad en un afán de ofrecer al alumnado educación ambiental desde el rigor y el conocimiento. También a través de nuestro proyecto ‘Energetic’ seguimos volcados en la difusión y el conocimiento de las energías renovables, que ya ha recorrido centros educativos de todas las islas con talleres teórico-prácticos para un mayor entendimiento entre el alumnado.

‘NaturActiva’ es otro proyecto activo actualmente donde la naturaleza forma parte integral del aprendizaje, ofreciendo la oportunidad de disfrutar de espacios naturales desde el aprendizaje y puesta en valor de lo que les rodea.

**Para concluir, ¿qué mensaje le gustaría transmitir a la comunidad canaria sobre la labor y el compromiso de la Fundación DISA con las islas? ¿Cómo pueden los ciudadanos y otras organizaciones involucrarse o colaborar con la Fundación en sus iniciativas?**

Por fortuna, cada vez somos más los que trabajamos para que Canarias siga mejorando, pero la principal fortuna es poder trabajar de la mano junto a otras entidades, y creo que ahí se encuentra nuestro principal éxito que es la suma de energías. Como ya he dicho, la escucha activa es fundamental para ofrecer lo que realmente la sociedad solicita, y la respuesta a esa escucha hay que elaborarla junto a entidades del tercer sector, instituciones y otras organizaciones que aporten cordura, profesionalidad y conozcan realmente el tema o el colectivo central de cada acción.

Si algo tenemos claro en Fundación DISA es que caminando juntos llegaremos mucho más lejos.



# Olga del Pino: “En CaixaBank creemos en el poder del cambio positivo”



Bank, permite detectar las necesidades locales a través de nuestra capilaridad territorial y canalizar una parte de estos fondos para hacer realidad proyectos sociales de todos los rincones de Canarias que atienden las necesidades reales de las personas.

## ¿Qué tipo de programas impulsa CaixaBank y a qué colectivos van dirigidos?

En Acción Social de CaixaBank contamos con una amplia red de programas e iniciativas solidarias enfocadas a diversos colectivos. Son acciones que se consolidan año tras año por el éxito en su puesta en marcha y, principalmente, por el número de beneficiarios a los que llegamos. A través de programas como ‘El Árbol de los Sueños’, ‘ReUtilízame’, ‘Tierra de Oportunidades’ o nuestro voluntariado corporativo, entre otros, ponemos el foco en las diferentes etapas de la vida y, a la vez, apoyamos a colectivos vulnerables en ámbitos como el acompañamiento, la educación, la digitalización, el medioambiente, la cultura y el deporte.

## ¿Qué impacto tiene ‘El Árbol de los Sueños’?

Se trata de una iniciativa que nos permite iluminar cada Navidad la sonrisa de miles

de niños que se encuentran en situación vulnerable y que cumplió las pasadas fiestas su séptima edición con la entrega de 3.030 regalos para cumplir los sueños de los menores en Canarias. Este programa no solo entrega regalos, entrega esperanza, porque detrás de cada carta hay una historia, una familia, una situación difícil, y con cada deseo cumplido se cubre una necesidad intangible como es la ilusión. Todo ello es posible gracias a la cadena de solidaridad que se crea entre clientes y empleados de CaixaBank, y las entidades sociales y empresas colaboradoras.

## ¿Cómo impulsan la economía circular desde el ámbito social?

Contamos con un programa social de economía circular mediante el que conectamos a empresas clientes del banco con entidades sociales que necesitan infraestructura y material. ‘ReUtilízame’ alcanza ya cerca de 2.000 objetos donados en Canarias desde la puesta en marcha del programa en 2020. La buena acogida que tiene, como red que transforma excedentes en oportunidades, demuestra que es una de esas iniciativas que combinan perfectamente sostenibilidad y solidaridad.

## ¿Qué contribución hace su entidad al desarrollo local y rural en las Islas?

Con ‘Tierra de Oportunidades’ ponemos el foco en el emprendimiento, en crear empleo y ofrecer oportunidades de futuro al entorno rural, detectando su potencial y necesidades, y brindando ayuda económica, formación y acompañamiento. Todo ello, con el apoyo de los Grupos de Desarrollo Rural, conocedores en profundidad del tejido económico de cada rincón de las Islas, y con las sinergias creadas con otras áreas de la entidad: desde el acompañamiento y la mentorización (Voluntariado CaixaBank), a la financiación (MicroBank y AgroBank), creando una comunidad de emprendedores de ámbito nacional.

## Este año celebran el 20 aniversario del voluntariado corporativo. ¿Qué significa este hito para las personas que lo hacen posible?

Voluntariado CaixaBank es una de las redes de voluntariado corporativo más grandes de nuestro país. Este 2025 celebramos 20 años de compromiso, y este aniversario nos invita a mirar atrás con orgullo y hacia adelante con ilusión, por todo lo que podemos seguir haciendo.

El programa tiene un propósito muy claro, que es canalizar la vocación social de empleados, clientes y sociedad en general, y permite a los voluntarios conocer de primera mano realidades que se producen en su entorno más cercano y que, en ocasiones, pasan inadvertidas. Además, cada vez somos más. En 2024 movilizamos a 660 voluntarios en Canarias en acciones que beneficiaron a más de 12.000 personas en situación de vulnerabilidad.

## ¿Cómo abordan la inclusión financiera desde sus oficinas?

Las finanzas inclusivas son clave en la estrategia de CaixaBank. En este sentido, nuestra entidad apuesta por una banca próxima y accesible. Somos el único banco presente en todos los municipios de Canarias y en las ocho islas, con una red de más de 230 oficinas, lo que pone de manifiesto nuestro compromiso de estar cerca de los clientes y de la sociedad en general.

Otra de nuestras prioridades es garantizar que los colectivos con mayor riesgo de exclusión puedan acceder a productos y servicios financieros básicos. Hemos lanzado tarjetas con código braille, TPVs accesibles, el servicio gratuito de videointerpretación en lengua de signos, SVisual, y productos específicos para entidades sociales y para personas con apoyo a la capacidad jurídica. Todo ello, para eliminar barreras y facilitar el acceso a la banca a todos los colectivos. No se trata de acciones aisladas, sino de una forma de hacer banca que pone a las personas en el centro.

## ENTREVISTA

**OLGA DEL PINO**  
RESPONSABLE DE ACCIÓN  
SOCIAL DE CAIXABANK EN  
CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

**Desde la entidad financiera desarrollan un modelo de banca socialmente responsable en el que la inclusión social, la igualdad de oportunidades y el desarrollo comunitario son claves. ¿Cómo definiría el compromiso social de CaixaBank?**

El compromiso histórico de CaixaBank con la sociedad y con la inclusión está presente desde nuestros orígenes y se mantiene en nuestros días. Este compromiso va más allá de nuestra actividad financiera. Buscamos reducir desigualdades y crear oportunidades para estar cada día más cerca del mundo que imaginamos.

**¿Qué papel juega la colaboración con la Fundación “la Caixa” en el desarrollo de estos proyectos?**

La Fundación “la Caixa” es una de las más importantes del mundo por volumen de inversión social y cuenta con un presupuesto de 17 millones de euros para este año en el Archipiélago. La alianza que mantenemos con la Fundación “la Caixa”, a través de Caixa-





# Hernán Tejera: “El objetivo primordial es consolidar a Canarias como un destino enoturístico clave”



## ENTREVISTA

**HERNÁN TEJERA**  
GERENTE DEL CLÚSTER  
ENOTURISMO DE CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Ya el año pasado indagamos en los desafíos superados con la creación del Clúster en 2018 y el reimpulso del mismo en 2023. En la actualidad, con la incorporación de nuevos socios y el refuerzo institucional, ¿cuáles son los objetivos prioritarios del Clúster de Enoturismo de Canarias a corto y medio plazo?**

Considero que el objetivo primordial, tanto a corto como a largo plazo, es consolidar a Canarias como un destino enoturístico clave en las consideraciones de los turistas que nos visitan y, por supuesto, de los habitan-

tes de las islas. Hemos tenido la oportunidad de presentar la oferta de Canarias desde una perspectiva enoturística en diversas ferias, y la respuesta ha sido muy satisfactoria, incluso sorprendente. A pesar del reconocido prestigio de los vinos canarios, muchos turistas, especialmente anglosajones, norteamericanos y de otros países europeos, no consideran Canarias como un destino para conocer nuestras bodegas y nuestra oferta enoturística. Sin embargo, al descubrirla, muestran un gran interés, aunque inicialmente con cierta incredulidad, ya que representa algo completamente



diferente a lo que están acostumbrados en la península ibérica y en otros países europeos.

En resumen, el objetivo es explotar este gran potencial en un momento en que tanto la sociedad como las instituciones canarias, a nivel gubernamental y empresarial, apuestan por un turismo más respetuoso con el medio ambiente, que genere un mayor valor añadido y que se interese por nuestra gastronomía, nuestros paisajes, nuestros vinos y, en definitiva, atraer a un turismo de calidad. Esta es la simbiosis deseada entre el sector primario y el sector turístico.

**¿Se está percibiendo ya a Canarias como un destino enoturístico consolidado fuera de las fronteras españolas, en consonancia con lo que comenta?**

No, actualmente se percibe como una apuesta, como una muestra del potencial que tenemos. Sin embargo, necesitamos una oferta agrupada, y en este sentido, el clúster desempeña un papel fundamental al articularla. El turista que visita Canarias, afortunadamente, suele ser un visitante recurrente, y es necesario ofrecerle nuevas experiencias.

Existen destinos enoturísticos, como Lanzarote, que están muy consolidados, pero el resto de las islas no son tan conocidas en este ámbito. Dado que el turista repite sus visitas, atraído por los valores turísticos bien conocidos de Canarias, debemos brindarle la oportunidad de diversificar sus experiencias, de variar sus destinos y de no visitar siempre la misma isla o las mismas bodegas.

**El objetivo de aprovechar la afluencia turística actual es muy ambicioso. ¿Qué estrategias específicas están diseñando para crear sinergias entre este sector -el sector turístico- y las bodegas?**

Considero que el papel institucional del clúster como representante de la oferta enoturística de Canarias, en colaboración con instituciones clave como la Consejería de Agricultura a través del Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria y de Gestión del Medio Rural de Canarias, es fundamental para asistir a diversas ferias, promocionando y dando visibilidad a nuestra oferta. Asimismo, la Consejería de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias también apuesta por ese turismo de calidad que mencionaba, y considera que el clúster puede ser el canal para mostrar, a través de ferias y otras plataformas turísticas, esta oferta tan singular que en otros destinos europeos o de la península ibérica está completamente consolidada, y que en Canarias estamos comenzando a dar a conocer.

Las propias estadísticas del Gobierno de Canarias indican que entre un 2% y un 4% de los turistas muestran interés por la oferta enogastronómica, una cifra que consideramos exigua y que revela un importante potencial de crecimiento. Trabajando de la mano de las instituciones, este potencial es enorme, considerando la singularidad de los paisajes y vinos canarios.

En cuanto a los próximos pasos clave para posicionar a Canarias como un destino enoturístico de

“Existen destinos enoturísticos, como Lanzarote, que están muy consolidados, pero el resto de las islas no son tan conocidas en este ámbito”

referencia a nivel internacional, creo que debemos mantener una presencia muy activa, junto con las instituciones y el propio clúster, en medios especializados web y redes sociales, algo que sin duda lograremos gracias al apoyo y acuerdos alcanzados con PROMOTUR. Además, la asistencia a ferias donde presentamos a Canarias como un destino enoturístico es crucial, y aunque ya estamos trabajando en ello con las instituciones, nos gustaría intensificar esta promoción.

Una muestra de este esfuerzo es la colaboración con Proexca para digitalizar la oferta y facilitar su difusión en diversos idiomas, así como el fortalecimiento de nuestra página web. Otro aspecto fundamental es la formación del personal de las bodegas. Queremos asegurar que la experiencia de visita de los turistas sea plenamente satisfactoria, generando recomendaciones positivas, ya que un cliente satisfecho es el mejor prescriptor. En este sentido, hemos firmado un convenio con Hecansa, Hoteles Escuela de Canarias, que nos permitirá ofrecer esta formación, también a través de un socio nuestro, la cátedra de agroturismo de la Universidad de La Laguna y el ICCA. El objetivo es reforzar la calidad de la visita para que los turistas la recomienden, ya que el boca a boca es la mejor publicidad.

**¿Cuál es su visión personal a largo plazo para el enoturismo en Canarias y qué papel espera que juegue el Clúster en la consecución de esa visión?**

Considero que el enoturismo tiene un papel crucial que desempeñar en Canarias, especialmente porque las tasas de crecimiento del turismo tradicional no pueden ser infinitas. Nos encontramos en un momento en que todos, sin excepción, estamos apostando por un turismo menos masificado, de mayor calidad y que genere un mayor valor añadido. La apuesta por el enoturismo cumple perfectamente con estos requisitos. No debemos olvidar que nuestros agricultores y ganaderos son quienes configuran el paisaje que atrae a los turistas, por lo que el futuro está claramente ligado a este tipo de turismo.

En cuanto al papel del clúster, es fundamental que un mayor número de bodegas se involucren y formen parte de esta asociación empresarial. Es importante recalcar que somos una asociación empresarial, y nuestro objetivo es que tanto el sector primario como el turístico obtengan beneficios legítimos a través de la explotación ordenada y sostenible de nuestros recursos, del campo y de nuestros productos de proximidad. En este sentido, necesitamos que la oferta que se articula a través del clúster, es decir, nuestros asociados, crezca para que este destino sea lo más atractivo posible.



## ENTREVISTA

ANA YARE

DIRECTORA RSC GRUPO  
MARTÍNEZ ABOLAFIO -  
FUNDACIÓN MARTÍNEZ  
ABOLAFIO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**La Fundación Martínez Abolafio ha demostrado ser un agente de cambio proactivo, impulsando iniciativas impactantes en Canarias y África. Mirando hacia adelante, ¿podría compartir algunas pinceladas sobre los proyectos o iniciativas que la Fundación Martínez Abolafio tiene en horizonte tanto en Canarias como en África? ¿Existen nuevas áreas de intervención que estén explorando?**

FMA nace con un propósito claro y es construir una sociedad más inclusiva, más sostenible e innovadora.

Venimos de un 2024 en el que hemos impulsado la formación y el crecimiento profesional en el sector de la hostelería y el turismo, como embajadores en Lanzarote del proyecto COH con más de 70 alumnos que han recibido formación y a los que hemos acompañado durante todo el curso promoviendo habilidades claves en los jóvenes.

Nuestro corazón está dividido en dos territorios, y aunque en nuestros inicios nuestros proyectos se centraban en el territorio guineano, en estos últimos años ha crecido nuestro impacto también en Canarias. Tres palancas claves conforman nuestro plan estratégico 2025-2030: Innovación, Calidad de vida de las personas y sostenibilidad ambiental, económica y social del territorio, palancas que se dividen en dos ejes diferenciados:

Por un lado, un eje que busca promover y proteger los derechos de colectivos en riesgo de exclusión a través de la mejora de la empleabilidad y la formación, la búsqueda de oportunidades laborales justas, de dar soporte para promover una educación de calidad y a través de proyectos de cooperación internacional enfocados en mejorar la salud y potenciar el deporte en Guinea Ecuatorial.

## Ana Yare: “FMA nace con un propósito claro y es construir una sociedad más inclusiva sostenible e innovadora”

Por otro lado, el otro eje lo conforman todos los proyectos enmarcados en lo que llamamos innovación social. Nos enfocamos en impulsar la innovación social como motor de cambio y del desarrollo sostenible. Con el único objetivo de adaptar y preparar a las nuevas generaciones para los desafíos futuros, ¿que buscamos? se busca mejorar las competencias digitales y despertar además vocaciones en el ámbito digital, sobre todo nos centramos en garantizar que se puedan adquirir competencias digitales y tratamos temas de relevancia como el Desarrollo local, la sostenibilidad del territorio y la Economía circular.

Nos encontramos sumergidos en plena elaboración, como decía, de Nuestro plan, con ideas de Proyectos que han salido de nuestros compañeros de GMA, a través de un proceso participativo con el 77% de participación, donde a través de talleres de innovación abierta, los equipos de trabajo van dándole forma al corto, al medio y a largo plazo de este plan, con proyectos que marcarán la hoja de ruta de la Fundación de los próximos 5 años.

Proyectos como “Km0-4all”, “conectando ideas” o “talento sin fronteras” definen nuestra identidad y que han sido seleccionados como los Proyectos para el plan a corto plazo.

**Han colaborado activamente en la iniciativa “Zapatillas Solidarias” junto al Cabildo de Lanzarote. ¿Cómo surgió esta colaboración y qué valor añadido aporta la Fundación a este proyecto en particular?**

El proyecto de zapatillas solidarias nace con la Fundación Martínez en el 2014, un proyecto que simboliza la generosidad de Lanzarote, y que gracias al impulso del Cabildo de Lanzarote y del programa Lanzarote recicla, ha supuesto un hito muy importante pues se ha recolectado más de 11700 pares de zapatillas en estos 11 años.

El calzado donado en los centros educativos es clasificado por nuestro personal voluntario del Grupo Martínez y posteriormente enviado a Guinea, donde niños y jóvenes guineanos los reciben y los utilizan con la mayor de las ilusiones para practicar deporte, donde además en Guinea el deporte se utiliza como una herramienta de inclusión social y desarrollo personal.



CREAMOS OPORTUNIDADES | Fundación MAHOU SANMIGUEL | Fundación

Para nosotros es un proyecto de cooperación que representa el espíritu solidario de quienes lo conforman, (administración, voluntariado, colegios, ciudadanía en general...) y nos permite promover valores como la igualdad, la empatía y el compromiso social.

**La campaña lleva once ediciones recogiendo zapatillas. ¿Cómo ha evolucionado la colaboración entre la Fundación y el Cabildo a lo largo de estos años, y cuáles han sido los aprendizajes más significativos de esta alianza a largo plazo?**

La relación con el Cabildo ha sido muy positiva en cada edición, de la mano de los responsables del programa Lanzarote recicla en cada campaña, cada experiencia ha sido impecable.

Agradecemos sinceramente la disposición constante y la actitud colaborativa cada año, pues independiente de las personas que ha estado al frente, el objetivo común y el fin social siempre ha estado presente. Como aprendizaje, los valores de las personas, la disposición, las ganas de colaborar, y sobre todo que es posible construir iniciativas sociales que fortalecen el vínculo y potencian el impacto del trabajo conjunto.

**Más allá de la donación de zapatillas, ¿existen otros proyectos o iniciativas en colaboración con el Cabildo de Lanzarote o con otras entidades locales para promover el desarrollo social y la sostenibilidad en la isla?**

Como decía estamos con la elaboración de nuestro nuevo plan estratégico 2025-2030, un plan que recoge la palabra “alianza” como fundamento de su estructura, solos no podemos llegar a toda la comunidad. Somos varias las fundaciones y asociaciones de la isla que ya hemos conformado un pequeño equipo de trabajo para estudiar las necesidades, y ver de forma conjunta como en forma de proyecto podemos contribuir a paliar alguna necesidad del territorio.

El tema de la migración, por ejemplo, es un tema importante en Lanzarote y en Canarias en general y consideramos que las Fundaciones y asociaciones de la isla debemos unirnos para que, como decía, en forma de proyectos, podamos ayudar también y contribuir con esos menores que buscan un futuro mejor y que mejor manera que hacerlo a través de la formación y la innovación.

Recientemente, además, hemos firmado un convenio para empezar un proyecto de formación e inserción el Cabildo de Lanzarote, que tenemos previsto iniciar durante la segunda quincena de junio y que está centrándose en un programa formativo de agricultura ecológica y jardinería sostenible para colectivos en riesgos de exclusión social.

**Para la comunidad de Lanzarote, ¿hay planes para desarrollar nuevos proyectos que complementen las iniciativas existentes en hostelería, STEAM y otras áreas?**

Como decía, continuamos con Proyectos cuyo impacto ha sido muy significativo este último año en la isla, como puede ser COH, STEAM lab, un proyecto dirigido a jóvenes de primaria en materia de programación informática para el cual aprovechamos Nuestro centro de innovación, MihuB.

Además, el pasado 26 de abril con motivo del Día del Niño, hemos lanzado un proyecto en el que quisimos darles la voz que merecen, a los hijos de nuestros compañeros, a través del proyecto audiovisual “La Isla en la voz de los niños”, grabado en MiHub. El proyecto partía de una pregunta sencilla pero profunda: ¿qué opinan los niños sobre los grandes retos de nuestro entorno? Medioambiente, migración, desigualdad... temas complejos que abordaron con una sinceridad, una ternura y una claridad que nos invitan a reflexionar. Los verdaderos protagonistas fueron los hijos e hijas de personas del GMA, quienes, con su manera de ver y entender el mundo, nos han dejado momentos llenos de ternura y reflexión.

Arrancamos también como decía el programa formativo AGRICULTURA ECOLOGICA Y JARDINERIA SOSTENIBLE de la mano del Cabildo insular de Lanzarote y por supuesto pondremos en marcha los proyectos propuestos por nuestros compañeros: Km0-4all, “conectando ideas” y “Talento sin fronteras”

**¿Qué mensaje o visión le gustaría transmitir a la comunidad, a las posibles entidades colaboradoras y a los beneficiarios del trabajo de la Fundación Martínez Abolafio de cara al futuro?**

Siempre me gusta transmitir profundo agradecimiento y compromiso. A la comunidad gracias por confiar en nosotros y ser parte activa de este camino, su participación y apoyo son fundamentales para poder seguir desarrollando proyectos. A las entidades colaboradoras que tenemos y que hemos tenido, les reitero nuestro reconocimiento por su respaldo constante que hace posible que nuestros proyectos se conviertan en realidades transformadoras e invito a otras entidades a unirse a nuestra red de alianza local, estoy segura de que cuanto más grande sea la red, mayor impacto conseguiremos.

Y a las personas beneficiarias de los proyectos que hemos desarrollado, decirles que seguiremos trabajando con pasión, responsabilidad y mucha empatía para poder seguir ofreciéndoles oportunidades reales de formación, de inserción y de mejora de la calidad de vida.

De cara al futuro renovamos nuestro compromiso con la formación, la empleabilidad la inserción, la inclusión laboral, contribuyendo además al desarrollo local, y la construcción conjunta de un territorio más justo y solidario para todos.



# Matías Fonte-Padilla: “La contaminación de playas en Tenerife es un problema estructural”



## ENTREVISTA

**MATÍAS FONTE-PADILLA**  
DECANO DEL COLEGIO OFICIAL  
DE BIÓLOGOS DE CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Ante la preocupante noticia del cierre de cuatro playas en Tenerife en tan solo una semana y considerando que más de una decena de puntos de baño han sufrido prohibiciones en el último año, resulta crucial recabar la perspectiva experta del Colegio Oficial de Biólogos de Canarias. ¿Cuáles considera que han sido las principales tendencias o factores a largo plazo que han contribuido a la creciente vulnerabilidad de las playas de Tenerife a episodios de contaminación como el actual? ¿Se han identificado puntos de inflexión o eventos significativos en esta evolución?**

Este fenómeno se configura, sin duda, como un problema estructural. Esto se debe a que la población, tanto residente como turística, requiere y demanda una serie de infraestructuras adecuadas. La disparidad entre la capacidad de estas infraestructuras y las necesidades de la población conduce ineludiblemente a la aparición de diversas problemáticas.

En lo que respecta específicamente a los vertidos, es fundamental destacar la persis-

tencia en la creación de emisarios submarinos ilegales o carentes de una reglamentación clara. La realidad es que un número muy reducido de estos emisarios cumple con la normativa vigente. De hecho, se estima la existencia de más de 420 emisarios submarinos, de los cuales únicamente 123 se encuentran registrados y son legales, según datos recopilados hace algunos años.

La situación actual podría ser incluso más grave. La recurrencia en el cierre de espacios marítimos por contaminación fecal es una consecuencia directa de haber alcanzado el límite máximo de la capacidad de carga del ecosistema.

**¿De qué manera las características geográficas y oceanográficas de las Islas Canarias han influido históricamente en la mitigación del impacto de la contaminación, y qué implicaciones tiene la "invisibilidad" de esta contaminación?**

Las Islas Canarias, afortunadamente, poseen características geográficas y oceanográficas que han mitigado históricamente el impacto de esta contaminación. La corriente de Canarias, que fluye constantemente desde el noreste, contribuye a la dispersión de los residuos.

Asimismo, la notable profundidad del lecho marino a poca distancia del litoral facilita que los vertidos de los emisarios submarinos se depositen en grandes profundidades. La separación entre las islas, situadas en el océano Atlántico, también favorece la dilución de los contaminantes gracias al oleaje y las corrientes oceánicas. Esta dinámica marina, aunque no elimina la con-

taminación, la hace menos visible, incluso cuando los niveles superan ampliamente los límites permitidos. No obstante, es crucial comprender que la falta de visibilidad no implica la ausencia de contaminación.

**¿Cuáles son los principales factores que contribuyen al creciente número de cierres de playas?**

Se observa una tendencia creciente en el número de cierres de playa. En el pasado, estos eventos eran esporádicos; sin embargo, en la actualidad, su frecuencia ha aumentado. Esta situación se agrava cuando confluyen múltiples parámetros que determinan la contaminación de una zona, configurando lo que podría denominarse una "tormenta perfecta" en sentido adverso. Parámetros como la temperatura, salinidad, carga de nutrientes, oleaje e insolación (condiciones oceanográficas) influyen en la capacidad de dilución y desaparición de la contaminación.

Es fundamental diferenciar las Islas Canarias en dos grandes zonas: la zona norte y la zona sur. La zona norte se caracteriza por un mayor oleaje y condiciones oceanográficas más adversas, con corrientes más intensas. Por el contrario, la zona sur, donde se concentra una parte significativa de la población, presenta condiciones más calmadas. Cabe destacar que, para el

análisis de este problema, es un error habitual diferenciar entre turismo y residentes; la población total de una isla como Tenerife, que supera el millón de personas, ya es excesiva si no se dispone de infraestructuras adecuadas y un tratamiento apropiado.

En la zona sur, debido a su protección de los vientos y las corrientes, existen zonas de aplaceramiento donde el mar permanece en calma, salvo eventos puntuales de tiempo sur. Esta calma facilita que el aumento de los contaminantes y vertidos en el mar incrementen la probabilidad de superar los límites admisibles tanto para el ecosistema como para el baño, de manera más acentuada que en las costas del norte.

**¿Cuáles son las propuestas concretas que el Colegio Oficial de Biólogos de Canarias ha elevado o tiene previsto elevar a las administraciones competentes para abordar la problemática de la contaminación costera en Tenerife?**

Hemos participado recientemente en una serie de jornadas técnicas sobre ordenación y gestión turística del territorio, culminando esta semana pasada con una reunión técnica para abordar los temas pertinentes.

Este es un problema estructural que se atribuye fundamentalmente al modelo de vida establecido en Canarias, incluyendo el modelo de vida de los residentes y las diversas actividades económicas, entre ellas el turismo. Es importante destacar el impacto del modelo de vida actual.

Los residentes canarios están acostumbrados a una gran dispersión demográfica y de construcción, tanto en zonas costeras como en el interior. Esta dispersión dificulta la

provisión de las infraestructuras necesarias para garantizar que todos los asentamientos dispongan de los sistemas adecuados para prevenir la contaminación. Se requieren redes de saneamiento eficaces, estaciones de bombeo, depuradoras y lugares de depósito, así como emisarios submarinos que cumplan con la normativa en longitud y profundidad. La dispersión geográfica hace inviable la implementación de estos servicios esenciales en todas las viviendas.

El problema actual más evidente es el cierre de playas. Sin embargo, de mayor preocupación son los vertidos que contaminan el acuífero, es decir, el agua dulce. Sin una gestión adecuada, la imposibilidad de bañarse sería el menor de los problemas; la carencia de agua potable sería una consecuencia crítica y persistente.

El incremento en la frecuencia de cierres de playas se atribuye principalmente a dos factores clave: el calentamiento del agua marina, que ha aumentado en más de 1.5 grados Celsius en las últimas tres décadas reduciendo el oxígeno disuelto y afectando la biodiversidad, y la mayor ocurrencia de calmas marinas a lo largo de todo el año, lo que antes era un fenómeno más estacional. Estos cambios, junto con la contaminación, también plantean serias dudas sobre la viabilidad futura de obtener agua potable de las desalinizadoras si la calidad del agua marina continúa deteriorándose.

El aumento poblacional y la persistencia de vertidos de materia orgánica sin depurar, a menudo a través de emisarios ilegales, están exacerbando la contaminación costera. Estos vertidos permanecen más tiempo cerca de la costa, especialmente durante los periodos de calma marina, lo que propicia la proliferación de bacterias como la *Escherichia coli*. Cuando la concentración de estos coliformes fecales supera los umbrales establecidos por las normativas, el cierre temporal de las playas se convierte en una obligación legal para proteger la salud pública.

**Dada la complejidad y el coste de la problemática, ¿cuáles son las acciones prioritarias y las inversiones estructurales que se deben implementar de inmediato para mitigar los vertidos y sus consecuencias en las playas, y cómo la falta de estas medidas podría impactar a largo plazo el sector turístico de Canarias?**

La solución a esta problemática no es sencilla, económica ni de corto plazo. Incluso si se actúa de inmediato, los beneficios se observarán a medio plazo. No obstante, es imperativo iniciar acciones hoy mismo para identificar y evaluar el estado de los vertidos legales e ilegales, e invertir en redes de saneamiento adecuadas con los elementos necesarios (emisarios que cumplan con la normativa en longitud y profundidad).

La inversión en estas infraestructuras se ve dificultada por la dispersión poblacional. Sin embargo, estas medidas permitirían que, a pesar de las calmas y el aumento de la temperatura, los vertidos no alcancen el umbral crítico que obligue al cierre de las playas.

Finalmente, la relevancia de esta problemática es innegable, especialmente considerando que el turismo es uno de los motores económicos principales de Canarias. La consolidación de esta situación, con playas contaminadas, afectaría directamente la atracción turística y, por ende, la economía de las islas.



## ENTREVISTA

**VANESSA  
COLLADO JEREZ**  
DIRECTORA GENERAL DE  
FUNDACIÓN CANARIAS  
RECICLA

## Vanessa Collado Jerez: “Nuestro principal objetivo es consolidar una cultura del reciclaje y la sostenibilidad”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**En un contexto global donde la sostenibilidad y la economía circular se erigen como pilares fundamentales para el futuro de nuestro planeta, la labor que desempeña la Fundación en las Islas Canarias adquiere una relevancia crucial. Desde su perspectiva, ¿cuáles considera que son los mayores desafíos que enfrenta Canarias en materia de gestión de residuos y fomento del reciclaje en la actualidad?**

Sin duda, uno de los principales desafíos en Canarias es la gestión eficiente de los residuos, dada la insularidad y las limitaciones en infraestructura que esto conlleva. La dispersión geográfica de las islas dificulta la implementación de sistemas de recogida y tratamiento uniformes. Además, existe todavía una falta de conciencia y cultura del reciclaje en buena parte de la población, lo que impacta las tasas de recuperación. Otro reto importante es reducir la generación de residuos, promoviendo la prevención y el consumo responsable, en un entorno donde la economía aún depende en muchos casos de productos de un solo uso.

**¿Cómo está abordando la Fundación Canarias Recicla estos retos a través de su estrategia a medio y largo plazo?**

Nuestra estrategia se basa en la educación, la sensibilización y la colaboración. A medio y largo plazo, estamos diseñando campañas de concienciación que apunten a cambiar hábitos en todos los ámbitos de la sociedad, desde los escolares hasta las empresas. También promovemos iniciativas de economía circular que fomenten la reutilización y el reciclaje de materiales, apoyando a entidades locales en la implementación de soluciones innovadoras. Además, trabajamos en fortalecer la infraestructura de gestión de residuos y en establecer alianzas con administraciones públicas y empresas privadas para optimizar recursos y ampliar nuestro impacto.

**¿Podría destacar algunos de los programas o iniciativas más innovadoras y con mayor impacto que la Fundación ha implementado recientemente?**



Uno de nuestros programas más destacados es "Crea y Recicla. Jóvenes 20.30", que va ya por su 11ª edición. Bajo ese lema, se dota al alumnado del ámbito universitario como de la Formación Profesional de conocimientos sobre los principales problemas medioambientales, contribuyendo de esta manera a la mejora de la calidad del medio ambiente, fomentando actitudes críticas y constructivas, potenciando la responsabilidad compartida hacia el entorno y desarrollando estrategias encaminadas a conseguir una mejor y mayor formación en materia ambiental de los futuros profesionales.

Este proyecto ofrece al alumnado diseñar un evento sostenible de cualquier modalidad: musical, cultural, deportivo, medioambiental... y tener la opción de con la propuesta que se presente en grupos de 4 personas ganar 4 entradas para cualquier festival de una de nuestras islas.

**La colaboración es fundamental en el ámbito de la sostenibilidad. ¿Con qué otras entidades públicas o privadas, tanto a nivel local como regional o incluso nacional, colabora la Fundación para maximizar su alcance e impacto?**

Colaboramos estrechamente con ayuntamientos, cabildos y el Gobierno de Canarias para alinear esfuerzos y ampliar la cobertura de nuestras campañas. En el sector privado, trabajamos con empresas de gestión de residuos, así como con organizaciones del ámbito de la innovación y tecnología, para desarrollar soluciones más eficientes y sostenibles.

También mantenemos alianzas con instituciones educativas y asociaciones sociales, que son clave para sensibilizar y movilizar a la comunidad. La sinergia entre estos actores nos permite potenciar nuestro alcance y garantizar que la sostenibilidad sea una prioridad en todos los ámbitos.

**¿Cómo puede la ciudadanía canaria involucrarse de manera más activa en las iniciativas de la Fundación y contribuir a mejorar las tasas de reciclaje en las islas? ¿Qué mensaje clave le gustaría transmitir a la comunidad en este sentido?**

La participación activa de la ciudadanía es esencial para lograr un cambio real. Les invito a informarse, a participar en nuestras campañas y a integrar prácticas sostenibles en su día a día, como reducir el uso de plásticos de un solo uso, separar correctamente los residuos y reutilizar siempre que sea posible. Nuestro mensaje clave es que cada acción cuenta y que, como comunidad, podemos convertir a Canarias en un ejemplo de gestión responsable de residuos y economía circular. La sostenibilidad no es solo una responsabilidad institucional, sino un compromiso colectivo que requiere la implicación de todos.

**Mirando hacia el futuro, ¿cuáles son los principales objetivos y aspiraciones de la Fundación Canarias Recicla para los próximos 5-10 años? ¿Cómo visualizan el panorama del reciclaje y la sostenibilidad en Canarias en ese horizonte temporal?**

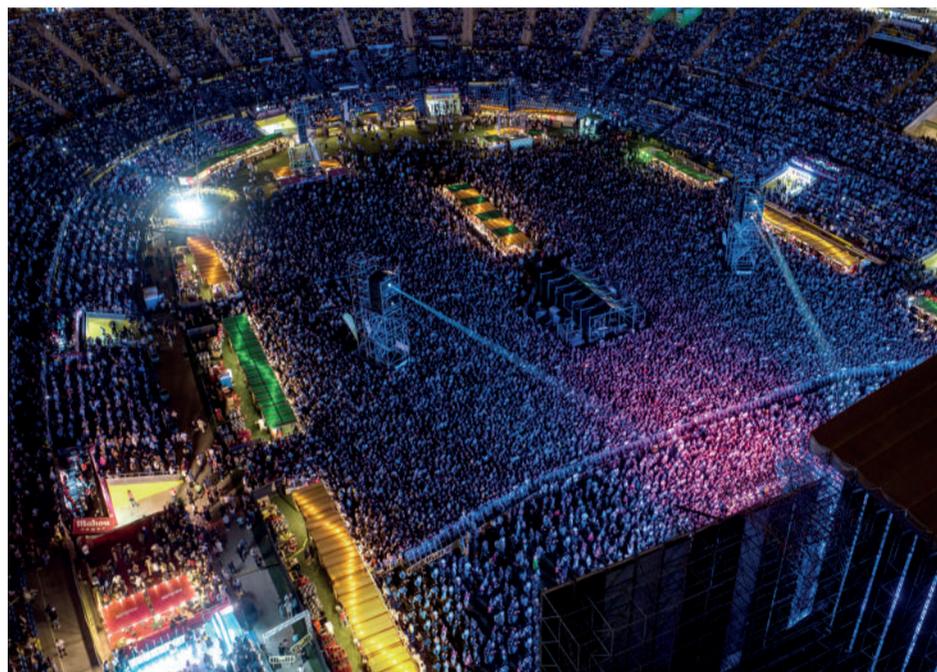
Nuestro principal objetivo es consolidar una cultura del reciclaje y la sostenibilidad en toda la sociedad canaria, logrando niveles de recuperación de residuos similares a los de regiones europeas líderes. Aspiramos a que, en 10 años, la economía circular sea una realidad palpable en las Islas, con industrias sostenibles, mayor reutilización y menos residuos generados. Visualizamos un escenario en el que la innovación tecnológica y la colaboración institucional sean pilares fundamentales, y en el que la ciudadanía se sienta motivada y capacitada para adoptar estilos de vida más responsables. Creemos que, con compromiso y esfuerzo conjunto, Canarias puede convertirse en referente en gestión de residuos y sostenibilidad en el ámbito insular y regional.



## ENTREVISTA

**LEO MANSITO**  
PROMOTOR DE  
GRANCA LIVE FEST

# Leo Mansito: “El Granca Live Fest es una experiencia que te deja huella”



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Este año el cartel del Granca Live Fest ha levantado una expectación brutal, con nombres súper potentes a nivel internacional y una mezcla de estilos que promete algo para todo el mundo. ¿Cómo describiría el potencial de este cartel comparado con otras ediciones?**

Lo cierto es que cada año nos ponemos el listón un poco más alto, porque siempre intentamos mejorar tanto la experiencia como el cartel. Y sí, estoy muy orgulloso del grupo de artistas que hemos logrado traer en cada edición.

A veces se nos olvida, pero el primer año ya tuvimos un cartelazo con Camilo, Marc Anthony, C. Tangana, Residente, Dani Martín... fue tremendo. El segundo año vinieron Rosalía, Maluma, Manuel Carrasco... Y el año pasado, ni más ni menos que Robbie Williams, Estopa, Maná... O sea, hemos tenido nombres muy top. Y este año no es menos, tenemos a Enrique Iglesias, Carín León, Paco Amoroso, Will Smith, Jason Derulo... Estamos súper contentos y emocionados con lo que se viene. Además, hemos abierto más el abanico hacia el mundo anglosajón y hemos incluido artistas internacionales que no son de habla hispana, lo cual también nos ilusiona un montón. Así que sí, este año pinta increíble.

**Con el cartel de este año, ¿cómo está siendo la respuesta del público en cuanto a la venta de entradas? ¿Ya se están superando las expectativas iniciales de asistencia?**

La verdad es que la venta va muy bien. Desde que nació el Granca Live Fest, sí que es cierto que han surgido muchos otros festivales en Canarias, lo que a veces hace que la venta arranque un poco más despacio. Pero el público está respondiendo genial y todo apunta a que vamos a vivir una gran fiesta, con unos días increíbles de música y ocio.

**¿Cómo describirías la evolución del festival desde su idea inicial hasta lo que es hoy? ¿Qué cosas se han mantenido intactas y cuáles han cambiado de forma importante con cada edición?**

El Granca Live Fest nació con la idea de ser un festival de gran formato, hecho en Canarias, pero pensado para el mundo. Queríamos demostrar que aquí también se puede montar un evento de primer nivel, como los que se hacen en cualquier gran ciudad internacional. Y lo hemos conseguido, sin duda.

El año pasado, por ejemplo, más del 37% del público vino de fuera de Gran Canaria, lo que generó empleo directo para más de 1.400 personas y un impacto económico de más de 30 millones de euros en la isla.

Desde el principio también apostamos por la sostenibilidad y el compromiso social, y eso es algo que no ha cambiado en absoluto. Es una parte fundamental del festival y estamos súper orgullosos de ello. Lo mismo con temas de igualdad y responsabilidad en todos los aspectos del evento.

En resumen, el festival no ha parado de crecer desde que nació, y hoy en día podemos decir con orgullo que se habla del Granca Live Fest fuera de Canarias y España.

**El término “sostenibilidad” a veces puede sonar a cliché. ¿Cómo se aseguran ustedes de que ese compromiso sea real y medible, y no solo una estrategia de marketing? ¿Tienen alguna métrica o certificaciones que puedan compartir sobre el impacto ambiental del festival?**

Sí, totalmente, entendemos que hoy en día todo el mundo habla de sostenibilidad, pero en nuestro caso es algo que va mucho más allá del discurso. De hecho, contamos con varios



sellos que nos reconocen tanto como empresa como festival sostenible, pero lo importante es que lo que hacemos se puede ver y medir.

Por ejemplo, hemos creado nuestro propio bosque, el Granca Live Forest, que es algo muy tangible y real. Además, cada año medimos la huella ecológica que deja el festival y tomamos acciones para reducirla. Ahora mismo usamos generadores que emiten un 95% menos de contaminación que los tradicionales, y los combustibles que utilizamos son biodegradables. No es solo decirlo, es hacerlo.

También somos pioneros en temas de inclusión: fuimos de los primeros festivales en habilitar una zona específica para personas con problemas auditivos, con tecnología que les permite disfrutar del concierto como cualquier otra persona.

Y no nos quedamos solo en lo medioambiental. Cada año organizamos la Jornada 360, con mesas redondas y charlas donde hablamos de sostenibilidad desde un enfoque más amplio: inclusión, igualdad, accesibilidad... Es algo que forma parte del ADN del festival desde el principio.

**Además de los conciertos y del enfoque en sostenibilidad, sabemos que hacen un esfuerzo real por ofrecer algo más, una experiencia completa que engancha y hace que la gente quiera repetir año tras año. ¿Este año habrá elementos sorpresa o interactivos que refuercen esa conexión entre el festival y el público?**

Totalmente. Para nosotros el Granca Live Fest no es solo una maratón de conciertos uno tras otro. Lo que buscamos es crear una experiencia completa, algo que te deje huella. Por eso cada año preparamos un montón de actividades y zonas donde la gente no solo viene a escuchar música, sino que puede pasar ocho horas disfrutando,

desconectando, viviendo algo diferente.

Queremos que sea un recuerdo que se quede grabado, no solo por los artistas, sino por todo lo que pasa alrededor. Y lo estamos consiguiendo: hay muchísima gente que viene desde la primera edición y ya tiene marcado el primer finde de julio como una cita fija con el Granca Live Fest

Este año también habrá sorpresas, zonas interactivas y más de una experiencia pensada para reforzar esa conexión tan especial que tenemos con el público. Queremos que cada edición se sienta única.

“Cada año nos ponemos el listón un poco más alto y este año pinta increíble”

**También se dice que el festival tiene un impacto muy positivo en la economía local y que beneficia a más de 500 pymes canarias. ¿Tienen datos concretos o estimaciones sobre el impacto económico total, tanto directo como indirecto, que genera el Granca Live Fest cada año para la isla?**

Sí, como comentaba antes, el año pasado las cifras fueron muy claras: el Granca Live Fest generó más de 30 millones de euros de retorno económico para Gran Canaria. Es una cantidad bastante importante y demuestra que el festival no solo es música y fiesta, sino también un motor real para la economía local.

Y no solo eso, como decías, más de 500 pequeñas y medianas empresas canarias se ven beneficiadas de forma directa gracias al festival. Hablamos de proveedores, servicios, alojamientos, restauración... un montón de sectores que se mueven esos días.

Además, en cuanto a sostenibilidad, también estamos certificados oficialmente. Tenemos el sello Eventsost y el de Evento Sostenible E-056-23, que avalan que lo que hacemos en este sentido es serio y está controlado.

**Justo después de esta edición, ¿cuáles son los siguientes pasos para el equipo? ¿Empiezan ya con la planificación del próximo año o se toman un tiempo para evaluar primero?**

Siempre hay un momento para hacer balance, ver qué se puede mejorar y qué ha funcionado bien. Pero la verdad es que la planificación del próximo Granca Live Fest ya está en marcha desde hace tiempo.

Nosotros normalmente empezamos con más de un año de antelación para poder cerrar a los artistas que queremos. A veces se logra y otras no, porque no siempre es fácil cuadrar agendas o conseguir ciertos nombres. Pero sí, la organización lleva mucho tiempo detrás y estamos casi siempre pensando ya en lo que viene. Esto no para.

COSTA ADEJE  
TENERIFE

The water kingdom  
**SIAM** PARK

JULIO  
& AGOSTO  
2025

Martes  
Miércoles  
Jueves  
Viernes  
& Sábado

de 20hs  
a 00hs

**SIAM**  
**NIGHT**  
RIDE THE NIGHT

JULIO y AGOSTO



TICKETS ONLINE



# Rumen Justo: “Siempre hemos querido hacer historias “con alma”, cine que toque la fibra”

## ENTREVISTA

**RUMEN JUSTO**  
PRODUCTOR EJECUTIVO  
DE JR PRODUCCIONES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

**Tras la experiencia de emprender en el sector de la movilidad sostenible, ¿cuál fue el momento exacto o la chispa que encendió la idea de fundar JR Producciones y enfocarse en la producción cinematográfica independiente? ¿Hubo alguna película, cineasta o experiencia personal que influyó particularmente en esta decisión?**

Desde el año 2005 comencé a realizar talleres y a recibir formación sobre cine, de la mano de referentes actuales como son Fátima Luzardo y Raúl Jiménez Pastor. Desde que era joven, seguía la trayectoria de grandes como David Lynch, Aronofsky, Yorgos Lanthimos, Saura y sobre todo mi gran referente que es y siempre será el magnífico Elías Querejeta, un modelo a seguir como cineasta y productor, un referente no solo para el Cine español sino mundial, por sus películas y su forma de realizarlas.

Estas cosas son la clave de que el arte y una gestión empresarial sería, cuando van de la mano, consiguen grandes logros, por eso nos atrevemos a afirmar que el Cine en Canarias sigue siendo tan “raquítrico”, pues los cineastas piensan que

la figura del productor no es importante o es, simplemente, el que pone dinero (un concepto que viene del Studio System de Hollywood, y que ya es bastante caduco).

Resulta curioso cómo muchos que se denominan cineastas desconocen o denostan esto, por eso siguen estando donde están. Estoy muy orgulloso de ser uno de los productores canarios con una trayectoria reconocida por el Ministerio de Cultura y fructífera en cuanto a legado, algo que solo podemos decir unos diez colegas de profesión en toda Canarias.

**¿Cómo fueron los primeros pasos de JR Producciones? ¿Cuáles fueron los mayores desafíos al establecer una productora independiente en Canarias y cómo logró construir una red de colaboradores y profesionales en sus inicios?**

Primero comencé rodando en VHS, haciendo cortos muy malos, pero pasándomelo genial. Fueron años muy divertidos donde lo que importaba era contar nuestras historias. Con el paso del tiempo y con las formaciones recibidas, mejoramos el nivel técnico y artístico de los films y, después de haber producido a varios directores, logré ir creando dicha red. Realmente se puede decir que he trabajado con casi el ochenta por ciento de los cineastas relevantes en Canarias, salvo los grandes hermanos Ríos, por ejemplo, con los cuales sí pude colaborar mediante el Festival de Cine Histórico de La Laguna que realizaron, y en el que mi película



“Amaro Pargo, Entre la Leyenda y la Historia” fue galardonada.

Además, al ser el director y fundador de Festival Internacional de Cine Independiente y de Autoría de Canarias (FICINDIE), me puedo codear con cineastas de Asia, LATAM, USA, y el resto de Europa, aspecto que me enriquece mucho como cineasta y como productor de eventos, dotándome de una visión macro de cómo funciona el sector cinematográfico y audiovisual.

**En los inicios, ¿cuál era la visión o el tipo de cine que aspiraba a producir JR Producciones? ¿Ha evolucionado esa visión con el tiempo y la experiencia?**

Siempre hemos querido hacer historias “con alma”, cine que toque la fibra, que nos llegue al corazón y ahora lo hacemos, aunque con una calidad y con un nivel técnico mejor que hace veinte años, por lo que creo que nuestra labor en el cine independiente es fundamental, como complemento a la industria actual, y como base para poder estar orgullosos de nuestra “canariedad” en el cine.

**Además de la producción de largometrajes independientes, ¿qué otras líneas de trabajo o servicios ofrece actualmente JR Producciones? ¿Exploran formatos como cortometrajes, documentales, proyectos audiovisuales para otras industrias o servicios de producción para terceros?**

Si, realizamos cortos, videoclips, largometrajes y gestionamos el Festival de Cine, realmente estamos muy felices con nuestras líneas actuales ya que, por ejemplo, ahora vamos a realizar un videoclip al reconocido músico David Mingüillón, y también otro al rapero de La Palma, “Aranfaibo” (Joel), que estrenaremos en verano, y que seguro que serán un deleite de frescura para esta época.

**Su compromiso con equipos locales es evidente. ¿Cómo se lleva a cabo este proceso de selección y colaboración con profesionales canarios en cada proyecto?**

Trabajo siempre con emprendedores locales y con talento local o residente. Sin duda, haber estudiado en el CIFP Cesar Manrique y en la ULL, hace que siempre los tenga en el radar. Asimismo, al colaborar con escuelas privadas como Anima, siempre hay personas que son las idóneas para trabajar en nuestros films, ya que tienen talento, entrega y “hambre” de hacer buen cine.

**¿Cómo percibe el impacto de las políticas culturales y las subvenciones públicas en el desarrollo del cine independiente en Canarias? ¿Qué cambios o mejoras considera que serían beneficiosos para el sector?**

Todo el que me conoce, sabe que soy muy reivindicador, siempre solicito más fondos públicos para el Cine Independiente, ya que es la base para crear escuela y cantera. Como experto en materia presupuestaria durante muchos años, digo que por cada millón que se invierte desde nuestra Administración, estaremos dando a todas Canarias un retorno de 2 o más millones.

El cambio vendría de aumentar la dotación presupuestaria actual al doble, y seguir incrementándola porcentualmente cada año. Aspecto que sería muy beneficioso para todo el sector, y para la creación de empleo de calidad.

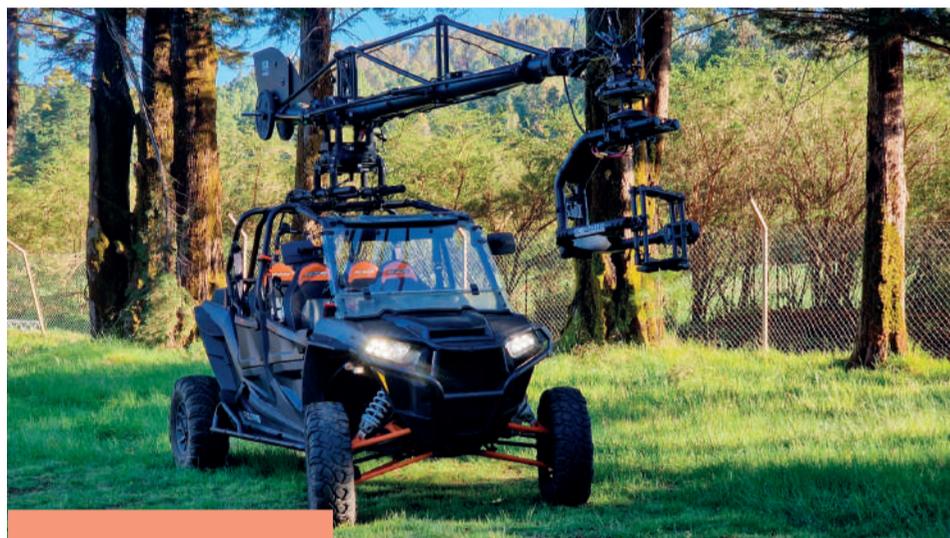
**Mirando hacia el futuro, ¿cómo visualiza el papel de JR Producciones en el panorama cinematográfico canario y nacional dentro de los próximos cinco o diez años?**

Pues nos gustaría seguir en la senda trazada, nuestro planteamiento estratégico siempre es y será el de hacer “cine con alma”, y estamos en el camino, forjando las bases de lo que se denomina desde hace tiempo “la canariedad” en el cine, y que, junto a todo el resto de colegas de profesión, como El Viaje, Tinglado, La Gaveta, Insularia y Free Run, habremos creado una generación que pudo hacer Cine en Canarias, a pesar de las dificultades, y que mostró la visión de los cineastas canarios que quedará para la eternidad.





## Jaime Romero: “Invertimos en infraestructura y talento para que rodar en Canarias sea cada vez más fácil”



### ENTREVISTA

#### JAIME ROMERO

CONSEJERO DELEGADO DE  
MACARONESIA FILMS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

#### ¿Cómo se presenta este año 2025?

Uno de los factores clave para este crecimiento ha sido la reciente modificación normativa, que entró en vigor tras eliminarse el año pasado el límite de aprovechamiento de los beneficios fiscales en Canarias. Hasta entonces, existía un techo máximo de producciones que podían beneficiarse de estos incentivos, lo cual provocaba que, hacia finales de cada año, la actividad se paralizara en las islas.

Con la eliminación de ese límite, estamos observando un notable aumento en el volumen de producciones, así como una planificación más sólida, continua y estable a lo largo del año. Esto ha contribuido a que la dinámica del sector sea mucho más fluida, organizada y eficiente. Además, este cambio está impulsando un crecimiento significativo en la actividad productiva.

**¿Cómo valora la calidad y disponibilidad del talento local, tanto técnico como creativo, en relación con este auge del sector? ¿Existen ámbitos en los que sea necesario reforzar la formación y la especialización?**



Canarias está dando pasos muy firmes en lo que tiene que ver con la formación de técnicos y profesionales en el sector audiovisual. Por suerte, la frecuencia con la que se están haciendo rodajes en las islas está ayudando muchísimo, cada vez más gente local está acumulando experiencia de gran valor participando en producciones de primer nivel, tanto nacionales como internacionales.

De hecho, ya se empieza a ver cómo técnicos canarios están asumiendo roles de responsabilidad dentro de los rodajes que se hacen aquí, e incluso están siendo fichados para trabajar en otras partes de España o fuera del país.

Al mismo tiempo, ha crecido bastante la oferta formativa especializada. Centros como el Instituto de Cine de Canarias o la Universidad del Atlántico Medio están haciendo una labor muy importante para formar a nuevas generaciones con una buena base técnica y académica.

Eso sí, hay que tener claro que formar profesionales cualificados no es algo que pase de un día para otro. Pero lo bueno es que, gracias a que la industria se está consolidando en las islas, tenemos un entorno bastante estable que permite ver este sector como una apuesta de futuro real. Está llegando talento, y lo mejor de todo es que ese talento está sabiendo aprovechar las oportunidades.



**¿Crees que este crecimiento es sostenible a largo plazo? ¿Cuáles son los principales retos que debe afrontar el sector audiovisual en Canarias para asegurar su continuidad y consolidación?**

Uno de los factores clave para que este crecimiento se mantenga en el tiempo es nuestro incentivo fiscal. Hay una competencia muy fuerte, tanto a nivel internacional como dentro de España, por atraer rodajes. Cada territorio intenta ofrecer las mejores condiciones para que las producciones se instalen allí, así que para Canarias es fundamental seguir siendo competitiva en ese sentido. Nuestro régimen económico y fiscal, junto con las particularidades del territorio, nos da una ventaja que debemos conservar y potenciar.

A partir de ahí, creo que uno de los grandes retos es seguir fortaleciendo la industria local, hacer que rodar en Canarias sea cada vez más fácil, más económico y atractivo. Necesitamos tener la capacidad de gestionar proyectos de forma ágil y profesional, como lo hacen otros destinos consolidados.

También es muy importante estar al día con los avances tecnológicos. El sector audiovisual está viviendo una auténtica revolución, y aspectos como los efectos especiales, la animación o la inteligencia artificial ya están transformando la forma de trabajar. Estar preparados para adaptarnos a esos cambios va a ser clave si queremos que Canarias no solo mantenga su posición, sino que siga creciendo y consolidándose en el futuro.

**¿Qué nuevas oportunidades ha identificado Macaronesia Films con el auge del sector audiovisual en Canarias? ¿Están explorando nuevos mercados, formatos o colaboraciones?**

Lo que estamos haciendo en Macaronesia Films es apostar por ofrecer un servicio cada vez más completo dentro de la producción audiovisual en Canarias. En ese sentido, estamos desarrollando nuestra propia infraestructura y creciendo como compañía para poder estar a la altura del momento que vive el sector.

Acabamos de ampliar nuestra capacidad de producción en Tenerife con una nave de 2.200 metros cuadrados, y en Gran Canaria también hemos dado un paso importante al mudarnos a otra nave de 3.000 metros. En total, entre ambas islas, vamos a contar con unos 5.000 metros cuadrados de almacenes.

Además, recientemente adquirimos todo el material técnico de una empresa de la península que estaba cerrando, lo que nos va a permitir duplicar nuestra capacidad de iluminación, para poder asumir proyectos más grandes o incluso varios a la vez. También estamos invirtiendo en nuestra flota de transporte, para poder mover todo ese material con eficiencia entre islas.

En resumen, estamos creciendo de forma constante y fortaleciendo nuestras capacidades para poder acompañar el ritmo que está teniendo el sector en Canarias. La idea es estar preparados para lo que viene y seguir ofreciendo un servicio de primer nivel.

**¿Cuáles son vuestros objetivos a largo plazo?**

Nuestro objetivo a largo plazo es seguir creciendo y poder dar servicio a más producciones, siendo cada vez más competitivos. Queremos ganar en economía de escala, porque eso nos permite ajustar mejor los costes y hacer que producir en Canarias sea más rentable.

Sabemos que, por las particularidades de nuestro territorio, a veces hay ciertas ineficiencias, pero precisamente por eso estamos apostando fuerte por mejorar infraestructuras, ampliar medios técnicos y contar con más personal cualificado. Esa es nuestra gran apuesta: seguir profesionalizando el sector y hacer que cada vez sea más fácil y atractivo rodar aquí.



## ENTREVISTA

**ALEXIS MELIÁN**  
GERENTE DE GRUPO  
VISUAL CANARIAS



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Alexis, el año pasado ya nos comentabas que estaban inmersos en un gran proyecto basado en la digitalización de 3.005 aulas. ¿Cerraron el año 2024 como lo esperaban y, a su vez, se presenta un año 2025 fructífero?**

Sí, cerramos el año 2024 como esperábamos, incluso con mejores expectativas. Este año 2025 va bien. Estamos casi a mitad de año y los proyectos se están cumpliendo.

**Este megaproyecto de digitalización de 3.005 aulas para el Gobierno de Canarias se alza como un hito importante. Desde la perspectiva de Grupo Visual Canarias, ¿cuáles han sido los mayores desafíos logísticos y técnicos al abordar un proyecto de esta envergadura? ¿Qué aprendizajes han obtenido que podrían ser relevantes para otras iniciativas similares?**

Sin duda alguna, hemos concluido e implementado en todas las islas un gran proyecto que representó un enorme reto para nosotros como empresa y para nuestro personal. Tuvimos que viajar y formarnos para brindar el mejor servicio al

## Alexis Melián: “El futuro pasa por incluir la robótica y el mundo 3D en las aulas, áreas en las que ya estamos trabajando”

Gobierno de Canarias y a la Consejería de Educación.

Gracias a este proyecto, hemos logrado otros más pequeños, como la instalación de 100 o 200 pantallas por aula en espacios de educación infantil, incluyendo aulas para niños de cero a tres años. Estos proyectos de menor envergadura se llevaron a cabo porque el gobierno decidió abrir este tipo de aulas para la etapa inicial del niño. Esto nos ha abierto nuevas oportunidades.

**¿Cómo visualizan el impacto de esta tecnología en la educación canaria?**

Considero que el impacto es positivo, aunque como todo en la vida, tiene sus inconvenientes. No hay que ceñirse al 100% a la tecnología

en la educación. Mucha gente cae en ese error. Lo ideal sería tomar las ventajas de la tecnología y apostar por esa línea.

Hay quienes están descontentos con la tecnología. Existe una corriente que viene del norte de Europa que intenta reducir el uso de la tecnología, y en parte lo comparto. Esto se debe a filosofías de gobierno o de implementación que buscan digitalizarlo todo. Como responsable de una empresa que vive de esto, creo que no es bueno que el 100% de las aulas estén completamente digitalizadas. No debemos perder la esencia de lo humano. Esta corriente del norte de Europa ya se está consolidando en algunos países e intenta llegar

aquí también. Algo de eso llegará, no al 100%, pero ya se está manifestando. Hay centros donde se están realizando encuestas entre padres y profesores para reducir la parte digital en niños pequeños y volver al libro, no al 100%, sino de forma consensuada.

**Al final, se trata de integrar la tecnología con otras metodologías de enseñanza que también tienen cabida en las aulas, combinando ambos sistemas.**

Esa es mi filosofía y la que defendemos como empresa: no se trata de digitalizar un aula al 100%. Los métodos tradicionales también deben estar presentes para que el niño aprenda. De lo contra-

rio, llegará un momento en que no sabrán escribir a mano alzada, solo de forma digital. El futuro es digital, por supuesto, pero creo que en edades tan tempranas no debería ser así, o al menos no en su totalidad, sino en un porcentaje muy bajo.

**La integración de tecnología en la educación está en constante evolución. ¿Qué tendencias tecnológicas emergentes en el ámbito audiovisual creen que tendrán un mayor impacto en el futuro de la educación en Canarias? ¿Cómo se está preparando Grupo Visual Canarias para estas futuras innovaciones?**

En el ámbito educativo, la tecnología avanza hacia las pantallas interactivas. De hecho, ya es un hecho que se instalará una pantalla interactiva por aula en cada centro de Canarias.

Además, el futuro pasa por incluir la robótica y el mundo 3D en las aulas, áreas en las que ya estamos trabajando.

Finalmente, para grandes espacios como salones de actos en colegios o espacios públicos, continuamos con soluciones audiovisuales a gran escala, utilizando pantallas de gran formato y todo lo relacionado con este campo.



# Tenerife inaugura una sala de grabación de última generación para impulsar los rodajes

► Un recurso tecnológico único en Canarias para facilitar la labor de equipos cinematográficos

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La capital tinerfeña ha dado un paso significativo hacia el futuro de la producción audiovisual con la reciente inauguración de una sala de grabación avanzada en Arteria Films Studios. Este nuevo espacio promete revolucionar la manera en que se realizan los rodajes en la isla, facilitando las tareas de grabación de sonido y ofreciendo múltiples opciones para los equipos de cine, televisión y música. Es un recurso tecnológico único en Canarias, diseñado para optimizar el trabajo creativo y de producción en un sector en constante evolución.

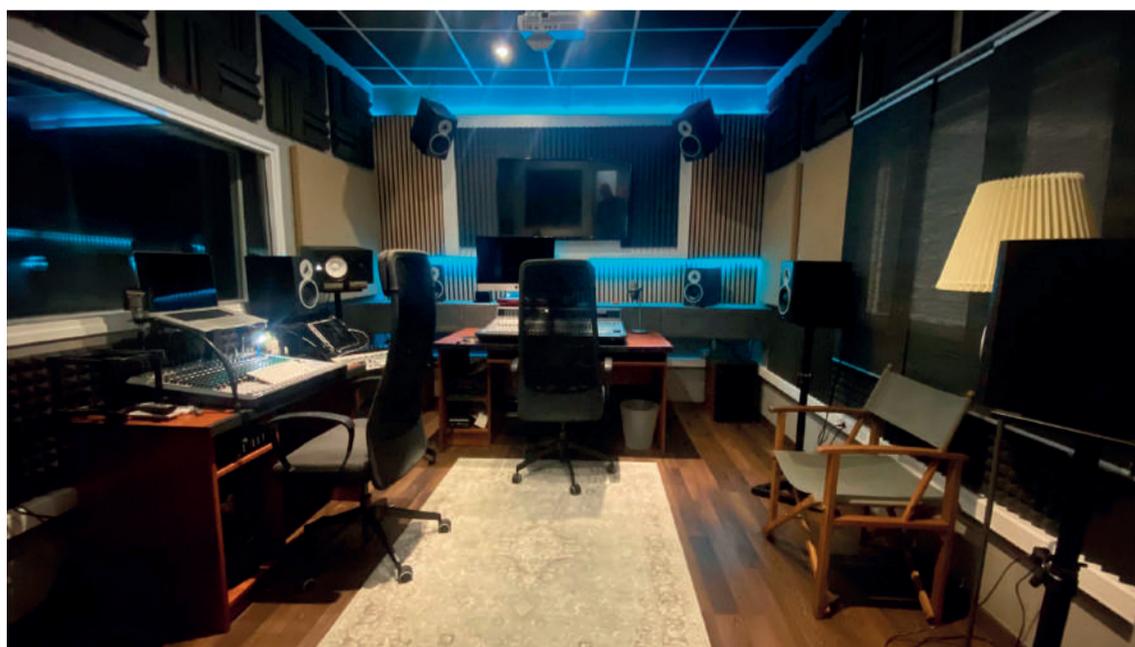
## Innovación al servicio del cine y la música

La sala de grabación cuenta con tecnología de última generación que permite la mezcla de sonido en 3D en entornos Atmos. Esta característica no solo eleva la calidad del audio, sino que también permite a los cineastas realizar ajustes de sonido en tiempo real, lo que puede ser fundamental durante un rodaje. Los equipos pueden cerrar o avanzar en el trabajo de sonido directamente en el lugar de grabación, reduciendo los tiempos de postproducción y aumentando la eficacia del proceso creativo.

Además de la grabación de sonido, el nuevo estudio ofrece la posibilidad de grabar música en un entorno acústico óptimo, lo que lo convierte en un recurso valioso también para músicos y productores de eventos. La capacidad de gestionar emisiones en directo a través de Internet con alta calidad representa otro de los grandes atractivos de la instalación, lo cual es especialmente útil en la era digital actual, donde las transmisiones en vivo han cobrado una gran relevancia.

## Un acto inaugural con un gran éxito

El evento inaugural, celebrado el pasado mes de enero, fue un éxito rotundo y reunió a un amplio grupo de profesionales del sector audiovisual, así como a autoridades locales. Kiko Castro, el director de Arteria Films Studios, destacó la importancia de este equipamiento para potenciar la producción audiovisual en las islas. Subrayó que el objetivo de Arteria Films es contribuir significativamente a la



creación de un ecosistema cinematográfico más robusto y dinámico en Tenerife, un lugar que ya es conocido por su belleza natural y su diversidad de localizaciones.

Entre los asistentes se encontraban el consejero insular de Cultura, José Carlos Acha, y reconocidos referentes de la industria canaria, como el compositor y director Diego Navarro, los directores de cine Fran Casanova y Gisberg Bermúdez, y la actriz Aída Ballmann. La velada fue amenizada por una actuación en vivo de la cantante Kim Simmons,

lo que brindó un ambiente festivo y cultural que celebró la llegada de esta nueva infraestructura a la isla.

## Apoyo a la producción internacional

La sala, que ya ha comenzado a funcionar, ha empezado a atraer a equipos de rodaje internacionales que están en Tenerife. Muchos de estos grupos están utilizando el espacio para llevar a cabo reuniones por streaming, una práctica que se ha vuelto esencial para la colaboración en proyectos que involucran a productores y equipos ubicados en diferentes partes del mundo. Esta capacidad de conectividad es un factor crucial en un sector donde la colaboración global es cada vez más habitual.

Además, la sala ha sido utilizada recientemente para la grabación de un concierto de la orquesta del Conservatorio de Santa Cruz, demostrando su versatilidad y utilidad para una amplia gama de producciones artísticas. Este tipo de eventos no solo ayuda a solidificar la reputación de Tenerife como destino cinematográfico, sino que también ofrece oportunidades para que los talentos locales se muestren en un escenario más grande.

## Impacto en la industria audiovisual local

La incorporación de esta sala de grabación avanzada es un hito que no solo beneficiará a los cineastas y músicos, sino también a la economía local. Se espera que la llegada de producciones internacionales genere empleo y fomente el crecimiento de la industria audiovisual en la isla. Esta revolución tecnológica se alinea perfectamente con el enfoque estratégico del Cabildo de Tenerife, que busca posicionar a la isla como un hub de producción creativa.

Además, el acceso a tecnología de alta calidad atraerá a más proyectos cinematográficos y televisivos, impulsando la formación de profesionales en el sector y la creación de una comunidad artística vibrante. Las oportunidades para la juventud tinerfeña que aspira a formar parte de la industria creativa se amplían con la presencia de recursos como los que pone a disposición Arteria Films Studios.

## Futuro brillante para el cine en Tenerife

Con esta nueva infraestructura, Tenerife está estableciéndose como un referente en el sector audiovisual, ofreciendo un espacio que fomentará la creatividad y la innovación. La inauguración de la sala de grabación de Arteria Films Studios es solo el comienzo de un emocionante capítulo en la historia cinematográfica de la isla. Con el apoyo de instituciones locales y la creciente demanda de producciones internacionales, se vislumbra un futuro prometedor para la industria del cine en Tenerife, consolidando su lugar en el mapa global de la creatividad audiovisual.



# Michael Friedl: “La tecnología está transformando la producción audiovisual a un ritmo vertiginoso”



## ENTREVISTA

**MICHAEL FRIEDL**  
CEO DE SEVEN ISLANDS  
FILM

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**Seven Islands Film ha logrado consolidarse como líder en el mercado de producciones de servicios en las Islas Canarias. ¿Cuáles han sido las claves para alcanzar esta posición?**

La clave ha sido combinar un profundo conocimiento del territorio con una apuesta firme por la excelencia operativa. Desde nuestros inicios en 1997, identificamos una oportunidad para diversificar la economía local aprovechando la infraestructura turística existente y el favorable clima de las islas. Al combinar estos factores con una apuesta decidida por la profesionalización del sector audiovisual, hemos logrado ofrecer servicios de alta calidad que han atraído a producciones internacionales.

En Seven Islands Film creemos que un buen servicio va más allá de

facilitar las producciones: se trata de construir confianza. Trabajamos codo a codo con productores internacionales, anticipando necesidades, resolviendo con agilidad y ofreciendo un acompañamiento integral.

Nuestra red local consolidada, el compromiso con la sostenibilidad y una gestión fiscal rigurosa han sido también factores diferenciales.

**Por su parte, ¿cómo han logrado expandir su presencia a otras localizaciones estratégicas como Barcelona y las Islas Baleares?**

La expansión a la Península (no únicamente Barcelona) y las Islas Baleares ha sido una evolución natural motivada por la confianza de nuestros clientes y la voluntad de diversificar nuestras operaciones. Hemos establecido alianzas con equipos locales altamente cualificados, manteniendo nuestros estándares de calidad y adaptándonos a las particularidades de cada territorio. Esta estrategia nos permite ofrecer un servicio coherente y personalizado, adaptado a las necesidades de cada producción.

**Entrando en detalle sobre su servicio de producción completo, ¿en qué consiste exactamente este ofrecimiento, desde la búsqueda de localizaciones hasta la ejecución final de un proyecto audiovisual?**

Ofrecemos una cobertura integral para una amplia gama de proyectos audiovisuales, incluyendo películas, televisión, comerciales y reportajes fotográficos. Nos adaptamos a las necesidades específicas de cada producción, proporcionando servicios que van desde la fase de preparación hasta la ejecución completa del rodaje.

Cubrimos todas las fases de producción: scouting y gestión de localizaciones, permisos, contratación de equipo técnico y artístico local, logística, coordinación de transporte y alojamiento, gestión medioambiental y control presupuestario. Además, hemos ampliado nuestra oferta para incluir servicios de posproducción en las Islas Canarias, asegurando que parte del proceso se realice localmente.

“Ofrecemos una cobertura integral para una amplia gama de proyectos audiovisuales, incluyendo películas, televisión, comerciales y reportajes fotográficos”

**El mercado audiovisual es dinámico y está en constante cambio. ¿Cómo se mantiene Seven Islands Film a la vanguardia de las nuevas tendencias y las demandas de la industria para seguir ofreciendo servicios de producción de alta calidad y competitivos?**

Estamos en contacto permanente con productoras de diferentes países, lo que nos permite detectar tendencias emergentes y adaptar nuestras propuestas. Asis-

timos regularmente a mercados y foros internacionales como Berlinale, Marché Du Film, Toronto Film Festival o American Film Market, donde exploramos nuestra participación en nuevos proyectos con productoras tanto nacionales como internacionales. Además, estamos en constante formación y actualización para adaptarnos a las nuevas demandas del sector.

**La tecnología está transformando la producción audiovisual a un ritmo vertiginoso (realidad virtual, inteligencia artificial, flujos de trabajo remotos, etc.). ¿Cómo está incorporando Seven Islands Film estas nuevas tecnologías en sus servicios para ofrecer soluciones más eficientes e innovadoras a sus clientes? ¿Ven oportunidades en estas áreas para el futuro?**

Definitivamente. Reconocemos que la tecnología está transformando la producción audiovisual a un ritmo vertiginoso. En Seven Islands Film, estamos incorporando nuevas tecnologías en nuestros servicios para ofrecer soluciones más eficientes e innovadoras a nuestros clientes. Esto incluye el uso de herramientas digitales para la planificación y gestión de proyectos, así como la exploración de nuevas técnicas de producción que mejoren la calidad y eficiencia de nuestros servicios. Vemos grandes oportunidades en estas áreas para el futuro y estamos comprometidos en mantenernos a la vanguardia de la innovación en la industria.

**Después de un período con desafíos globales, ¿cómo evalúan la situación actual de la industria de producciones de servicios en las Islas Canarias? ¿Qué perspectivas tienen para los próximos años en términos de atracción de proyectos y crecimiento del sector?**

La industria audiovisual en Canarias ha demostrado una enorme capacidad de resiliencia en los últimos años. A pesar de la inestabilidad global, el sector ha seguido creciendo, atrayendo a profesionales altamente cualificados y desarrollando una red técnica y artística cada vez más sólida. Las islas siguen siendo una localización muy atractiva, no solo por su diversidad paisajística y su clima, sino también por un incentivo fiscal competitivo a nivel internacional. El trabajo coordinado de las entidades institucionales insulares ha contribuido decisivamente a este posicionamiento.

Desde Seven Islands Film miramos al futuro con cautela, pero también con ilusión. Sabemos que vendrán nuevos retos, pero confiamos en nuestra capacidad para mantenernos y avanzar, siempre apostando por la sostenibilidad, la formación continua y la consolidación de un ecosistema audiovisual sólido y duradero.

# CONVOCATORIA DE AYUDAS A PROYECTOS SOCIALES

## 2026



Síguenos en:



[www.fundacionmapfrecanarias.org](http://www.fundacionmapfrecanarias.org)

**FM** Fundación **MAPFRE**  
Canarias

# Néstor Santiago: "Canarias Destino Startup Fuerteventura reafirma que la innovación puede surgir desde cualquier punto del territorio insular"

## ENTREVISTA

### NÉSTOR SANTIAGO

VOCAL DEL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN DE AJE LAS PALMAS, CANARIAS DESTINO STARTUP

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

**Esta es la primera vez que Canarias Destino Startup llega a Fuerteventura. ¿Qué significa esta elección para la isla en términos de visibilidad y para el desarrollo de su propio ecosistema emprendedor turístico? ¿Hay alguna expectativa específica sobre el impacto que tendrá en la isla?**

La llegada de Canarias Destino Startup a Fuerteventura supone un paso significativo. Elegir Fuerteventura como sede no solo visibiliza su enorme potencial, sino que también reconoce que la innovación puede surgir desde cualquier punto del territorio insular. Esperamos que este evento sirva como catalizador para que emprendedores locales encuentren espacios de conexión, inspiración y colaboración, generando nuevas dinámicas de emprendimiento y posicionando a Fuerteventura como un referente en turismo innovador y sostenible.

Además, la elección de Fuerteventura no es casualidad, recordemos que es una de las tres islas junto con Gran Canaria y Tenerife que tiene un parque tecnológico y eso hace que la isla tenga mayor impulso y poder de atracción para empresas.

**Con el apoyo del Cabildo Insular de Fuerteventura, el evento busca reunir a "emprendedores y agentes del ecosistema". ¿Qué acciones concretas se han tomado para asegurar una participación diversa y de alto nivel?**

Desde la organización, en estrecha colaboración con el Cabildo y la Cámara de Comercio, se ha trabajado de forma proactiva en una estrategia de captación de talento diversa, tanto local como nacional e internacional. Se han activado asociaciones empresariales y universidades, y se ha priorizado la inclusión de perfiles complementarios y startups emergentes. Además, hemos diseñado paneles y actividades para asegurar que todos los agentes —desde los más consolidados hasta los más disruptivos— tengan un espacio para compartir, aprender y aportar valor.



Al fin y al cabo, en esta edición lo que queremos es que las empresas que tienen soluciones para el sector turístico puedan estar en contacto con aquellos que pueden implementarlo.

**Fuerteventura es conocida por su turismo de sol y playa y deportes acuáticos. ¿Creen que el evento puede inspirar nuevas ideas o modelos de negocio que diversifiquen la oferta turística de la isla, quizás explorando la digitalización o la sostenibilidad en estos nichos específicos?**



Sin duda, Fuerteventura tiene una identidad turística muy consolidada, pero también un enorme margen para la diversificación.

Este evento puede servir como una chispa para idear soluciones que integren sostenibilidad, digitalización, y economía circular en sectores como el turismo activo, el bienestar o las experiencias inmersivas. Queremos fomentar proyectos que no solo atraigan a un nuevo perfil de visitante, más consciente y conectado, sino que también generen oportunidades para el talento joven de la isla.

**Asimismo, el evento cuenta con un impresionante elenco de patrocinadores y colaboradores. ¿Cómo se gestiona la coordinación entre tantos actores (administraciones públicas, empresas privadas, asociaciones empresariales) para asegurar que todos los esfuerzos estén alineados con la visión de "Canarias Destino Startup"?**

La clave ha sido construir un espacio de colaboración transparente y con una visión compartida. Desde el inicio, hemos trabajado bajo una hoja de ruta común basada en objetivos medibles y valores claros: innovación, sostenibilidad y cooperación territorial. Cada actor ha sido invitado no solo como patrocinador o colaborador, sino como cocreador del evento. Esto ha permitido una coordinación fluida, un reparto claro de roles y, sobre todo, un alineamiento que da coherencia al conjunto.

**¿Qué legado tangible esperan que Canarias Destino Startup deje en Fuerteventura después de este primer evento? ¿Hay planes para establecer conexiones duraderas o proyectos que puedan surgir directamente de esta jornada en la isla?**

Queremos que el evento sea solo el punto de partida. Aspiramos a dejar una semilla que se traduzca en redes de colaboración permanentes, el nacimiento de nuevos startups locales, programas de mentoría, y quizás incluso una comunidad emprendedora más activa y conectada. Estamos trabajando para que algunas de las iniciativas nacidas aquí puedan tener continuidad a través de programas de seguimiento, hubs de innovación o colaboraciones público-privadas que mantengan viva la energía del evento.

Incluso hemos conseguido que por primera vez venga a la isla ENISA, una de las instituciones más importantes del sector de la innovación y el emprendimiento, un hito que denomina la importancia de este evento, de este sector y de la generación de tecnología.

**Mirando hacia el futuro, ¿cómo esperan que "Canarias Destino Startup" contribuya a la diversificación económica del archipiélago, más allá del turismo tradicional? ¿Ven un potencial para que estas innovaciones turísticas generen un efecto arrastre en otros sectores productivos de las islas?**

Totalmente. El turismo puede ser una palanca estratégica para impulsar sectores como la tecnología, la energía, la agroindustria o las industrias culturales. Si logramos posicionar Canarias como un laboratorio de innovación turística, también estaremos generando un entorno favorable para que otros sectores se transformen, se digitalicen y se conecten con cadenas de valor globales. Canarias Destino Startup no es solo un evento, es una apuesta por una economía más resiliente, más creativa y más sostenible para todo el archipiélago.

Canarias Destino Startup es el punto de encuentro de la tecnología e innovación en Canarias ligando lo ya existente con lo disruptivo.



## PwC celebra el II Foro Económico-Fiscal en Canarias



**P**wC en Canarias ha celebrado el pasado 8 de mayo la segunda edición del Foro Económico-Fiscal, consolidando esta cita como uno de los principales espacios de reflexión y debate sobre el futuro económico del Archipiélago. Los encuentros, celebrados el mismo día en el Hotel Santa Catalina de Las Palmas de Gran Canaria y en el TEA (Tenerife Espacio de las Artes) en Santa Cruz de Tenerife, reunieron a algunos de los más destacados representantes políticos, empresariales y del ámbito de la inversión.

En el marco de dos mesas redondas, moderadas por Laura Rosales y por Héctor Ortega, Directores del Departamento de Tax de PwC en Canarias, se analizó la situación económica de las Islas desde la doble perspectiva de las oportunidades y retos atinentes a nuestro Régimen Económico – Fiscal, así como de la contraposición de modelos de inversión entre el tradicionalmente asumido por la empresa canaria, representada

por DISA, y el tradicionalmente asociado a fondos de inversión.

Los eventos comenzaron con la inauguración por parte de Carlos Saavedra, Socio responsable de PwC Tax & Legal en Canarias y con la posterior intervención, en Gran Canaria, del Presidente del Gobierno de Canarias, Fernando Clavijo, quien destacó la necesidad de un régimen fiscal dinámico que impulse la competitividad y, en Tenerife, Rosa Dávila, Presidenta del Cabildo, quien destacó la importancia de este Foro para reflexionar sobre la importancia de nuestros incentivos fiscales, tomar conciencia de su verdadero potencial y la necesidad de adaptarlo a los actuales modelos de negocio.

La primera mesa redonda se enfocó en el futuro de la economía canaria. Moderada por Laura Rosales García, Directora de PwC Tax & Legal en Canarias, esta mesa contó con la presencia de Matilde Asián, Consejera de Hacienda del Gobierno de Canarias, quien expuso las líneas maestras



de las políticas fiscales actuales y del diseño que debe inspirar a las próximas evoluciones de nuestro REF, además de hacer referencia a la especial necesidad de que la financiación de Canarias quede garantizada de modo que los recursos derivados del REF no se tengan en cuenta a efectos de determinar la financiación recibida por la Comunidad Autónoma.

Alexis Amaya, CEO de Dormitorum, destacó la necesidad de la profesionalización y del aprovechamiento de los incentivos fis-

cales para facilitar el crecimiento de las empresas, maximizando el acierto en las decisiones empresariales, de forma que la competitividad sea el eje central de los modelos empresariales.

Por su parte, Pedro Alfonso, Presidente de la CEOE de Tenerife, destacó la incidencia de la incertidumbre global a la hora de determinar las oportunidades de inversión, e hizo hincapié en la necesidad de la agilización de los trámites administrativos, así como en la seguridad jurídica.

En Gran Canaria, José Acosta, Presidente y Director General del Grupo Acosta Matos, abordó las oportunidades que presenta el sector turístico, destacando la importancia de una experiencia sostenible y responsable en el ámbito turístico, así como la necesidad de que los bienes raíces afectos a esta actividad permanezcan en manos canarias para preservar el nivel de riqueza de nuestro territorio. Por su parte, Pedro Ortega, Presidente de la Confederación Canaria de Empresarios, destacó la incerti-

dumbre global como factor a tener en cuenta en el crecimiento económico y en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

Salvador Miranda, asesor fiscal recientemente integrado en PwC en calidad de Of Counsel y reconocido como el principal especialista de Canarias en el estudio del REF, cerró la mesa redonda analizando los datos relativos a las dotaciones y desdotaciones a la Reserva para Inversiones en Canarias durante los últimos 25 años, exponiendo su vinculación con los ciclos económicos y la propia planificación fiscal de los empresarios.

Laura Rosales clausuró esta mesa redonda señalando el potencial de Canarias, la oportunidad de diversificación de nuestra economía y de preservar la importancia estratégica de nuestro REF.

A continuación, Carlos Reviriego, Socio de PwC responsable del departamento de M&A, dio paso a la segunda mesa redonda, moderada por Héctor Ortega, Director de PwC Tax & Legal en Canarias. Esta mesa redonda contó con la presencia de Ángel Guarch, Director General de DISA, quien subrayó el papel de la inversión en energías renovables como un pilar para la diversificación de la economía canaria, así como la relevancia de los incentivos fiscales a la inversión.

Por su parte, los representantes de los fondos de inversión Artá Capital y Miura Partners, Jaime Alba y Fernando Clúa, expusie-

ron las tendencias de inversión actualmente seguidas por los fondos de inversión y su implicación en el crecimiento empresarial y en la dinamización de la economía. Ambos enfatizaron la necesidad de desmontar prejuicios relativos a los fondos de inversión, los cuales no deben ser vistos como elementos ajenos a la empresa tradicional sino como compañeros de viaje y maximizadores de valor.

Ignacio Garnica y Juan Alcibar, socios de M&A de PwC España, resaltaron la necesidad de una visión a largo plazo en las inversiones y contrapusieron el modelo de financiación y las estrategias de inversión de la empresa tradicional con el funcionamiento de los fondos de inversión y su capacidad en la maximización del valor de las empresas.

Héctor Ortega clausuró la mesa enfatizando el potencial transformador del capital cuando viene acompañado de profesionalización en la gestión y de conocimiento del territorio.

La jornada finalizó con el discurso de clausura de Pilar Valerio, Socia responsable de PwC en Canarias. Concretamente, resumió los principales puntos discutidos durante el foro y subrayó la importancia de continuar con el diálogo y la colaboración entre todos los sectores económicos, así como la necesidad de contar con el mayor nivel de profesionalización en el asesoramiento relativo a las distintas oportunidades de inversión.

# La Orotava celebró el Día Internacional de la Familia con múltiples actividades en la Plaza de la Constitución

► El objetivo es concienciar sobre la importancia del papel de la familia como unidad básica en la sociedad



Con motivo del Día Internacional de la Familia, el Ayuntamiento de La Orotava, a través de la concejalía de Bienestar Social que dirige la edil Belén González, organizó una jornada especial para disfrutar en familia. El evento tuvo lugar recientemente en la Plaza de la Constitución. Entre otras actividades, a lo largo del día se pudo disfrutar de show de magia, cuentacuentos, cantajuegos, cabe-

zones y personajes, hinchables y talleres de robótica, lettering o rubik, entre otras cosas.

Con la celebración de esta actividad se busca dar la oportunidad para crear conciencia sobre el papel fundamental de las familias en la educación de los hijos desde la infancia, así como mostrar las oportunidades de aprendizaje permanente que existen para los niños, las niñas y los jóvenes. Además, se tiene como objetivo la sensibilización

de la sociedad sobre la importancia que tiene la familia como unidad básica en la sociedad.

La concejala subraya que esta jornada debe servir para hacer reflexionar a los ciudadanos acerca de cómo les afectan a las familias los procesos sociales, económicos y la propia evolución del sistema familiar. De igual forma, es una fecha relevante para poner de relieve cuestiones que aún están por resolver, ya que las leyes y las políticas deben adaptarse a las realidades de la vida familiar, y también para solicitar que se lleven a cabo acciones concretas en todos los ámbitos (local, nacional e internacional) que den respuesta a las necesidades de las familias.

Con el cartel promocional del Día de la Familia se quiere lanzar ese mensaje reflexivo: unas manos son el tronco de un árbol cuyas ramas sostienen palabras significativas para lo que es la familia: las raíces, el cuidado, la alegría, el amor, la convivencia, hogar, protección, apoyo, vínculo y unión. Y bajo este árbol se encuentran las distintas generaciones que conforman la familia. Pues la familia es como las ramas de un árbol, cada uno crece en su propia dirección, pero las raíces son las mismas.



## Ya están aquí las Fiestas Patronales de La Orotava



Más de un centenar de actos lúdicos, culturales, deportivos y religiosos dar forma al programa de actos de las Fiestas Patronales de La Orotava.

La Semana Grande tendrá lugar la última de junio, comenzando el lunes 23 con la actuación de Los Sabanderos en la Plaza Franchy Alfaro, el martes 24 continúa con el tradicional concierto extraordinario de las Flores y el miércoles 25 con la presentación de la Cosecha de Vinos 2024 de la Denominación de Origen Valle de

La Orotava. El jueves 26 de junio tendrá lugar la celebración de la Infraoctava de Corpus Christi, es el popular 'Jueves de las Alfombras'. A lo largo del día miles de personas visitarán la Villa, no sólo para disfrutar en el centro histórico de la confección de las 35 alfombras de flores, sino también del magno tapiz de la Plaza del Ayuntamiento, confeccionado con arenas del Parque Nacional del Teide. El baile de magos, Feria de Ganado, Subida de los Santos y Romería en honor a los Santos Patronos, San Isidro Labrador y Santa María de la Cabeza, tendrá lugar ese fin de

semana, del 27 al 29 de junio.

El alcalde villero Francisco Linares valora y agradece el inmenso trabajo de todos los colectivos, entidades, asociaciones y personas que hacen posible que estas fiestas sean tan grandes, y mantengan viva esta significativa tradición, idiosincrasia del pueblo de La Orotava. También destacó la labor de los cuerpos de seguridad con un ejemplar dispositivo, garantizando cada año el desarrollo de unas fiestas seguras.

### Cartel

El cartel ganador de este año, elegido por la Comisión Mixta de las fiestas, es obra de Damián Ro-

dríguez, con el título "La Orotava te espera con alegría". Durante la presentación, el autor explicó que en el cartel es una vibrante representación del alma de unas fiestas, donde se entrelazan la tradición, el color y la devoción. La obra es un homenaje visual al sentir del pueblo villero, a su arte efímero, su folclore y su fervor religioso, elementos que conviven en perfecta armonía durante una de las semanas más intensas y significativas del año.

En primer plano, una mujer villera vestida con el traje típico de La Orotava nos recibe con una sonrisa y un gesto amable: su mano extendida, cargada de pétalos de flores, nos invita a sumarnos a la celebración. Al esparcir los pétalos, evoca la labor de los alfombristas, que cada año convierten las calles en auténticos lienzos florales durante el Jueves de la Infraoctava del Corpus Christi. En esta mujer se refleja la transformación que vive el pueblo en esa semana, donde los villeros y villeras pasan de alfombristas a romeros y romeras, un tránsito natural que solo puede entenderse desde la vivencia y el arraigo.

Detrás de la maga, se alza la

silueta de la Custodia del Corpus, obra del orfebre Damián de Castro, que porta al Santísimo Sacramento en solemne procesión, sobre las alfombras que los vecinos y vecinas ha creado con esmero y devoción. En la parte inferior izquierda, se distingue la silueta de un cirial enramado, un detalle singular y propio de estas fiestas, que añade un guiño íntimo a quienes conocen y sienten la celebración desde dentro. En el lado derecho del cartel, hacen su aparición San Isidro Labrador y Santa María de la Cabeza, protagonistas de la tradicional romería, descendiendo las calles entre isas, bailes y vivas, acompañados del entusiasmo popular. Desde los balcones, las varas con cintas de colores bailan al viento.

El cartel destaca por su profundidad visual, lograda a través del enfoque en el primer plano de la mano de la maga y el dinámico juego de cintas multicolores que se entrelazan en la escena, aportando movimiento y alegría. En definitiva, es un cartel alegre, colorido y emotivo, que captura la esencia de unas fiestas con identidad propia. Una imagen que no solo decora, sino que invita a vivir, a sentir y a celebrar junto al pueblo de La Orotava unas fiestas donde la tradición, la fe y la alegría van de la mano.

# Fuze Tea revoluciona GastroCanarias 2025



La reciente edición de GastroCanarias 2025, celebrada del 20 al 22 de mayo en el Recinto Ferial de Tenerife, consolidó su posición como el

epicentro de la innovación y las tendencias en la gastronomía y alimentación del archipiélago. En este dinámico escenario, Fuze Tea, la reconocida marca de té listo para beber de The Co-

ca-Cola Company, brilló con luz propia, presentando una propuesta que va más allá de la simple hidratación: un compromiso firme con la salud, el bienestar y la sostenibilidad, aspectos cada

vez más valorados en el pujante sector HORECA canario.

Fuze Tea no solo ofreció a los asistentes una experiencia refrescante y llena de sabor, sino que también subrayó su visión de un futuro donde el consumo se alinea con un estilo de vida más equilibrado y respetuoso con el planeta.

## Innovación y Sostenibilidad

La participación de Fuze Tea en GastroCanarias fue una clara declaración de intenciones, alineándose con las directrices del Gobierno de Canarias para una alimentación saludable y sostenible que promueve un mayor consumo de productos de origen vegetal y de cercanía. La marca destacó su línea de té que prioriza la producción sostenible y una meticulosa selección de ingredientes naturales. Sus variedades, que ingeniosamente combinan la esencia del té con vibrantes infusiones de frutas, son el resultado de un proceso de elaboración donde cada sabor se crea con el objetivo de ofrecer no solo una bebida deliciosa, sino también un producto que fomente un consumo consciente.

Un aspecto central de su presentación fue el énfasis en la alta calidad de sus ingredientes, muchos de los cuales provienen de cultivos responsables, contribuyendo a la economía circular y la valorización del producto local. Este enfoque no solo busca enriquecer la experiencia sensorial del consumidor, sino también minimizar la huella ecológica de la marca a través del uso de envases completamente reciclables y la promoción de prácticas sostenibles en toda su cadena de valor, como la reducción de residuos y el consumo responsable. Este compromiso con la sostenibilidad resonó profundamente entre los profesionales y aficionados presentes, quienes valoran cada vez más las marcas que se inclinan hacia ingredientes simples, naturales y procesos respetuosos con el medio ambiente.

## Tendencias en consumo: abrazando un estilo de vida saludable y conectado

Una de las tendencias más palpables en GastroCanarias 2025 fue la creciente demanda de productos que respaldan un estilo de vida saludable. Fuze Tea ha demostrado ser un pionero en responder a esta necesidad, incorpo-

rando en su portafolio opciones bajas en azúcar y enriquecidas con vitaminas y antioxidantes. Esta propuesta encaja perfectamente con las recomendaciones de salud pública en Canarias que buscan promover una dieta variada y equilibrada, con abundante consumo de frutas y verduras y una reducción de azúcares añadidos.

En su stand, la marca exhibió con orgullo estas variedades, ofreciendo sabores accesibles y beneficiosos que satisfacen a un público cada vez más consciente de lo que consume. Se observó un gran interés por parte de los asistentes, quienes pudieron interactuar con expertos de la marca y aprender sobre los beneficios de cada variedad, generando un diálogo enriquecedor sobre la importancia de la hidratación saludable. Además, la marca utilizó elementos interactivos y plataformas digitales para conectar con los visitantes, ofreciendo información detallada sobre el origen de sus ingredientes y las certificaciones de sostenibilidad que avalan sus procesos.

## Una huella duradera y colaborativa en el archipiélago canario

FuzeTea aprovechó al máximo la plataforma que ofrece GastroCanarias 2025, no solo para exhibir sus innovaciones, sino para construir conexiones valiosas con consumidores, distribuidores y profesionales del sector gastronómico canario. La presencia de la marca en un evento de esta envergadura demuestra su apuesta por el mercado insular y su interés en colaborar con el tejido empresarial local.

Más allá de la exposición, su enfoque integral en la sostenibilidad, la promoción de la salud y la mejora continua de la experiencia del consumidor refuerza su posición como un actor clave y un socio estratégico en el competitivo mercado de bebidas en Canarias.

Con el cierre del evento, Fuze Tea se ha afianzado no solo como una opción refrescante y deliciosa en el paladar de los canarios, sino como un aliado fundamental en la promoción de un estilo de vida equilibrado y responsable. De este modo, la marca deja una huella positiva y duradera en el corazón del archipiélago, abriendo nuevos caminos y oportunidades en la industria gastronómica. La resonancia de su mensaje en GastroCanarias 2025 demuestra que el compromiso por un futuro sostenible y saludable no es solo una tendencia, sino una demanda creciente que Fuze Tea está lista para satisfacer.

► Las dos entidades ponen en marcha una línea de colaboración, que se materializará en los más de 40 conciertos previstos este año por la formación musical, además de en fiestas y eventos populares

Los Sabandeños y Montesano, dos entidades emblemáticas de las islas, se unen con motivo de la celebración de su 60 aniversario a través de una línea de colaboración con la que apuestan por promover y potenciar las tradiciones y la cultura canarias a través de dos de sus principales actividades, como son el folclore y la gastronomía.

La primera de las acciones programadas se centra en el lanzamiento, desde hoy, de la pieza audiovisual 'Montesano & Sabandeños: 60 años de historia', que fusiona música y tradición y en la que se rinde homenaje a las personas que han hecho posible su andadura.

A esto se sumarán la colaboración de Montesano en la gira de más de 40 conciertos que Los Sabandeños tienen previsto realizar a lo largo del año en diferentes puntos de las ocho islas y entre las que se incluyen las Fiestas Lustrales de La Palma o la Bajada de la Virgen de los Reyes en El Hierro.

Durante la presentación de esta iniciativa, el presidente de la Fundación Los Sabandeños, Elfidio Esteban Alonso Palazón, incidió en la apuesta que desde la entidad se ha hecho por la cultura canaria a lo largo de todos estos años y por darla a conocer fuera de las islas. Un camino que, reconoció, comparte con Montesano y que "ha hecho que estas dos trayectorias vuelvan a encontrarse con la misma pasión con la que empezaron, mirando hacia el futuro y unidas por lo que siempre las ha movido: el amor por Canarias, por su gente y por sus tradiciones".

Por su parte, el presidente y fundador de Montesano, Martín García Garzón, destacó "el profundo arraigo de las dos entidades en la identidad del archipiélago, motivo que les llevó a compartir esta celebración conjunta con el fin de poner en valor las tradiciones, la cultura y el folclore de las islas". En este sentido, destacó el amplio camino recorrido durante estos 60 años por parte de Montesano, entidad "que no solo ha jugado un papel importante en el desarrollo industrial y económico de las islas, sino que ha apostado por mantener las costumbres y la gastronomía de las islas como un elemento diferenciador".



## Los Sabandeños y Montesano se unen en su 60 aniversario para potenciar las tradiciones canarias



El encuentro, en el que estuvo también presente el fundador de Los Sabandeños, Elfidio Alonso Quintero, contó con la asistencia de los alcaldes de La Laguna y El Rosario, Luis Yeray Gutiérrez y Escolástico Gil, respectivamente.

Luis Yeray Gutiérrez destacó "el hermanamiento de dos enti-

dades con solera" e incidió en "el valor añadido que han aportado a Canarias a lo largo de sus 60 años de vida". Asimismo, recordó la capacidad de La Laguna de mantener la historia viva y expresó su deseo de que se siga manteniendo la convivencia de la historia y el patrimonio con el desarrollo y la modernidad.

Escolástico Gil incidió en el peso de Montesano en el municipio y afirmó que su presencia "ha significado un antes y un después", al convertirse en promotora de la industria y generadora de puestos de trabajo. Asimismo, resaltó su trabajo durante estos años, que le ha llevado a convertirse en una de

las grandes empresas cárnicas del archipiélago.

### Una creación histórica

Durante la presentación de la línea de acción conjunta entre Los Sabandeños y Montesano se proyectó la pieza audiovisual 'Montesano & Sabandeños: 60 años de historia', una colaboración histórica, con un marcado componente emocional, que destaca el peso de ambas entidades, referentes de la música y de la gastronomía canarias.

Entre las novedades que incluye el video figura la incorporación de una isa canaria original compuesta e interpretada por Los Sabandeños para esta ocasión. Una creación inédita que hace un recorrido por el sentir de las islas, conectando y uniendo los valores y enseñanzas de ambas entidades.

La producción cuenta, además, con la participación de los fundadores de ambas entidades, Elfidio Alonso y Martín García, que celebran el orgullo de esta unión simbólica, acompañados de los miembros de Los Sabandeños, así como trabajadores y trabajadoras, tanto en activo como jubilados, que han formado parte de la historia de Montesano.



Myriam González Navarro.



Lidia Monzón.



Bisilia Bokoko.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**E**n un mundo empresarial en constante evolución, el liderazgo efectivo se convierte en un elemento esencial para el éxito. "La Excelencia del Empresario como Líder de Servicio", obra impulsada por Myriam González Navarro, se erige como un faro educativo y orientador en esta materia, reuniendo las voces de 28 expertos en un esfuerzo por redefinir lo que significa ser un líder en el contexto actual. A través de las reflexiones de Myriam González, Bisila Bokoko y Lidia Monzón, tres pilares en la creación de este libro, se explora la importancia del liderazgo de servicio y su impacto en el entorno empresarial.

#### La motivación detrás del proyecto

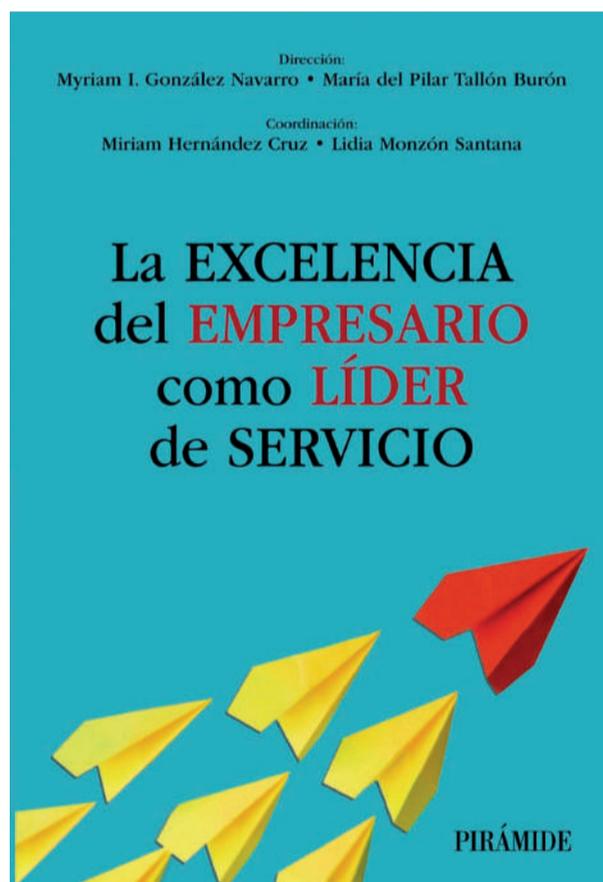
Myriam González Navarro ha dedicado más de diez años a promover el concepto de liderazgo de servicio, una filosofía arraigada en valores como la libertad, el amor y la generosidad. En su entrevista, Myriam expresa: "El servicio es nuestro propósito individual, alineado con cómo contribuimos a la sociedad". Este libro surge como respuesta a la necesidad de que los empresarios adopten un comportamiento ejemplar, no solo en su entorno laboral, sino también en la sociedad en general. Myriam resalta que "los empresarios poseen una gran capacidad de influencia", lo que hace que su compromiso con el liderazgo de servicio sea crucial para mejorar no solo el ambiente empresarial, sino también la comunidad en su conjunto.

#### La construcción de un proyecto colectivo

La coordinación de un libro que integra las perspectivas de 28 voces expertas representa un esfuerzo considerable. Myriam nos comparte que el proceso comenzó al unir fuerzas con Pilar Tallón y otros coordinadores, creando un índice de temas esenciales sobre liderazgo empresarial. "El libro enfatiza la humanización de los conceptos empresariales. Las empresas son, fundamentalmente, conjuntos de personas", afirma Myriam, señalando que el liderazgo de servicio es una forma de gestionar que prioriza a las personas por encima de los resultados económicos.

Lidia Monzón, también coordinadora del proyecto, se une a estas reflexiones. Su experiencia en movimientos asociativos y desarrollo del potencial humano la impulsó a participar activamente en el libro. "Me pareció fundamental hablar del liderazgo desde el servicio, buscando generar bienestar", subraya Lidia. Ella añade que el trabajo en equipo y la cooperación son esenciales para el éxito en un entorno empresarial en constante cambio. "Ser humano es ser social; la coo-

## "La Excelencia del Empresario como Líder de Servicio": 28 Voces Expertas que Redefinen el Liderazgo



peración y la colaboración son esenciales para lograr grandes hazañas", comenta.

La voz de Bisilia Bokoko, reconocida empresaria y líder intercultural, añade una dimensión poderosa al relato del liderazgo de servicio. "Desde muy joven comprendí que el verdadero liderazgo no consiste en estar al frente, sino en estar al servicio", comparte Bisila, enfatizando su trayectoria como un puente entre culturas y su aprendizaje sobre el impacto transformador del liderazgo de servicio.

Lo que más resonó con ella al abordar este libro fue "precisamente esa mirada humanista que pone al ser humano en el centro: empleados, clientes, aliados, comunidades". Bisila señala que el liderazgo de servicio "honra la dignidad de todos ellos" y conecta profundamente con su propósito vital.

Experiencias significativas, como su trabajo en África a través de su fundación de bibliotecas, le hicieron comprender que "servir con humildad, escuchando y co-creando con las comunidades, genera un impacto mucho más profundo y duradero". Este enfoque ha guiado su manera de hacer negocios y de liderar equipos, llevando el mensaje de que el futuro empresarial será sostenible solamente si es humano.

El libro no solo se queda en la teoría; ofrece recursos prácticos y pautas de actuación que cualquier empresario puede implementar. Myriam indica que un líder de servicio debe cultivarse a sí mismo y a su equipo, fomentando una cultura laboral que priorice la confianza y el reconocimiento. "Una empresa que adopta este enfoque tendrá líderes en todos los niveles, capaces de involucrar y valorar a las personas", explica.

En áreas críticas como la gestión del talento y la atención al cliente, el liderazgo de servicio se traduce en un trato respetuoso y genuino. "Cuando un cliente se siente valorado, su fidelidad hacia la empresa se fortalece", afirma Myriam. Además, en la gestión del cambio, los líderes de servicio son fundamentales, ya que poseen habilidades de comunicación excepcionales y son los primeros en adaptarse y ayudar a su equipo a enfrentar las transformaciones necesarias.

#### Desmitificando el miedo en el liderazgo

Uno de los capítulos más reveladores del libro aborda el tema del miedo, guiado por Julio de la Iglesia. Myriam destaca que "los líderes, como cualquier persona, experimentan miedo, pero este no es intrínsecamente negativo". En su opinión, el miedo puede ser un motor para el crecimiento, obligando a los líderes a estar alerta y preparados. "Utilizar el miedo como un trampolín es clave para alcanzar el éxito", afirma, y enfatiza que un líder de servicio se compromete a mejorar constantemente, superando sus propios límites para cumplir con su misión.

#### Legado de un líder de servicio

Al finalizar la entrevista, Myriam reflexiona sobre cómo les gustaría ser recordados como líderes. Myriam concluye que "el legado más significativo es el comportamiento alineado con los valores". Este tipo de liderazgo no solo genera más líderes dentro de la organización, sino que asegura la continuidad de una cultura auténtica. "Honrar nuestra tierra y a los nuestros es fundamental", añade, pronunciando una de las lecciones más valiosas compartidas en el libro.

Bisila Bokoko aporta una visión valiosa sobre este tema, señalando que "el mayor legado que puede dejar un líder de servicio es haber elevado la conciencia de quienes lo rodean". Bisila explica que un verdadero líder no solo genera resultados, sino que transforma vidas. Este tipo de liderazgo está definido por una cultura de empatía, escucha activa e impacto social. "Aspiro a que se nos recuerde no por lo que acumulamos, sino por lo que damos; no por lo que controlamos, sino por lo que inspiramos", sentencia Bisila, reafirmando su compromiso con un liderazgo que cambia empresas y transforma sociedades.

"La Excelencia del Empresario como Líder de Servicio" no solo propone un modelo de liderazgo, sino que invita a una transformación profunda en la forma en que se concibe el liderazgo en el entorno empresarial. Con la contribución de 28 expertos, este libro se convierte en un recurso esencial para aquellos que buscan inspirar y guiar a sus equipos a través de la humanización y el servicio. La unión de voces como las de Myriam, Bisila y Lidia representa un paso significativo hacia un futuro empresarial más consciente, donde el verdadero liderazgo se mide no solo por los resultados, sino por el impacto que tiene en la vida de las personas que se encuentran en el trayecto.

## Moeve sella con Grupo Armas Trasmediterránea su mayor suministro de biocombustibles marítimos 2G



**M**oeve ha alcanzado un acuerdo estratégico con el Grupo Armas Trasmediterránea que marcará un hito en la descarbonización del transporte marítimo en el archipiélago canario. Este acuerdo, que incluye el suministro de 40.000 toneladas de biocombustibles marítimos de segunda generación hasta diciembre de 2025, representa el primer suministro de su clase en la región y refuerza el compromiso de ambas compañías con la transición energética en Canarias.

“Este acuerdo nos abre una puerta muy importante, ya que nos posicionamos como actor clave en la descarbonización del sector marítimo en Canarias”, destaca Samir Fernández, director de Marine Fuel Solutions de Moeve. Este suministro de combustibles renovables representa un paso significativo hacia un transporte más sostenible que busca reducir la huella ambiental en

una comunidad con una historia de casi un siglo de presencia de ambas empresas.

Las dos compañías no solo refuerzan su compromiso con Canarias a través de esta colaboración, sino que también contribuyen a un objetivo más amplio de descarbonización en el sector del transporte marítimo. Sergio Vélez, CEO de Armas Trasmediterránea, señala que “no partimos de cero, llevamos años implementando medidas para reducir nuestra huella ambiental, desde la optimización de rutas hasta convertimos en pioneros en el consumo de biocombustibles”.

La decisión de Moeve de suministrar biocombustibles 2G es parte fundamental de su estrategia a largo plazo, alineada con su plan \*2030 Positive Motion\*, que busca liderar la movilidad sostenible y fomentar la producción de moléculas verdes. Así, Moeve tiene como objetivo ser el primer productor de biocombustibles en España y Portugal para el año 2030, con una capacidad de

producción de 2,5 millones de toneladas anuales.

La firma de este acuerdo ha sido respaldada por las Autoridades Portuarias de Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife. Beatriz Calzada, presidenta de la Autoridad Portuaria de Las Palmas, ha afirmado que este acuerdo “encaja con la estrategia de esta Autoridad Portuaria en esa transición hacia los combustibles verdes”. Por su parte, Pedro Suárez, presidente de la Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife, ha señalado que “la celebración de este primer suministro supondrá escalas más sostenibles y un puerto más competitivo”.

Los biocombustibles de segunda generación producidos por Moeve en su Parque Energético San Roque (Cádiz) y el Parque Energético de La Rábida (Huelva) tienen la capacidad de reducir hasta en un 90% las emisiones de CO2 en comparación con los combustibles tradicionales. Esto no solo permite una aceleración de la transición energética, sino que también favorece una movilidad sostenible en sectores de difícil electrificación, como el marítimo.

### El futuro del transporte marítimo

Moeve, con más de 90 años de experiencia en el sector energético y una presencia en más de 60 puertos españoles, se posiciona como un

► Esta alianza estratégica posiciona a ambas empresas como líderes en la transición energética del transporte marítimo



jugador clave en la cadena de valor del transporte marítimo sostenible. Su transformación de marca en octubre de 2024 refleja un compromiso renovado con la producción de energías sostenibles, como hidrógeno verde y biocombustibles.

El Grupo Armas Trasmediterránea, líder en España y uno de los principales grupos navieros de Europa, también se beneficia de este acuerdo. Con una flota moderna y un equipo de más de 1,500 profesionales, la compañía transporta más de 3,3 millones de pasajeros y 4,5 millones de toneladas de carga anualmente. “Nuestro medio natural de trabajo es también un patrimonio que tenemos la responsabilidad de preservar”, enfatiza Vélez.

El acuerdo entre Moeve y Grupo

Armas Trasmediterránea representa más que un simple suministro de biocombustibles; es un paso hacia la sostenibilidad y la protección del entorno marino. A través de esfuerzos conjuntos y una visión compartida, ambas compañías no solo están mejorando sus operaciones, sino que también están liderando la carga hacia una nueva era de transporte marítimo más ecológico.

Con este acuerdo pionero, Moeve y Grupo Armas Trasmediterránea se establecen como ejemplos de cómo las empresas pueden trabajar juntas para enfrentar los desafíos ambientales y avanzar en la adopción de combustibles renovables, garantizando un futuro más sostenible para Canarias y el transporte marítimo en general.

## Fundación Moeve y Fundación Pequeño Deseo alegran la estancia hospitalaria a los más pequeños en Tenerife

► Veintidós voluntarios de Fundación Moeve confeccionan kits de superpoderes para menores hospitalizados

**E**n una emotiva acción solidaria, la Fundación Moeve y la Fundación Pequeño Deseo han colaborado en Tenerife con el objetivo de brindar momentos de felicidad a los niños y niñas hospitalizados. Un total de 22 volunta-

rios de la Fundación Moeve se han sumado a esta noble causa, creando artesanalmente kits de superpoderes diseñados para transformar el entorno hospitalario en un espacio lleno de ilusión y esperanza.

La jornada comenzó con una charla inspiradora de la Fundación Pequeño Deseo, que explicó cómo estas iniciativas son fundamentales para mejorar el bienestar emocional de los menores durante su estancia en el hospital. “Estas acciones contribuyen a llenar de fantasía y fuerza sus días en el hospital”, subrayaron, destacando

la importancia del papel de los voluntarios en este proceso.

Los voluntarios se organizaron en equipos para confeccionar los kits y redactar cartas de ánimo, con el propósito de fortalecer emocionalmente tanto a los pequeños como a sus familias. Cada lote incluye una capa, un antifaz, un cubregotero decorado, brazaletes y otros accesorios que permiten a los menores convertirse, por un momento, en auténticos superhéroes y superheroínas. Además, la Fundación Pequeño Deseo ha delegado a Fundación Prodis la manipulación



completa de los kits, representando un claro ejemplo de colaboración entre entidades sociales.

Belén Machado, responsable de la Fundación Moeve en Canarias, expresó su satisfacción al ver a los profesionales de Moeve involucrarse con entrega en esta labor. “Cada caja de artículos lleva un pedacito del cariño de quienes lo han confeccionado. Saber que puede arrancar una sonrisa o hacer más llevadero un tratamiento es el mayor regalo para todos”, afirmó.

La Fundación Pequeño Deseo se encargará de distribuir los kits entre los hospitales con los que colabora en la isla, asegurándose de que cada uno llegue a manos de un niño o niña que lo necesite.

Por su parte, la Fundación Moeve continúa promoviendo su programa de voluntariado, fomentando la participación y el compromiso de los trabajadores de su fundadora, Moeve, en causas que mejoran la vida de los más pequeños.

# Fundación Moeve impulsa una experiencia sensorial para personas con discapacidad visual en el Palmetum

La Fundación Moeve, en colaboración con el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, sigue avanzando en su programa de visitas inclusivas al Palmetum, un emblemático jardín botánico que busca acercar la biodiversidad a colectivos en situación de vulnerabilidad. Esta iniciativa permite que todos los participantes, sin importar sus capacidades, disfruten de la naturaleza de manera activa y significativa, compartiendo la experiencia con otros ciudadanos.

Recientemente, más de treinta personas con discapacidad visual del colectivo Sénior de Unidad Progresista de la ONCE (SUPO) participaron en una visita diseñada especialmente para ellos. La experiencia, respaldada por el proyecto 'Tejiendo Redes' de la Universidad de La Laguna, se centró en la biomimesis: una disciplina que enseña a observar la naturaleza para desarrollar soluciones sostenibles. Esta metodología transformó el recorrido en una vivencia educativa y emocional, guiada por



el tacto, el oído y el olfato.

Los voluntarios de Moeve acompañaron al grupo, brindando apoyo personalizado y facilitando la interacción con el entorno. Antes del recorrido, se ofreció una charla introductoria que exploró cómo la naturaleza puede inspirar respuestas a desafíos humanos, creando así una conexión más profunda con los elementos naturales que se iban a descubrir.

Durante el recorrido, los participantes exploraron diversas zonas del Palmetum, donde se les

proporcionaron descripciones detalladas de las especies vegetales, los sonidos de la naturaleza y la experiencia táctil de diferentes texturas y aromas. Esta aproximación sensorial permitió que surgieran momentos de reflexión y conexión emocional, reavivando recuerdos personales asociados con la biodiversidad.

La visita comenzó en la sección de especies endémicas canarias, que ha sido fortalecida y mejorada con el apoyo de la Fundación Moeve. Allí, los participantes pu-

dieron apreciar la rica flora autóctona antes de adentrarse en áreas con especies exóticas que cohabitan sin causar daño. A lo largo del recorrido, también se abordó la diferencia entre especies invasoras y nativas, resaltando la importancia del equilibrio ecológico.

Con estas iniciativas, la Fundación Moeve reafirma su compromiso con la protección y divulgación de la biodiversidad, asegurando que personas de distintos colectivos puedan disfrutar de experiencias inclusivas y enriquecedoras.

## Visitas inclusivas al Palmetum

Las visitas inclusivas están diseñadas para que los usuarios de diversas entidades sociales de Tenerife conozcan la biodiversidad del Palmetum, permitiendo que cualquier persona que desee acompañarles también pueda hacerlo. Este enfoque fomenta la convivencia, el entendimiento mutuo y el disfrute compartido del entorno natural. Las actividades son gratuitas, con inscripción previa a través del sitio web [www.palmetumtenerife.es](http://www.palmetumtenerife.es) (<http://www.palmetumtenerife.es>).

Apoyadas por la Fundación Moeve, las visitas tienen lugar cada semana y se adaptan a las necesidades específicas de cada colectivo, garantizando una experiencia accesible y respetuosa. En los últimos meses, han participado numerosos grupos, incluyendo la Asociación Cáncer de Mama de Tenerife, Aspercan, Envera, Cruz Roja, y muchas más, reflejando la voluntad de la Fundación de ofrecer un espacio de inclusión y aprendizaje para todos.

# Los Realejos

50 años uniendo Canarias



50ª edición del Festival de las Islas de Los Realejos celebrado el pasado sábado 24 de mayo de 2025





# La mayor investigación sobre cambio climático en el Archipiélago insiste en el impacto humano sobre la biodiversidad marina y terrestre amenazada

Los más pequeños creando el cambio

La Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) acogió la V Jornada científico-divulgativa “Un Viaje al Futuro Sostenible”, centrada en los avances del mayor estudio sobre los efectos del cambio climático en la biodiversidad marina y terrestre amenazada del Archipiélago. El encuentro resaltó cómo el impacto humano continúa incidiendo negativamente en las especies, eje central del proyecto CanBIO, una iniciativa pionera en Canarias financiada a partes iguales por el Gobierno de Canarias y Loro Parque Fundación y desarrollada por grupos de investigación de la ULPGC y la Universidad de La Laguna.

► Más de 130 personas asisten a la V Jornada científico-divulgativa “Un Viaje al Futuro Sostenible”, donde se presentaron los resultados más recientes del proyecto cambio, financiado por Loro Parque Fundación y el Gobierno de Canarias

El acto inaugural contó con la participación del rector de la ULPGC, Lluís Serra Majem; la viceconsejera de Transición Ecológica, Lucha contra el Cambio Climático y Energía del Gobierno de Canarias, Julieta Schallenberg Rodríguez; la vicerrectora de Infraestructura de la Universidad de La Laguna, Marta Domínguez Herrera y el director de Loro Parque Fundación y coordinador del pro-

yecto, Javier Almunia Portolés.

Durante la jornada, investigadores de la Universidad de La Laguna (ULL) y la ULPGC compartieron los avances científicos sobre acidificación oceánica, contaminación acústica marina, y su impacto en especies vulnerables y en peligro crítico de extinción, todo ello enmarcado en los ocho subproyectos que conforman CanBIO. Con una inversión total de 3 millones de

euros desde 2019, el programa se consolida como la mayor apuesta regional por el estudio del cambio climático en la Macaronesia.

Entre Resultados 2025:

Entre las novedades expuestas por los investigadores, se indicaron los aumentos de la acidificación con respecto a las sesiones de divulgación de anteriores ediciones. Al mismo tiempo se valoró el aumento de los efectos del ruido submarino en la biodiversidad gracias a los instrumentos de registro de paisajes sonoros instalados por el proyecto en las aguas del archipiélago.

En el encuentro, celebrado en el Salón Polivalente I del Edificio de Ciencias Básicas del Campus de Tafira, participaron además, medio centenar de alumnos de primaria del Centro Educativo Maestro Félix Santana, quienes realizaron talleres educativos organizados por el equipo educativo de Loro Parque Fundación y el departamento de comunicación de CanBio, incluyendo una muestra de réplicas hinchables de cetáceos a tamaño real, diseñada para sensibilizar sobre la biodiversidad marina.

Además, los más pequeños disfrutaron de talleres de manualidades con plastilina, donde recrearon especies de caracoles terrestres en peligro crítico de extinción, fomentando el conocimiento y el respeto por la biodiversidad local. Para el público juvenil y adulto, el equipo de comunicación del proyecto diseñó un escape room temático, una de las iniciativas de innovación en divulgación científica basadas en técnicas de comunicación transmedia. Estas propuestas permitieron acercar la ciencia de forma lúdica, creativa y accesible a todos los públicos. El alumnado brindó con una actuación musical acorde a la temática de cambio climático a los presentes para finalizar su asistencia a las jornadas.

# Finanzas con propósito: Jaime Cabello y su misión de educar a las nuevas generaciones

JAIME CABELLO. PRESIDENTE DE FINANZAS HONESTAS Y ASESOR FINANCIERO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**L**a trayectoria de Jaime Cabello es un claro ejemplo de cómo las experiencias de vida pueden moldear el camino profesional. Su andadura en el mundo empresarial comenzó tras cuatro años en el Banco Santander, donde ocupaba el puesto de auditor interno. "No me sentía realizado ni disfrutaba con lo que hacía", recuerda Jaime. Esta insatisfacción lo llevó a tomar una decisión radical en febrero de 2020: "Decidí tomarme una excedencia para viajar por el mundo", un viaje que se vería interrumpido por la pandemia del COVID-19, dejándolo atrapado entre Albania y Turquía.

Durante el confinamiento, Jaime encontró su verdadera pasión: "Decidí formarme en lo que realmente me apasionaba: las finanzas personales". Al finalizar su excedencia en enero de 2021, el banco decidió prescindir de su puesto, algo que él vio como una "oportunidad perfecta" para lanzarse a emprender como asesor financiero. "Mudarse a Gran Canaria fue un cambio clave, ya que entendí que muchos trabajos se podían hacer desde cualquier parte del mundo".



Su propuesta de valor se centra en ayudar a las personas a "ahorrar e invertir mediante productos que entiendan", buscando mejorar su educación financiera para que puedan tomar decisiones más conscientes y acertadas en el futuro.

Hoy en día, Jaime dedica aproximadamente el 80% de su tiempo a asesoramientos financieros personalizados y el 20% a su asociación sin ánimo de lucro, Finanzas

Honestas. "Mi objetivo a largo plazo es invertir esos porcentajes", comparte. "Quiero dedicarme un 80% a la asociación y un 20% a los asesoramientos". La razón es clara para él: "A través de Finanzas Honestas puedo llegar a muchas más personas y abordar la falta de educación financiera en nuestra sociedad".

Jaime no se escapa de la realidad del emprendimiento: "No ha sido fácil, pero tampoco imposible". Cree que con iniciativa y una buena propuesta de valor, es posible encontrar el mercado adecuado. "En el camino, he conocido a muchos emprendedores dispuestos a ayudar de forma desinteresada", añade, aludiendo a las ayudas públicas que ha aprovechado, como la reducción de la cuota de autónomos y programas de emprendimiento.



Uno de los proyectos más emocionantes que tiene entre manos es Finanzas Honestas, una asociación sin ánimo de lucro que busca promover la educación financiera entre los jóvenes de Gran Canaria. "Este mes impartiremos nuestra primera charla a cinco clases del IES Politécnico Las Palmas", dice con entusiasmo. "Es, sin duda, uno de los proyectos que más me entusiasma y al que más me gustaría dedicarme a largo plazo".

# Divegal Islas Canarias: la historia de éxito empresarial de Elisabet María Galván

ELISABET MARÍA GALVÁN.  
DIRECTORA DE DIVEGAL ISLAS CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS  
**L**a trayectoria de Elisabet María Galván en el mundo empresarial comenzó de una manera inesperada. Formada en Turismo a través de dos ciclos superiores, su trayectoria profesional dio un giro cuando tuvo la oportunidad de trabajar en Alemania durante el verano. "Comencé de casualidad", comenta. Su experiencia laboral en el sector de la hostelería, donde trabajó como chef en el Restaurante Café Fitz, le permitió adquirir habilidades valiosas que más tarde aplicaría en su propio negocio.

Su regreso a Tenerife, motivado por su relación con un agente comercial, marcó el inicio de su andadura empresarial. Inspirada por su pareja, decidió adquirir una empresa de distribución al por mayor, enfocándose en el suministro a hoteles y restaurantes. "Así empezó todo este camino hasta el día de hoy", explica Galván.

Desde su fundación, Divegal ha experimentado un crecimiento significativo, aunque no exento de dificultades. "La evolución ha sido lenta, muy lenta", reconoce. La competencia en el sector de la distribución de productos de limpieza profesional es feroz, con una multitud de actores intentando hacerse un hueco en el mercado. "Hoy en día hay mucha competencia, y evolucionar es difícil", añade.

Elisabet María destaca un momento crucial en su trayectoria: su decisión de convertirse en autónoma. "Dar ese paso y aprender no es fácil. Me lancé a la piscina sin saber si había o no agua", reflexiona. Este acto de valentía fue el punto de partida de su negocio, que ha crecido a través de la dedicación y el esfuerzo constante.

Uno de los retos más significativos que enfrenta es la competencia de los autónomos que operan con menos costos. "Para mí eso es matador", afirma, aludiendo a los gastos



operativos que debe asumir como empresa mediana, incluyendo alquileres, servicios y seguros. La falta de apoyo gubernamental y la escasez de ayudas para emprendedores complican aún más el panorama. "Hoy en día, emprender es muy difícil, y no motivan a los nuevos negocios", lamenta.

A pesar de los desafíos, se mantiene enfocada en su visión a largo plazo. "Mi objetivo es poder crecer cada día más, ofrecer puestos de trabajo y seguir aprendiendo", enfatiza. La sostenibilidad es un aspecto central de su estrategia empresarial, ya que aspira a introducir productos que no solo sean de alta calidad, sino también respetuosos con el medio ambiente. "Quiero que mi hijo tenga un mundo mejor", señala, reflejando su compromiso con las futuras generaciones. Mirando al futuro, tiene en mente varios proyectos

que podrían marcar el rumbo de Divegal. "Proyectos hay todos los días", asegura, revelando su ambición de expandir el negocio fuera de las Islas Canarias. Aunque aún no se han concretado, su deseo de abrirse a nuevos mercados es una clara indicación de su compromiso con el crecimiento y la innovación.

La trayectoria de Elisabet María Galván en el ámbito empresarial es un ejemplo de cómo la determinación y la pasión pueden conducir al éxito, incluso en un entorno desafiante. Su enfoque en la sostenibilidad y la calidad de los productos refleja una visión responsable del negocio. Con una sólida base y un futuro prometedor, Divegal Islas Canarias está bien posicionada para seguir creciendo y adaptándose a las necesidades del mercado, convirtiéndose en un referente en su sector.



Hay superheroínas que luchan por un mundo mejor, con músculos súper elásticos. Tú, ayudando a mantener viva la cultura y la identidad de nuestros barrios, también.

