



Juan Antonio Martel: "El sector atraviesa un problema serio de relevo generacional y falta de conductores" P26



Luis Rodríguez: "Con esta celebración conmemoramos los 50 años de la cooperativa y casi 100 años de historia" P27



Ángel Lima: "El gran desafío es mantener el servicio con estabilidad en una isla con escasez de conductores" P29



Ainhoa Aristi: "Estamos construyendo un ecosistema de movilidad donde el cliente encuentra lo que necesita" P34




María Cuello: "Vemos potencial en Canarias para una movilidad laboral más flexible y sostenible" P52

Tribuna de Canarias

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

MAYO MMXXVI | 1,20€ | Islas Canarias

TRIBUNADECANARIAS.ES



Amid Achi: "El éxito llegó después del fracaso" P2

ENTREVISTA.
FUNDADOR Y PRESIDENTE DEL GRUPO NÚMERO 1

NUEVA ECONOMÍA

Jorge Alonso.
Director de Consultoría ITVelorcios Group
Sí, ya hemos digitalizado la empresa P17

Víctor D. Díaz.
Ingeniero superior de telecomunicación docente e investigador en innovación educativa
El Pentágono del Talento P17

Presen Simón.
Consultora | Formadora en Eje & Talento
La trampa del "todavía un poco más": cómo la productividad se ha convertido en nuestro peor hábito P18

Luis Abeledo.
Abogado
La vivienda: principal preocupación de españoles y arrendadores P20

Miguel Borges.
Directivo Turístico
Geopolítica y turismo: adaptación inteligente P22



Luis Yeray Gutiérrez: "La Laguna necesita una visión de ciudad hacia 2040 y no solo a corto plazo" P4

ESPECIAL MOVILIDAD Y TRANSPORTES

Mujeres que no hablan de ser mujer P6



Canarias consolida su diversificación económica con Proexca como eje de la internacionalización y el desarrollo sectorial P12



Tenerife refuerza la vigilancia ambiental e incorpora tecnología avanzada P14

ENTREVISTA

AMID ACHI

FUNDADOR Y PRESIDENTE DEL GRUPO NÚMERO 1

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Es un gran honor contar con usted, uno de los empresarios de Canarias más galardonados en la última década. Ha recibido numerosos premios en las islas, lo que refleja una trayectoria destacada y un trabajo bien hecho.

La verdad, a veces nos da un poco de vergüenza recibir tantos reconocimientos. Uno está trabajando sin pensar en estas cosas, solo pensamos en sacar la empresa adelante y mantener los puestos de trabajo que tenemos.

Pero parece que alguien está mirando, observando y dice, pues mira, merece que te demos las gracias públicamente. Esto para nosotros es un honor y no podemos sino agradecerlo siempre. Sin duda, y sin desmerecer a ningún otro, recibir la Medalla de Oro de Canarias 2024 fue uno de los momentos más emocionantes.

Hablamos de uno de los empresarios más representativos de Canarias, con un grupo de alrededor de 1.200 trabajadores. Más adelante profundizaremos en sus franquicias y proyectos, pero me gustaría retroceder en el tiempo. ¿Cómo fueron sus inicios, don Amid?

Vine a España desde Siria con el propósito de estudiar Medicina, siguiendo una tradición familiar que valoraba esta profesión por su prestigio social y estabilidad económica. Sin embargo, las limitadas plazas en las facultades sirias llevaban a muchas familias a enviar a sus hijos al extranjero, y España fue uno de los destinos principales.

Entre 1968 y 1970 llegaron aproximadamente 15.000 estudiantes sirios para estudiar Medicina, y yo fui uno de ellos. Al llegar, el primer reto fue el idioma, que aprendí durante varios meses antes de incorporarme a la universidad. Viajé con dos amigos de mi región y nos matriculamos en la recién creada Universidad de La Laguna.

Comencé la carrera de Medicina, pero pronto comprendí que no era la profesión que realmente quería ejercer. Esto me llevó a replantear mi camino y orientarme hacia el ámbito en el que finalmente desarrollé mi vida profesional.

¿Cómo pasó de esos inicios ya empezando como empresario al grupo tan grande que posee ahora?

Cuando llegué, comencé a observar el mercado y el entorno comercial, un ámbito que siempre me había atraído. Podría decirse que tenía una clara vocación por el comercio.

En aquel momento, gran parte de la actividad estaba en manos de comunidades hindúes y árabes, lo que me hizo ver que existían claras oportunidades de negocio. Esa realidad despertó mi interés, aunque mi padre insistió en que primero debía completar una formación académica, por lo que estudié Náutica.

Durante mis estudios empecé a dar mis primeros pasos en el mundo empresarial como intermediario entre comerciantes, com-



Amid Achi: “El éxito llegó después del fracaso”

prando mercancía que a unos les sobraba y vendiéndola a otros que la necesitaban. Así fui aprendiendo el sector desde dentro, cumpliendo siempre los compromisos y generando confianza.

Con el tiempo decidí emprender por mi cuenta y abrí mi primera tienda. Desde el inicio tuve claro que la ubicación era clave, apostando por zonas de gran afluencia como las paradas de autobús, una decisión que resultó muy acertada. El negocio funcionó bien desde el principio y marcó el inicio de un camino de crecimiento que nos ha traído hasta la actualidad.

Hasta el día de hoy que es usted el mayor franquiciado de España. ¿Cuál diría que es el secreto del éxito en este negocio tal y como usted lo ha vivido?

El éxito llegó después del fracaso. En nuestros inicios operábamos como franquiciadores, con una marca propia que permitía

a otros empresarios abrir tiendas bajo nuestro modelo en distintas islas o localidades. Nosotros suministrábamos la mercancía y compartíamos los resultados según los acuerdos establecidos.

En aquella época, Canarias estaba relativamente aislada de la competencia exterior, lo que favorecía el negocio. Sin embargo, la llegada de grandes superficies y el desarrollo de centros comerciales marcó un cambio claro en el mercado, obligándonos a replantear nuestra estrategia.

Decidimos entonces transformarnos y pasar de franquiciadores a franquiciados, buscando marcas en Europa que quisieran implantarse en Canarias. Las primeras experiencias no fueron buenas: fracasamos con las siete primeras marcas, con las consiguientes pérdidas económicas, pero también con un aprendizaje clave sobre el funcionamiento del sector.

Con el tiempo adquirimos experiencia, aprendimos a seleccionar mejor las marcas y a establecer relaciones más equilibradas. También adoptamos un principio fundamental: cumplir siempre los acuerdos y garantizar la puntualidad en los pagos, lo que generó confianza con los franquiciadores.

Gracias a este proceso, fuimos incorporando nuevas franquicias y consolidando nuestro crecimiento hasta convertirnos en uno de los multifranquiados más importantes de España.

¿Es más fácil emprender o abrir un negocio en la actualidad, o lo era en el pasado, como en sus inicios?

Desde mi punto de vista, emprender era más sencillo en el pasado. Había menos competencia y el cliente era menos exigente e informado, lo que hacía el entorno más accesible para iniciar un negocio.

Hoy en día, abrir un establecimiento requiere una inversión mucho mayor. Lo que antes podía costar alrededor de 100.000 euros, ahora puede superar el millón, debido a las mayores expectativas del cliente en cuanto a ubicación, comodidad, servicios y calidad de los espacios.

Además, la competencia es mucho más intensa, lo que obliga a ofrecer siempre un nivel superior para destacar. En conjunto,



emprender hoy es un proceso más complejo, costoso y exigente que en el pasado.

En el ámbito del comercio hemos observado numerosos cambios a lo largo del tiempo, desde el auge de los centros comerciales hasta el actual impulso de las zonas comerciales abiertas.

¿Cómo interpreta esta evolución de las preferencias del consumidor, teniendo en cuenta que, en última instancia, es el cliente quien marca la pauta del mercado?

Efectivamente, el factor clave es el cliente. A veces se observan modelos de negocio exitosos en ciudades como Madrid, Barcelona o Londres, pero eso no garantiza que funcionen igual en otros lugares, principalmente por la falta de masa crítica de clientes.

Por ello, es esencial analizar la demanda de cada ciudad según su tamaño y características. En grandes urbes, los centros comerciales funcionan muy bien, sobre todo aquellos con “locomotoras” —grandes operadores de alimentación o moda— que generan un flujo constante de clientes.

En cambio, en ciudades medianas o pequeñas suelen encajar mejor las zonas comerciales abiertas, que ofrecen una experiencia más cercana y de paseo. Sin embargo, estas áreas a menudo tienen la desventaja

del aparcamiento, algo que los centros comerciales sí resuelven con facilidad.

También es un error comparar ciudades de distinto tamaño sin considerar sus diferencias estructurales. Cada una requiere un modelo adaptado a su realidad.

En definitiva, deben coexistir distintos formatos según el contexto, y solo en grandes ciudades es posible que centros comerciales y zonas abiertas convivan de forma equilibrada.

En este caso, para el Grupo Número 1, conviven perfectamente dentro de las islas ambos formatos, en función del territorio.

En el Grupo Número 1 procuramos actuar con objetividad y equilibrio, apoyando especialmente las zonas comerciales en ciudades como Santa Cruz de Tenerife. En ciudades más grandes, entendemos que pueden convivir ambos modelos.

Nuestra visión no es solo empresarial, sino también urbana: buscamos ciudades vivas, donde las familias puedan pasear, disfrutar y hacer uso de los comercios en la calle, generando dinamismo en el entorno.

Sin embargo, cuando no existe suficiente demanda para sostener ambos modelos —centros comerciales y zonas comerciales abiertas—, la competencia puede perjudicar a ambos, al no alcanzar el flujo de clientes necesario para su viabilidad.

Estamos observando una importante evolución en el sector del comercio, especialmente tras la pandemia, con el fuerte impulso del comercio electrónico y la digitalización de los establecimientos.

En este contexto, ¿hacia dónde cree usted que se dirige el sector del comercio? Tras analizar el pasado y el presente, ¿cuál considera que será la tendencia en el futuro?

El futuro del comercio se orienta claramente hacia la compra por internet, una tendencia ya consolidada y en continuo crecimiento.

El teléfono móvil ha sido clave en esta transformación, ya que permite gestionar prácticamente cualquier actividad cotidiana y ha cambiado por completo nuestra forma de vida, incluso en aspectos tan simples como enviar una felicitación.

Es un cambio profundo que probablemente irá a más en los próximos años, aunque su evolución exacta es difícil de prever.

En cualquier caso, no queda otra opción que adaptarse a esta nueva realidad.

Hablábamos fuera de micrófono sobre la importancia de ser un buen empresario, cumpliendo con los trabajadores y con todas las obligaciones adquiridas en procesos de venta de marcas o negocios.

Para usted, este aspecto es fundamental. ¿Considera que la satisfacción del trabajador y el cumplimiento responsable de las obligaciones empresariales son claves en la gestión de cualquier compañía?

Desde el inicio, tenemos claro que el principal activo de cualquier empresa es el capital humano: las personas que trabajan en ella, identificadas con su filosofía y parte activa en las decisiones del grupo.

A lo largo del tiempo, algunas marcas con las que trabajábamos fueron vendidas o modificaron sus condiciones, lo que dio lugar a procesos de recompra para devolver

el control a los propietarios originales. En estos casos, siempre se establecieron dos condiciones clave: un acuerdo económico y el mantenimiento o incremento del empleo.

Puesto que, para nosotros, este aspecto es esencial, ya que no concebimos dejar atrás a quienes han desarrollado su vida profesional con nosotros.

Por ello, hemos defendido siempre el mantenimiento del empleo como una condición fundamental, algo que en general se ha cumplido con resultados satisfactorios tanto para los trabajadores como para las empresas.

Me gustaría analizar también con usted la situación económica en Canarias y en el conjunto de España. En su opinión, ¿considera que Canarias es un entorno adecuado para el desarrollo de la actividad empresarial? En definitiva, ¿cree que es un buen lugar para hacer negocios?

Canarias constituye una plataforma natural entre Europa y África, una posición geográfica estratégica con un gran potencial económico si se aprovecha adecuadamente.

Se prevé que África alcance unos 2.500 millones de habitantes en 2050, lo que supondrá un mercado de consumo muy relevante. La mejora de la conectividad aérea refuerza aún más esta oportunidad.

En este contexto, Canarias puede desempeñar un papel clave como puente entre ambos continentes, atrayendo también inversión africana que actualmente se dirige a países como Alemania, Reino Unido o Francia. Para ello, sería interesante impulsar instrumentos como una zona financiera especial que facilite la libre circulación de capital, similar a modelos como Chipre o Singapur, junto con servicios atractivos en sanidad, educación e inversión.

“Canarias puede ser el gran puente económico entre Europa y África”

En definitiva, África representa una gran oportunidad de futuro, tanto por su capital humano como por su potencial económico, y Canarias está en una posición privilegiada para aprovecharlo.

Eso me lleva a comentarle que el Grupo Número 1 también inició su proceso de internacionalización hace tiempo. Me gustaría conocer con más detalle cómo ha sido esa expansión internacional y en qué ámbitos se ha materializado.

La internacionalización del Grupo Número 1 surge principalmente como respuesta a las necesidades logísticas y comerciales de nuestros proveedores y franquiciadores, que en muchos casos disponen de excedentes de mercancía que no pueden comercializar en el mercado principal, España.

Ante esta situación, se planteó la posibilidad de dar salida a esos excedentes en otros mercados, siendo África uno de los principa-

les destinos, por su demanda creciente y conocimiento de las marcas. Así, establecimos acuerdos con firmas internacionales para la gestión de productos de final de temporada o excedentes de producción.

A partir de ahí, iniciamos la apertura de tiendas en África, así como en países como Rumanía, Bulgaria, Hungría y Moldavia, adaptando la distribución según el tipo de producto y el mercado: por ejemplo, moda de verano en África y de invierno en países más fríos.

Este modelo permite optimizar los excedentes de las marcas, que se clasifican y redistribuyen según el destino más adecuado, con la satisfacción de las firmas colaboradoras.

Actualmente, contamos con una presencia relevante en África, donde, por ejemplo, en Senegal trabajamos con alrededor de 800 personas, y seguimos desarrollando esta línea de expansión internacional.

Don Amid, para concluir, me gustaría preguntarle por los proyectos de futuro del Grupo Número 1. Sé que la internacionalización continúa dando buenos resultados, pero, además de esa vía, ¿hacia dónde se orientará el futuro del Grupo Número 1?

El Grupo Número 1 evolucionará en función de las decisiones que adopten mis hijas y el equipo que nos acompaña, que participa de forma constante en la toma de decisiones de manera conjunta.

Actualmente, contamos con diversas líneas de actividad, como cadenas de tiendas, promoción inmobiliaria, la gestión de 21 centros comerciales y nuestra actividad internacional.

Estamos abiertos a cualquier iniciativa beneficiosa para Canarias y no nos preocupa el crecimiento en plantilla; al contrario, podríamos incorporar incluso a mil personas más si el proyecto lo requiere.

Nuestra principal fortaleza son las personas del grupo. Siempre hemos entendido que todos formamos un mismo equipo, con independencia del puesto, y hemos mantenido esa filosofía desde el inicio.

Por ello, cualquier nueva idea se valora y estudia con el objetivo de seguir evolucionando. En estos momentos, exploramos nuevas franquicias en sectores distintos al textil y posibles colaboraciones en proyectos del ámbito marítimo junto a empresarios canarios, además de otras iniciativas aún en desarrollo.

Señor Amid, me quedo con muchas ideas de esta entrevista: una trayectoria que comenzó desde cero, con pequeñas tiendas, hasta llegar a la dimensión que hoy tiene el Grupo Número 1. Destaca también su visión del empresario que se siente respaldado por sus trabajadores, a quienes reconoce como el principal valor de la compañía, así como los interesantes proyectos internacionales desarrollados.

Ojalá el Grupo Número 1 continúe durante muchas décadas más, consolidándose como un referente y aportando un valor significativo a Canarias.

Le agradezco, por supuesto, que haya compartido su experiencia y su visión con nosotros y con los lectores de Tribuna de Canarias.

Muchas gracias. No es para tanto, pero esperamos que, entre los hijos de mis compañeros y los míos, podamos seguir adelante y continuar desarrollando nuevos proyectos.

Luis Yeray Gutiérrez: “La Laguna necesita una visión de ciudad hacia 2040 y no solo a corto plazo”



ENTREVISTA

LUIS YERAY GUTIÉRREZ
ALCALDE DE SAN CRISTÓBAL
DE LA LAGUNA

► Luis Yeray Gutiérrez defiende nuevas conexiones, más vivienda pública, más plazas de aparcamiento y una ciudad abierta sin perder identidad

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Hoy en día, La Laguna parece estar más de moda que nunca: nuevos comercios, empresas que se instalan y calles llenas de vida, no solo en el casco histórico, sino también en los barrios que usted ha impulsado a revitalizar. Todo ello refleja que esta legislatura, junto con la anterior, está dando sus frutos. ¿Está satisfecho?

Somos conscientes de la evolución que ha experimentado La Laguna en los últimos años, como reflejan los datos y estudios económicos, tanto macro como micro. El municipio aporta valor añadido al sector servicios y cada año se consolida mejor posicionado y con mayor aceptación.

Esto ha implicado impulsar acciones relevantes en el ámbito económico, comercial y de emprendimiento. Nuestro objetivo es mantener el equilibrio de una ciudad histórica y Patrimonio, adaptándonos en la medida

de lo posible para seguir siendo atractivos a empresas que generen economía, empleo y valor añadido.

Asimismo, se ha identificado un crecimiento en las zonas periféricas, como Taco y La Cuesta, donde cada vez se instalan más establecimientos medianos y pequeños. También la Comarca Nordeste está en expansión. Es un trabajo minucioso desarrollado en estos últimos años desde el Ayuntamiento, cuyos resultados empiezan a verse ahora y que esperamos que continúe en el tiempo.

¿También se trabaja en la incorporación de nuevos emprendedores y empresas, dinamizando el desarrollo local?

Se ha instalado un relato en el que parece que son principalmente grandes empresas las que se implantan en el municipio, pero creemos que falta información.

Estamos trabajando para acercarnos a los pequeños empresarios y a quienes necesitan apoyo de la administración, sin perder de vista la realidad. El crecimiento de La Laguna también atrae a grandes marcas, y esa convivencia es fundamental.

No podemos caer en mensajes simplistas. Si no hubiera oferta, las empresas no vendrían, y si no hubiera demanda, tampoco se instalarían. El trabajo del Ayuntamiento busca un crecimiento equilibrado del tejido

empresarial.

Al mismo tiempo, se responde a las demandas del ámbito local mediante dinamización y presencia en los barrios y pueblos, para mantener el comercio activo y respaldar a los empresarios.

Ese equilibrio ha formado siempre parte de la idiosincrasia de La Laguna, una ciudad de estudiantes, de comercio y de patrimonio. ¿Cuenta con que siga siendo ese el modelo?

Efectivamente, la diferenciación de este municipio respecto a otros, sin ánimo de comparación, es precisamente su carácter abierto, cosmopolita, dinámico y vivo.

Hay quienes lo valoran y quienes prefieren una mirada más anclada en el pasado. En ocasiones esa visión de involución se traslada como crítica al gobierno municipal, pero debemos ser realistas. Estamos en 2026 y trabajamos en una ciudad que integra todas esas cualidades positivas, sin perder su esencia ni su vitalidad.

El objetivo es mantener la historia y la identidad de La Laguna, pero siempre con la mirada puesta en el futuro.

Las visitas de turistas a La Laguna ofrecen una perspectiva distinta dentro de la isla. Muchas personas vienen atraídas por su patrimonio, como Ciudad Patrimonio de la Humanidad, lo que fa-

vorece un visitante interesado también en la gastronomía y el entorno natural. Aunque el turismo es común en toda la isla, aquí se percibe de forma diferente por la idiosincrasia de La Laguna.

En primer lugar, planificamos y desarrollamos la ciudad pensando en los vecinos y vecinas de La Laguna, siendo conscientes de que cada año el municipio resulta atractivo para quienes buscan una experiencia distinta.

Visitar La Laguna es una sorpresa constante: una oportunidad para conocer su historia, su riqueza cultural y disfrutar de una amplia oferta de servicios y actividades, lo que contribuye también a la economía local.

La ciudad mantiene su identidad, su cercanía y su esencia, lo que la diferencia. Es un lugar que invita a vivirlo, ya sea a través de su oferta gastronómica, sus espacios culturales o su entorno histórico.

Además, La Laguna ofrece gran diversidad en poco espacio: naturaleza, costa cercana, oferta cultural y ocio en terrazas. Todo ello forma parte de una ciudad viva que queremos seguir preservando, porque nos identifica y, al mismo tiempo, impulsa el desarrollo económico en beneficio de nuestros vecinos y vecinas.

Este equipo de gobierno ha mostrado desde el inicio una especial preocupación por la movilidad, con actuaciones en marcha como la pasarela de Padre Anchieta y propuestas como el tercer carril. Usted, como alcalde, ha mostrado siempre disposición a colaborar y aportar soluciones para los laguneros y el conjunto de Tenerife. ¿Cómo valora la situación de la movilidad, siendo tan compleja como necesaria?

Desde 2019 he mantenido un discurso claro sobre las dificultades de movilidad en la isla de Tenerife. No podemos obviar la situación del área metropolitana, especialmente entre La Laguna y Santa Cruz, donde se concentra el principal punto de congestión.

El problema se sitúa entre la entrada de Tacoronte y la salida hacia Santa Cruz por La Laguna. Debe abordarse con claridad qué infraestructuras son necesarias y qué modelo de isla queremos.

Es imprescindible entender la movilidad de forma global, asumiendo obras de varios años para resolver las colas diarias, que hoy son permanentes. La autopista, mal llamada así, funciona en muchos casos como un viario municipal para desplazamientos cotidianos entre barrios como San Lázaro, La Cuesta o Taco hacia el centro, el hospital o la universidad.

Existen numerosos puntos de congestión entre La Laguna y Santa Cruz, una situación que no es sostenible y debe corregirse con planificación y pedagogía, explicando también los inconvenientes temporales.

Solo así se podrá avanzar hacia una movilidad realmente sostenible. Hoy el transporte público aún no es suficientemente competitivo frente al vehículo privado, lo que evidencia la necesidad de mejorar su eficiencia.

En definitiva, La Laguna y el área metropolitana concentran el principal problema de movilidad derivado de años de falta de planificación. La solución pasa por nuevas infraestructuras adaptadas a la realidad actual, no a la de décadas anteriores.

A partir de ahí podrán abordarse otros factores como el impacto ambiental o las emisiones, pero la prioridad debe ser la infraestructura, con una visión de ciudad hacia 2040 y no solo a corto plazo.



Se ha hablado del soterramiento en algunas zonas, del tercer carril... ¿Qué soluciones considera más adecuadas?

En el ámbito de La Laguna, considero necesarias actuaciones como el soterramiento de la TF-5, la variante y el túnel de la Gorgolana. Son infraestructuras que deben abordarse, especialmente si tenemos en cuenta que cada día circulan miles de vehículos por zonas sensibles como Las Canteras, en la puerta de acceso a un entorno como Anaga, que debemos preservar.

Estamos hablando de carreteras claramente obsoletas, construidas en los años 80 y apenas adaptadas desde entonces. Por ello, insisto en la necesidad de la variante de la TF-5, su soterramiento y una gran avenida que conecte Santa Cruz y La Laguna de forma más armoniosa.

También es fundamental mejorar las alternativas de movilidad. No es comprensible que La Laguna no tenga conexión directa del tranvía con el aeropuerto. En otras ciudades europeas estas infraestructuras llegan a los aeropuertos porque facilitan la movilidad.

Todo ello debe hacerse de forma coordinada con el taxi, las guaguas y el resto del transporte público. Si se ofrece un servicio de calidad, la ciudadanía lo utilizará.

La sostenibilidad debe abordarse una vez resueltos los problemas estructurales de movilidad. En mi opinión, soluciones como el tercer carril pueden ayudar, pero no resolver el problema de fondo. Ya hemos visto casos como la pasarela de Padre Anchieta, que mejoran la movilidad peatonal, pero no el problema global del tráfico en la entrada y salida de La Laguna.

La Laguna lleva años avanzando en movilidad sostenible. El casco histórico está ampliamente peatonalizado pero, ¿seguirá creciendo esa peatonalización que tanto le gusta al ciudadano?

La peatonalización supuso un antes y un después en el desarrollo urbano de la ciudad. Hoy en día, La Laguna no se entiende sin sus calles peatonales, que se perciben con total naturalidad.

Hace años impulsamos proyectos de urbanismo táctico, aplicando experiencias que

ya se han desarrollado en otras ciudades. Un ejemplo es la calle de Heraclio Sánchez, que ha ganado vitalidad y dinamismo, convirtiéndose en un espacio muy vivo.

La peatonalización ha sido una conquista que transformó la fisonomía de la ciudad, y nuestra intención es seguir avanzando en esa línea, no solo por las directrices europeas, sino también por la propia evolución del modelo urbano.

Hemos comprobado cómo esta transformación ha permitido regenerar la ciudad y reforzar su identidad, convirtiéndola en un referente. De hecho, distintos responsables de otras ciudades han mostrado interés en este modelo para aplicarlo en sus propios municipios.

La política a veces se centra en lo más visible, pero también es fundamental abordar actuaciones menos visibles como el saneamiento. Son obras esenciales para el funcionamiento del municipio. En los últimos tiempos se han realizado actuaciones de emergencia en este ámbito, algo importante de destacar. ¿Cuáles han sido las más importantes?

Efectivamente. Siempre he defendido la necesidad de planificar con visión de futuro, a 10 o 15 años, y en los últimos años se han realizado importantes avances en la gestión del ciclo del agua en La Laguna.

Hablo de mejoras en el control de fugas, en la canalización de recursos procedentes del Caudal del Norte y de aguas regeneradas de Santa Cruz, así como de obras de saneamiento necesarias para proteger el acuífero. También se ha avanzado en la digitalización y modernización del sistema de control del agua, con un impacto mínimo en las economías domésticas.

El agua es un recurso del presente y del futuro. Tras años de sequía, debemos mantenernos preparados y seguir ejecutando actuaciones. El descenso del nivel freático hace aún más necesario acometer estas obras.

En este contexto se enmarca el proyecto de recuperación del antiguo humedal de La Laguna, una obra de ingeniería para gestionar aguas pluviales y de escorrentía en episodios

de lluvias intensas, además de contribuir a la seguridad frente a posibles inundaciones.

Se trata de un proyecto que también permitirá generar un pulmón verde para la ciudad y reforzar el compromiso de La Laguna con la sostenibilidad y el medio ambiente.

“No podemos seguir con infraestructuras de los años 80 para la movilidad del siglo XXI”

Las ciudades deben seguir desarrollándose sin olvidar el impacto social. El crecimiento económico es importante, pero también su repercusión en los más desfavorecidos y en las políticas de igualdad. Este grupo de gobierno ha impulsado el desarrollo económico y turístico sin perder de vista la dimensión social ni la atención a quienes están en riesgo de pobreza o exclusión. Entiendo que ese equilibrio no es sencillo, pero el enfoque social parece una prioridad constante para este equipo de gobierno.

Efectivamente, es una cuestión que llevamos muy presente. Nos apoyamos mucho en el tercer sector y en entidades que conocen de primera mano la realidad de los distintos barrios y de las personas en situación de vulnerabilidad, con el objetivo de erradicar la exclusión social.

En un municipio que ya ronda los 173.000 habitantes, hemos reforzado la inversión en bienestar social, incrementando la partida presupuestaria para disponer de más herra-

mientas de intervención. El trabajo conjunto con estas entidades es clave para mejorar la vida de estas personas.

Para nosotros es una prioridad que cualquier vecino o vecina que atraviese una situación difícil encuentre una administración cercana y eficaz. Disponemos de servicios activos de forma permanente para atender estas situaciones y ofrecer alternativas habitacionales cuando es necesario.

Aunque es difícil hablar de cifras absolutas, sí podemos afirmar que actuamos con eficacia dentro de nuestras posibilidades, especialmente en los casos más graves, siempre priorizando la atención social.

Hemos abordado los principales proyectos en marcha. En este contexto preelectoral, ¿qué ciudad quiere para el futuro y qué proyectos considera prioritarios en este último tramo de legislatura?

Nuestra filosofía ha sido proyectar una ciudad abierta, con servicios e infraestructuras que respondan a las necesidades de la ciudadanía. En 2019 nos encontramos con un municipio estancado y hoy vemos una realidad distinta, fruto de la rehabilitación, la recuperación de espacios y el impulso de la actividad en la ciudad.

De cara al futuro, hay tres líneas de actuación fundamentales. En primer lugar, las actuaciones en materia de movilidad, que, aunque no dependen exclusivamente del ámbito municipal, consideramos esenciales para el desarrollo de la isla.

En segundo lugar, la creación de nuevas infraestructuras deportivas, ya que La Laguna y la isla necesitan espacios modernos capaces de acoger competiciones, eventos y actividades culturales, además de dinamizar los barrios. Destaca la actuación prevista en Las Mantecas, entre La Cuesta y Taco.

En tercer lugar, el desarrollo de un nuevo pulmón verde para la ciudad y la continuidad del proceso de peatonalización, orientado al disfrute de los vecinos y vecinas.

Asimismo, es prioritario responder a la necesidad de aparcamientos, con la previsión de crear miles de plazas nuevas en el municipio a lo largo de este mandato, y avanzar en vivienda pública, especialmente en alquiler social, para facilitar la emancipación y mejorar la estabilidad de las familias.

En definitiva, se trata de seguir desarrollando La Laguna con respeto a su historia, pero con ambición de futuro, para consolidarla como una ciudad adaptada a los retos de los próximos años.

Me quedo con la idea de mirar al futuro sin olvidar el pasado y el presente en nuestras calles. La Laguna sigue creciendo y afronta el reto de la convivencia, como otras ciudades, demostrando que es posible recibir visitantes y desarrollar actividad respetando su patrimonio y a su gente. También destaca el reto de la movilidad, en el que parece liderar con propuestas propias.

Ojalá sigamos avanzando en esta línea para una ciudad que disfrutaran todos los canarios y que, según se aprecia en las calles y en las cifras, está haciendo bien su trabajo.

Alcalde, muchas gracias por su cercanía.

Estoy convencido de que será así. No se trata de ignorar la realidad, sino de impulsar acciones que mejoren la vida de los ciudadanos de la isla y contribuyan al desarrollo de nuestra ciudad.

Mujeres que no hablan de ser mujer



Con esta premisa, CEOE Tenerife, junto a Prensa Ibérica-El Día, celebró en el Real Casino de Tenerife la jornada “Liderazgo femenino en la empresa: experiencia, retos y futuro”, un espacio en el que el concepto de techo de cristal dejó de ser una metáfora para convertirse en un eje central de reflexión empresarial.

Durante la apertura, el presidente de CEOE Tenerife, Pedro Alfonso, situó el debate en el terreno estratégico: “*el talento no tiene género, pero las oportunidades sí han tenido límites durante demasiado tiempo*”, advirtiendo de que no aprovechar todo el talento disponible supone una pérdida directa de eficiencia y competitividad para las empresas.

Lejos de plantearlo como una cuestión exclusivamente social, insistió en que romper ese techo invisible es una decisión que impacta directamente en los resultados: “*no se trata de sustituir, se trata de sumar; no de imponer, sino de integrar*”, subrayando que las organizaciones que incorporan liderazgo diverso están mejor preparadas para afrontar entornos complejos.

En ese mismo enfoque, la secretaria general de CEOE Tenerife, Elena Vela, encargada de moderar el encuentro, trasladó la conversación del plano teórico a la experiencia real. “*No hablamos de liderazgo femenino como aspiración, sino como realidad*”, señaló, destacando que el valor del foro reside en mostrar “*cuatro trayectorias distintas, cuatro formas de liderar, con una misma idea: liderazgo en acción*”.

Porque si algo quedó patente a lo largo de la jornada es que el techo de cristal no siempre se percibe, pero sí se enfrenta: en decisiones complejas, en entornos tradicionalmente masculinizados, en procesos de sucesión o en la necesidad de impulsar cambios dentro de estructuras consolidadas.

Las intervenciones de Beatriz Barrera, presidenta del Real Casino de Tenerife; Cybell Kiessling, consejera y secretaria del consejo

de administración del Grupo Loro Parque; Diana Cobiella, consejera del Grupo Hospiten; y Dácil Barreto, CEO de Dos Santos, dibujaron un mapa diverso del liderazgo empresarial actual: desde la transformación de instituciones históricas hasta la evolución de empresas familiares, pasando por la expansión internacional o la innovación en sectores estratégicos.

Más allá de las experiencias individuales, el encuentro dejó una idea compartida: el liderazgo femenino no es una categoría diferenciada, sino una expresión más del talento empresarial. Y es precisamente en esa normalización donde reside el verdadero cambio.

A lo largo del diálogo se abordaron cuestiones como la gestión del riesgo, la toma de decisiones en contextos de incertidumbre, la sostenibilidad, la innovación o el peso del factor humano en sectores altamente tecnificados. Temas que, lejos de encasillarse en una perspectiva de género, forman parte del núcleo de la estrategia empresarial.

El cierre de la jornada reforzó esa visión: las organizaciones que avanzan no son solo las que se adaptan más rápido a los cambios, sino las que saben anticiparse. Y para ello, integrar todo el talento disponible ya no es una opción. Es una condición.

No es una cuestión simbólica. Tampoco un debate pendiente. El liderazgo femenino en la empresa ya no se plantea como una aspiración, sino como una realidad que está redefiniendo la forma de entender la competitividad, la toma de decisiones y el futuro de las organizaciones.

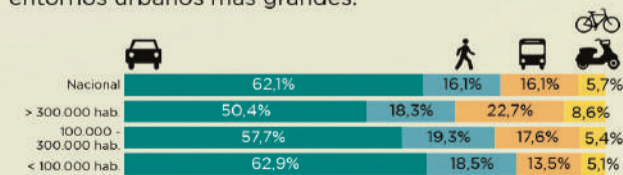
PLANES DE MOVILIDAD SOSTENIBLE AL TRABAJO

¿QUÉ SON LOS PMST?

Conjunto estructurado de **medidas y actuaciones** cuyo objetivo es **organizar, mejorar y racionalizar los desplazamientos** relacionados con la actividad laboral (personas trabajadoras y visitantes). Estas medidas buscan **promover modos de transporte más seguros, eficientes y respetuosos con el medio ambiente**, fomentando alternativas al vehículo privado.

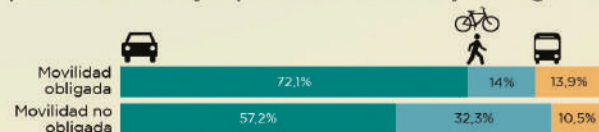
UNA REALIDAD QUE INVITA A ACTUAR

En España predomina el **coche (62%)** en los desplazamientos al trabajo, aunque su uso disminuye a medida que aumenta el tamaño de la ciudad (**50,5% en >300.000 hab.**). En paralelo, crece el peso del transporte público y de los desplazamientos a pie, reflejando una mayor diversidad modal en los entornos urbanos más grandes.



EN CANARIAS...

La **movilidad obligada se realiza principalmente en transporte privado (72%)**, mientras que en la no obligada aumenta el peso de los modos activos (32%) y disminuye el uso del coche (57%). El transporte público tiene mayor presencia en los viajes obligados.



¿QUÉ EXIGE LA LEY 9/2025?

Introduce obligaciones claras para las empresas en cuanto a la **elaboración de PMST**.

¿QUIÉN?

Empresas y entidades públicas con centros de trabajo de más de **200 personas trabajadoras o 100 por turno**.

OBLIGACIONES

Entrada en vigor de la Ley
5 de diciembre 2025

Plazo para elaborar el Plan: modificado por el RD Ley 7/2026
5 de diciembre 2026

Negociación colectiva
Con la representación legal
Reforma del Estatuto de los Trabajadores

Seguimiento
Informe de seguimiento cada 2 años

Espacio de Datos Integrales de Movilidad (EDIM)
Integrado en el registro estatal de movilidad sostenible

Infracciones y sanciones
Por incumplimiento de plazos PMST e informe de seguimiento
Multas de 101 a 2.000 €

CLAVES PARA EL ÉXITO

- 01 Dirección proactiva
- 02 Modelo de negocio y Cultura empresarial
- 03 Coordinador de movilidad
- 04 Objetivos de mejora
- 05 Medidas adecuadas al contexto
- 06 Benchmarking
- 07 Asignación de recursos
- 08 Involucración y participación de la plantilla
- 09 Herramientas de la participación
- 10 Seguimiento y medidas de mejora

alomon
CONSULTORÍA DE MOVILIDAD

Más de 20 años impulsando la movilidad sostenible. Consultoría especializada en transporte, movilidad y ciudades, con amplia experiencia internacional.

La CCE se reúne con Ángela de Miguel, presidenta de CEPYME, para analizar la situación económica actual y los retos que siguen afrontando las empresas



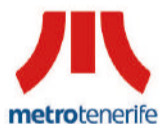
El pasado 23 de abril, la Junta Directiva de la CCE se reunió con Ángela de Miguel, presidenta de la Confederación Española de la Pequeña y la Mediana Empresa (CEPYME), en el marco de un encuentro que estuvo encabezado por el presidente de la CCE, Pedro Ortega, y por el vicepresidente ejecutivo, José Cristóbal García, acompañados de un nutrido número de representantes empresariales de los distintos sectores productivos integrados en la Confederación.

Durante el encuentro, los miembros de la Junta Directiva de la CCE analizaron junto con la Presidenta de CEPYME la situación actual y los numerosos retos pendientes que siguen afrontando las empresas españolas y de Canarias, y que deben ser abordados sin más dilación, como la baja productividad, el crecimiento del absentismo, el problema de las vacantes laborales sin cubrir o la carga normativa, burocrática

y fiscal, cada vez más elevada, que soportan nuestras empresas y familias.

Ello, además, en un entorno de creciente incertidumbre que se ha visto agudizado tras el inicio del conflicto bélico en Irán, cuyo impacto ya ha comenzado a aflorar en la forma de un repunte de la inflación por el encarecimiento de los combustibles y los costes de los transportes; y que se suman al incremento de los costes fiscales, laborales y burocráticos que ya venían soportando nuestras empresas en los últimos años y que ponen en serio peligro la competitividad del tejido productivo y su capacidad para mantener y crear empleo, e incluso su supervivencia, especialmente, de las empresas de menor dimensión.

Finalmente, los representantes empresariales pudieron intercambiar sus impresiones y perspectivas sectoriales con la presidenta de CEPYME, en torno a todas estas cuestiones y como les están afectando desde sus respectivos ámbitos de actuación.



Nuestra experiencia como operador a disposición de sus proyectos de movilidad



Servicios de consultoría en Operación y Mantenimiento. Experiencia en 4 continentes

Más información



Sistema de billeteo a través de smartphone y sin necesidad de infraestructura física

Sistema Avanzado de Asistencia a la Conducción diseñado para supervisar la conducción y evitar accidentes por exceso de velocidad

SIMOVE
FOR RAILWAYS



Sistema de enchaquetado diseñado para mejorar el mantenimiento de la plataforma ferroviaria

Diseñado y patentado por:



Datos técnicos



La isla de El Hierro consolida su crecimiento y actividad económica durante el año 2025

► Las empresas inscritas en la Seguridad Social aumentaron un 2,1%, hasta alcanzar las 345, en contraste con el ligero retroceso a nivel regional

El presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife, Santiago Sesé, y el presidente del Cabildo de El Hierro, Alpidio Armas, presentaron el II Informe Anual de la Economía de la isla en 2025, que muestra que cerró el año consolidando su senda de crecimiento, apoyada en el dinamismo empresarial y la evolución positiva del mercado laboral, aunque marcada por un clima de prudencia y por la persistencia de importantes desafíos estructurales.

“La economía ha avanzado, generando actividad y empleo en un contexto complejo”, subrayó el presidente de la Cámara de Comercio, Santiago Sesé, durante la presentación del informe, añadiendo que “la isla registró niveles históricos de empleo, demostrando que tiene pulso económico, que hay actividad, que hay iniciativa y que hay oportunidades”.



Sobre esta cuestión, Santiago Sesé señaló que “la conectividad, tanto aérea como marítima, sigue siendo una preocupación central para las empresas herreñas”. Por ello, aseguró que la Cámara coincide con el Cabildo a la hora de defender la necesidad de buscar alternativas a la obsolescencia del puerto de Los Cristianos. En referencia al aeropuerto de El Hierro, el presidente hizo hincapié en que debe gestionarse teniendo en cuenta que la conectividad aérea es un servicio público esencial y que “por ello se le tienen que dar unas condiciones distintas”. El Hierro merece tener personal estable controlando su aeropuerto y que Aena garantice servicios esenciales que, en estos momentos, no están

funcionado”. Cuestiones que, según anunció, hará constar en la próxima reunión de coordinación con Aena.

Durante su intervención, hizo referencia a la importancia de implantar medidas que ayuden a compensar los efectos de la doble insularidad y a mejorar la competitividad de nuestras empresas, como la propuesta de ampliar la bonificación del IRPF para las islas menores e incorporar incentivos a la contratación.

Otro aspecto fundamental que abordó Santiago Sesé fue el elevado coste del combustible y sus consecuencias en el transporte, la producción y, en definitiva, en los precios. “Por eso, seguiremos reclamando medidas que ayuden a contener estos costes y a proteger tanto a las empresas como a los hogares”, añadió.

Por su parte, el presidente del Cabildo de El Hierro, Alpidio Armas, celebró los buenos datos y agradeció el trabajo de la Cámara de Comercio y la utilidad de sus informes, señalando que “contar con datos rigurosos es fundamental para tomar decisiones acertadas”.

Alpidio Armas alertó que la conectividad es uno de los grandes retos que afronta la isla, así como el problema de acceso a la vivienda, “que limita la llegada de población, mano de obra y el crecimiento económico”.

También explicó que “el sector primario es estratégico para El Hierro, ya que sin él no es posible sostener al sector servicios” y añadió que “los turistas nos visitan por nuestra naturaleza, pero también por la autenticidad de nuestro entorno rural y por vivir una experiencia gastronómica única”. “Por ello, no solo debemos mantener nuestro sector primario, sino seguir impulsándolo”, añadió

Los datos

Las empresas inscritas en la Seguridad Social aumentaron un 2,1%, hasta alcanzar las 345, en contraste con el ligero retroceso registrado a nivel regional.

En este sentido, la directora de la Cámara, Lola Pérez, indicó que “este crecimiento empresarial se apoya principalmente en sectores como la construcción, el comercio, el transporte y los servicios”. En paralelo, el empleo registrado alcanzó un máximo histórico con 3.380 puestos de trabajo, lo que supone un incremento anual del 5,3%. No obstante, la directora explicó que “el aumento de la población activa también ha provocado un incremento del desempleo, situando la tasa de paro en el 14,74%, por encima de la media regional”.

Desde el punto de vista de la demanda, la evolución fue desigual durante 2025. El consumo interno mostró signos de moderación, reflejados en la caída del 11,1% en la matriculación de turismos tras dos años de fuerte crecimiento.



Carga completa

Almacenaje

Última Milla

TODO VA SOBRE RUEDAS

Cuando todo fluye,
tu empresa crece

www.insidelogistics.es
Valencia · Algeciras · Canarias · Caribe



La Cámara de Comercio de Gran Canaria recibe al ministro de Equipamiento y Transportes de Mauritania para reforzar la cooperación económica

► Ely El Veirick destacó que se debe apostar por una mayor presencia de empresas canarias en Mauritania

La Cámara de Comercio de Gran Canaria recibió al ministro de Equipamiento y Transportes de la Mauritania, Ely El Veirick, en el marco de la agenda institucional del mandatario a las Islas, orientada a fortalecer las relaciones institucionales y económicas entre ambos territorios.

El encuentro contó además con la participación de diversas empresas grancanarias de sectores estratégicos como logística, transporte, sanidad, formación, innovación y energías renovables, que han tenido la oportunidad de intercambiar experiencias y explorar vías de colaboración con la delegación mauritana.

En el encuentro también participó el vicepresidente del Cabildo de Gran Canaria y consejero de Obras Públicas y Vivienda, Augusto Hidalgo; la presidenta del Comité Empresarial Bilateral España – Mauritania, Ana Suárez; y el copresidente de CAMES, Mohamed Waled.

En su intervención, el ministro de Equipamiento y Transportes de la Mauritania, Ely El Veirick, que puso en valor la cercanía que existe entre Canarias y Mauritania, y la disponibilidad de la Cámara para estrechar la cooperación bilateral, destacó que se debe apostar por una mayor presencia de empresas canarias en Mauritania.

El presidente de la Cámara, Luis Padrón, destacó la relevancia de esta visita como un paso más en la consolidación de las relaciones entre Canarias y África Occidental: “Recibir a una delegación de tan alto nivel de Mauritania representa no solo un gesto institucional de gran relevancia, sino también una oportunidad extraordinaria para seguir estrechando los lazos entre ambos territorios.”



El vicepresidente del Cabildo de Gran Canaria, Augusto Hidalgo, señaló que en Canarias, y en Gran Canaria especialmente, “tenemos una experiencia importante en infraestructuras de transportes que puede ser puesta a disposición de las autoridades mauritanas en este caso, y de toda el África occidental, para su desarrollo”.

Por su parte, Luis Padrón puso en valor el papel de la comunidad mauritana en las islas, así como la apuesta decidida de la Cámara por la internacionalización empresarial: “Creemos firmemente en el papel estratégico de Canarias como plataforma de conexión entre Europa, África y América, y en particular en su vocación natural hacia África Occidental.”

En este sentido, destacó iniciativas como AFRICO, foro impulsado por la Cámara para fomentar las relaciones económicas con

África, así como la colaboración con organizaciones empresariales africanas como la Federación de Cámaras de Comercio de África Occidental (FEWACCI), que contribuyen a generar oportunidades de inversión y cooperación.

Finalmente, Luis Padrón destacó el potencial de colaboración en el ámbito del equipamiento y el transporte: “Estamos convencidos de que existen amplias oportunidades de colaboración en infraestructuras, conectividad portuaria, logística y movilidad, sectores en los que las empresas canarias cuentan con experiencia, conocimiento y vocación internacional.”

El encuentro concluyó con el compromiso mutuo de continuar fortaleciendo una relación estratégica basada en la cooperación, el entendimiento y el beneficio compartido entre Gran Canaria y Mauritania.

ASINCA defiende un tratamiento específico para los sectores productivos de las RUP en el nuevo marco financiero y legislativo

El presidente de ASINCA, Virgilio Correa, participó el martes 21 de abril en el Diálogo de implementación sobre los desafíos a los que se enfrentan las empresas en las regiones ultraperiféricas de la UE.

El encuentro organizado por Raffaele Fitto, vicepresidente ejecutivo y comisario de Cohesión y Reformas de la Comisión Europea, estaba orientado a escuchar las propuestas de los sectores empresariales de las RUP para buscar fórmulas que impulsen su competitividad en el marco de elaboración de la futura Estrategia de las RUP y del paquete de simplificación normativa para las RUP.

El Presidente de ASINCA que se invitara a ASINCA a participar en este Diálogo, que se celebra en un momento clave para el futuro de las RUP, y resaltó en su intervención que las industrias canarias operan en un contexto singular que no está plenamente reconocido



en el diseño de las políticas europeas, por lo que se crean retos y obstáculos adicionales.

Así, el presidente de ASINCA destacó que las industrias de las RUP nos enfrentamos a un doble desafío, el derivado de nuestra propia condición Ultraperiférica y

el que enfrentamos con la aplicación de una normativa diseñada para el territorio continental europeo, que supone mayores costes y una carga administrativa desproporcionada. Y todo ello, pese a que el artículo 349 del Tratado reconoce la situación singular de las RUP y obliga jurídicamente a la Comisión a adaptar sus políticas.

Por ello, el Presidente de ASINCA planteó que la Nueva Estrategia de las RUP y la agenda europea de simplificación normativa, son una oportunidad estratégica para enmendar esta situación, y que el artículo 349 se aplique de forma transversal en todas las iniciativas legislativas.

A demás, indicó que es prioritario incorporar en todos los actos legislativos mecanismos de evaluación previa, introduciendo un "RUP Test" que evalúe sus consecuencias y detecte las

distorsiones que generará, para plantear modulaciones o medidas compensatorias.

Solicitó una revisión urgente de la Directiva ETS que introduzca una exclusión o régimen específico de compensación para las Regiones Ultraperiféricas.

También planteó que el nuevo Reglamento General de Exención por Categorías reconozca que la industria de las RUP soporta más sobrecostes estructurales, por lo que requiere un tratamiento diferenciado y reforzado en las ayudas de funcionamiento y de inversión e incluya una definición de Pyme específica para las RUP.

Instó igualmente, a implantar procedimientos simplificados y digitalizados en las inspecciones y controles aduaneros y sanitarios en las RUP.

Y pidió que se mantenga las asignaciones específicas del Fondo Feder-RUP, con porcentajes de cofinanciación incrementados del 85%, y el POSEI como un instrumento dependiente de la Comisión, con Reglamento específico y financiación reforzada en el nuevo Marco Financiero Plurianual 2028-2034.

Por último, el Presidente de ASINCA propuso la creación de un Comité Industrial RUP como órgano consultivo permanente, que posibilite la participación de las autoridades regionales y del tejido empresarial industrial de las RUP que vele porque la industria de las RUP pueda participar de las medidas y ayudas que se aprueben en el marco de la futura Ley de Aceleración Industrial.

En definitiva, desde ASINCA proponemos construir un marco más justo, adaptado y eficaz, que permita a la industria de las Regiones Ultraperiféricas competir en el contexto global y garantizar mayor cohesión económica, social, resiliencia y autonomía estratégica.



AQ
Ascanio Química

**Tu agua,
nuestra fórmula.
Nuestros técnicos
te dan el tratamiento
que necesitas.**

**COMPROMETIDOS CON
NUESTRAS ISLAS**

**WATER
TREATMENT**



Canarias consolida su diversificación económica con Proexca como eje de la internacionalización y el desarrollo sectorial

► Un modelo económico en transformación basado en la innovación, la inversión y el talento

L REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS a diversificación económica de Canarias es ya una realidad en marcha y en proceso de consolidación progresiva. Se trata de un proceso estratégico impulsado desde hace años a través de la empresa pública Proexca, en coordinación con el Gobierno de Canarias, instituciones públicas, asociaciones empresariales y clústeres sectoriales, lo que ha permitido articular una respuesta conjunta y coherente ante los desafíos económicos del archipiélago.

El objetivo es reforzar la competitividad de Canarias mediante la internaciona-

lización de sus empresas, la atracción de inversión exterior y el impulso del talento local, con el fin de consolidar un ecosistema económico más sólido, innovador y menos dependiente de los sectores tradicionales. Este enfoque busca no solo diversificar la actividad económica, sino también aumentar la resiliencia del territorio frente a las fluctuaciones del contexto global.

Las áreas de trabajo —Invertir en Canarias, Promoción Exterior y Talento— actúan como ejes interconectados de una misma estrategia. A través de ellas se fomenta tanto la proyección internacional de las empresas canarias como la captación de nuevos proyectos empresariales y la formación de profesionales cualificados. Todo ello contribuye al impulso de sectores ya consolidados, como el audiovisual y el tecnológico, al tiempo que favorece el desarrollo de otros ámbitos emergentes con alto potencial de crecimiento, como el aeroespacial y la economía azul, configurando así un modelo económico más diversificado y orientado al futuro.

Una estrategia coordinada para fortalecer el tejido económico

El vicepresidente de Presidencia y presidente de Proexca, Alfonso Cabello, y el vicepresidente de Economía e Internacionalización y vicepresidente de la entidad, Gustavo González de Vega, han presentado los principales resultados del último ejercicio en un formato práctico, acompañado de mesas de debate con empresas representativas de esta transformación económica.

Cabello subrayó que la coordinación entre administraciones y agentes económicos es clave para lograr un tejido empresarial más sólido y resiliente. En este sentido, insistió en que la diversificación es esencial para reducir la vulnerabilidad de la economía canaria ante los cambios globales y reforzar su competitividad.

Asimismo, destacó la importancia de medir el impacto de las políticas públicas, señalando que la acción de Proexca ha permitido generar alrededor de 36 millones de euros en negocio exterior para empresas canarias y captar aproximadamente 266 millones de euros en inversión. Más allá de las cifras, subrayó la necesidad de consolidar un tejido industrial más robusto y preparado para los retos globales.

Impacto económico: inversión, empleo e internacionalización

Los datos presentados reflejan la intensidad del proceso de transformación económica en marcha.

El programa de Promoción Exterior ha desarrollado 108 acciones en 2025, con un negocio estimado cercano a los 32 millones de euros. Por su parte, la línea de Invertir en Canarias ha logrado atraer 266 millones de euros en inversión, a través de 61 proyectos implantados, que han generado cerca de 500 empleos directos.

Además, el programa de talento contempla la puesta en marcha de 100 becas en negocios internacionales, financiadas por el Fondo Social Europeo, destinadas a preparar a jóvenes canarios para los nuevos desafíos del mercado laboral global.

Cabello explicó que el plan de acción de Proexca se estructura en torno a cuatro sectores estratégicos: audiovisual, tecnológico, economía azul y aeroespacial, todos ellos con gran potencial de crecimiento.

Asimismo, destacó la posición geoestratégica de Canarias como plataforma tricontinental. En este sentido, defendió que África debe ser vista como una oportunidad de crecimiento, al igual que Latinoamérica, con la que el archipiélago mantiene vínculos históricos, y la península ibérica, considerada también mercado exterior por su distancia logística.

Tecnología y economía azul: motores de innovación y sostenibilidad

La primera mesa de debate contó con la participación del vicepresidente de Presidencia y presidente de Proexca, Alfonso Cabello y representantes de empresas del ecosistema canario.

En el ámbito de la economía azul intervino Manuel Ruiz de la Rosa, director de ECOS Canarias, empresa con más de 18 años de trayectoria especializada en consultoría medioambiental, estudios de impacto, calidad de aguas y proyectos vinculados a la transición energética. La compañía fue reconocida recientemente con los Premios Canarias a la Excelencia Empresarial.

En el sector tecnológico participó Mirian Arellano, responsable de operaciones y alianzas locales de Macrocarbón, una start-up galardonada con los Premios EmprendeXXI en Canarias. La empresa desarrolla soluciones para desfosilizar la industria química mediante el cultivo de macroalgas, generando materia prima sostenible, renovable y con emisiones negativas.

El sector tecnológico continúa mostrando un crecimiento destacado, duplicando la media nacional y superando ya las 3.000 empresas activas en Canarias. Su proyección internacional se ha intensificado de forma significativa, con un incremento superior al 300% en la demanda exterior.

Además, cerca del 30% de las empresas beneficiarias del programa Canarias Aporta pertenecen a este sector.

En paralelo, la economía azul se consolida como uno de los pilares estratégicos del archipiélago. Este sector representa alrededor de 3.500 millones de euros del PIB canario y sostiene más de 70.000 empleos directos, con un importante efecto multiplicador, ya que por cada 100 euros de producción se generan 330 euros en la economía.

Las reuniones empresariales B2B en este ámbito se han multiplicado por nueve en 2025, y desde el programa Invertir en Canarias se contabilizan cerca de 90 proyectos potenciales de implantación internacional.

Gobernanza, inversión y transición energética

Alfonso Cabello destacó la importancia de la gobernanza como elemento clave del modelo de internacionalización, subrayan-



do la coordinación entre administraciones y sector privado para proyectar una imagen unificada de Canarias.

También puso en valor el programa Landing Canarias, que facilita la implantación de empresas extranjeras en el archipiélago, acompañándolas en su proceso de aterrizaje e integración.

Uno de los proyectos estratégicos más relevantes es el impulso de la eólica marina, en el marco de la participación de Canarias en la feria WindEurope. Este proyecto podría movilizar hasta 1.000 millones de euros de inversión y generar entre 2.500 y 3.000 empleos, además de contribuir al autoabastecimiento energético y la descarbonización del archipiélago.

Alfonso Cabello subrayó la necesidad de avanzar en la subasta del primer parque eólico en Canarias, previsiblemente en Gran Canaria, como paso clave para el desarrollo del sector.

Audiovisual y aeroespacial: sectores en crecimiento

La segunda mesa de empresas contó con la participación del viceconsejero de Economía e Internacionalización y vicepresidente de la entidad, Gustavo González de Vega, junto a Sergio Capitán, gerente de Arquimea Research, e Ignacio Caicoya, CEO y supervisor de VFX de Flaming Frames.

Arquimea Research es una empresa española especializada en tecnologías para el espacio y la defensa, con actividad en el desarrollo de componentes y sistemas críticos para satélites, posicionándose dentro del segmento upstream de la industria aeroespacial.

Por su parte, Flaming Frames representa uno de los casos de éxito del programa Invertir en Canarias. Su fundador, ganador de un Óscar en 2015, ha logrado expandir su actividad internacional tras su participación en iniciativas como el Festival de Cine de Berlín junto a Proexca, generando proyectos con impacto económico para las islas.

El sector audiovisual continúa siendo uno de los principales motores de la diver-

sificación económica en Canarias. En 2025 ha alcanzado cifras de 432 millones de euros de inversión directa, 20.000 empleos directos, 180 producciones y 369 proyectos potenciales captados.

Estos resultados consolidan a Canarias como un enclave estratégico para la producción audiovisual internacional, impulsado por su entorno, su fiscalidad y su ecosistema profesional.

Un ecosistema económico en transformación

El sector aeroespacial se perfila como uno de los ámbitos con mayor proyección de futuro. La Estrategia Aeroespacial Canaria prevé una inversión estimada de 53 millones de euros y la creación de alrededor de 200 empleos directos, con un retorno de inversión del 53%.



Este ecosistema se está promoviendo también en eventos internacionales como New Space Sevilla, donde Canarias presenta sus capacidades como territorio estratégico para la industria espacial.

Una visión tricontinental para la internacionalización de Canarias

La estrategia de internacionalización del archipiélago se apoya en su posición geográfica como plataforma tricontinental entre Europa, África y América Latina. “Canarias debe mirar a África como una oportunidad y no como una amenaza. También la península ibérica es un mercado exterior y Latinoamérica un espacio natural de expansión”, subrayó Gustavo González.

Esta triple orientación permite posicionar a Canarias como un nodo estratégico en los flujos de inversión y comercio internacional.



Gobernanza e inversión: una estrategia compartida

El modelo de trabajo se apoya en una estructura de gobernanza coordinada a través del Consejo Regional de Internacionalización, que reúne a actores públicos y privados con el objetivo de definir una estrategia común, alinear prioridades y optimizar los recursos disponibles. Este enfoque colaborativo permite integrar las distintas políticas e iniciativas en materia de promoción exterior, inversión y apoyo empresarial, evitando duplicidades y reforzando la eficacia de las actuaciones.

González de Vega destacó su importancia, señalando que la gobernanza es necesaria para mostrar una imagen única de Canarias y consolidar una estrategia conjunta de internacionalización. En este sentido, la coordinación institucional contribuye a proyectar una propuesta de valor coherente y competitiva del archipiélago en los mercados internacionales, fortaleciendo su posicionamiento como destino para la inversión y la actividad empresarial.

En este marco, el programa Landing Canarias facilita el proceso de implantación de empresas extranjeras en el archipiélago, acompañándolas desde el interés inicial hasta su establecimiento efectivo. Este acompañamiento incluye orientación en aspectos administrativos, regulatorios y operativos, así como la conexión con el ecosistema local, lo que favorece una integración más ágil y reduce las barreras de entrada. De este modo, se impulsa la llegada de nuevos proyectos empresariales que contribuyen a la generación de empleo, la transferencia de conocimiento y el fortalecimiento del tejido económico de Canarias.

Conclusión: un ecosistema económico en transformación

El proceso de diversificación económica de Canarias avanza de forma sostenida hacia un modelo más equilibrado, basado en la innovación, la internacionalización y la sostenibilidad. Sectores como la tecnología, la economía azul, el audiovisual y el aeroespacial no solo están ganando peso, sino que están contribuyendo a redefinir la estructura productiva del archipiélago, generando nuevas oportunidades de crecimiento, empleo cualificado y proyección exterior.

Este cambio de modelo se apoya en una estrategia coordinada entre administraciones públicas y agentes privados, que permite optimizar recursos, alinear objetivos y reforzar la capacidad de Canarias para competir en un entorno global cada vez más exigente. La apuesta por el talento, la atracción de inversión y el fortalecimiento del tejido empresarial son elementos clave para consolidar esta transformación a medio y largo plazo.

Asimismo, la posición geoestratégica del archipiélago como plataforma tricontinental refuerza su papel como nodo de conexión entre Europa, África y América Latina, abriendo nuevas vías para la expansión económica y la cooperación internacional.

En este contexto, Proexca se consolida como un instrumento fundamental para impulsar y coordinar esta estrategia, facilitando la internacionalización de las empresas canarias y la captación de proyectos e inversiones. El avance de estos sectores emergentes, junto con el fortalecimiento de los ya consolidados, permite vislumbrar un ecosistema económico más resiliente, diversificado y preparado para afrontar los retos del futuro con mayores garantías de estabilidad y crecimiento sostenible.



► El Cabildo de Tenerife dota al Teide de más efectivos, pasando de 2 a 14 agentes

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
El Cabildo de Tenerife anunció recientemente la incorporación de 20 nuevos Agentes de Medio Ambiente, marcando un avance significativo en la protección y conservación del entorno natural de la isla. Estos agentes, que han superado un proceso selectivo riguroso, comienzan a desempeñar sus funciones como funcionarios de carrera, lo que garantiza un refuerzo estable y continuo de la vigilancia y el control en los espacios naturales protegidos.

El principal objetivo de esta medida es fortalecer la vigilancia en todo el territorio insular, con especial énfasis en el Parque Nacional del Teide, uno de los principales patrimonios naturales de Tenerife. La plantilla en el parque se incrementa de 2 a 14 agentes, lo que permite una presencia más constante y una mayor capacidad de respuesta ante cualquier incidencia o emergencia.

Esta ampliación de personal forma parte de una estrategia más amplia que el Cabildo lleva implementando desde hace más de dos años y medio para fortalecer la estructura de los Agentes de Medio Ambiente. La acción no solo busca aumentar la cantidad de efectivos, sino también mejorar la distribución de estos en diferentes zonas de la isla, favoreciendo un control más homogéneo y eficaz sobre el territorio.

Rosa Dávila, presidenta del Cabildo de Tenerife, destacó la importancia de estas incorporaciones: "Con esta ampliación estamos dando un paso muy importante en la protección de nuestros espacios naturales. El Teide es nuestra joya de la corona, y merece una atención constante y de calidad". Además, subrayó que este esfuerzo no solo implica la mejora del número de agentes, sino una estrategia integral para afrontar los retos actuales de conservación.

Drones y unidades especializadas

La incorporación de nuevos efectivos no es la única medida que está tomando el Cabildo para fortalecer la gestión ambiental. Con el objetivo de mejorar la eficacia en la vigilancia y el control, la Corporación ha apostado por la

utilización de drones. Esta tecnología, que se ha integrado de forma progresiva en el sistema de gestión medioambiental, permite a los Agentes de Medio Ambiente realizar tareas de vigilancia en zonas de difícil acceso, con una orografía compleja y escasa cobertura de comunicaciones, lo que dificultaba el trabajo de supervisión por medios terrestres.

Los nuevos drones incorporados incluyen modelos como el DJI MINI4 PRO, ideal para intervenciones rápidas en inspecciones sobre el terreno, y el DJI Matrice 4TD, que cuenta con cámara térmica y es utilizado por la unidad de incendios forestales para mejorar la eficacia en la prevención y detección de incendios.

Tenerife refuerza la vigilancia ambiental e incorpora tecnología avanzada



Además, el Cabildo ha invertido en la formación de los agentes y técnicos que operarán los drones, garantizando que cumplan con los estrictos requisitos establecidos por

la AESA (Agencia Española de Seguridad Aérea). En total, se han formado 21 pilotos, lo que refuerza la capacidad operativa de esta tecnología avanzada.





Blanca Pérez, consejera de Medio Natural, Sostenibilidad, Seguridad y Emergencias, indicó que la incorporación de drones mejora tanto la seguridad de los operativos como la rapidez con que se puede actuar en caso de emergencias. “Los drones nos permiten realizar una vigilancia constante y obtener información en tiempo real, lo que nos da una ventaja significativa en el manejo de situaciones complejas”.

Por su parte, el director insular de Medio Natural, Pedro Millán, explicó que los drones también se utilizarán para tareas de levantamientos topográficos, control de vertidos, investigaciones de causas de incendios y otras labores que requieren una supervisión detallada y en tiempo real.

Especialización y formación

Una de las prioridades del Cabildo en este proceso de mejora ha sido no solo incrementar la plantilla, sino también elevar la calidad del servicio ofrecido. Con este objetivo, se ha puesto en marcha un programa de formación pionero en Canarias para los nuevos agentes.

Este programa, que incluye la formación especializada en protocolos de actuación, tareas internas y el uso de herramientas digitales, ha sido diseñado para garantizar que el personal pueda hacer frente a los desafíos que plantea la gestión ambiental moderna.

El programa de formación será impartido por expertos en diversas áreas, desde la gestión de recursos naturales hasta la intervención en emergencias. Además, el Cabildo continúa desarrollando unidades especializadas como la Unidad de Delitos Ambientales, que trabaja en coordinación con la Fiscalía, y la Unidad de Vigilancia Ambiental Digital, que se encarga de detectar y tramitar denun-



cias por infracciones medioambientales en plataformas digitales.

La incorporación de nuevas unidades especializadas como la Brigada de Investigación de Causas de Incendios Forestales o la Unidad Canina para la detección del uso ilegal de venenos también responde a la necesidad de mejorar la eficacia del servicio. Estas unidades permitirán una intervención más rápida y precisa ante situaciones específicas y complejas.

En constante evolución

El Cabildo de Tenerife ha subrayado que esta ampliación de la plantilla de Agentes de Medio Ambiente responde no solo a una mejora en la protección del entorno, sino también al compromiso con el fortalecimiento del empleo público y la mejora de los servi-

cios esenciales. En palabras del consejero de Presidencia, José Miguel Ruano, “seguimos trabajando para garantizar la estabilidad y la profesionalización de los agentes, asegurando una cobertura adecuada de las necesidades del territorio”.

Este modelo de ampliación y especialización de los Agentes de Medio Ambiente no solo mejora la capacidad de respuesta ante emergencias, sino que también promueve una mayor presencia de la administración en el territorio, lo que resulta fundamental para la conservación de los espacios naturales de Tenerife. Además, al incorporar personal altamente cualificado y especializado, el Cabildo refuerza su compromiso con la sostenibilidad y la protección del medioambiente en la isla.

Con nuevos agentes de Medio Ambiente y unidades especializadas, el Cabildo de Tenerife busca garantizar una mayor presencia en los espacios naturales protegidos, mejorar la respuesta ante emergencias y optimizar el control medioambiental

Con la incorporación de nuevos Agentes de Medio Ambiente y las tecnologías avanzadas como los drones, el Cabildo de Tenerife está dando pasos firmes para asegurar la conservación de su entorno natural y afrontar los retos medioambientales actuales.

Esta estrategia no solo mejora la capacidad de intervención en emergencias y el control de las infracciones, sino que también responde a un modelo de empleo público sólido, enfocado en la profesionalización y la mejora continua de los servicios. Sin duda, estas acciones consolidan a Tenerife como un referente en la gestión sostenible de los espacios naturales y la protección de su biodiversidad.

Hay territorios que se explican por su ubicación. Y hay otros que, con el tiempo, terminan explicándose por lo que hacen con ella. Canarias ha vivido durante décadas en esa frontera difusa entre ambas cosas: un lugar que parecía condenado a justificarse por la distancia y que, sin embargo, ha ido encontrando (casi sin hacer ruido) una manera distinta de situarse en el mapa.

El 30 de mayo suele invitar a mirar hacia dentro. A celebrar lo que somos, a reconocernos en una identidad compartida que, en el caso del archipiélago, tiene tanto de historia como de carácter. Pero quizá este año convendría introducir un pequeño matiz en ese ejercicio. No tanto preguntarnos quiénes somos (que lo sabemos) como desde dónde queremos serlo.

Porque, en realidad, la cuestión ya no es si Canarias está lejos o cerca. Esa conversación empieza a pertenecer a otra etapa. La pregunta relevante hoy es otra: si seguimos pensándonos como un destino o si empezamos a asumir, de una vez por todas, que también somos un punto de partida.

Durante mucho tiempo, la economía canaria ha orbitado alrededor de esa idea de llegada. Llegan turistas, llegan inversiones, llegan oportunidades que dependen, en gran medida, de lo que sucede fuera. Y esa dinámica, que ha sido clave para el desarrollo del archipiélago, ha construido también una forma de entendernos: como un lugar al que se viene.

Nada hay de erróneo en eso. Pero empieza a resultar incompleto.

Porque mientras ese relato se ha consolidado, otro ha ido creciendo en paralelo, sin demasiada atención mediática ni grandes titulares. Un tejido empresarial que ya no se limita a gestionar lo que llega, sino que empieza a generar lo que sale. Empresas que nacen aquí y miran fuera desde el primer momento. Proyectos que no entienden la insularidad como una barrera, sino como una circunstancia más dentro de un entorno cada vez más conectado.

No es un cambio abrupto, ni responde a una decisión con-

Canarias, punto de partida

creta. Es, más bien, una evolución. Una forma distinta de posicionarse que se ha ido abriendo paso a través de la experiencia, de la necesidad y, en no pocas ocasiones, de cierta intuición empresarial que ha sabido leer mejor el momento que los propios discursos oficiales.

Y, sin embargo, cuesta incorporarlo al relato.

Seguimos recurriendo con facilidad a la idea de periferia, como si el mundo siguiera funcionando con los mismos parámetros de hace décadas. Seguimos midiendo la competitividad en kilómetros, cuando hace tiempo que se mide en capacidad, en talento y en ambición. Seguimos explicando Canarias desde lo que la separa, cuando empieza a tener más sentido hacerlo desde lo que la conecta.

Europa, África, América. Más que puntos cardinales, hoy son contextos operativos. Espacios de relación económica, de intercambio, de oportunidad. Y en ese cruce, Canarias no ocupa un lugar anecdótico. Ocupa, si quiere asumirlo, una posición con potencial real.

No se trata de construir un relato grandilocuente ni de caer en el entusiasmo fácil. Hay límites que siguen ahí y que forman parte de la ecuación: los costes asociados a la insularidad, la complejidad administrativa, las tensiones en ámbitos clave como la vivienda o el mercado laboral. Ignorarlos sería, además de poco realista, contraproducente. Pero tampoco ayuda seguir explicándolo todo desde esa lógica.

Porque lo que empieza a definirse ahora no es la capacidad de resistir —esa está sobradamente demostrada—, sino la capacidad de proyectar. De utilizar lo que somos no solo para sostener una economía, sino para impulsarla en nuevas direcciones. De entender que la posición geográfica, que durante tanto tiempo se percibió como condicionante, puede convertirse en una palanca.

Ese giro, que puede parecer sutil, tiene implicaciones profundas.

Cambia la forma en la que se concibe la empresa, obligándola a pensar en términos más abiertos. Cambia la manera en la que las instituciones deben acompañar ese proceso, con políticas menos centradas en la gestión del corto plazo y más orientadas a facilitar crecimiento real. Y cambia, sobre todo, la narrativa colectiva: esa que determina si un territorio se resigna a un papel o decide ampliarlo.

Quizá por eso el Día de Canarias ofrece algo más que una oportunidad para celebrar. Permite, si se quiere, ajustar el foco.

No para negar lo que hemos sido, sino para reconocer lo que está emergiendo. Para asumir que el archipiélago ya no es solo ese lugar al que se llega buscando clima, descanso o una oportunidad puntual. Es también un espacio desde el que se construyen proyectos, desde el que se toman decisiones, desde el que se puede competir.

Y eso obliga a una cierta coherencia.

A dejar de mirarnos únicamente como receptores y empezar a hacerlo también como emisores. A reforzar aquello que permite dar ese salto: formación, innovación, entorno empresarial, seguridad jurídica. A entender que el crecimiento no puede medirse solo en volumen, sino en la calidad de lo que se genera. No es una transformación que vaya a producirse de un día para otro, ni que dependa de un único actor. Pero sí es un movimiento que ya está en marcha. Y que, precisamente por eso, merece ser reconocido.

Tal vez ese sea el verdadero sentido de este momento.

No tanto reafirmar lo que siempre hemos dicho de nosotros mismos, sino atrevernos a decir algo distinto. Algo que no niega el pasado, pero que no se queda en él. Algo que no necesita exagerar las fortalezas, pero que tampoco se empeña en minimizar lo que ya es evidente.

Porque Canarias, hoy, sigue siendo un destino. Pero empieza, cada vez con más claridad, a ser también otra cosa.

Un punto de partida.

Montserrat Hernández
Directora de Tribuna de Canarias

OPINIÓN

ALONSO FERNÁNDEZ
SECRETARIO GENERAL
DE ASUICAN

La distribución alimentaria en Canarias desempeña un papel fundamental tanto en la configuración de la movilidad urbana como en la garantía del abastecimiento en un territorio marcado por su fragmentación geográfica. El análisis del sector pone de manifiesto cómo la actividad de los supermercados, la logística interinsular y la digitalización están contribuyendo a redefinir el modelo comercial del archipiélago.

En el ámbito urbano, se destaca el impacto positivo de la proximidad de los supermercados en la reducción del uso del vehículo privado. La cercanía de estos establecimientos favorece que la mayoría de las compras cotidianas se realicen a pie, lo que contribuye a disminuir la congestión del tráfico en ciudades

y municipios. Además, la planificación estratégica de su ubicación responde a criterios de accesibilidad y detección de necesidades de consumo, lo que permite acercar los productos básicos a la población y reducir desplazamientos innecesarios.

En paralelo, los supermercados también incorporan infraestructuras de aparcamiento que permiten compatibilizar el uso del vehículo privado sin saturar el espacio público, favoreciendo así una mejor organización de la movilidad en entornos urbanos.

Desde el punto de vista logístico, el abastecimiento de Canarias presenta una complejidad añadida derivada de su condición insular. El sistema se basa en un modelo multimodal que combina transporte terrestre y marítimo, tanto en la conexión con la península como en la distribución interinsular. Aunque los flujos entre islas son ágiles y eficientes, el principal reto se encuentra en la entrada de mercancías desde el exterior, debido a los controles aduaneros, fiscales y de seguridad alimentaria que pueden ralentizar el proceso.

A ello se suma el coste elevado del transporte interinsular, condicionado por el uso de ferris rápidos que combinan el traslado

La distribución alimentaria en Canarias como motor de sostenibilidad, eficiencia y cohesión territorial

de pasajeros y mercancías. Este modelo, aunque garantiza frecuencia y rapidez en las entregas, implica una repercusión directa en los costes logísticos. Sin embargo, el sistema actual permite asegurar el suministro en todas las islas mediante plataformas logísticas que gestionan la clasificación, preparación y redistribución de la mercancía.

La tecnología se ha convertido en un elemento clave dentro de este proceso. El uso de sistemas digitales y herramientas basadas en inteligencia artificial permite optimizar la planificación de rutas, mejorar la distribución de cargas y reducir excedentes. Asimismo, la digitalización de procesos y documentación contribuye a una gestión más eficiente y sostenible de la cadena logística.

De cara al futuro, la combinación de digitalización, planificación avanzada y sostenibilidad se perfila como un factor determinante para mejorar tanto la movilidad de mercancías como la eficiencia del sistema comercial en Canarias. La optimización de rutas, la mejor gestión de recursos y el uso de tecnologías emergentes permitirán avanzar hacia un modelo más eficiente, competitivo y respetuoso con el entorno.

En conjunto, la logística alimentaria en Canarias se consolida como un elemento estratégico no solo para garantizar el abastecimiento de la población, sino también para impulsar un modelo de desarrollo más sostenible, integrado y adaptado a las particularidades del territorio insular.

FE DE ERRATAS: Por un fallo en la maquetación, en la publicación del mes de abril de 2026, en la página 12, párrafo 1, línea 1: donde dice "Ha las siete", debe decir "A las siete".

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
redaccion@tribunadecanarias.es

nº 72 | Depósito Legal TF 231-2020
Imprime: TFPRINT, S. L.

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


El Pentágono del Talento



OPINIÓN

VÍCTOR D. DÍAZ SUÁREZ

INGENIERO SUPERIOR DE TELECOMUNICACIÓN
DOCENTE E INVESTIGADOR EN INNOVACIÓN EDUCATIVA

 Víctor D. Díaz Suárez

Llevamos tiempo escuchando hablar de digitalización, inteligencia artificial o transformación tecnológica. Son conceptos que aparecen constantemente y que, en mayor o menor medida, ya forman parte de nuestro día a día. Pero más allá de todo eso, hay una cuestión que muchas veces pasa muy desapercibida: cómo podemos encajar todo lo demás. Porque al final, la tecnología por sí sola no explica nada si no entendemos el contexto en el que se utiliza.

A mí me gusta verlo de una forma bastante sencilla: como un pentágono. Esta figura geométrica que consta de cinco lados conectados entre sí y que, de alguna manera, se sostienen unos a otros. Cuando hacemos referencia a esas cinco aristas, hablamos de *formación, talento, tecnología, empresa y entorno institucional*. Y lo importante no es solo que estén ahí, sino cómo funcionan en conjunto. Si cualquiera de esas aristas flaquea, el resto lo nota. Y mucho.

Hoy en día, la *formación* ya no es lo que era. Antes podíamos pensar que estudiar era algo que ocurría en una etapa concreta y que luego aplicábamos durante muchísimos años. Hoy ya no funciona así. Aprender forma parte del trabajo, del día a día, y quien no se actualiza se queda atrás casi sin darse cuenta.

Otro de los actores principales, que toma importancia, y mucho rigor, es el *talento*. Siempre se habla de atraerlo, pero no se debate demasiado sobre algo igual de importante: cuidarlo.

El talento no se queda donde no ve recorrido. Las personas buscan crecer, sentirse útiles, tener cierto sentido en lo que hacen. Y cuando eso no ocurre, simplemente miran hacia otro lado y se van.

La *tecnología* es probablemente lo más visible de todo este proceso aritmético. Está en todas partes y seguirá estándolo. Es peculiar y transversal. Pero no hace milagros. Si no hay personas que estén preparadas para utilizarla bien, se queda en una simple herramienta más, sin impacto real.

Después está la empresa, que es donde todo lo anterior se pone en práctica. Es el lugar donde se mezclan la formación, el talento y la tecnología, conformando un triángulo. Y aquí es donde realmente se ve si existe un adecuado equilibrio o no. Las organizaciones que lo entienden suelen adaptarse mejor y avanzar de una manera óptima.

Y, por último, el *entorno institucional*. Puede parecer algo más lejano, pero la realidad es que influye más de lo que parece. Desde el acceso a la formación hasta las oportunidades para emprender o innovar, todo pasa por ahí. Cuando el entorno institucional acompaña a las otras cuatro aristas, todo fluye mejor. Cuando esto no ocurre, se nota y tiene consecuencias.

Lo interesante de este planteamiento es que no se trata de destacar un lado por encima de los demás. Todos los lados deben estar a la misma altura. Esto va de equilibrio, de que todos los actores avancen en la misma dirección.

En un sitio como Canarias, todo esto se entiende bastante bien. En general, se habla mucho de diversificar la economía, de apostar por sectores más tecnológicos o de generar más valor. Pero eso no puede ocurrir de manera aislada. O se trabaja todo a la vez, o el avance seguirá siendo limitado.

Hay algo más que es importante no olvidar. Todo el mundo debe poder formar parte de este pentágono, siendo el área que el pentágono genera. Si no, lo que se ocurrirá es una brecha cada vez mayor entre quienes están dentro de ese cambio y quienes se quedan fuera.

Al final, la nueva economía no va solo de tecnología. Va de cómo encajar todas las piezas a la vez. Y quizá el reto no sea tanto construir cada una por separado.

Lo ideal, conseguir que todo tenga sentido en conjunto, con una visión compartida, coherente y sostenida en el tiempo por todos los actores implicados.

Mirando al futuro, todo apunta a que este equilibrio será cada vez más determinante. Las economías que sepan alinear estas cinco aristas tendrán más capacidad para adaptarse, innovar y generar oportunidades. Las que no lo hagan, correrán el riesgo de quedarse atrás. El futuro no dependerá solo de avanzar más rápido, sino de hacerlo con sentido.

Unos y Ceros

Sí, ya hemos digitalizado la empresa

Esta es la respuesta que, con orgullo, esgrime la mayoría de los empresarios a los que se les pregunta si creen que su empresa está digitalizada. Pero cuidado, porque detrás de esta afirmación tan firme y contundente puede que se esconda una creencia errónea fruto de la inconciencia y el desconocimiento.

Pero vayamos un poco más despacio porque, para ser honesto, la pregunta viene con trampa. Para entender mejor el planteamiento de esta reflexión es preciso que nos remontemos unos cuantos años atrás, más o menos, a la década de los noventa del siglo pasado cuando la informática, tal y como la conocemos hoy, empezaba a dar sus primeros pasos.

Recuerdo con cariño cómo mi padre me contaba la primera vez que su empresa compró un ordenador. Me decía que era enorme, ocupaba una sala completa y funcionaba con tarjetas perforadas. Sobra decir que había costado un pastizal. Seguro que, en aquel tiempo, todos en la compañía decían con orgullo que la empresa estaba informatizada siendo conscientes que aquel ordenador gigantesco que les había cambiado la vida representaba toda una ventaja competitiva. Años después, el hecho de estar informatizados, hoy con el término evolucionado a digitalizados, se asoció con tener conexión a Internet, pues la diferencia entre tener acceso al Nuevo Mundo y no tenerlo marcaba un antes y un después en la vida y en las operaciones de las empresas.

Más pronto que tarde todas las compañías tuvieron acceso a Internet y la situación quedó normalizada por lo que nuevamente la pregunta en cuestión volvió a surgir, pero ahora con un nuevo formato más exigente: ¿pero, tienes página web? ¿usas las RRSS? ¿dispones de e-commerce?...

En este nuevo escenario para estar digitalizados ya no bastaba con tener ordenadores y acceso a Internet, si no tenías presencia activa en el mundo digital estabas otra vez fuera. Esta métrica se parece mucho a la que establece el índice DESI (Digital Economy and Society Index). El índice DESI se traduce en un informe anual de la Comisión Europea que mide el progreso digital de los países de la UE. Evalúa áreas clave como conectividad, competencias digitales, uso de internet, integración de tecnología y servicios públicos digitales... monitorizando la transformación digital del tejido empresarial. Podríamos decir que, hasta ayer, esta aproximación que propone la UE por medio del DESI podría ser suficiente para saber si tu empresa estaba digitalizada y qué grado de madurez tenía en relación con el resto. De hecho, uno de los primeros pasos para acceder al famoso Kit Digital, es completar un cuestionario que mide el grado de madurez digital de la empresa solicitante, basado en el famoso índice.

Pero la realidad es que hoy todos sabemos que para que una empresa esté digitalizada, lo que se dice de verdad estar digitalizada, la cosa va mucho más allá de tener ordenadores, acceso a internet, página web, RRSS, e-commerce...

Hoy el mix de la digitalización está formado por: Nube + IA + Ciberseguridad. Y es bajo este nuevo paradigma donde las empresas suspenden y vuelven, casi sin ser conscientes de ello, a la casilla de salida. No apoyarse en Agentes IA para desarrollar tu negocio, seguir pensando que los datos están mejor dentro de casa no queriendo saber nada de la nube o contar con un antivirus como única medida de ciberseguridad, son algunos indicadores que, de manera automática, te obliga a responder no a la pregunta que nos llevamos haciendo los últimos cuarenta años.

Si algo hemos aprendido desde que el mundo de los Unos y Ceros llegó a nuestras vidas es que el proceso de digitalización no acaba nunca y que, en la práctica, se mide por el esfuerzo sostenido que la empresa realiza para no perder el ritmo de la tecnología. La digitalización se escribe en gerundio, por eso la mejor respuesta que podemos dar cuando nos pregunten la próxima vez si nuestra empresa está digitalizada será: "Sí, nunca hemos dejado de digitalizarnos".

Ahora que ya conoces las reglas del juego párate, aunque sea un momento y respóndete con honestidad: ¿cómo es mi relación con la nube? ¿estoy haciendo un uso asertivo de la IA en la empresa? ¿el nivel de ciberseguridad de la compañía es el óptimo?

Este es el escenario en el que tenemos que estar en 2026 para poder decir que nuestra empresa tiene un nivel óptimo de digitalización ¿Cuál será dentro de cinco o diez años? Nadie lo sabe, pero lo único cierto es que nos volverán a preguntar si nuestra empresa está digitalizada y no bastará con decir que salimos bien en la foto del Cloud + IA + Ciberseguridad porque ese discurso habrá quedado trasnochado.

No queda otra que seguir avanzado porque en este mundo cada vez más digitalizado, el camino es la meta y si quieres responder afirmativamente en la próxima ronda y pasar el corte, tendrás que resolver el reto que ahora está poniendo en jaque a gran parte de nuestro tejido empresarial. ¿Estás preparado?



OPINIÓN

JORGE ALONSO


DIRECTOR DE CONSULTORÍA IT
VELORCIOS GROUP

 Jorge Alonso

 @jalonso_VG

OPINIÓN

PRESEN SIMÓN

CONSULTORA | FORMADORA
EN EJE & TALENTO Presen Simón Rael

La trampa del "todavía un poco más": cómo la productividad se ha convertido en nuestro peor hábito

Son casi las once de la noche. Sigues frente a la pantalla, con una pestaña del navegador abierta por pura inercia y esa notificación de Slack que llevas un rato ignorando, aunque el simple hecho de verla ahí ya te drena la energía. No estás descansando. Sin embargo, tampoco estás logrando nada significativo. Te encuentras en esa zona gris de la vida moderna que a veces llamas "disponibilidad" y que, en la práctica, no es más que una jornada laboral mal gestionada que se cuele en tu tiempo personal.

Si este escenario te resulta familiar, no estás solo. Formas parte de una cultura donde el acceso al descanso parece condicionado a un rendimiento previo que nunca llega a ser suficiente. Pagas la entrada a este club con agotamiento y, a largo plazo, con tu propia salud.

Cuando la virtud se vuelve veneno

Hemos crecido creyendo que el esfuerzo define el valor. Que quien más trabaja, más merece. Frases que quedan bien enmarcadas en una pared de oficina y que, llevadas al extremo, se convierten en la justificación perfecta para no parar nunca.

La productividad tóxica no es trabajar mucho. Es no poder sentirse bien sin estar siendo productivo. Es la culpa que aparece cuando te tomas una tarde libre. Revisar el email a las 7 de la mañana antes de haber dicho buenos días a nadie. Medir tu valía por el número de tareas tachadas y no por cómo te encuentras al final del día.

La psicoterapeuta Israa Nasir lo define como la obsesión por optimizarlo todo, incluyendo el tiempo de ocio. Y aquí está el matiz más retorcido del asunto: hay personas que convierten el descanso en otra tarea que hay que ejecutar bien. "Veinte minutos de meditación, luego lectura enriquecedora, luego caminata de paso ligero." Eso no es descanso. Es otra jornada laboral con ropa de deporte.

Los números incomodan

El 25% de las personas trabajadoras en España ya no cree tener personalidad fuera del trabajo. No es una metáfora. Literalmente no saben quiénes son cuando no están siendo productivas. El 65% sueña con dejarlo todo y empezar desde cero. El 60% dice que su tiempo libre lo dedica a recuperarse del trabajo, no a disfrutarlo.

Y luego está esto: España lidera el consumo europeo de benzodiazepinas, con 111 dosis diarias por cada 1.000 habitantes. No estamos descansando. Nos estamos medicando para poder seguir.



Eso no es ambición. Es una trampa con muy buena prensa.

El cerebro también tiene su parte de culpa

La psicóloga clínica Kathryn Esquer señala algo que cuesta un poco asumir: ser productivo genera dopamina. El mismo neurotransmisor del placer y la recompensa que activa, entre otras cosas, las adicciones. Cada tarea completada, cada email respondido, cada objetivo tachado produce una pequeña descarga de bienestar. El cerebro aprende rápido. Aprende que hacer cosas se siente bien y que parar deja un hueco incómodo donde a veces aparecen pensamientos que preferiríamos evitar.

Dicho de otro modo: la hiperproductividad no siempre es un problema de agenda. A menudo es un mecanismo de evitación. Una forma de no sentarnos con nosotras y nosotros mismos. Lo cual explicaría, por cierto, por qué hay personas capaces de reorganizar archivos de hace cuatro años antes que hacer una llamada pendiente.

Lo que el camino se lleva por delante

Nadie llega aquí de golpe. Es un proceso tan gradual que cuando lo vemos, ya llevamos años sin hacer nada que no "sirva para algo". Las aficiones desaparecen. Las relaciones se gestionan como proyectos. El cuerpo empieza a protestar: insomnio, tensión, ese cansancio raro que no se va aunque hayas dormido.

Y aquí aparece uno de los fenómenos más silenciosos del mundo laboral actual: el presentismo. No la presencia física en la oficina, sino la presencia mental permanente en

el trabajo, incluso cuando ya hemos salido de él. La persona que come pensando en lo que tiene pendiente. La que se va de vacaciones pero responde mensajes "solo por si acaso". El presentismo ya no necesita mesa de oficina. Vive en el bolsillo, a cualquier hora, en forma de smartphone.

Lo más perturbador es que nadie nos obliga. Nos autoexplotamos con una eficiencia notable. Hemos interiorizado tan a fondo la lógica de la productividad que ya no necesitamos presión externa: nos la fabricamos nosotras y nosotros mismos. Nos sentimos culpables por descansar, competimos en silencio por ver quién llega antes y quién aguanta más, y confundimos el agotamiento con el mérito.

Las organizaciones que premian la presencia sobre los resultados aceleran este ciclo. Pero seamos honestos/as: a veces actuamos como nuestros/as jefes y jefas más exigentes.

Cinco palancas para salir del bucle

Salir de este patrón no exige tirarlo todo por la borda. Exige hacer algunas cosas de forma diferente y, más importante, dejar de hacer otras.

1. Define qué es "suficiente" para hoy. Tres resultados concretos que, si los alcanzas, te permitan dar el día por cerrado. Lo que no entre, entra mañana. El mundo seguirá girando.

2. Identifica qué tareas te drenan de verdad. No todo el trabajo cansa igual. Hay actividades que alimentan y actividades que vacían. Saber distinguirlas es el primer paso para no llegar al viernes sintiéndote como un teléfono al 3% de batería.

3. Recupera espacio para ti. Un hobby,

una caminata sin podcast, una cena sin agenda. El cerebro necesita tiempo sin objetivo. No es malgastar el tiempo: es lo que hace posible tener ideas, criterio y energía el resto de la semana.

4. Diseña un ritual de cierre para tu jornada. Una hora concreta y una acción que señale el fin: cerrar el portátil, cambiarte de ropa si trabajas en casa, salir a dar una vuelta. Sin señales claras, el cerebro sigue en "modo trabajo" aunque el cuerpo esté en el sofá.

5. Establece límites digitales que realmente puedas mantener. No hace falta una cabaña sin cobertura. Bastan decisiones pequeñas y sostenibles:

- Sin notificaciones de trabajo fuera del horario laboral
- Sin revisar el email en la primera hora de la mañana
- Sin móvil en la mesa durante las comidas
- Sin Slack o Teams después de la hora que tú misma o tú mismo decides y comunicas a tu equipo

La tecnología no es el problema. El problema es haberle dado acceso a todos los rincones de nuestra vida sin ponerle ningún límite.

La productividad es una herramienta. Como cualquier herramienta, su utilidad depende de quién la usa y con qué fin. No se trata de trabajar menos. Se trata de trabajar sabiendo por qué, para qué, y qué ocurre cuando paramos. Si esa última pregunta te genera ansiedad, ya tienes la respuesta que buscabas.

El trabajo forma parte de la vida. No al revés. Y en el mundo en que vivimos, recordarlo ya es casi un acto de rebeldía.



Pizza Bites, un espacio para emprender

Hace unos días volví a la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y salí de allí con algo que no siempre es fácil encontrar, esperanza de la buena. No esperanza ingenua, no optimismo de cartel bonito, no esa frase vacía que se repite para quedar bien y que luego no sirve para nada. Hablo de esa esperanza seria, la que nace cuando uno mira a los ojos a la gente joven y descubre que, a pesar de todo, siguen teniendo ganas. Ganas de crear, ganas de intentarlo, ganas de preguntar, ganas de moverse y ganas, incluso, de creer que su tierra también puede ser un lugar desde el que construir futuro.

Fui invitado a participar en Pizza Bites, una iniciativa impulsada por Start UPLGC, el servicio de emprendimiento universitario promovido a través de la Fundación Parque Científico Tecnológico de la UPLGC. La primera sesión, titulada "Prepárate para triunfar", se celebró el 26 de marzo en el espacio Pósit de la Biblioteca Central del Campus de Tafira y planteaba algo tan sencillo como necesario, mezclar aprendizaje, networking, conversación y cercanía para acompañar a estudiantes y egresados en sus primeros pasos dentro del emprendimiento.

Y qué importante es, a veces, que las cosas sean así de sencillas. Porque llevamos demasiado tiempo complicándolo todo. Demasiado tiempo diciéndole a la juventud que el camino está mal, que el mundo está peor, que emprender es difícilísimo, que tener una idea no basta, que intentarlo da miedo, que lo prudente es esperar, que mejor no venirse arriba, que mejor no hacerse ilusiones. Y sin darnos cuenta, entre consejo y consejo, entre advertencia y advertencia, hemos ido educando a demasiada gente en una especie de resignación elegante. Como si crecer consistiera en apagar la luz antes de tiempo.

Pero uno llega a un espacio como Pizza Bites y recuerda algo importante, que la juventud no está rota. Está cansada a veces, sí. Está presionada, claro. Está viviendo un tiempo complejo, con precios imposibles, incertidumbres que duran demasiado y un contexto que muchas veces parece diseñado para quitar fuerzas antes de empezar. Pero no está vacía. No está vencida. No está desconectada. Lo que vi allí fue una juventud viva, despierta, interesada, con hambre de herra-



OPINIÓN

AGONEY MELIÁN

CEO DE
VALTIA FORMACIÓN

 Agoney Melián Sosa

 @agoney_melian

demasiado bien el miedo y demasiado poco la posibilidad. Le hemos enseñado a calcular, a contenerse, a protegerse, pero no siempre le hemos sabido transmitir que también se puede. Que claro que hay riesgos, que claro que el camino no es cómodo, que claro que no todo sale a la primera, pero que aun así merece la pena intentarlo.

Y además conviene decir algo que a veces olvidamos en medio del ruido. En Canarias sí hay ganas. El informe GEM Canarias 2023-2024 refleja un aumento de la intención emprendedora hasta el 12,6 por ciento y sitúa a las islas en una senda de recuperación del pulso emprendedor, aunque siga existiendo margen de mejora en la actividad consolidada. No es una fantasía, ni un relato inventado para animarnos. Hay deseo, hay talento y hay movimiento. Lo que hace falta es convertir ese impulso en ecosistema, en confianza, en espacios, en referentes y en estructuras que no se dediquen a poner obstáculos desde el minuto uno.

Ahí es donde proyectos como Pizza Bites tienen un valor enorme. Porque no son solo una actividad más en el calendario. Son una manera de decirle a la gente joven que su inquietud importa. Que su idea merece una mesa. Que su duda merece una respuesta. Que sus ganas de emprender no son una extravagancia, sino una posibilidad real. Que la universidad no tiene por qué ser solamente un lugar donde obtener un título, sino también un espacio donde empezar a imaginar una vida, una empresa, una aportación y una forma propia de estar en el mundo.

Yo, sinceramente, creo que a la juventud canaria hay que quitarle palos. Ya bastante pesa todo lo demás. Hay que dejar de mi-

rarles con ese tono cansado de quien ya no espera nada. Hay que hablarles con exigencia, sí, pero también con respeto. Con verdad, pero también con aliento. Con realismo, pero sin matarles la épica. Porque una sociedad que pierde la capacidad de entusiasmar a sus jóvenes con la posibilidad de construir algo aquí, en su propia tierra, es una sociedad que empieza a desertar de sí misma.

También fue muy bonito encontrarme allí con Néstor Santiago. Hay personas con las que uno conecta rápido porque transmiten fuerza, claridad y esa sensación de que están en movimiento, no por posturo, sino por convicción. Fue una alegría compartir ese rato con él, verlo en ese contexto y sentir que hay gente con garra preparándose para dar pasos importantes en Canarias. Me contó un secreto que no me corresponde desvelar todavía, pero sí puedo decir que, cuando se haga público en las próximas semanas, a muchos nos va a alegrar. Porque hacen falta perfiles así, personas con empuje, con ambición bien entendida y con la valentía suficiente para comprometerse con aventuras colectivas que sumen de verdad.

Volví de mi tierra natal con una certeza preciosa, ahora sí se puede. No porque sea fácil, sino porque hay gente dispuesta. No porque todo esté resuelto, sino porque todavía quedan ganas. No porque el contexto sea perfecto, sino porque el futuro nunca empieza cuando todo está ordenado, empieza cuando alguien, aun con dudas, decide moverse.

Y esa es, quizá, la llamada que me gustaría dejar aquí. A la juventud, que no se rinda antes de tiempo. Que no compre del todo ese mantra triste de que ya no merece la pena intentarlo. Que se forme, que pregunte, que se junte, que se equivoque, que pruebe, que vuelva a empezar y que entienda que emprender no siempre es montar una empresa, a veces también es atreverse a imaginar una vida distinta. A las instituciones, que sigan creando espacios así, menos rígidos, menos lejanos, más humanos. Y a los adultos, que dejemos de educar desde la derrota. Que acompañemos más. Que corremos menos alas. Que demos menos miedo y más horizonte.

Porque sí, Canarias necesita inversión, estrategia, oportunidades y visión. Pero también necesita algo más simple y más profundo, necesita creer un poco más en su gente joven. Necesita mirarla no como un problema que gestionar, sino como una posibilidad que cuidar. Y cuando uno sale de un lugar como Pizza Bites habiendo visto lo que yo vi, lo tiene aún más claro. Aquí hay talento. Aquí hay ilusión. Aquí hay futuro. Lo que toca ahora es no apagarlo.



Las Palmas Bus

50 A la vanguardia
Años del transporte

928 277 999 | servicioslpa@laspalmasbus.com | laspalmasbus.com



La vivienda: principal preocupación de españoles y arrendadores



OPINIÓN

LUIS ABELEDO
ABOGADO

Luis Abeledo Iglesias

@luisabeledo

luis@abeledoabogados.com

El título de esta columna no causará sorpresa a nadie. Sin embargo, tampoco debería sorprender mi afirmación de que la mayor preocupación de los españoles, más allá del ladrillo, debería ser la alarmante falta de seguridad jurídica. Como ya advertiera Montesquieu, *“una cosa no es justa por el hecho de ser ley; debe ser ley porque es justa”*, y lo que hoy presenciamos parece alejarse peligrosamente de este equilibrio.

Desde el año 2020 transitamos por una situación de extrema complejidad. Llevo desde entonces publicando columnas y artículos en los que explico cómo se han “expropiado” viviendas en su vertiente de disponibilidad. Se ha hecho a golpe de real decreto-ley e informes técnicos sobre vulnerabilidad que, en ocasiones, presentan menos rigor que un niño de tres años frente a unos dibujos animados.

Tras la no convalidación del Real Decreto-ley 2/2026, de 3 de febrero, por el que se pretendía ampliar el mal llamado “escudo social”, el pasado 20 de marzo se aprobó una nueva norma: el Real Decreto-ley 8/2026. En esta ocasión, parece que la justificación es protegernos de las consecuencias de la guerra en Irán.

La normativa vigente impone una prórroga forzosa para el arrendador en aquellos contratos que finalicen antes del 31 de diciembre de 2027. A solicitud del arrendatario, se deberá aplicar una prórroga extraordinaria por plazos anuales hasta un máximo de dos años adicionales. La norma dicta que, a falta de pacto, el incremento no podrá superar el 2%. Como decimos el citado Real Decreto-ley establece una limitación extraordinaria —pocas cosas hay más permanentes que las medidas tildadas de “temporales”— a la actualización anual de la renta.

A Milton Friedman se le atribuye la expresión: *“Nada es tan permanente como un programa gubernamental temporal”*.

Paralelamente, se acaba de anunciar el Plan de Vivienda 2026-2030 con una inversión de miles de millones de euros. Esto ocurre tras las promesas de 2023 de construir 180.000 viviendas que, finalmente, quedaron en el aire. La complejidad de esta materia parece escapar a los recursos intelectuales de la gestión política para aportar soluciones reales.

Como abogado, percibo a diario el miedo innegable de los propietarios que acuden a mi despacho para redactar contratos o pedir asesoramiento. Los arrendadores exigen todas

las garantías que permite la ley —que son escasas debido a las crecientes limitaciones— y una solvencia económica como no había visto en mis más de veinte años de profesión. Es una cuestión de lógica: si seguimos aplicando las mismas fórmulas, no podemos esperar resultados diferentes.

En Canarias, el escenario es sensiblemente más grave. Según datos de *Idealista*, mientras el precio en comunidades como Castilla y León se sitúa en 9,5 €/m² y en Valencia en 12,9 €/m², la media en el archipiélago alcanza los 15,6 €/m², con una ratio de salarios significativamente inferior a la media nacional.

Esta situación de asfixia está alimentando corrientes de opinión favorables a una “ley de residencia” que limite la llegada de nuevos residentes o la compra de viviendas por extranjeros (quienes representan el 35% de las transacciones totales). Desde una perspectiva estrictamente jurídica, estas medidas no son viables: chocaría frontalmente con los principios de libre circulación de personas y de bienes de la Unión Europea.

Además, tales limitaciones dinamitarían cualquier atisbo de seguridad jurídica. ¿Quién querría invertir aquí? Soy consciente de que la respuesta simplista de muchos es el “¡que no vengan!”, un argumento muy válido para la tertulia de café y chupito, pero carente de realismo y aplicabilidad.

Hace dos fines de semana, en una comida con antiguos amigos —muchos de ellos con puestos de responsabilidad en la función pública o el sector privado—, el diagnóstico fue unánime: la situación es insostenible e

invivible. El sistema está a punto de quebrar porque es imposible comprar o alquilar. La mayoría abogaba por la mencionada ley de residencia o por una mejora drástica del transporte público. Otros, los menos, sugerían promover la construcción en altura. Al fin y al cabo, ¿qué es Nueva York sino un Benidorm sin sol ni playa.

Con una seguridad jurídica real, se podría plantear la creación de zonas específicas para la construcción de viviendas destinadas exclusivamente al alquiler a largo plazo, diferenciándose claramente de los apartamentos turísticos. Imaginemos un plan urbano con edificios de 30 o 40 plantas bajo esta modalidad. El problema es el de siempre: ¿quién se arriesgará a invertir en un proyecto así si el ordenamiento jurídico impide recuperar la posesión de la vivienda frente a un inquilino que lleva años sin pagar? John Locke sostenía que el fin de la ley no es abolir o restringir, sino preservar y ampliar la libertad; cuando la ley se vuelve imprevisible, la libertad del ciudadano —y del inversor— desaparece.

En el año 1996, Julio Iglesias nos deseó que estuviéramos juntos, mucha felicidad y, curiosamente, “un buen derecho administrativo”. Julio siempre fue un visionario y debemos relacionarlo con el pensamiento de Cicerón: *“La libertad sólo reside en los Estados en los que el pueblo tiene el poder supremo, pero la justicia solo existe donde las leyes son estables”*.

Julio Iglesias y Cicerón unidos por el amor a la seguridad jurídica, ¿Qué más argumentos podríamos necesitar para no entender que es el único camino?

ASTRACAN
Asociación de Transportistas de Canarias
FENADISMER CANARIAS

**CONECTANDO RUTAS,
ENTREGANDO CONFIANZA**

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

☎ 928 385 180 📞 638 277 774

🌐 www.astracan.org

Saber cuándo callarte es el primer paso



logía y consultoría para todo eso. Pero hay una conversación que casi nunca se tiene: cómo comunica un profesional su propio reset. Cuando la marca eres tú y el cambio también eres tú, las reglas se complican. Porque ahí no hay departamento de comunicación ni protocolo establecido. Solo estás tú, tu historia y las decisiones que tomas sobre qué contar y qué no.

Y eso, aunque no lo parezca, también es estrategia.

El primer error: anunciar antes de empezar

Existe una tentación muy humana cuando se toma una decisión importante: contarla. Las redes sociales han con-

vertido ese impulso en hábito. Anunciamos proyectos que no hemos empezado, cambios que no hemos ejecutado, versiones nuevas de nosotros mismos que todavía no existen. Y lo hacemos con la mejor intención, pero con un efecto contraproducente: cuando algo se anuncia antes de existir, lo primero que genera es expectativa. Y la expectativa sin resultado es deuda de reputación.

El profesional que declara públicamente un cambio de rumbo antes de haber dado ni un solo paso concreto no está comunicando su evolución. Está gestionando su ansiedad. Son cosas distintas y el público, aunque no lo verbalice, las percibe.

El reset bien comunicado no empieza con un anuncio. Empieza con silencio. No el silencio de quien esconde algo, sino el silencio de quien protege algo que todavía es frágil. Uno genera sospecha. El otro genera respeto.

OPINIÓN

AIRAM ABELLA
FORMADOR Y CONSULTOR
EN COMUNICACIÓN

in Airam Abella

El segundo error: pedir opinión cuando necesitas decisión

Cuando tomamos una decisión que nos asusta, tendemos a compartirla con quienes nos importan buscando, sin reconocerlo del todo, que nos digan que sí. Que es buena idea. Que no estamos locos. Convertimos una decisión personal en una votación externa. Y eso tiene un coste que pocas veces calculamos: si la decisión depende de la opinión de otros, la responsabilidad también. Y con la responsabilidad, la recompensa.

Hace poco tomé una de las decisiones más importantes de mi trayectoria profesional. Se la conté a muy pocas personas, muy por encima, sin dejar espacio para el consejo. No porque no confíe en ellas. Sino porque sabía que el miedo de otros, aunque venga del amor, puede contaminar una idea en su momento más vulnerable. Cuando algo todavía está tomando forma no necesita ser evaluado. Necesita ser protegido. Si me equivocaba, sería mi error. Si acertaba, sería mi recompensa.

Eso también es comunicación. Decidir a quién no se le cuenta todavía es tan estratégico como decidir a quién sí. Los mejores comunicadores no son los que más comparten, sino los que mejor eligen el momento y el destinatario de cada mensaje.

Lo que el silencio comunica

Vivimos obsesionados con la presencia. Con estar, publicar, actualizar, visibilizar. Hemos confundido comunicar con emitir y eso nos ha llevado a creer que el silencio es ausencia. Que no publicar es no existir.

Pero el silencio estratégico comunica algo que ningún anuncio puede transmitir: que lo que estás construyendo te importa demasiado como para exponerlo antes de tiempo.

Cuando un profesional desaparece del ruido y reaparece con algo concreto, con resultados visibles y una dirección clara, el efecto es completamente distinto al de quien lo anuncia todo desde el primer día.

En el primer caso, el proyecto habla por sí solo. En el segundo, siempre compite con la expectativa que generó su propio anuncio. Y pocas veces gana esa batalla.

La mejor comunicación de un reset profesional no es el post en el que lo explicas. Es el momento en que los resultados hacen que ya no necesites explicar nada.

La coherencia como única estrategia

Un reset profesional mal comunicado no se rompe por lo que se dice en el momento del anuncio. Se rompe por la incoherencia entre lo que se dice y lo que se hace después. El profesional que declara un cambio de rumbo y sigue haciendo exactamente lo mismo. La marca personal que anuncia una nueva etapa sin cambiar ni el tono, ni el contenido, ni la forma de relacionarse. El discurso de transformación sin transformación visible.

Esa incoherencia es la que erosiona la reputación. No de golpe, sino de forma lenta y silenciosa, interacción a interacción, hasta que el público deja de tomarse en serio los mensajes porque ha aprendido que no se corresponden con la realidad.

Por eso la pregunta más importante antes de comunicar un reset no es cómo hacerlo, sino si el cambio es real. Porque si lo es, la comunicación llegará de forma natural, sin necesidad de gestionarla en exceso. Y si no lo es, ninguna estrategia lo sostendrá demasiado tiempo.

Tres preguntas antes de comunicar tu cambio

Si estás en un momento de transición profesional, antes de publicar nada, conviene hacerse tres preguntas. La primera: ¿estoy comunicando porque tengo algo que decir o porque necesito decir algo? La diferencia entre las dos define si el mensaje suma o resta. La segunda: ¿a quién le cuento esto y qué espero de esa conversación? Si la respuesta es "necesito que me digan que sí", probablemente no es el momento de contarle. La tercera: ¿lo que voy a comunicar ya existe o solo existe en mi cabeza? Los proyectos anunciados antes de existir generan deuda. Los que se muestran cuando ya tienen forma generan credibilidad.

Un cambio de rumbo bien ejecutado y bien comunicado no debilita una marca personal. La consolida. Demuestra criterio, capacidad de adaptación y la honestidad de quien sabe reconocer cuándo es momento de hacer las cosas de otra manera.

En un entorno profesional cada vez más ruidoso y menos auténtico, eso no es poca cosa.



HERASA TENERIFE, S.A.U.

ADUANAS, TRÁNSITOS Y TRANSPORTES

Desde 1986 dedicados a prestar un servicio integral en el sector del transporte



herasatenerife.com

Geopolítica y turismo: adaptación inteligente

El sector turístico mundial y en general el conjunto de la economía, atraviesan en los últimos meses una etapa marcada por fuertes tensiones en los mercados energéticos. El aumento del precio de los combustibles, unido a que ya se habla de posibles restricciones de los mismos, dada la escasez que podríamos sufrir si el conflicto en Irán se prolongara más en el tiempo, hacen que la estructura de costes del transporte aéreo se esté redefiniendo y, con ello, también la dinámica del turismo en destinos insulares como Canarias.

Y es que el turismo en nuestra tierra presenta una singularidad económica evidente: la dependencia del transporte aéreo, ya que un porcentaje elevadísimo de los viajeros internacionales que nos visitan llegan al archipiélago a través de la aviación comercial, lo que provoca que la variable de los combustibles sean un factor crítico para la competitividad del destino, y es que ante variaciones en la cantidad y precios de este coste operativo de las aerolíneas, estas tienen que priorizar frecuencias y rutas con destinos con mayor y mejor ocupación garantizada, y en este apartado en Canarias salimos beneficiados ante el actual

escenario, dada la fiabilidad y el buen hacer de nuestro destino, sumado a la seguridad de todo tipo que tradicionalmente transmitimos al mercado turístico.

Frente a los cambios que esta incertidumbre genera y que se suelen traducir en cambios en el comportamiento de compra del turista: como pueden ser los derivados en la duración de las estancias, la anticipación de compra... etc., en Canarias, aparte de la experiencia acumulada bajo circunstancias y crisis de todo tipo, mantenemos ventajas comparativas que como ya se dijo antes, nos benefician y pueden amortiguar el tener que tratar en un entorno de incertidumbre, como son el contar con un clima estable durante todo el año, contar con una alta especialización hotelera y en general de todos los servicios que conforman el paquete turístico, así como la percepción de seguridad y la alta calidad del destino como parte de nuestra marca en el mercado internacional.

De lo visto hasta ahora, se puede deducir que estos cambios y adaptaciones derivados de la incertidumbre provocada por la situación geopolítica internacional no tienen porque producir giros abruptos de ningún tipo, sino que más bien producen cambios en el perfil del turista y en su gasto medio, por lo que simple-



OPINIÓN
**MIGUEL BORGES
PAREJO**
DIRECTIVO TURÍSTICO

mente necesitaremos una vez más, hacer gala de nuestra capacidad de generar estrategias de adaptación en periodos muy cortos de tiempo, que podrían incluir incentivos a la eficiencia energética, más diversificación de mercados emisores y otras que se irían estudiando conforme las circunstancias fuesen cambiando, como ya viene siendo habitual en este turbo devenir histórico en el que se han convertido nuestras vidas a lo largo de la últimas décadas.

Por todo ello, y como una conclusión de carácter general y dada la coyuntura actual, las medidas a tener en cuenta deberían de ir orientadas a maximizar nuestras fortalezas, minimizando así posibles vulnerabilidades, garantizando de esta forma una buena competitividad a largo plazo, y es que la incertidumbre sobre los mercados de la energía no supone solamente cambios en los costes de las empresas, sino que representa un factor estructural capaz de redefinir el mercado turístico global y por todo ello, urge que para Canarias y dadas nuestras peculiaridades, se transformen estas posibles amenazas en oportunidades de crecimiento y mejora de nuestra estructura económica y social.

**LA PALMA
ON**

TERRITORIO DE AVENTURAS

SENDERISMO

EXCURSIONES EN BUS

AVISTAMIENTO DE CETÁCEOS

OBSERVACIÓN DE ESTRELLAS

www.lapalmaon.com

100 Quintana

1925 - 2025

Especialistas en reparación y mantenimiento industrial

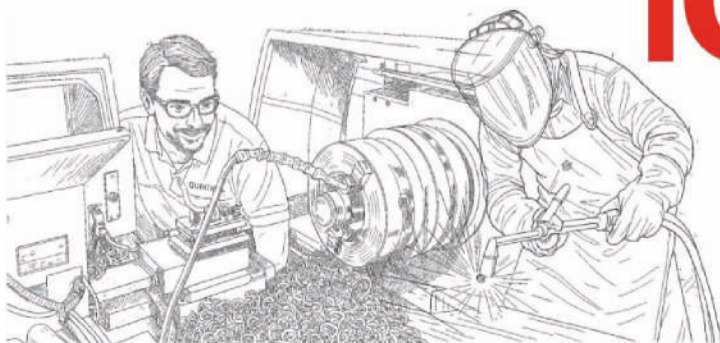


922 59 11 92
info@talleresquintanasl.com

talleresquintanasl.com

100 Quintana

1925 - 2025





ENTREVISTA

PABLO RODRÍGUEZ
CONSEJERO DE OBRAS
PÚBLICAS, VIVIENDAS Y
MOVILIDAD DEL GOBIERNO
DE CANARIAS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Canarias ha presentado recientemente su Estrategia de Movilidad hasta 2050. ¿Cuáles son los cambios más transformadores que plantea y cómo se traducirán en el día a día de los ciudadanos?

Efectivamente, el Gobierno de Canarias impulsó al inicio de la legislatura una estrategia de movilidad sostenible a medio y largo plazo, ya que la planificación es clave para definir cómo nos moveremos en el futuro.

Esta estrategia retoma el eje transinsular diseñado por Adán Martín y lo actualiza con criterios de sostenibilidad, digitalización e inteligencia para mejorar la eficiencia del sistema.

Tras más de un año de diagnóstico, se encuentra en fase inicial y en los próximos meses se abrirá un proceso participativo para su aprobación a comienzos del próximo año, con la idea de que sea la estrategia de toda Canarias.

La movilidad abarca ámbitos terrestre, aéreo y marítimo, y debe garantizar igualdad de derechos y oportunidades, con la insularidad como eje central.

A partir de ahí, se definirán las infraestructuras y modos de transporte necesarios, destacando los trenes en Gran Canaria y Tenerife y la mejora del transporte público colectivo.

En un territorio fragmentado como Canarias, donde la conectividad es esencial, ¿qué papel juega la participación del Gobierno autonómico en la planificación aeroportuaria y cómo puede influir en la movilidad insular y con el exterior?

Es un aspecto fundamental. El Estatuto de Autonomía reconoce la condición de región ultraperiférica de Canarias y la singularidad de un territorio formado por ocho islas, donde los aeropuertos son infraestructuras esenciales.

No se trata de una infraestructura más, sino de un elemento clave para la conectividad del archipiélago. Mientras que en un territorio continental un aeropuerto puede tener un papel estratégico, en Canarias su función es absolutamente esencial, ya que de él depende la movilidad de personas y mercancías.

Por ello, defendemos que Canarias participe en la planificación y coordinación de los aeropuertos. Cualquier decisión sobre inversiones, tasas o políticas aeroportuarias tiene un impacto directo en nuestra conectividad.

La conectividad no es un lujo, sino un derecho básico. Afecta a la cohesión territorial, a la igualdad de oportunidades y al turismo, pero sobre todo garantiza la movilidad de los más de dos millones de residentes que dependen del transporte aéreo para desplazarse entre islas o hacia el exterior.



Pablo Rodríguez:
“Apostamos por una movilidad sostenible y una conectividad justa para Canarias”

La sostenibilidad también es uno de los ejes principales de la movilidad actual.

La sostenibilidad es un principio rector de todas las políticas de movilidad. El transporte, a nivel global, es uno de los sectores que más emisiones genera, por lo que el reto es claro: debemos garantizar la movilidad de forma más sostenible.

El transporte público colectivo es clave, ya que emite mucho menos que el vehículo privado. No es lo mismo una guagua que sustituye a decenas de coches que el uso individual del automóvil.

En el ámbito marítimo y aéreo, las compañías avanzan hacia modelos más sostenibles, y las administraciones debemos acompañar esa transición, impulsando combustibles más limpios como el queroseno sostenible, que será cada vez más necesario.

En el ámbito terrestre, trabajamos en la estrategia verde de infraestructuras viarias, que busca compensar el impacto ambiental mediante energías limpias dentro de las propias infraestructuras. Canarias avanza así hacia un modelo más sostenible y eficiente.

“Defendemos la conectividad como un derecho básico, no un lujo en Canarias”





El muelle de Corralejo busca una mayor integración con el entorno. ¿Cómo se está redefiniendo el modelo de infraestructuras portuarias en Canarias para hacerlo más respetuoso y eficiente?

El proyecto del muelle de Corralejo puede convertirse en un ejemplo de cómo deben abordarse las infraestructuras en el futuro. Su ampliación responde a la necesidad de mejorar la operativa y la seguridad portuaria, especialmente en comparación con el puerto de Playa Blanca, ya ampliado hace años.

Sin embargo, no basta con responder a criterios técnicos, sino que es clave analizar cómo se ejecutan los proyectos. En este caso, se ha trabajado durante unos 20 meses con ciudadanía, operadores y distintos sectores para lograr una ampliación más respetuosa con el entorno y con menor impacto ambiental.

El proyecto ha sido reformulado para adaptarse mejor al medio natural de Corralejo y ha recibido mayor aceptación por parte del Ministerio para la Transición Ecológica, al reducir su impacto y las medidas correctoras necesarias.

Es una infraestructura que combina operatividad, seguridad, sostenibilidad y participación ciudadana, marcando una nueva forma de hacer infraestructuras en Canarias.

La gestión del tráfico en entornos urbanos sigue siendo un reto. ¿Qué impacto tendrá el protocolo con el Cabildo, Tráfico y la ULPGC para la entrada escalonada de alumnos y qué otras medidas se estudian?

Los problemas de congestión en las principales vías no se resuelven únicamente ampliando carreteras, aunque en algunos casos sea necesario, como en la Gran Canaria 1. No es la única solución.



Es fundamental aplicar medidas complementarias que mejoren la fluidez del tráfico y reduzcan los tiempos de desplazamiento, como la entrada escalonada en las universidades.

Ya se ha aplicado en la Universidad de La Laguna y se implantará en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria para reducir

la concentración de vehículos en las horas punta. Asimismo, se trabaja con la Dirección General de Tráfico en las "curvas express", un protocolo de retirada rápida de vehículos en caso de accidente, ya que muchas incidencias leves generan grandes retenciones.

Este sistema contará con un vehículo piloto en Tenerife y Gran Canaria y permitirá mejorar la fluidez en las principales autopistas.

ámbito portuario, la presencia de la mujer ha crecido de forma significativa en las últimas décadas, también en puestos de liderazgo.

Desde la Consejería se ha querido poner en valor a estas profesionales, con el objetivo de visibilizarlas como referentes para las nuevas generaciones.

Hoy en día, muchas mujeres desarrollan su carrera en sectores técnicos e ingenierías donde antes eran minoría, y en numerosas titulaciones la presencia está ya prácticamente equilibrada.

Es importante reconocer que la situación anterior no era la normalidad y que lo actual supone un avance hacia la equidad real, con ejemplos de mujeres que lideran equipos en astilleros o instalaciones industriales.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales retos que afronta Canarias en materia de movilidad para lograr un sistema más sostenible, eficiente y adaptado a su realidad insular?

La movilidad es uno de los grandes retos a nivel global, y en Canarias adquiere especial relevancia por su condición de territorio insular y ultraperiférico.

Canarias es hoy uno de los archipiélagos mejor conectados del mundo, pero es necesario seguir trabajando para que esa conectividad sea homogénea y equitativa en todo el territorio.

El objetivo es que todos los ciudadanos, independientemente de la isla en la que residan, tengan las mismas oportunidades de movilidad y acceso a servicios, mejorando la conectividad bajo criterios de sostenibilidad.

La conectividad no es un lujo, sino una herramienta clave para la cohesión territorial, la igualdad de oportunidades y la competitividad económica. En un territorio fragmentado por el mar, la movilidad es lo que nos une.

Por ello, es imprescindible seguir avanzando en planificación, estrategia e inversión inteligente para reforzar un sistema de movilidad más eficiente, sostenible y justo para toda Canarias.



Impulsamos la participación de Canarias en la planificación aeroportuaria para garantizar conectividad

¿Qué importancia tiene impulsar la igualdad y la presencia de la mujer en sectores tradicionalmente masculinizados como la construcción, el transporte o los puertos?

En sectores históricamente masculinizados como la obra pública, el transporte o el



Juan Antonio Martel: “El sector atraviesa un problema serio de relevo generacional y falta de conductores”

ENTREVISTA

JUAN ANTONIO MARTEL
PRESIDENTE DE ASTRACAN

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En un contexto como el actual, marcado por la presión sobre el transporte en territorios insulares, ¿cuáles son hoy los principales desafíos que enfrentan los autónomos y pequeñas empresas del sector en Canarias?

Ante todo, es importante señalar que nuestra situación geográfica, así como las circunstancias y los costes asociados, difieren notablemente de los de otras comunidades y territorios.

Nos encontramos en un entorno con limitaciones evidentes: si bien las distancias pueden ser relativamente cortas, la movilidad se ve seriamente afectada por una alta densidad de tráfico, lo que dificulta enormemente los desplazamientos. En este contexto, el transporte de mercancías de un punto a otro se ha vuelto especialmente complejo, provocando desajustes significativos tanto en los plazos como en las condiciones de entrega.

La reciente subida del combustible está impactando directamente en los costes operativos. ¿Cómo está afectando esta situación a los transportistas canarios y qué medidas consideran urgentes para garantizar la viabilidad del sector?

Para el transportista, la situación actual es caótica y, en muchos casos, cercana a la ruina. Es un sector que históricamente trabaja con márgenes muy ajustados y donde, en la práctica, no siempre se aplican tarifas acordes a los costes reales, pese a existir herramientas para calcularlos.

Además, es un sector muy fragmentado, con muchos autónomos y pequeñas empresas que compiten entre sí, lo que dificulta fijar precios justos. Esto provoca que, por miedo a perder clientes, muchos asuman subidas de costes como la del combustible, aunque la normativa contemple revisiones.

En la práctica, esas medidas apenas se aplican y el sobre coste recae en el transportista. A diferencia del transporte de viajeros, que está más organizado, el de mercancías sufre una mayor desunión, lo que agrava aún más la situación.

Canarias depende en gran medida del transporte por carretera para su abastecimiento interno. ¿Cree que se está valorando suficientemente el papel estratégico de los transportistas en la economía del archipiélago?



Aunque estamos en contacto con las administraciones y representados a nivel nacional, el sector del transporte sigue sin recibir el reconocimiento que merece. A menudo se nos percibe de forma negativa, sin tener en cuenta la complejidad real de la actividad ni la falta de formación y herramientas en muchas empresas.

Es un sector muy fragmentado, donde la competencia se basa principalmente en bajar precios, lo que degrada el mercado. Además, la entrada de grandes operadores y empresas externas, que integran transporte, almacenamiento y distribución, está cambiando el modelo.

Esto deja a las pequeñas empresas en una posición muy vulnerable, obligadas a adaptarse constantemente y, muchas veces, a trabajar en condiciones poco sostenibles.

Desde ASTRACAN llevan años defendiendo los derechos del autónomo. ¿Qué avances reales se han conseguido recientemente y qué reivindicaciones siguen aún pendientes en la agenda del sector?

El 80% del transporte en el país está en manos de autónomos, y la presión económica es cada vez mayor. Entre impuestos, costes y falta de ayudas reales, la rentabilidad se reduce al mínimo y muchos no llegan a fin de mes.

“La movilidad se ve seriamente afectada por una alta densidad de tráfico”

Además, el sector atraviesa un problema serio de relevo generacional y falta de conductores. Es una profesión exigente, con mucha responsabilidad, formación obligato-

ria y condiciones que la hacen poco atractiva.

Todo esto está provocando la desaparición progresiva de pequeñas empresas y dificulta la continuidad del sector a medio plazo.

En un momento en el que se impulsa la movilidad sostenible, ¿cómo pueden adaptarse los pequeños transportistas a las nuevas exigencias medioambientales sin que suponga un coste inasumible para ellos?

A día de hoy, la sostenibilidad en el transporte sigue siendo una incógnita. En vehículos ligeros hay alternativas como los eléctricos, pero en el transporte pesado aún no existen soluciones realmente eficaces, especialmente en territorios con una geografía compleja como la nuestra.

Además, la inversión es muy elevada y muchas pequeñas empresas no pueden asumirla, por lo que siguen recurriendo a vehículos de segunda mano. A esto se suman problemas como el estado de las carreteras y el tráfico, que aumentan los costes y reducen la eficiencia.

En definitiva, el sector no tiene aún una hoja de ruta clara ni recursos suficientes para afrontar una transición sostenible real.

La digitalización y las nuevas plataformas están transformando el transporte. ¿Cómo están afectando estos cambios al modelo tradicional de autónomos y qué oportunidades o riesgos detectan?

La digitalización está suponiendo un reto importante para el sector. La falta de formación y preparación dificulta su adopción, por lo que, aunque existen herramientas que permitirían reducir el uso de papel y mejorar la eficiencia, la adaptación está siendo lenta y compleja.

El modelo de transporte y logística ya está cambiando, impulsado por plataformas digitales que muchos clientes exigen utilizar, tanto en mercancías como en viajeros. Sin embargo, para muchas empresas del sector, especialmente las pequeñas, incorporarlas implica un sobre coste y un proceso de aprendizaje.

En el fondo, el problema es que la tecnología ha avanzado más rápido que la formación del propio sector, lo que está complicando esta transición.

¿Qué papel desempeña ASTRACAN como intermediario entre el cliente y el transportista, y cómo apoya a los autónomos y pequeñas empresas del sector?

Astracan actúa como un intermediario entre el cliente y el transportista, representando especialmente a autónomos y pequeñas empresas que no tienen capacidad de negociación ni recursos administrativos. Les apoyamos en trámites, normativas y en su relación con la administración, aunque aún queda camino por recorrer en la adaptación digital del propio sistema público.

Además, trabajamos para mejorar la competitividad del sector mediante acuerdos con proveedores como aseguradoras o suministradores, buscando reducir costes. También impulsamos iniciativas para profesionalizar el sector, facilitar el acceso a conductores y acercar herramientas digitales, aunque todavía existe falta de información y apoyo para que muchos puedan aprovecharlas.

En definitiva, acompañamos al transportista en su día a día, intentando cubrir tanto sus necesidades operativas como su desarrollo futuro.



ENTREVISTA

LUIS RODRÍGUEZ
DIRECTOR GERENTE
DE TILP

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Con motivo del 50 aniversario de Transporte Insular La Palma como cooperativa y de un siglo de servicio a la movilidad insular, ¿qué balance realiza de la trayectoria de la empresa y qué hitos considera más relevantes en su evolución?

El pasado viernes celebramos una gala que en realidad se dividió en dos eventos. Por la mañana organizamos un acto más institucional, dirigido a administraciones públicas, operadores, agencias, clientes y federaciones de mayores, donde también participaron operadores de otras islas. Fue un espacio de reconocimiento y de encuentro con todos los que colaboran y confían en el transporte insular.

Por la tarde realizamos un evento interno, en el que rendimos homenaje a los socios fundadores de la cooperativa en 1975 y reconocimos a aquellos socios que se han jubilado a lo largo de estos años.

Con esta celebración conmemoramos los 50 años de la cooperativa, aunque nuestra trayectoria se remonta a la década de 1920, por lo que también pusimos en valor casi 100 años de historia.

En cuanto a nuestra evolución, la empresa comenzó en el norte de la isla como Transportes del Norte, operando durante años en esa zona. A mediados de los 70, con la creación de la cooperativa, se dio el paso hacia el sur, culminando en la unificación con Transportes del Sur y el inicio de la actual etapa como transporte insular.

TILP ha desarrollado un modelo diversificado que integra transporte de viajeros, excursiones, turismo corporativo y logística. ¿Cómo definiría la propuesta de valor de la compañía y qué elementos la diferencian dentro del sector en Canarias?

Hasta la pandemia, en 2020, éramos una empresa de transporte tradicional, con un papel más pasivo: los clientes nos contactaban, contrataban el servicio y lo ejecutábamos. Sin embargo, tras ese periodo vimos un cambio en el mercado, con menos intermediación de turoperadores y clientes más independientes.

Esto nos llevó a adoptar un enfoque más activo, ofreciendo no solo el alquiler de vehículos completos, sino también servicios por plaza, adaptados a clientes individuales o grupos pequeños.

Luis Rodríguez: “Con esta celebración conmemoramos los 50 años de la cooperativa y casi 100 años de historia”



En ese proceso adquirimos la agencia de viajes Nuevo Rumbo, lo que nos permitió dar un paso más y ofrecer experiencias completas: desde la contratación hasta la excursión, incluyendo transporte, guía y servicios asociados.

Así, hemos evolucionado de ser únicamente transportistas a convertirnos en un proveedor integral de servicios turísticos, lo que ha impulsado nuestro crecimiento en el sector.

La Palma presenta características geográficas y un modelo turístico singulares. ¿Cómo condicionan estos factores la planificación y operativa de los servicios de movilidad en la isla?

Estamos lanzando una nueva marca, La Palma On, en la que vamos a concentrar toda nuestra promoción turística, con el eslogan “territorio de aventuras”. Re-

fleja muy bien la esencia de la isla: por su orografía y sus carreteras, cada desplazamiento es en sí una experiencia.

Un buen ejemplo es que, aunque algunas distancias parecen cortas —como los 34 kilómetros hasta el Roque de los Muchachos—, en realidad requieren más tiempo del habitual. Por eso, explicar la isla desde fuera no siempre es fácil.

Lo que hacemos es invitar a operadores e intermediarios a vivir en primera persona, a través de nuestras rutas y excursiones, para que entiendan mejor el destino y puedan transmitirlo correctamente.

La Palma no es una isla de grandes distancias y trayectos cortos, sino todo lo contrario: distancias cortas, pero recorridos largos. Esto condiciona mucho la operativa, por ejemplo, a la hora de diseñar excursiones más breves.

Aun así, nuestra ventaja es clara:



somos especialistas en la isla y queremos que quienes trabajen con nosotros lo hagan con un socio que conoce perfectamente el destino.

A través de iniciativas como Nuevo Rumbo, La Palma Transfer & Tours o La Palma Congress and Events, la empresa ha ampliado su oferta hacia servicios más especializados. ¿Cómo ha evolucionado la demanda en estos segmentos y qué papel desempeñan actualmente en su actividad?

Con Nuevo Rumbo hemos experimentado un crecimiento muy importante desde la pandemia, ya que nos ha permitido ofrecer servicios más flexibles, como la venta plaza a plaza y productos turísticos propios. Esa evolución se refleja ahora en la nueva marca La Palma On, bajo la que vamos a integrar toda nuestra oferta turística con un enfoque más completo. También destacamos el desarrollo de La Palma Congress & Events, donde hemos ganado la confianza de las administraciones públicas en los últimos años y seguimos creciendo en 2026.

Además, hemos impulsado dos proyectos recientes. Por un lado, La Palma City Tours, enfocado especialmente a cruceristas, con rutas por Santa Cruz de La Palma y otros puntos clave de la isla, que ha tenido muy buena acogida desde su lanzamiento. Por otro, la incorporación del barco Fancy, dedicado a la observación de cetáceos en Tazacorte, con más de 15 años de trayectoria, que hemos integrado para ampliar nuestra oferta.

En conjunto, nuestro objetivo es ofrecer una experiencia turística integral, acompañando al visitante desde su llegada hasta su salida, con una propuesta completa de transporte, excursiones y actividades.

Más allá de las iniciativas recientes, ¿en qué fase está la compañía en su proceso de transformación hacia un modelo más sostenible y digital?

Tenemos el hándicap de ser una isla menor, con doble insularidad, lo que complica especialmente aspectos como el servicio postventa.

Aun así, hemos avanzado mucho en modernización: ya conta-

mos con pago con tarjeta, sistemas de información en tiempo real para los usuarios y una flota mayoritariamente híbrida.

El siguiente paso es la electrificación. Nuestro objetivo es empezar en 2027 con uno o dos vehículos eléctricos para probar su viabilidad. Sin embargo, la orografía de La Palma plantea retos importantes, tanto por los consumos como por los tiempos de carga, ya que nuestros vehículos realizan recorridos exigentes y, en muchos casos, trabajan a doble turno.

Esto hace que una electrificación total sea compleja a corto plazo, ya que requeriría ampliar significativamente la flota. Aun así, estamos dando pasos firmes para avanzar en esa línea de forma realista.

De cara a 2026, ¿cuáles son los principales objetivos estratégicos de la empresa en términos de crecimiento, modernización, diversificación de servicios y posicionamiento dentro del sector de la movilidad en Canarias?

Hoy en día gestionar una empresa exige una adaptación constante. Lo comentaba recientemente: es muy difícil planificar a largo plazo, porque venimos de años marcados por la pandemia, el volcán, conflictos internacionales y cambios continuos en los costes. Esto nos obliga a trabajar con una visión muy a corto plazo y a reaccionar casi en tiempo real.

Para 2026, nuestro objetivo principal es consolidar los nuevos proyectos que hemos puesto en marcha, como los city tours, el barco de avistamiento de cetáceos o los servicios VTC, además de seguir renovando la flota de forma progresiva. De cara al próximo invierno, prevemos una temporada muy fuerte, impulsada también por la situación internacional, que puede desviar más turismo hacia Canarias. Además, el crecimiento del sector de cruceros sigue reforzando nuestro posicionamiento.

El reto, a medio plazo, es reducir la estacionalidad y alargar la actividad más allá del invierno, especialmente en verano, donde en La Palma seguimos condicionados por la limitada conectividad.



ENTREVISTA

MIGUEL ÁNGEL
SUÁREZDIRECTOR COMERCIAL,
MARKETING Y
COMUNICACIÓN DE
BINTER CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Binter continúa ampliando su red con nuevas rutas como la conexión entre Santander y Lanzarote. ¿Qué impacto tiene esta estrategia en la conectividad de Canarias y en la diversificación de sus mercados emisores?

El objetivo de Binter siempre ha sido dotar a Canarias de la mejor conectividad posible, no solo en términos de destinos, sino también en términos de una clara vocación de servicio público. Desde que en 2018 empezamos a volar a destinos nacionales descubrimos el gran interés que despertaron este tipo de rutas directas porque hasta entonces los pasajeros se veían abocados a volar vía grandes hubs, como Madrid o Barcelona. Además, éramos la única alternativa no low-cost. Por otro lado, el turismo nacional ayuda a equilibrar la demanda en Canarias entre el invierno y el verano y, dado que nuestra oferta es de calidad, también atraemos a un visitante con mayor capacidad de gasto.

La alianza con Air China abre nuevas oportunidades internacionales. ¿Cómo puede esta colaboración posicionar a Canarias como un nodo estratégico en la movilidad entre Europa, América y Asia?

Pensamos que todo lo que suponga más y mejores conexiones es una oportunidad muy interesante para ayudar a situar a Canarias en el mapa internacional. Puede servir para atraer nuevos pasajeros, ofrecer mayor espectro de destinos y contribuye, a nuestro nivel, al objetivo histórico de convertir al archipiélago en plataforma tricontinental.

Además, en un territorio fragmentado como el archipiélago, ¿cómo equilibra Binter su papel entre garantizar la conectividad interinsular y seguir creciendo en rutas nacionales e internacionales?

Para Binter la conectividad interinsular es lo primero. Es nuestra razón de ser y nunca la descuidamos. Es cierto que en los últimos años se habla más de la red exterior que de la interior, pero



Miguel Ángel Suárez: “Impulsamos la conectividad y el futuro aéreo de Canarias”

es porque desde el nacimiento de Binter se había trabajado para conseguir una red entre islas que, creo que puedo decir sin temor a equivocarme, que no se encuentra en ningún otro archipiélago del mundo. Además, también nos hemos preocupado para que toda la conectividad que generamos con las nuevas rutas beneficie a todas las islas por igual. Por eso, en las rutas nacionales, facilitamos de forma gratuita los vuelos en conexión con cualquier aeropuerto canario.

Recientemente han reforzado la seguridad aérea junto a la Guardia Civil con entrenamientos ante pasajeros conflictivos. ¿Cómo ha evolucionado este tipo de situaciones y qué medidas están implementando para garantizar la seguridad a bordo?

En Binter estamos muy involucrados en la seguridad del transporte aéreo, por eso no dudamos en colaborar con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad en cualquier tipo de iniciativa que sirva para mejorar. Aplicamos, como no podía ser de otra forma, todos los

protocolos definidos por AESA, EASA y el resto de organismos vinculados a la seguridad aérea.

No podemos olvidar que la experiencia del pasajero va más allá del vuelo, con iniciativas como la Binter NightRun Series o su propuesta gastronómica. ¿Qué papel juegan estas acciones en la construcción de marca y en la conexión emocional con el público?

Binter es una empresa con 37 años y está profundamente arraigada en la sociedad. Desde su fundación ha ido desarrollando acciones que nacen del compromiso y que buscan contribuir, especialmente, en cinco líneas de actuación: medioambiente, salud, cultura, educación y deporte. En nuestro caso todo este programa va mucho más allá de la construcción de marca o la conexión con el público. Es algo que llevamos en nuestra esencia y así lo viven todas las personas que trabajan en Binter. Creemos firmemente que vamos más allá del transporte a la hora de aportar valor a la sociedad canaria.



La conectividad interinsular es nuestra razón de ser y es única en el mundo

En un contexto donde la movilidad sostenible es cada vez más exigente, ¿qué retos específicos afronta el transporte aéreo en Canarias y cómo está respondiendo Binter a este desafío?

El gran reto pasa por lograr reducir emisiones sin que ello conlleve una pérdida de conectividad ni el encarecimiento del servicio para el cliente. Para ello estamos implicados desde hace varios años en modernizar nuestra flota, utilizar equipos en tierra eléctricos, reducir peso en los aviones, eliminar el uso de plásticos, así como emplear combustibles sostenibles de aviación (SAF). Es un desafío importante, pero para Binter la sostenibilidad es un valor irrenunciable.

Mirando al futuro, ¿cómo visualiza Binter la evolución de la movilidad aérea en Canarias y qué papel aspira a desempeñar en la conexión del archipiélago con nuevos destinos y mercados internacionales?

Creemos que el futuro de la movilidad aérea en Canarias es más exigente que el de cualquier lugar continental. Los canarios dependemos del transporte aéreo para tener las mismas oportunidades que el resto de ciudadanos y nuestros representantes públicos así lo entienden y lo defienden. Por nuestra parte, seguiremos trabajando en mejorar cada día la excelencia en el servicio y dotar a las islas de la mejor conectividad posible, abiertos a novedades tecnológicas y operativas en aras de satisfacer a nuestros pasajeros.



ENTREVISTA

ÁNGEL LIMA
GERENTE DE TRANSHIERRO

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
En un territorio como El Hierro, donde la conectividad es clave para el desarrollo, ¿cómo influye el transporte en la cohesión social y económica de la isla en el contexto actual?

El transporte siempre es fundamental en cualquier contexto, y más aún en una isla como El Hierro, donde la población está muy fragmentada. Conectar todos sus núcleos de población entre sí y, al mismo tiempo, enlazarlos con puntos tan importantes como los puertos y el aeropuerto resulta complejo.

El principal inconveniente es que se trata de una isla poco poblada, y cualquier mejora que se quiera implantar, teniendo en cuenta esa realidad demográfica, se vuelve más difícil.

Para nosotros es, básicamente, un reto. Con una población reducida y una flota limitada, nuestro objetivo es ofrecer el mejor servicio posible para que tanto los ciudadanos como quienes viven o visitan la isla dispongan de la mejor conectividad posible.

La movilidad en islas no capitalinas presenta desafíos específicos. ¿Qué papel desempeña TransHierro en la accesibilidad, frecuencia y sostenibilidad del servicio?

TransHierro desempeña un papel fundamental, porque es la única operadora que existe en la isla.

Sobre nuestra compañía recae la responsabilidad de conectar las distintas poblaciones y ofrecer el mejor servicio posible, teniendo en cuenta tanto el número de habitantes como las conexiones aéreas y marítimas.

Nuestro objetivo es que todo funcione como un engranaje capaz de dar respuesta a las necesidades del día a día de El Hierro, garantizando tanto la conectividad interior como la exterior de la isla.

Con el incremento del precio de la gasolina y su impacto en la movilidad, ¿cómo se puede fomentar el uso del transporte público en una isla como El Hierro?

Mejorarlo es complicado, porque implica ofrecer un mejor servicio, especialmente en cuanto a frecuencias, pero siempre teniendo en cuenta la población existente en la isla.

Existe el riesgo de aumentar las frecuencias y, aun así, transportar prácticamente al mismo número de pasajeros o solo un ligero incremento. Por eso, la clave está en optimizar los recursos, apostando por la eficiencia, el ahorro energético y la reducción de la huella de carbono. Todo tiene ventajas e inconvenientes.

En este sentido, lo importante es ofrecer el mejor servicio posible con el mayor número de frecuencias viable, de forma que los usuarios tengan un abanico amplio donde elegir. Aunque el número de usuarios es limitado, ampliar la oferta y los horarios puede hacer mucho más atractivo el uso del transporte público.

El aumento del turismo plantea nuevos retos. ¿Cómo se adapta el sistema de transporte para responder tanto a residentes como a visitantes?

Ángel Lima: “El gran desafío es mantener el servicio con estabilidad en una isla con escasez de conductores”



De todos los turistas que llegan a Canarias, a la isla de El Hierro llega una cantidad muy residual. El perfil del visitante no tiene nada que ver con el amplio abanico turístico que recibe el conjunto del archipiélago.

A El Hierro llega un turismo principalmente familiar, vinculado al senderismo y al submarinismo, que busca naturaleza, tranquilidad y un entorno prácticamente virgen, sin grandes transformaciones. Por eso, el modelo turístico está muy ligado al coche de alquiler, a la vivienda vacacional y a las casas rurales, ya que se trata de desplazarse por enclaves muy dispersos a los que, en muchos casos,

el transporte público no llega, especialmente en zonas sin habitar.

Aun así, el transporte público también se utiliza. Desde nuestra parte intentamos fomentarlo mediante guías y conexiones entre senderos y paradas de guagua, para hacerlo más atractivo a quienes desean recorrer la isla a pie. Sin embargo, no siempre es posible alcanzar a toda la demanda turística debido a la propia dispersión del territorio.

En su web denominan “paisajes desde la ventanilla”, en referencia a las

rutas de Valverde-Frontera e Isora-Valverde. ¿Cómo valoran estos proyectos y qué demanda están teniendo?

Estas iniciativas, junto con la conexión de las paradas de guagua con senderos y miradores de la isla, buscan precisamente hacer más atractivo el transporte público.

La idea es fomentar que tanto visitantes como residentes, cuando quieran recorrer la isla a pie y disfrutar de la naturaleza, puedan prescindir del coche de alquiler en aquellos trayectos que sí están conectados, apostando por el transporte público.

Tenemos una buena sensación con estos

proyectos. Creemos que son iniciativas muy interesantes para potenciar un modelo de movilidad más sostenible y coherente con lo que es El Hierro: una isla con un entorno poco intervenido, que se disfruta mejor caminando y respetando su entorno natural.

La sostenibilidad se ha convertido en un eje clave en la movilidad. ¿Qué iniciativas está desarrollando TransHierro para avanzar hacia un modelo de transporte más respetuoso con el entorno?

Pues un poco lo que permite el mercado. Ultimamente, en la renovación de la flota, estamos apostando por vehículos lo menos contaminantes posible,

con la menor emisión de gases que hay actualmente en el mercado. En esa línea, hemos incorporado taxis híbridos.

Además, ya contamos con dos vehículos 100% eléctricos. Nuestra forma de reducir el impacto pasa por optimizar los servicios y seguir avanzando en la adquisición de una flota más respetuosa con el medio ambiente.

La conectividad sigue siendo un tema central en Canarias. ¿Qué mejoras considera prioritarias para lograr una movilidad más eficiente en la isla?

El Hierro parte en desventaja, ya que mientras otras islas cuentan con dos compañías navieras operando, aquí solo existe una. Esto condiciona de forma directa la movilidad y la conectividad de la isla, independientemente de la demanda o de las necesidades reales.

En otras islas como Tenerife, La Palma o La Gomera existen varias alternativas entre operadores y distintos puertos, lo que amplía las opciones de conexión. Sin embargo, en El Hierro no ocurre lo mismo, y no se trata de una crítica a la compañía que opera actualmente, sino de la ausencia de una segunda alternativa que permita equilibrar el sistema. Esa diferencia estructural es la que marca la situación de la isla en términos de conectividad.

“Apostamos por una flota más sostenible, incorporando vehículos híbridos y eléctricos”

Por otro lado, en el caso de TransHierro, el principal problema es la escasez de conductores de guagua, lo que dificulta garantizar el servicio con estabilidad. Además, existe una alta rotación: muchos profesionales que llegan a la isla terminan marchándose a otras como Tenerife o Gran Canaria, donde encuentran otras oportunidades y un ritmo de vida distinto.

Esto complica la operativa, ya que, al ser la única operadora, debemos cubrir 12 rutas regulares, transporte escolar, servicios a cruceros y otros servicios especiales los 365 días del año. A ello se suman intervenciones puntuales o extraordinarias que también debemos atender, lo que incrementa la presión y la complejidad del servicio diario.

Mirando al futuro, ¿cómo imagina la movilidad en El Hierro en los próximos años y qué papel quiere desempeñar TransHierro en ese modelo de transporte más conectado y sostenible?

La aspiración de TransHierro es seguir siendo la compañía de referencia del transporte público en la isla, mejorando el servicio dentro de nuestras posibilidades. El objetivo es avanzar hacia una mayor conectividad, más frecuencias y mejores infraestructuras que permitan un transporte público de mayor calidad.

Uno de los principales retos actuales es la dificultad para contar con personal suficiente que garantice la continuidad del servicio con estabilidad, lo que condiciona la operativa diaria y la capacidad de respuesta ante los distintos compromisos del servicio.





ENTREVISTA

ANTONIO F. AMARO
ADMINISTRADOR ÚNICO
DE HERASA TENERIFE



REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En un escenario donde la cadena logística global continúa tensionada, ¿cómo está afectando esta situación a los flujos de mercancías entre la Península y Canarias gestionados por Herasa Tenerife?

La inestabilidad global ha provocado una notable fluctuación en las tarifas de flete, con incrementos significativos especialmente tras diversas crisis en rutas internacionales. Esta situación impacta indirectamente en la conectividad con Canarias, ya que se comparten infraestructuras y recursos navieros con otras rutas. En este contexto, se estima un sobrecoste aproximado del 25% en unidades refrigeradas y fletes especiales en el trayecto Canarias-Cádiz, así como un incremento cercano al 10% en trayectos interinsulares, conforme a la normativa de costes prevista para 2025.

Teniendo en cuenta sus instalaciones, sistemas de control digitalizado y capacidad logística bajo régimen aduanero, ¿cómo articula el

Grupo Herasa su propuesta de valor para ofrecer eficiencia, seguridad y flexibilidad en la cadena de suministro entre Canarias y la Península, especialmente en momentos de alta demanda?

El Grupo Herasa dispone de una infraestructura compuesta por dos naves en propiedad con una superficie aproximada de 4.200 m² y tres naves adicionales en régimen de alquiler que suman alrededor de 2.000 m². Sobre esta base, articula su propuesta de valor mediante una gestión experta de los trámites aduaneros, agilizando la liquidación del IGIC y el AIEM y evitando retenciones innecesarias.

Asimismo, emplea sistemas de control digitalizados que permiten la generación de documentación adecuada para exportaciones, incluyendo facturación exenta de IVA. La coordinación eficiente entre transporte terrestre, marítimo y aéreo minimiza cuellos de botella, mientras que el uso de herramientas de seguimiento en tiempo real aporta visibilidad durante todo el proceso logístico.

La empresa complementa su servicio con almacenes seguros, capacidad de manipulación especializada, mantenimiento de stocks de alta rotación en Canarias y soluciones flexibles como grupaje o carga completa, adaptándose a las necesidades específicas de cada cliente.

La insularidad de Canarias implica una dependencia total del transporte marítimo. ¿Cómo influye esto en la planificación de la consolidación de cargas y en la optimización del espacio en contenedores?

La condición insular convierte al transporte marítimo en el principal medio para el abastecimiento de bienes, maquinaria y materias primas. Esta dependencia obliga a las empresas a optimizar al máximo la consolidación de

Antonio F. Amaro: “Combinamos gestión aduanera experta, digitalización y flexibilidad para garantizar eficiencia”

cargas y el uso del espacio disponible en los contenedores.

Dado que gran parte del tejido empresarial canario está compuesto por pequeñas y medianas empresas con volúmenes de envío reducidos, la consolidación de mercancías resulta esencial. En este sentido, maximizar cada metro cúbico de carga se convierte en un factor determinante para reducir costes y mejorar la eficiencia logística.

En los últimos años, el crecimiento del comercio electrónico ha cambiado los patrones de distribución. ¿Cómo ha impactado esto en la gestión de grupajes y en la operativa logística de Herasa?

El auge del comercio electrónico ha transformado el modelo logístico tradicional, pasando de grandes volúmenes a envíos más frecuentes y de menor tamaño. Esta evolución ha incrementado la complejidad de la gestión de grupajes, que ahora requiere procesos de desconsolidación mucho más ágiles en las plataformas logísticas.

Como consecuencia, Herasa ha adaptado su operativa para garantizar una distribución capilar rápida y eficiente, ajustándose a las nuevas exigencias del mercado.

Herasa trabaja con sistemas tecnológicos avanzados para la gestión de inventario y aduanas. ¿Cómo está evolucionando la digitalización en la trazabilidad de la mercancía en Canarias?

La digitalización en Canarias avanza hacia una integración tecnológica cada vez más profunda. En la actualidad, los sistemas permiten la presentación telemática directa de los trámites aduaneros ante la Agencia Tributaria, lo que reduce significativamente los tiempos de despacho y minimiza errores derivados de la gestión manual.

Esta evolución resulta especialmente relevante en el contexto del comercio electrónico, donde la rapidez y la precisión son factores clave.

El transporte entre la Península y Canarias depende de una coordinación muy precisa entre múltiples actores. ¿Qué papel juega Herasa como intermediario logístico en esa cadena?

Herasa Tenerife actúa como un operador logístico integral, gestionando todo el proceso puerta a puerta. Esto incluye la organización de la recogida en la Península,

la consolidación de la mercancía, la gestión aduanera tanto en exportación como en importación, y la entrega final al destinatario en Canarias. Su papel como intermediario garantiza la coordinación eficiente entre todos los eslabones de la cadena logística, aportando valor en términos de fiabilidad, control y optimización de tiempos.

“Afrontamos la tensión logística global optimizando cada operación diaria”

Mirando al futuro de la logística insular, ¿qué cambios cree que serán inevitables en el sector y cómo se está preparando Herasa Tenerife para afrontarlos?

El sector logístico en Canarias se encamina hacia una mayor sostenibilidad, impulsada por la transición hacia vehículos eléctricos e híbridos con el objetivo de reducir la huella de carbono. Paralelamente, las empresas están incrementando sus niveles de stock de seguridad para mitigar posibles interrupciones en la cadena de suministro global.

En este contexto, Herasa Tenerife se prepara fortaleciendo sus infraestructuras, ofreciendo soluciones de almacenamiento seguras y adaptando sus servicios a las nuevas exigencias del mercado, con un enfoque en la resiliencia, la eficiencia operativa y la sostenibilidad.



ENTREVISTA

CARLOS ÁLVAREZ
CEO DE SERVILOG

Carlos Álvarez: “Canarias es nuestra base estratégica para conectar Europa y África Occidental”

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

Canarias se posiciona como un puente logístico entre Europa y África. ¿Cómo está contribuyendo Servilog a reforzar ese papel estratégico, especialmente en las conexiones con África Occidental?

Canarias ha desempeñado durante décadas un papel clave como plataforma logística y de abastecimiento para África Occidental, especialmente para los países vecinos. Para Servilog, esta región constituye el eje central sobre el que se sustenta nuestro modelo de negocio y nuestras operativas.

Aportamos soluciones logísticas adaptadas a perfiles muy diversos de clientes, que van desde grandes compañías mineras multinacionales hasta pymes y particulares. No ofrecemos únicamente transporte, sino asesoramiento logístico integral, ajustado a cada operación y al tipo de mercancía.

Nuestro profundo conocimiento del mercado, especialmente en países como Mauritania, Senegal, Gambia, Marruecos o Cabo Verde, nos permite incluso realizar entregas directas en destino, gestionando operaciones completas en estos países. Muy pocas empresas logísticas en España alcanzan este nivel de especialización en un entorno tan complejo como el africano, y ese es uno de nuestros principales valores diferenciales.

Operar en mercados como Mauritania o África Occidental implica importantes desafíos. ¿Qué factores diferenciales permiten a Servilog garantizar eficiencia y fiabilidad en estos entornos?

Existen varios factores clave. El primero es la experiencia personal: he vivido varios años en Mauritania y Senegal, que son nuestros principales mercados de exportación y donde se concentra gran parte de nuestra actividad. Esto me permitió conocer en profundidad tanto las dificultades operativas como el contexto cultural y administrativo de estos países.

Ese conocimiento se tradujo, además, en una red de relaciones personales y profesionales que hoy son clientes o partners estratégicos de Servilog en destino.

El segundo factor fundamental es la confianza en nuestros colaboradores locales. Personas como Ahmedna, Cire o Mohamed, con quienes trabajamos desde hace más de 15 años en países como Mauritania y Senegal, forman parte imprescindible de nuestra operativa diaria. Gracias a ellos podemos planificar y ejecutar las operaciones con mayor eficiencia y seguridad.

Por último, destacaría la capacidad de adaptación. África tiene sus propios tiempos y dinámicas; como solemos decir, allí el tiempo es elástico. Mientras que en Europa muchas decisiones se toman en horas, en algunos países africanos pueden demorarse meses. La paciencia, la perseverancia y la capacidad de adaptación son, sin duda,



virtudes esenciales para operar con éxito en estos mercados.

En un contexto global marcado por tensiones en las cadenas de suministro, ¿cómo ha evolucionado la demanda de servicios logísticos entre Canarias y África en los últimos años?

En los últimos quince años se ha producido un crecimiento muy significativo del sector logístico en varios países de África Occidental, impulsado por fuertes inversiones en infraestructuras portuarias, aeroportuarias y viarias.

Ejemplos claros son el puerto de Tánger Med, en Marruecos, que alcanza cerca de 10 millones de movimientos anuales de TEU; la ampliación del puerto de Nouakchot en Mauritania, con inversión china y una nueva terminal de contenedores de aproximadamente 300 millones de euros; o el futuro puerto de aguas profundas de Senegal, promovido por Dubai Ports, con una capacidad prevista de más de 1,2 millones de TEU anuales.

A esto se suma la implantación de grandes navieras internacionales como MSC, CMA CGM, Maersk, ó Boluda Lines, que han apostado por estos tráficos. Todo ello ha mejorado notablemente la conectividad marítima de Canarias con África Occidental y ha permitido reducir tiempos de tránsito, facilitando así la actividad exportadora de las empresas canarias.

¿Cómo está afectando el actual contexto geopolítico en Oriente Medio y las tensiones internacionales al sector logístico de la región?

Estamos atravesando meses especialmente complejos, con incrementos constantes de costes que dificultan la actividad logística. En los tráficos con África Occidental, por ejemplo, en menos de un mes se han registrado aumentos cercanos a los

500 euros por contenedor de 40 pies solo en concepto de combustible.

A esto se suman otros costes, como la aplicación total de las tasas de emisiones a las mercancías importadas y exportadas hacia la Unión Europea, que pueden añadir hasta 260 euros adicionales por contenedor, dependiendo del destino y la naviera.

“Trabajamos con colaboradores locales de confianza desde hace más de 15 años”

En zonas directamente afectadas por conflictos, los incrementos pueden llegar a situarse entre 10.000 y 15.000 dólares por operación. Estos aumentos impactan inevitablemente en las empresas y se trasladan al consumidor final, alimentando la inflación global. Si estas tensiones se prolongan, podrían producirse cancelaciones de tráficos marítimos y aéreos por falta de rentabilidad.

El crecimiento del comercio internacional exige soluciones más flexibles. ¿Qué papel juega el grupaje en facilitar el acceso a los mercados africanos para las pymes canarias?

Desde nuestros inicios, hace casi diez años, el servicio de grupaje con Mauritania ha sido un pilar fundamental para Servilog. Es una herramienta clave de internacionalización para aquellas empresas y particulares

que no pueden asumir el coste de un contenedor completo.

El grupaje permite enviar mercancías en condiciones más accesibles, reduciendo riesgos y costes. Actualmente ofrecemos este servicio con Mauritania y Cabo Verde. En el pasado también operábamos con Senegal, aunque tuvimos que suspenderlo temporalmente por falta de volumen, con la intención de retomarlo en el futuro.

Además, cada vez es mayor la demanda del servicio de entrega en destino, ya que muchos clientes prefieren delegar la gestión de trámites aduaneros y arancelarios, que suelen ser complejos en estos países.

Mirando al futuro, ¿cómo visualiza Servilog la evolución de los flujos comerciales entre Canarias y África y qué oportunidades pueden surgir para las empresas que apuesten por esta conexión?

En la última década, los flujos comerciales entre Canarias y África han experimentado un descenso progresivo por múltiples factores: el aumento de los costes del transporte marítimo, la pérdida de competitividad de algunos productos canarios frente a mercados como China, Turquía o Arabia Saudí, el cierre de fábricas en las Islas y la desaparición de líneas de carga rodada que sostenían mercados importantes como el de maquinaria y vehículos.

No obstante, África sigue ofreciendo oportunidades para aquellas empresas que estén dispuestas a apostar por proyectos bien estructurados, con conocimiento del mercado y una estrategia a medio y largo plazo. En ese contexto, operadores logísticos especializados y con experiencia en destino, como Servilog, pueden desempeñar un papel clave acompañando a las empresas en su proceso de expansión.

El "must" de  Canarias

LORO PARQUE

ANIMAL EMBASSY



Puerto de la Cruz - Tenerife - loroparque.com

Tiburón gris
(*Carcharhinus plumbeus*)



Disfrutemos
de lo **nuestro**
30 de mayo Día de Canarias





ENTREVISTA

JUAN VALLECILLO
PRESIDENTE DE
VALLECID S.L.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

¿Cómo ha evolucionado la movilidad turística en Canarias en los últimos años y qué papel juegan actualmente las plataformas digitales en la experiencia del viajero?

En los últimos años, la movilidad en Canarias ha empeorado notablemente debido al aumento del tráfico y a la falta de infraestructuras adecuadas para absorber ese crecimiento. Uno de los principales problemas actuales es la congestión en las autopistas, especialmente en los accesos a los aeropuertos norte y sur. Esta situación nos obliga a operar de forma distinta a como lo hacíamos hace unos años, teniendo que prever los servicios con hasta una hora y media adicional para evitar retrasos.

Esto impacta directamente en el cliente, ya que reduce su tiempo de vacaciones. Es una situación incómoda tanto para ellos como para nosotros, porque afecta a la calidad del servicio. Desde mi punto de vista, la solución pasa por mejorar las infraestructuras, como la ampliación de carriles en tramos clave, por ejemplo, entre San Isidro y Adeje.

En cuanto a las plataformas digitales, hoy son fundamentales. El cliente quiere gestionar todo de forma rápida, sencilla y desde su propio dispositivo. La digitalización no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también permite a las empresas optimizar procesos y ofrecer un servicio más eficiente y adaptado a las necesidades actuales.

¿Qué tendencias observa en la demanda de servicios de transporte con conductor, especialmente en el segmento premium?

La tendencia es clara hacia servicios más personalizados, cómodos y de mayor calidad. El cliente que utiliza este tipo de servicio no quiere depender de un taxi ni hacer colas en el aeropuerto, sino un traslado privado, directo y sin esperas, con un alto nivel de atención.

En nuestro caso, contamos con conductores profesionales, uniformados y que hablan el idioma del cliente, algo muy valorado. Además, los vehículos incluyen servicios como Wi-Fi, agua y un entorno cómodo para que el cliente se relaje desde el inicio. No se trata solo de un traslado, sino de ofrecer una experiencia completa.

Este servicio suele ser el primer contacto del turista con la isla, por lo que cuidamos cada detalle. Esa primera impresión es clave y puede influir en la percepción de todo su viaje.

¿Cómo valora la convivencia entre el sector del taxi y las plataformas digitales de movilidad?

Yo creo que la convivencia es totalmente viable y, de hecho, ya se está produciendo de forma bastante equilibrada. Cada tipo de servicio responde a una necesidad distinta y a un perfil de cliente diferente. El taxi sigue siendo fundamental, mientras que las plataformas digitales cubren otras demandas más específicas.

En nuestro caso, además, utilizamos plataformas como Uber para optimizar el uso

Juan Vallecillo: “Cada día nos enfrentamos a la saturación de la movilidad y a la falta de personal”



de la flota. Cuando los vehículos no están operando en servicios de aeropuerto o traslados programados, los activamos en estas plataformas para seguir dando servicio en otras zonas, especialmente en el sur de la isla.

Esto no supone una competencia directa para el taxi, ya que los precios y el tipo de servicio son diferentes. Al contrario, ayuda a mejorar la movilidad y a cubrir momentos en los que la demanda supera la oferta disponible.

En relación con el alquiler de vehículos sin conductor, ¿cómo ha evolucionado la demanda?

El alquiler de vehículos sin conductor sigue siendo una de las opciones preferidas por los turistas que visitan Canarias, principalmente por la libertad que ofrece para recorrer la isla y organizar los desplazamientos con total flexibilidad.

Además, este tipo de movilidad tiene un impacto positivo en la economía local, ya que los visitantes se desplazan a pueblos

pequeños, consumen en restaurantes y realizan compras, generando actividad en zonas menos turísticas.

No obstante, la demanda ha estado muy ligada al crecimiento de la vivienda vacacional, ya que este perfil de cliente suele alquilar coche durante su estancia. Con la nueva normativa, es previsible una reducción tanto de estas viviendas como de la llegada de este tipo de turista.

Esto nos obligará a ajustar nuestras flotas, que habían crecido para responder a esa demanda. En nuestro caso, prevemos reducir el número de vehículos para volver a niveles más equilibrados.

¿Qué impacto está teniendo la digitalización y la competencia internacional en el sector del rent a car?

La digitalización ha cambiado completamente las reglas del juego. Hoy muchas empresas operan a través de plataformas digitales y brokers que les permiten ofrecer

precios muy competitivos, facilitando la entrada de grandes operadores internacionales con modelos de bajo coste y estructuras muy optimizadas.

El problema es que estos precios son, en muchos casos, difíciles de igualar para las empresas locales, especialmente las más pequeñas, ya que no reflejan realmente los costes del servicio.

En nuestro caso, el impacto es menor porque nos dirigimos a un cliente de nivel medio-alto, con una flota más cuidada y una red de oficinas amplia en zonas turísticas. Apostamos por la calidad y el servicio, aunque la presión en el sector es cada vez mayor.

¿Cómo integran sus diferentes líneas de negocio a través de plataformas digitales?

Nuestra estrategia se basa en ofrecer un servicio integral al cliente. A través de nuestra plataforma, el usuario puede gestionar todos los aspectos de su viaje: traslados, alquiler de vehículos, excursiones e incluso alojamiento.

Trabajamos con producto propio, lo que nos permite tener un control total sobre la calidad del servicio y no depender de terceros, garantizando así una experiencia coherente y satisfactoria.

Además, llevamos años apostando por la digitalización, lo que nos ha permitido adelantarnos y consolidar una estructura sólida que hoy nos diferencia en el sector.

Además, ¿qué papel juega la sostenibilidad y la transición hacia el vehículo eléctrico?

La sostenibilidad es un objetivo importante, pero hay que partir de la realidad actual. En estos momentos, Canarias no está preparada para una implantación masiva del vehículo eléctrico en el alquiler sin conductor, ya que no existen suficientes puntos de recarga y los existentes no siempre ofrecen la rapidez necesaria.

Además, la autonomía de estos vehículos todavía no es suficiente para cubrir con tranquilidad los recorridos turísticos habituales, como subir al Teide y regresar sin preocuparse por la batería, lo que genera incertidumbre en el cliente y no favorece una buena experiencia.

Donde sí estamos avanzando es en los servicios con conductor, donde podemos controlar mejor su uso y contamos con infraestructura propia de recarga. Paralelamente, estamos incorporando vehículos híbridos como solución más viable a corto plazo.

Finalmente, ¿cuáles son los principales retos que afronta actualmente el sector?

Los retos son múltiples y complejos. Por un lado, el aumento de los costes, tanto en combustible como en otros aspectos operativos, y por otro, una posible estabilización del crecimiento turístico que obligará a ajustar estructuras.

A esto se suman problemas estructurales en la isla, como la movilidad o la falta de vivienda para los trabajadores, que afectan directamente al sector.

Sin embargo, el principal problema actualmente es la falta de personal. Cada vez es más difícil encontrar trabajadores, especialmente conductores, y el aumento de las bajas laborales está impactando de forma significativa en la operativa diaria.

Esto pone en riesgo la calidad del servicio, ya que sin suficiente personal es complicado mantener los estándares que exige el cliente. Es una situación que requiere atención urgente para garantizar la sostenibilidad del sector.



ENTREVISTA

AINHOA ARISTI
CEO MOBILITY DIVISION EN
DOMINGO ALONSO GROUP

Ainhua Aristi: “Estamos construyendo un ecosistema de movilidad donde el cliente encuentra lo que necesita”

LM.H. | TRIBUNA DE CANARIAS a división de Movilidad de Domingo Alonso Group se ha consolidado como la gran apuesta de la compañía para ofrecer soluciones de transporte flexibles y a medida en Canarias. Actualmente, posee una flota que supera los 8.000 vehículos y está al frente de marcas como AVIS Canarias, Domingo Alonso Renting y Xtravans. Para desgranar los retos y el futuro de este ecosistema, conversamos con Ainhua Aristi, CEO Mobility Division en Domingo Alonso Group.

La división de Movilidad de Domingo Alonso Group está viviendo un momento clave, con crecimiento, transformación y un rebranding importante. ¿Cómo lo describirías?

Estamos en un momento muy bonito y muy desafiante a la vez. La movilidad está cambiando a una velocidad enorme y nosotros queremos liderar este cambio en Canarias. Nuestra división de Movilidad es hoy mucho más que el tradicional alquiler de coches. Integra soluciones muy distintas pero complementarias: el *rent a car* con AVIS Canarias y nuestra solución más innovadora, AVIS Corporate, un servicio de alquiler por horas. También el renting, que ahora evoluciona con un rebranding de myCarflix a Domingo Alonso Renting, y Xtravans, que cubre una necesidad creciente como es la movilidad con furgonetas. En definitiva, lo que estamos construyendo es un ecosistema de movilidad donde el cliente puede encontrar exactamente lo que necesita en cada momento, desde unas horas hasta varios años.

AVIS Canarias es una marca muy consolidada en el sector del rent a car. ¿Cómo está evolucionando el negocio?

Después de casi dos décadas formando parte de Domingo Alonso Group, AVIS Canarias sigue siendo una pieza clave para nosotros. Cerramos el primer trimestre del año con un incremento del 19 % en volumen de alquileres y un 25 % en días de alquiler. Además, la duración media ha subido hasta los siete días, lo que refleja un cambio interesante en el comportamiento del cliente. Y esto tiene aún más valor si lo ponemos en contexto, ya que el turismo extranjero ha crecido solo un 1,8 %. Es decir, estamos ganando cuota de mercado como ya hicimos en 2025.

¿Qué papel juega la innovación dentro de AVIS Canarias?

Es fundamental. Estamos trabajando mucho en modernizar nuestras oficinas para ofrecer una experiencia más ágil y de mayor calidad. Pero, sobre todo, estamos invirtiendo en las personas con formación en tecnología, inteligencia artificial y herramientas que realmente nos ayuden a ser más eficientes. Un ejemplo es la agilización de los procesos de reparación y optimización de flota mediante

una app que nos permitirá valorar los daños de los vehículos.

El cliente está cambiando sus preferencias, desde vehículos automáticos hasta opciones más eficientes. ¿Cómo está adaptando AVIS Canarias su flota a estas nuevas demandas?

Vamos a incorporar más de 200 vehículos automáticos, que es algo que el cliente demanda cada vez más. Asimismo, estamos aumentando el peso de los microhíbridos, apostando por una movilidad más eficiente. También estamos creciendo en categorías como los vehículos de 7 y 9 plazas, y seguimos reforzando la gama premium. Queremos ofrecer variedad y calidad, desde el segmento más básico hasta experiencias más exclusivas.

Además, aprovechamos este momento del año para preparar un evento muy especial para nuestra marca como es la Feria AVIS, que se ha convertido en un evento de referencia en Canarias año tras año y vuelve a celebrarse este 2026. Es una cita muy esperada porque aprovechamos el desflote propio del sector del *rent a car* para ofrecer a los canarios la oportunidad de acceder a vehículos



seminuevos con unos precios de megachollo.

Pasemos al renting: myCarflix evoluciona a Domingo Alonso Renting. ¿Qué hay detrás de este cambio?

Más que un cambio de nombre, es una evolución natural. myCarflix nació con una propuesta muy innovadora y nos ha permitido posicionarnos en el renting de una forma diferente. Ahora damos un paso más: integramos esa propuesta bajo el paraguas de Domingo Alonso Renting para reforzar marca, coherencia y ambición.

Ahora mismo, estamos en un momento clave con este lanzamiento porque queremos trasladar de forma clara la excelencia operativa de Domingo Alonso Group. Venimos de una trayectoria sólida en el sector del renting, con un crecimiento interanual del 18 % en flota viva, y este paso nos permite dar un salto más ambicioso en el mercado. Este crecimiento se apoya en la tecnología y en nuestro compromiso con la sostenibilidad: el 40% de nuestra flota ya está electrificada, con un 26% de vehículos 100% eléctricos.

Xtravans es quizá la marca menos conocida para el gran público, pero con cifras muy interesantes. ¿Qué nos puede contar?

Xtravans es un proyecto apasionante porque responde a una necesidad muy concreta: la movilidad profesional de autónomos, pymes, empresas de logística, etc., que necesitan soluciones flexibles y rápidas. Actualmente, contamos con una flota de 800 unidades y más de 500 vehículos en renting. Pero lo más interesante es nuestro crecimiento: hemos aumentado un 40 % los alquileres diarios en 2025 respecto a 2024, y en el primer trimestre de 2026 ya vamos un 25% por encima del año anterior.

La innovación parece ser una pieza clave en Xtravans. ¿Qué papel juegan las nuevas soluciones digitales?

Son un ejemplo muy claro de hacia dónde va la movilidad. Por ejemplo, tenemos furgonetas de alquiler por horas con apertura desde el móvil en todos los Leroy Merlin de Canarias. Es una solución muy práctica: el cliente reserva, abre el vehículo con el móvil y lo usa solo el tiempo que necesita. Esto conecta con una tendencia muy clara: la inmediatez, la autonomía del cliente y el pago por uso.

Si miramos el conjunto de la división, ¿qué les diferencia frente a otros actores del sector?

Diría que la combinación de tres aspectos: conocimiento local, diversidad de soluciones y capacidad de adaptación. El mercado en España es muy competitivo en todos los segmentos: el *rent a car* está muy ligado al turismo, el renting está en plena expansión y el segmento de vehículos comerciales está creciendo con fuerza. En Canarias, además, tenemos particularidades propias, y ahí nuestra experiencia y arraigo marcan la diferencia.

Para finalizar, ¿cómo imagina la movilidad en los próximos años?

La imagino más flexible, más digital y más sostenible. El cliente va a querer elegir cómo moverse en cada momento, sin ataduras. Y nosotros tenemos que estar ahí, ofreciendo opciones. Creo que el concepto de propiedad seguirá perdiendo peso frente al uso y que la tecnología nos permitirá ser mucho más eficientes y personalizados. Pero hay algo que no cambia: la importancia de las personas. Por mucha tecnología que haya, la diferencia la seguirán marcando los equipos, la cercanía y la capacidad de entender al cliente. Y ahí es donde queremos seguir poniendo el foco.



Eulalia García: “Impulsamos una movilidad más eficiente en Tenerife con soluciones ágiles y sostenibles”



ENTREVISTA

EULALIA GARCÍA
CONSEJERA DE MOVILIDAD
DEL CABILDO DE TENERIFE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En relación con la reciente adjudicación de la conexión del carril bus de la TF-5 con el intercambiador de Santa Cruz, ¿qué plazos maneja el Cabildo para su ejecución y qué impacto concreto se espera en la reducción de tiempos de desplazamiento para los usuarios del transporte público?

En realidad, el carril bus al que se refiere consta de cinco fases, siendo esta la quinta, que presenta una especial complejidad técnica. Actualmente, el carril llega hasta la entrada de Santa Cruz, pero no continúa hasta el intercambiador, que era la idea inicial: conectar el intercambiador de Anchieta con el de Santa Cruz mediante un carril bus que priorice el transporte público.

Esta fase también contempla la entrada por la zona sur con un carril bus directo a Santa Cruz. En ese punto de acceso se registran alrededor de 1.700 expediciones diarias de transporte público, lo que implica un potencial significativo de ahorro en los tiempos de desplazamiento para los usuarios. No obstante, es necesario esperar a la propuesta técnica, ya que lo que se ha licitado es la redacción del proyecto, dado que esta fase aún no contaba con uno.

Se trata de una actuación compleja, que atraviesa zonas como Meridiano o la calle Aurea Díaz Flores. El objetivo final es descongestionar una de las principales entradas a Santa Cruz, donde confluyen grandes superficies comerciales, separando los tráficos para mejorar la fluidez general, no solo priorizando el transporte público.

Respecto al nuevo enlace de la TF-1 que beneficiará a aproximadamente 70.000 conductores, ¿qué criterios técnicos y de planificación han guiado esta actuación y cómo se integrará con el resto de la red viaria insular?

Se trata de una actuación recientemente finalizada que respondía a una demanda histórica, tanto de los empresarios del polígono industrial como de los municipios de Arafo, Güímar y Candelaria. Los beneficios han sido muy

significativos. No solo ha mejorado el acceso al polígono, sino también la circulación en la TF-1 en sentido sur, eliminando las retenciones que anteriormente se producían en ese punto. Era una intervención prioritaria, ya que no podíamos esperar a la ejecución de grandes infraestructuras como los terceros carriles.

Este tipo de actuaciones, que denominamos “pequeñas grandes obras”, permiten soluciones rápidas y eficaces. Con una inversión aproximada de 3 millones de euros, se ha logrado una mejora inmediata en la fluidez del tráfico. Además, se ha desarrollado en colaboración con el Gobierno de Canarias, al tratarse de una vía de su competencia.

La actuación ha consistido en separar los

flujos de tráfico, intervenir en las rotondas existentes, ampliar carriles y crear accesos directos, lo que ha permitido eliminar las retenciones y mejorar incluso por encima de las expectativas iniciales. En el transporte público, se ha logrado una reducción cercana al 30 % en los tiempos de recorrido.

En cuanto a la creación de la comisión técnica de movilidad para espacios naturales como Anaga y el Teide, ¿qué medidas específicas se están valorando para compatibilizar la protección medioambiental con el acceso sostenible de residentes y visitantes?

La protección de los espacios naturales es una prioridad. En el caso de Anaga, además, debemos tener en cuenta a los residentes que viven en el parque rural.

Hemos elaborado un primer borrador de la estrategia de movilidad del parque rural de Anaga, que será sometido a consulta con ayuntamientos y asociaciones vecinales. Las medidas contemplan la mejora de aparcamientos, la implantación de sistemas de lanzaderas y el fomento del transporte colectivo frente al vehículo particular.

El objetivo es ordenar la movilidad para garantizar una experiencia adecuada para los visitantes, sin perjudicar el entorno natural ni a los residentes. Se trata, en esencia, de aplicar medidas de sentido común adaptadas a las características del territorio.

Tenerife ha acogido recientemente el European Light Rail Congress, consolidándose como referente en transporte guiado. ¿Qué oportunidades concretas se abren para la isla en términos de innovación, financiación y expansión del sistema de tranvía?

El desarrollo del transporte guiado es una de nuestras principales apuestas. El proyecto más avanzado es el del Tren del Sur, aunque ha requerido ajustes debido a la remodelación de la terminal del aeropuerto Tenerife Sur.

El trazado inicial no era compatible con el nuevo proyecto aeroportuario, por lo que hemos trabajado durante más de un año para

encontrar una solución viable para ambos. Finalmente, se ha alcanzado un acuerdo que permite compatibilizar ambas infraestructuras. Esto nos permitirá avanzar en la modificación del trazado, solicitar la declaración de impacto ambiental y continuar con la búsqueda de financiación. En este sentido, el reconocimiento de estas infraestructuras como obras de interés general por parte del Estado facilita el acceso a financiación estatal y europea.

En relación con la nueva licitación para ampliar el transporte público gratuito a 12 municipios, ¿qué criterios se han seguido para su selección y cómo se garantizará la sostenibilidad económica de esta medida?

Esta medida forma parte de una estrategia más amplia de impulso al transporte público. Sin embargo, la orografía y la dispersión poblacional dificultan la cobertura mediante servicios convencionales.

Por ello, se ha optado por el transporte a la demanda, mediante vehículos de menor tamaño, que permiten atender desplazamientos esenciales en zonas donde no llega la guagua. La selección de municipios se ha basado en el análisis de la red actual y la identificación de núcleos no cubiertos.

El sistema no cuenta con rutas ni horarios fijos, sino que se adapta a las solicitudes de los usuarios. Aunque su eficiencia dependerá del uso, se considera un servicio esencial para garantizar la movilidad de todos los ciudadanos.

Considerando el conjunto de actuaciones en materia de movilidad que se están desarrollando en la isla, ¿cómo se está abordando la coordinación entre infraestructuras viarias, transporte público y nuevas formas de movilidad sostenible?

La movilidad sostenible requiere un enfoque integral. No basta con grandes infraestructuras, sino que es necesario un conjunto de medidas coordinadas.

Debemos fomentar el cambio de hábitos, reduciendo el uso del vehículo privado, especialmente en trayectos cortos. Es fundamental impulsar el uso compartido del vehículo, ya que actualmente la media es de 1,3 personas por coche, lo cual resulta insostenible.

La colaboración entre administraciones, empresas y ciudadanía es clave. Solo mediante la implicación de todos se podrá avanzar hacia una movilidad más eficiente y sostenible.

Finalmente, ¿cuáles son los principales objetivos estratégicos de su área para el año en materia de movilidad en Tenerife y qué indicadores se utilizarán para medir su cumplimiento?

Actualmente contamos con una gran cantidad de datos que permiten analizar la movilidad, desde aforos hasta información de telefonía móvil sobre origen y destino.

El Plan Insular de Movilidad Sostenible, pendiente de evaluación ambiental, recoge un amplio conjunto de medidas que abarcan infraestructuras, transporte público, movilidad activa y gestión de espacios naturales.

Entre los principales retos se encuentran la extensión del transporte a la demanda, la mejora de conexiones viarias, el impulso de la movilidad compartida y el refuerzo de la gobernanza del sistema. Asimismo, es fundamental promover la concienciación ciudadana y ofrecer alternativas reales al uso del vehículo privado. Solo así se podrá avanzar hacia un modelo de movilidad más sostenible, que contribuya al bienestar, la seguridad y la calidad de vida en la isla.





ENTREVISTA

ZEBENZUY TAIMA
DIRECTOR GENERAL DE
IN SIDE LOGISTICS

Zebenzuy Taima: “Lideramos la transformación de la última milla en Canarias con eficiencia y digitalización”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En un contexto donde el crecimiento del comercio electrónico está tensionando la logística, ¿cómo está transformando la "última milla" en Canarias y qué papel juega In Side Logistics en ese cambio?

En Canarias estamos viviendo una transformación muy relevante de la última milla impulsada por el crecimiento del comercio electrónico y por la necesidad de ganar eficiencia en un entorno fragmentado. En este contexto, desde In Side Logistics estamos liderando este cambio gracias a nuestra dimensión, nuestras estructuras propias y la capacidad de optimizar procesos de extremo a extremo.

Uno de los grandes avances ha sido montar estructuras logísticas de gran capacidad en cada una de las islas. Esto nos permite enviar directamente a cada territorio, cuando antes los flujos estaban centralizados en Tenerife y Gran Canaria, obligando a realizar posteriores reenvíos. Hoy, con infraestructuras propias en todas las islas, eliminamos esos pasos intermedios, ganamos eficiencia operativa, reducimos emisiones de CO₂ y mejoramos significativamente los tiempos de entrega.

Además, todo este modelo está apoyado en una fuerte digitalización, que permite el seguimiento

en tiempo real de los pedidos y una gestión mucho más eficiente de los procesos. A esto se suma la evolución hacia modelos de pedidos multiproducto, que centralizamos en nuestros almacenes para luego distribuirlos de forma optimizada.

También estamos impulsando el comercio interinsular, facilitando que empresas de cualquier isla puedan vender en todo el archipiélago. En este entorno, y especialmente en el segmento de gran volumen, nos hemos consolidado como un operador logístico de referencia, capaz de acompañar el crecimiento del ecommerce en Canarias.

La fragmentación territorial del archipiélago sigue siendo uno de los grandes retos. ¿Qué soluciones innovadoras están aplicando para optimizar la conexión entre islas y con la Península?

El reto de la fragmentación no se resuelve solo con transporte, sino con diseño logístico. Nosotros trabajamos con un enfoque intermodal que combina distintas soluciones según el tipo de mercancía y urgencia, lo que nos permite acortar significativamente los tiempos de tránsito. Pero la clave está en el control de toda la operativa. Al contar con red propia en el archipiélago, podemos ajustar cada fase del proceso sin depender de terceros, lo que mejora la fiabilidad y permite

optimizar cargas, reduciendo tanto costes como impacto ambiental.

La tecnología también juega un papel importante, ya que nos da visibilidad completa de los flujos y nos permite reaccionar rápidamente ante cualquier incidencia. Esa combinación de escala, infraestructura y digitalización es lo que marca la diferencia.

La externalización logística está ganando peso en entornos complejos. ¿Qué factores están impulsando a las empresas canarias a confiar cada vez más en operadores especializados como ustedes?

Principalmente, la complejidad. Gestionar logística en Canarias implica coordinar transporte, almacenamiento, distribución y muchas variables operativas que no forman parte del negocio principal de la mayoría de empresas.

Por eso buscan operadores con capacidad real de gestión integral. En nuestro caso, al ser una compañía de gran tamaño con procesos ya estructurados, podemos absorber esa complejidad sin trasladarla al cliente. También influye mucho la capacidad de respuesta ante incidencias operativas. Nosotros tenemos los recursos y la organización necesarios para garantizar continuidad del servicio. A esto se suma la digitalización, que aporta transparencia y control, algo cada vez más demandado.

Con infraestructuras como sus almacenes en Tenerife y Gran Canaria, ¿cómo influye la capacidad logística en la eficiencia de la distribución y en la reducción de costes para los clientes?

La capacidad logística define hasta dónde puede crecer una empresa. En nuestro caso, disponer de infraestructuras propias en todas las islas nos permite escalar operaciones sin generar cuellos de botella.

Esto tiene un impacto directo en la eficiencia: reducimos tiempos, evitamos duplicidades y optimizamos cada movimiento dentro de la cadena. Además, al gestionar todo el proceso de forma integrada, eliminamos ineficiencias que normalmente encarecen la operativa.

Otro punto clave es la visibilidad. A través de herramientas de control y análisis, monitorizamos constantemente la actividad, lo que nos permite ajustar procesos y mejorar el rendimiento de forma continua. Todo esto, además, contribuye a reducir desplazamientos innecesarios y, por tanto, emisiones.

La digitalización es clave en la gestión logística. ¿Cómo está impactando el control de stock en tiempo real y la trazabilidad en la toma de decisiones y en la experiencia del cliente?

Hoy la logística sin digitalización no es viable, especialmente en entornos de alto volumen. La trazabilidad permite saber exactamente dónde está cada envío en todo momento, lo que aporta tranquilidad al cliente y facilita la gestión interna.

En paralelo, el control de stock en tiempo real es fundamental para evitar errores en la venta, algo especialmente crítico en ecommerce. Sin esa sincronización, sería imposible operar con garantías.

Para nosotros, la tecnología no es solo una herramienta de seguimiento, sino de optimización. Nos permite anticiparnos, ajustar recursos y tomar decisiones basadas en datos, lo que mejora tanto la eficiencia operativa como el impacto ambiental al evitar movimientos innecesarios.

En el actual contexto de sostenibilidad y presión regulatoria, ¿qué medidas están implementando para hacer la logística de última milla más eficiente y respetuosa con el entorno en Canarias?

La sostenibilidad en Canarias tiene un componente muy práctico: optimizar al máximo cada operación. Aunque estamos avanzando en la electrificación de flota, el gran impacto hoy viene de cómo diseñamos las rutas y gestionamos las entregas. Trabajamos con sistemas que nos permiten consolidar cargas y reducir kilómetros recorridos, algo clave en la reducción de CO₂. También utilizamos herramientas de coordinación para minimizar entregas fallidas, que son una de las principales fuentes de ineficiencia.

Además, el hecho de operar con red propia en todas las islas nos permite evitar movimientos innecesarios entre territorios, haciendo la distribución mucho más directa y eficiente.

Mirando al futuro, ¿cómo creen que evolucionará la movilidad de mercancías en el archipiélago y qué papel aspira a desempeñar In Side Logistics en ese nuevo escenario?

Más que cómo va a evolucionar, creemos que la movilidad de mercancías en Canarias debería avanzar hacia un modelo mucho más eficiente y ordenado, especialmente en entornos urbanos.

Actualmente existe una alta fragmentación, con múltiples operadores realizando rutas similares con cargas parciales. Desde nuestro punto de vista, esto debería evolucionar hacia sistemas más coordinados que permitan optimizar el uso de los vehículos, reducir el número de desplazamientos y, en consecuencia, disminuir tanto los costes como las emisiones de CO₂.

En ese sentido, modelos que fomenten una mayor organización de la distribución, como esquemas regulados o colaborativos en determinadas zonas, podrían contribuir a una logística más eficiente y sostenible.

TransHierro



#TransHierroConecta
www.transhierro.com



Conectamos El Hierro a través de las personas y sus paisajes



TRANSPORTE REGULAR



TRANSPORTE ESCOLAR



TAXIS



ALQUILER DE VEHÍCULOS



TRANSPORTE DISCRECIONAL



EXCURSIONES



922 551 175



info@transhierro.com





Elizabeth López: “Impulsamos un transporte discrecional más profesional, digital y sostenible en Canarias”

ENTREVISTA

ELIZABETH LÓPEZ

JEFA DE VENTAS Y LOGÍSTICA Y
VICEPRESIDENTA DE
S.C. LAS PALMAS BUS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Desde su experiencia al frente del área de ventas y servicios, ¿cómo describiría la evolución del sector del transporte discrecional de viajeros en Canarias en los últimos años y qué factores han sido determinantes en ese cambio?

La evolución del sector en los últimos años ha estado marcada, sobre todo, por una mayor profesionalización. Tanto las empresas como los propios clientes son hoy más conscientes de que el transporte es un servicio fundamental para el desarrollo de muchas actividades, ya sea en la llegada de turistas, en los servicios escolares o en cualquier desplazamiento organizado.

Se ha avanzado mucho en organización, planificación y calidad del servicio. Si miramos atrás, quizás era un sector menos estructurado, mientras que ahora trabajamos con protocolos de seguridad más definidos, mayores exigencias normativas y una atención más orientada a la eficiencia y a la confianza del cliente.

En definitiva, el cambio ha venido impulsado por una mayor demanda de profesionalidad, por la necesidad de adaptarse a nuevos

estándares de seguridad y por la importancia creciente que tiene el transporte dentro de la actividad económica y social de Canarias.

Las Palmas Bus opera en segmentos muy diversos, desde traslados de personal de compañías aéreas a servicios turísticos. ¿Cómo influye esta diversificación en la planificación operativa y en la capacidad de adaptación de la empresa ante cambios constantes en la demanda?

La diversificación de servicios exige una planificación muy compleja, ya que cada segmento funciona con necesidades completamente distintas. No tiene nada que ver un servicio escolar, con horarios fijos, que la operativa vinculada a los aeropuertos, donde dependemos de retrasos, adelantos, cancelaciones o cambios de última hora en los vuelos.

En el ámbito aeroportuario, la capacidad de reacción es fundamental. Muchos clientes esperan disponer de una guagua, aunque su vuelo llegue antes de lo previsto, y también hay que responder con rapidez cuando se producen incidencias. Eso obliga a reorganizar vehículos y servicios casi en tiempo real.

A todo ello se suma el tráfico, que cada vez condiciona más la movilidad en la isla, especialmente en la ciudad de Las Palmas y en las principales vías. Sin embargo, el usuario mantiene la misma exigencia de puntualidad, algo lógico, por lo que debemos hacer verdaderos encajes para cumplir con todos los servicios.

Es un sector complejo de gestionar, pero precisamente esa capacidad de adaptación constante es una de nuestras principales fortalezas.



En este año en el que Las Palmas Bus celebra su 50 aniversario, ¿cómo ha evolucionado la empresa desde sus orígenes y qué balance hacen de estas cinco décadas en el sector del transporte discrecional en Canarias?

Las Palmas Bus nació de la unión de 42 socios que, en su momento, trabajaban de forma independiente prestando servicios de transporte discrecional, de manera más informal. Decidieron asociarse para comercializar los servicios de forma conjunta, comenzando con unas 60 guaguas entre todos los socios.

Desde entonces, hemos recorrido un largo camino hasta consolidarnos como empresa en el sector. Se trata de una actividad exigente, con jornadas largas y trabajo en fines de semana, lo que ha hecho que no exista un relevo generacional amplio, ya que no todo el mundo está dispuesto a asumir esas condiciones.

Actualmente somos, en gran parte, la segunda generación de aquellos transportistas que impulsaron la creación de la sociedad Las Palmas Bus. Aun así, contamos con la incorporación de sangre nueva, profesionales jóvenes y motivados, muchos de ellos con formación universitaria, lo que aporta un impulso importante y refuerza el futuro de la empresa con nuevas ideas y mayor profesionalización.

En un contexto marcado por la subida del precio de los carburantes, ¿cómo mantienen en Las Palmas Bus la eficacia y rentabilidad, durante el año, teniendo todos estos inconvenientes en la operativa diaria?

En las últimas semanas hemos sufrido un incremento muy importante, prácticamente del 100%, pasando de alrededor de 0,80 céntimos el litro a 1,66 euros. Esto dificulta enormemente la gestión diaria de la empresa.

Para intentar mantener la eficiencia y la rentabilidad, lo que hacemos es optimizar al máximo los servicios: evitar traslados en vacío, ajustar rutas y procurar que las guaguas vayan lo más llenas posibles, especialmente en puntos como el aeropuerto. También trabajamos la coordinación con los operadores para explicar la situación, aunque en muchos casos existen contratos cerrados con tarifas previamente acordadas.

Aun así, es una realidad compleja que condiciona la operativa diaria y que, si se mantiene en el tiempo, puede poner en riesgo la sostenibilidad del sector si no se revisan las condiciones en los próximos contratos.

En un contexto en el que la sostenibilidad y la eficiencia energética son cada vez más relevantes en el sector del transporte, ¿qué medidas está implementando Las Palmas Bus en materia de renovación de flota y qué respuestas están percibiendo del mercado ante estos avances?

Pues mira, después del COVID hubo un punto de inflexión importante, y a partir de ahí empezamos un proceso de renovación de flota, sustituyendo vehículos por otros más eficientes, principalmente con motores Euro 6, que permiten reducir consumos y emisiones.

Todavía no hemos dado el salto a la movilidad eléctrica, porque en el sector discrecional aún no está suficientemente desarrollada. Actualmente no existen los puntos de recarga necesarios, por ejemplo en infraestructuras clave como el aeropuerto, y además este tipo de vehículos todavía no cubre del todo las necesidades de potencia y autonomía que requiere nuestro servicio. Aun así, ese será el siguiente paso. De momento, la apuesta ha sido clara por modernizar la flota con vehículos más eficientes, que consumen menos y permiten avanzar en sostenibilidad sin comprometer la operativa diaria del servicio.

Mirando hacia el futuro, ¿qué objetivos estratégicos se ha marcado Las Palmas Bus para 2026 y qué papel jugarán la innovación, la digitalización y la mejora de la experiencia del cliente en su hoja de ruta?

Bueno, estamos realizando una inversión importante para mejorar la eficiencia de la empresa en todos los niveles, tanto en la cualificación del personal de oficinas como en la optimización de la operativa diaria. Todo ello acompañado de la renovación progresiva de la flota, que sigue siendo un eje fundamental de nuestra estrategia. En paralelo, estamos avanzando en la digitalización de los procesos. Nuestra operativa de tráfico ya trabaja con sistemas GPS de última generación, hemos incorporado telefonía manos libres en las guaguas y estamos implantando sistemas SOS para reforzar la seguridad ante cualquier incidencia.

Además, hemos eliminado el uso del papel en la gestión diaria: las hojas de ruta ahora se envían directamente a los dispositivos móviles de los conductores, lo que mejora la eficiencia y la comunicación.

En conjunto, estamos evolucionando hacia un modelo más digitalizado, seguro y profesional, con el objetivo de mejorar la gestión interna y la experiencia del cliente.





José Ángel Hernández: “La movilidad sostenible es un objetivo compartido, pero no avanza al ritmo que nos gustaría”



ENTREVISTA

JOSÉ ÁNGEL HERNÁNDEZ
SECRETARIO GENERAL
FET CANARIAS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En un contexto marcado por la inestabilidad internacional, como la reciente escalada del conflicto en Irán, ¿cómo están afectando estas tensiones geopolíticas al día a día del transporte en Canarias y qué medidas consideran prioritarias para mitigar su impacto en el sector?

La única solución real a la actual escalada de precios sería el fin del conflicto bélico en Irán, lo que permitiría al mercado petrolero internacional recuperar la normalidad. Mientras tanto, las únicas herramientas disponibles para mitigar el impacto en el sector son los paquetes de medidas adoptados por el Gobierno de España y el de Canarias, como ya ocurrió en crisis anteriores.

Un ejemplo reciente es la guerra de Ucrania, donde entre 2022 y 2023 fue necesario aprobar hasta tres paquetes consecutivos de medidas debido al aumento continuado del precio de los combustibles. En este contexto, consideramos que la situación actual puede evolucionar de forma similar.

Además, existe un desfase temporal entre el inicio del conflicto y la aplicación efectiva de estas medidas. En el caso de Irán, el conflicto comenzó a finales de marzo, mientras que las medidas estatales empezarán a aplicarse en julio de 2026 y las autonómicas, previsiblemente, entre mayo y junio. Este retraso genera un perjuicio económico que las empresas deben asumir temporalmente.

Si el conflicto se prolonga y los precios del petróleo continúan al alza, no sería descartable la aprobación de un segundo paquete de medidas.

Desde la FET han planteado la necesidad de devoluciones regionales para los transportistas, ¿por qué consideran que las medidas estatales no están siendo suficientes para un territorio ultraperiférico como Canarias?

Creo que ha quedado claro que muchas de las medidas del Gobier-

no central, basadas en el IVA, no tenían efecto en Canarias, donde se aplica el IGIC. Por eso reclamamos una adaptación específica o medidas propias, porque de lo contrario el sector quedaba desprotegido.

Finalmente, se logró una respuesta conjunta. El Estado aprobó una ayuda directa por vehículo, de entre 300 y 1.800 euros, que se abonará a partir de julio, como equivalente al descuento de 20 céntimos por litro que se aplica en la península.

Además, el Gobierno de Canarias ha complementado estas medidas eliminando temporalmente el IGIC del combustible y aumentando la devolución al transporte profesional hasta el 99%, lo que supone unos 7 céntimos adicionales por litro.

El aumento del precio del combustible sigue siendo uno de los principales retos, ¿cómo está condicionando esta situación la viabilidad de las pequeñas y medianas empresas del transporte en las islas?

La subida del combustible afecta directamente a todas las empresas de transporte, desde grandes compañías hasta autónomos, porque el combustible representa cerca del 50% de sus costes. Cuando sube, el impacto es inmediato y muy fuerte.

El problema es que el sector no puede trasladar ese aumento de costes de forma rápida a sus tarifas. En el transporte público, por ejemplo, los contratos requieren procesos largos de revisión, y en mercancías ocurre algo similar, ya que son contratos de larga duración y difíciles de modificar.

Esto genera un desfase que pone en riesgo la viabilidad de las empresas. Las ayudas públicas no eliminan el problema, solo lo amortiguan. Por eso, el sector está intentando ajustar progresivamente sus tarifas conforme sube el precio del combustible, siguiendo las fórmulas oficiales establecidas.

En paralelo, se ha impulsado la gratuidad del transporte público en guaguas, ¿cree que esta medida es sostenible a medio y largo plazo si se mantienen los actuales precios de la gasolina?

En Canarias, el transporte público en guagua está muy condicionado por el bono residente, que en la práctica permite viajar casi gratis. Esto ha provocado un aumento muy importante de pasajeros, superando ya los 150 millones anuales en el conjunto del archipiélago.

“Las medidas del Gobierno central, basadas en el IVA, no tenían efecto en Canarias”

El problema es que, con el fuerte encarecimiento del combustible, el déficit de las empresas también se dispara. Muchas tienen que recurrir a financiación bancaria para cubrir esos costes hasta que la administración compensa el servicio, aunque en algunos casos los cabildos adelantaron parte del dinero.

Además, el crecimiento de la demanda obliga a poner más guaguas en circulación, lo que incrementa aún más el consumo y agrava la situación económica del sector.

Canarias presenta unas particularidades logísticas únicas, tanto por la fragmentación territorial como por la dependencia del exterior, ¿qué retos específicos afronta el transporte de mercancías entre islas y con la península en este momento?

En Canarias no solo influye la dependencia exterior, sino también la doble insularidad. Muchas mercancías llegan primero a islas como Gran Canaria o Tenerife y luego deben redistribuirse al resto, lo que implica un segundo transporte y, por tanto, más costes.

A esto se suma que en islas como La Palma, La Gomera o El Hierro el combustible es históricamente más caro. Por ejemplo, mientras en las islas capitalinas el diésel ronda 1,40 €, en El Hierro puede superar los 1,75 €.

Todo esto encarece la movilidad y repercute directamente en el coste de la vida para los ciudadanos.

En un contexto donde se impulsa la movilidad sostenible, ¿cómo está abordando el sector del transporte profesional en Canarias la transición hacia energías más limpias sin comprometer su competitividad?

La movilidad sostenible es un objetivo compartido, pero no avanza al ritmo que nos gustaría. A nivel legal, ya existe una ley estatal y Canarias prepara la suya, pero ambas tienen un problema clave: no cuentan con financiación específica, lo que limita mucho su aplicación real.

Por parte del sector, si hay voluntad de avanzar hacia energías limpias. El problema es que tecnologías como la electrificación o el hidrógeno aún no están suficientemente desarrolladas para vehículos pesados, por su limitada autonomía, especialmente en un territorio como Canarias.

Aun así, se están dando pasos: ya hay guaguas híbridas y algunas eléctricas, y también se están probando combustibles sintéticos como el HVO, que pueden ser una solución intermedia, aunque todavía tienen un coste elevado.

Mirando al futuro, ¿cuáles son las principales reivindicaciones de la FET Canarias para garantizar un sistema de movilidad eficiente, equilibrado y adaptado a la realidad económica y social del archipiélago?

Para construir un modelo de transporte adecuado en Canarias hay que abordarlo de forma integral. No se trata solo de tráfico o de mover personas, sino de planificar desde el inicio, incorporando el transporte en cualquier desarrollo, como por ejemplo un centro comercial.

También es clave mejorar la coordinación entre administraciones, porque ahora mismo cada una actúa por separado, lo que genera ineficiencias y dificultades para el sector.

Además, hay que apostar por la modernización tecnológica y por el capital humano. Faltan conductores y personal de mantenimiento, y es fundamental formar a profesionales para cubrir esos puestos.

Y, por último, es importante poner en valor el papel de las organizaciones empresariales, que actuamos como interlocutores con la administración y trasladamos propuestas concretas que muchas veces no se tienen suficientemente en cuenta.



Evelyn Alonso: “Santa Cruz impulsa una transformación digital de la movilidad para ordenar el tráfico y la logística urbana”



ENTREVISTA

EVELYN ALONSO
CONCEJALA DE
MOVILIDAD Y
ACCESIBILIDAD DEL
AYUNTAMIENTO DE
SANTA CRUZ DE
TENERIFE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Santa Cruz está apostando por una plataforma inteligente de distribución de mercancías, en un contexto donde la logística urbana es cada vez más compleja. ¿Cómo puede esta herramienta transformar la movilidad en la ciudad?

La logística cada vez es más compleja, cada vez hay más vehículos, seguimos teniendo las mismas vías, no podemos ensanchar las calles ni crear nuevas, y tenemos que regular dentro de nuestras propias vías todos sus usos. Y dentro de esos usos, uno muy im-

portante, porque va directamente relacionado con la economía, es la distribución urbana de mercancías.

¿Qué queremos hacer con esta nueva ordenanza, que además irá acompañada de una app? Regular porque, según el estudio que nos hizo AECOC específicamente para la distribución de mercancías, el 80 % de las zonas de carga y descarga están ocupadas por vehículos privados. ¿Qué ocurre con esto? Que llega un momento en que los transportistas y el pequeño comercio no pueden recibir la mercancía a tiempo ni hacer sus rutas de forma óptima, y se ve perjudicada toda esa cadena, desde el reparto hasta el negocio que necesita ese suministro.

Esto provoca además que se aparque en doble fila, que haya pitidos, congestión, y que tenga que intervenir la policía si está disponible. Con todo esto, lo que queremos es facilitar la labor de la policía y, por supuesto, que las cargas y descargas se respeten en el horario correspondiente para los autónomos que realizan esta distribución.

Por un lado, tendremos la ordenanza que regulará los horarios, y por otro, una app que digitalizará todas estas zonas, permitiendo incluso reservar plazas para que puedan planificar rutas más óptimas, sin tener que dar vueltas o ir de un sitio a otro porque están ocupadas o mal utilizadas. Apostamos por la digitalización y por disponer de información en tiempo real, porque entendemos que así se puede gestionar mejor la movilidad, sin necesidad de recurrir a la restricción, salvo en casos muy concretos.

Santa Cruz es una de las pocas capitales sin zonas azules de aparcamiento. ¿Cómo se gestiona este modelo en términos de rotación y accesibilidad? ¿Se plantea su implantación?

Efectivamente, somos una de las dos capitales de provincia en España, junto con Badajoz, que no han regulado el aparcamiento en superficie. Este sistema, el de la zona azul y verde, existe desde hace más de 40 años y se ha implantado en prácticamente todas las ciudades porque se ha demostrado que funciona.

Nunca se va a dar la situación de tener una plaza por vehículo, eso es imposible, por lo tanto, hay que regular para que todos tengamos derecho a usar el aparcamiento público. La regulación permite la rotación, que es fundamental. Ahora mismo, alguien puede dejar su coche en el centro durante días, lo cual no beneficia ni a residentes, ni al comercio, ni a quienes necesitan hacer gestiones.

Nosotros contamos con un plan director de aparcamientos, elaborado durante más de un año, que identifica las zonas más tensionadas. Es ahí donde queremos empezar a implantar estas zonas. El pequeño comercio lleva mucho tiempo solicitándolo, porque la rotación les beneficia directamente.

Además, la zona verde será gratuita para residentes, priorizando su acceso. Sabemos que cualquier cambio genera incertidumbre, pero la experiencia en otras ciudades demuestra que, una vez implantado, los propios vecinos suelen pedir su ampliación. Ahora estamos trabajando en el borrador de la ordenanza para su aprobación inicial.

La futura Ley de Movilidad Sostenible en Canarias plantea un cambio de paradigma. ¿Cómo se está preparando Santa Cruz para este nuevo escenario?

Siempre he sido muy cautelosa a la hora de posicionarme en contra del vehículo privado. No estoy en contra, porque el transporte público, por mucho que se mejore, no va a llegar a todos los ciudadanos ni cubrir todas las necesidades.

Es cierto que tenemos un problema de congestión, pero cuando hablamos de movilidad sostenible no estamos hablando de ideología ni de ir contra el coche, sino de gestionar una realidad que no se puede sostener tal y como está.

He participado en las mesas convocadas por el Gobierno de Canarias y la intención es fomentar el transporte público y mejorarlo donde sea necesario. En Santa Cruz hacemos una apuesta importante, con 13 millones de euros anuales para el servicio, además de inversiones adicionales.

Hemos anunciado también 20 millones en cuatro años para renovar la flota, apostando por vehículos más sostenibles, y 5 millones para su electrificación. Ya contamos con 11 guaguas eléctricas, aunque por la geografía de la ciudad no todas las rutas permiten este tipo de vehículos, por lo que también apostamos por híbridos. Se trata de ofrecer alternativas, no de imponer restricciones.

En relación con la reorganización de líneas de transporte urbano, ¿qué criterios se han seguido y cómo se mide su impacto?

Principalmente, se basa en las peticiones de los ciudadanos y del propio personal del servicio. Trabajamos con el departamento técnico y con la empresa operadora para analizar cómo adaptar las líneas a la realidad actual de cada barrio.

No modificamos ninguna línea si no existe una necesidad clara. Las ciudades cambian: se abren centros educativos, centros de salud, cambian los hábitos de movilidad... y las líneas deben adaptarse a eso.

También tenemos en cuenta factores como el envejecimiento de la población, zonas con mayor actividad comercial o áreas donde aumenta el uso del transporte público. Es un proceso continuo de ajuste dentro de nuestras posibilidades presupuestarias.

La entrada y salida de Santa Cruz sigue siendo uno de los principales problemas de congestión. ¿Se plantean medidas como restricciones de acceso por tipo de vehículo?

No, no hay nada sobre la mesa en ese sentido. Además, hay que tener en cuenta que las principales vías de acceso dependen también de otras administraciones, por lo que cualquier medida tendría que ser coordinada.

Ahora mismo estamos centrados en mejorar la señalización, tanto estática como dinámica. Queremos ofrecer información en tiempo real sobre aparcamientos disponibles mediante paneles y aplicaciones, de forma que los conductores puedan dirigirse directamente a su destino sin dar vueltas innecesarias.

Muchas veces la congestión no solo se debe al volumen de tráfico, sino a la falta de información. Por eso apostamos por la digitalización como herramienta clave para mejorar la movilidad.

“El 80 % de las zonas de carga y descarga están ocupadas por vehículos privados y necesitamos regular su uso”

Para finalizar, ¿qué proyectos o prioridades destacaría de cara a 2026 en materia de movilidad?

Tenemos varios proyectos importantes. Uno de los más innovadores, un proyecto que es pionero en Europa, es la digitalización de una zona concreta de la ciudad mediante un gemelo digital, que permitirá gestionar el tráfico en tiempo real.

Un gemelo digital es una réplica virtual de la red de tráfico de una ciudad que se actualiza de forma constante con datos en tiempo real procedentes de sensores, cámaras o sistemas de geolocalización. Esta herramienta permite al Ayuntamiento monitorizar en cada momento la circulación, detectar incidencias como atascos, ajustar la gestión semafórica de manera dinámica y anticipar posibles problemas derivados de factores como la meteorología o eventos.

Además, posibilita simular decisiones antes de aplicarlas en el entorno real, lo que lo convierte en un sistema clave para optimizar la movilidad urbana con mayor eficacia y precisión.



ENTREVISTA

CATHAYSA SANTANA
DIRECTORA DE MARKETING
DE CANARYFLY

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La aerolínea ha reforzado su compromiso con la formación y el talento canario a través de la colaboración con la ULPGC. ¿Cómo ayuda esta iniciativa a mejorar la innovación y la competitividad en la movilidad aérea en Canarias?

Colaborar con la ULPGC ha sido una experiencia muy satisfactoria para la compañía y nos ha permitido contar con un proyecto estratégico elaborado por el alumnado del Máster de Marketing y Comercio Internacional de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo. Con esta iniciativa no solo apoyamos la formación acercando la empresa a las aulas, sino que contribuimos a que el alumnado adquiera experiencia real, en este caso centrada en el análisis del posicionamiento de marca y la imagen de Canaryfly en el mercado.

Los resultados obtenidos de la investigación nos han sido de gran ayuda para identificar puntos de mejora que podemos aplicar en nuestra gestión diaria, siempre pensando en nuestros pasajeros y pasajeras.

Bajo su dirección, Canaryfly ha sido reconocida en los Premios Agripina 2025 por su creatividad publicitaria. ¿Qué papel juega la comunicación y el marketing en la percepción de la aerolínea como opción de movilidad confiable y atractiva?

Recibir un premio de estas características es un orgullo inmenso para todo el equipo de Canaryfly. En un sector como el del transporte aéreo de pasajeros, la comunicación es fundamental para transmitir seguridad y confianza a las personas que día a día eligen a Canaryfly para sus desplazamientos entre islas. Siempre hemos querido ser una compañía cercana, con la que se sientan identificadas las personas que residen en las islas. Nuestra comunicación, basada en el humor, nos permite transmitir nuestros valores de una manera divertida y sencilla, siendo reconocibles por el gran público.

La campaña 'Tu apoyo, su sonrisa' ha recaudado fondos para familias con patologías infantiles. ¿Cómo integran las acciones sociales y de responsabilidad corporativa en la estrategia de movilidad y cercanía con los pasajeros?

Este año llevamos a cabo la segunda edición de la venta solidaria, motivados especialmente por la gran acogida que tuvo en 2025 por parte de los niños y niñas y sus familias. Vimos cómo disfrutaron y lo bien que se lo pasaron los niños y niñas que tristemente están sufriendo patologías como el cáncer infantil y cómo estos momentos de desconexión y reencuentro familiar les dieron un soplo de aire fresco. Por eso, no dudamos en repetir la iniciativa este año para ofrecerles nuevamente estos momentos de respiro y diversión.



Cathaysa Santana: "Impulsamos innovación, talento y cercanía en la movilidad aérea canaria"

La campaña solidaria 'Tu apoyo, su sonrisa' se ha convertido en una parte fundamental de nuestra estrategia porque no solo nos permite llevar a cabo una labor necesaria, sino que implica a todos nuestros clientes, haciendo que se sientan parte de algo importante y que comprendan que Canaryfly es una compañía que está en contacto directo con los problemas y las necesidades de la sociedad canaria.

Canaryfly ha incorporado nuevos productos a su oferta a bordo, incluyendo la venta de ron Arehucas desde 5 euros. ¿Cómo estas iniciativas mejoran la experiencia del pasajero y fomentan el uso frecuente de los vuelos entre islas?

Como bien sabemos, somos un territorio fragmentado y volar entre islas es un gesto prácticamente cotidiano para muchas personas. Con el servicio de venta a bordo ofrecemos una gran variedad de snacks y

bebidas a unos precios muy competitivos para ofrecer a nuestros pasajeros y pasajeras la mejor experiencia a bordo. Queremos que los momentos que pasen las personas dentro de nuestros aviones puedan ser ratos de desconexión, en lugar de una simple espera para llegar al destino.

Por ejemplo, la reciente incorporación de ron Arehucas ha tenido una gran acogida por parte del pasaje. Además, se complementa con snacks salados como papas Munchitos y Lays, frutos secos, refrescos como Coca Cola normal o Zero y agua de Firgas, entre otros productos. Queremos ofrecer una experiencia a bordo lo más completa posible y que puedan disfrutar del trayecto tanto como van a disfrutar en el destino.

La aerolínea se enfoca en un modelo low cost eficiente. ¿Qué estrategias están implementando para garantizar que la movilidad interinsular siga siendo accesible, ágil y competitiva?

En Canaryfly aplicamos una política de precios que facilita que muchas personas, especialmente aquellas más sensibles al coste del transporte, puedan viajar entre las Islas Canarias con más frecuencia, ya sea para visitar a sus familiares, por motivos laborales o, simplemente, para hacer turismo interinsular.

"La colaboración con la ULPGC nos aporta mejoras reales y acerca la empresa al talento universitario"

Hemos establecido una estrategia comercial y de marketing que está perfectamente definida, permitiéndonos ofrecer trayectos desde tan solo 5 euros, con descuento de residente canario (tasas y cargos de gestión no incluidos), para aquellos pasajeros que reserven su vuelo con más de un mes de antelación. Una cifra que es el eje de nuestras campañas publicitarias y de nuestra estrategia como compañía.

Mirando al futuro, ¿qué innovaciones tecnológicas o mejoras en servicios y conectividad planea Canaryfly para consolidar su liderazgo en la movilidad aérea del archipiélago?

En Canaryfly siempre estamos evaluando nuevas oportunidades para seguir creciendo y ofreciendo un mejor servicio. En primer lugar, estamos trabajando para incrementar nuestra flota, lo que nos permitiría ampliar nuestra oferta de vuelos, teniendo un impacto positivo para la comodidad de nuestros pasajeros y pasajeras. Además, otro de nuestros retos actuales es ir integrando progresivamente la inteligencia artificial en los distintos procesos de la compañía, especialmente para automatizar tareas, optimizar procedimientos, reducir tiempos de análisis y, en general, operar de forma más eficiente y segura dentro del sector aéreo, donde la innovación tecnológica es cada vez más determinante.





MARKETPLACE
Canarias Destino



Tus experiencias turísticas, listas para vender online.

Turismo de Islas Canarias pone en marcha el **Programa de Aceleración** diseñado para promover la **comercialización online** de las empresas de actividades turísticas canarias. **Impulsa tus ventas en los canales online.**

Inscríbete ahora y consigue gratis una de las 240 licencias de motor de reservas que ofrecemos.



Inscríbete aquí



Teodoro Claret: “La clave de la movilidad en Gran Canaria es la planificación”



ENTREVISTA

TEODORO CLARET
CONSEJERO DE
PRESIDENCIA Y
MOVILIDAD SOSTENIBLE
DEL CABILDO DE
GRAN CANARIA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Usted ha señalado que el tren de Gran Canaria “no es comparable a la MetroGuagua” y que gran parte del trazado sería subterráneo. ¿Cree que aún existe una falta de comprensión pública sobre el proyecto y cómo se está abordando esa percepción?

Existe bastante desconocimiento sobre el tren de Gran Canaria, ya que muchas personas lo comparan con la MetroGuagua, cuando en realidad son proyectos muy diferentes. La MetroGuagua es un autobús que circula en superficie, aunque con prioridad en cruces, mientras que el tren cuenta con una infraestructura propia, independiente del tráfico.

Además, gran parte de su trazado será subterráneo —alrededor del 60-70%—, especialmente en Las Palmas de Gran Canaria, lo que evita cualquier interferencia con el tráfico rodado. Solo en algunos tramos puntuales, como en zonas de Telde o hacia el sur, discurrirá en superficie.

Otro aspecto clave es que las estaciones funcionarán como intercambiadores, con aparcamientos disuasorios que permitirán a los usuarios dejar su vehículo y continuar el trayecto en tren, guagua o taxi.

En definitiva, el tren no competirá con el tráfico urbano ni lo afectará: es un sistema de transporte completamente independiente, más rápido y eficiente.

No queríamos dejar de preguntarle por la situación de los VTC. En medio de la actual batalla judicial por las licencias, ¿qué papel está desempeñando el Cabildo y en qué punto se encuentran ante los posibles conflictos que se prevén?

Por un lado, hay grandes empresas como Uber o Cabify que quieren entrar en el mercado canario. Es importante aclarar que las VTC sí están permitidas, pero existe un límite legal: una licencia por cada

30 taxis. En Gran Canaria, ese tope ya se ha alcanzado e incluso superado ligeramente, con algo más de cien licencias en funcionamiento.

El problema es que estas compañías no quieren operar con las licencias existentes, sino obtener muchas más, lo que incumpliría la ley y pondría en riesgo al sector del taxi. Sin embargo, podrían empezar a trabajar perfectamente si llegan a acuerdos con los actuales titulares de licencias o incluso con taxistas.

Además, detrás de esta presión hay un interés económico: forzar solicitudes masivas de licencias para, en caso de rechazo, reclamar indemnizaciones. No obstante, esas reclamaciones son difíciles de sostener, ya que no existe inversión real ni derechos consolidados.

En definitiva, pueden operar en Canarias, pero respetando las reglas actuales y sin alterar el equilibrio del sector.

En relación con el Plan de Movilidad Insular Sostenible, ¿en qué fase de tramitación administrativa y desarrollo técnico se encuentra actualmente, y qué nuevas líneas estratégicas o medidas concretas incorpora respecto a versiones anteriores?

El Plan de Movilidad Insular de Gran Canaria es el primero que se ha elaborado con un enfoque riguroso, planificado y participativo. Actualmente se encuentra en su segunda fase, tras un proceso inicial de exposición pública en el que se recogieron aportaciones de administraciones, sectores económicos y ciudadanía.

Ahora se están desarrollando mesas técnicas de trabajo con actores clave —como ayuntamientos, AENA, autoridad portuaria o la DGT— para avanzar hacia un documento consensuado.



Existe bastante desconocimiento sobre el tren de Gran Canaria

Se trata de un plan ambicioso que aborda soluciones integrales: mejora de la conectividad entre municipios, accesos a zonas turísticas e industriales, reducción de la congestión en vías principales y fomento del transporte público frente al vehículo privado.

Además, incorpora un claro enfoque sostenible, apostando por medios como la guagua, el taxi, el futuro tren y la progresiva electrificación del transporte.

¿Qué medidas concretas está impulsando el área de Movilidad Sostenible para reducir la congestión en los principales corredores viarios de Gran Canaria y mejorar los tiempos de desplazamiento diarios?

Lo primero es partir de un diagnóstico claro: Gran Canaria tiene una de las mayores tasas de vehículo privado de Europa, con más de 800 coches por cada 1.000 habitantes. Esto explica en gran medida los problemas actuales de movilidad.

Desde el área de Movilidad no gestionamos las carreteras, sino que planificamos el transporte público: guaguas, taxi y el futuro tren. La gestión viaria corresponde a Obras Públicas y a la Dirección General de Tráfico.

Aun así, trabajamos de forma coordinada en medidas concretas, como la ampliación de carriles en tramos clave, la mejora en la retirada rápida de vehículos averiados o accidentados y la planificación de accesos para reducir la congestión en horas punta.

En paralelo, apostamos por cambiar hábitos de movilidad, fomentando el uso del transporte público y distribuyendo mejor los horarios en ámbitos como el educativo.

¿Cómo está trabajando el área de Movilidad Sostenible del Cabildo de Gran Canaria para mejorar la conectividad de los aeropuertos y puertos de la isla con el resto del territorio, y qué medidas se están impulsando para facilitar una movilidad más eficiente y sostenible en estos nodos estratégicos?

Los puertos y aeropuertos son lo que denominamos áreas sensibles, con una planificación específica y regulada. No dependen solo del Cabildo, sino también de los ayuntamientos implicados, ya que requieren una gestión coordinada de accesos y servicios.

En estos espacios se organiza tanto el uso del vehículo privado como el transporte público, especialmente guaguas y taxis, permitiendo además la operativa regulada de taxis de otros municipios mediante servicios previamente contratados.

El objetivo es garantizar una movilidad eficiente, con buenas conexiones, aparcamientos disuasorios y accesos bien dimensionados, especialmente entre la capital y las zonas turísticas.

En definitiva, es un trabajo conjunto entre administraciones para asegurar la conectividad y el buen funcionamiento de estos puntos clave.

De cara a los retos de 2026, ¿cuál será el principal desafío en movilidad y qué decisiones clave deberán tomarse a corto plazo?

La clave de la movilidad en Gran Canaria es la planificación. No hay una única solución: ni el tren, ni más carriles por sí solos resolverán el problema, sino un conjunto de medidas coordinadas.

Un ejemplo es la gratuidad de la guagua, que ha supuesto un gran esfuerzo del Cabildo, con 40 millones de euros, y ha permitido superar los 100 millones de viajeros al año. Esto demuestra que apostar por el transporte público funciona.

Nuestra estrategia pasa por reforzar guaguas y taxi, crear aparcamientos disuasorios, mejorar la gestión del tráfico y planificar infraestructuras como el tren o las áreas sensibles en puertos y aeropuertos.

En definitiva, se trata de combinar soluciones, corregir lo necesario y apostar por un modelo de movilidad más eficiente y sostenible.



ENTREVISTA

ADOLFO GONZÁLEZ
ALCALDE DEL
AYUNTAMIENTO DE
LOS REALEJOS

Adolfo González: “Recarga Realejos” está siendo todo un éxito”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Tras un hito importante como la llegada por primera vez de la guagua de TITSA a la Romántica II, ¿qué otras conexiones o barrios considera prioritarios para seguir ampliando la cobertura del transporte público en Los Realejos?

La llegada de una línea de Titsa a Romántica 2 es el resultado de varios años de negociación, ya que cualquier modificación del transporte público implica ajustes no solo en Los Realejos, sino también en otros puntos donde opera la línea.

Gracias al trabajo realizado y a la implicación de los vecinos y vecinas, se ha logrado finalmente conectar este barrio al servicio público.

Además, el municipio cuenta con dos proyectos clave de conexión interna. Por un lado, la línea interurbana 330, financiada íntegramente por el Ayuntamiento, que conecta distintos barrios mediante un circuito interior. Por otro, el servicio de taxi compartido, pionero y con más de 20 años de funcionamiento, que enlaza las zonas más periféricas con esta línea y, a su vez, con el resto de la red de Titsa.

Teniendo en cuenta la apuesta municipal por modernizar el transporte público, especialmente con la inversión de 535.000 euros en la renovación de las guaguas de la línea urbana 330, ¿qué objetivos concretos persigue el Ayuntamiento con esta actuación y qué mejoras espera percibir la ciudadanía?

El servicio ordinario de Titsa no cubre todos los barrios de Los Realejos. Se trata de un municipio muy disperso, dividido en seis distritos y múltiples núcleos poblacionales, que abarcan desde la zona costera hasta áreas próximas al monte.

Esta realidad territorial hace que, sin iniciativas municipales como el taxi compartido y la línea 330, sería muy difícil garantizar la movilidad de los vecinos y vecinas.

Desde el Ayuntamiento realizamos una inversión anual importante, no solo para financiar al 100% la línea 330, sino también para mejorar el servicio. En el último año hemos destinado alrededor de medio millón de euros a la adquisición de dos nuevas guaguas adaptadas para personas con discapacidad, con el objetivo de renovar y modernizar la flota.

En el marco de la transición hacia una movilidad más sostenible, Los Realejos ha incorporado 20 puntos de recarga para vehículos eléctricos, ¿qué papel considera que juega esta infraestructura en el impulso del vehículo eléctrico y en la estrategia energética del municipio?

‘Recarga Realejos’, está siendo todo un éxito.

Actualmente contamos con 10 estaciones de recarga para vehículos eléctricos y 20 puntos de recarga rápida distribuidos por los distintos distritos del municipio. Además, el sistema funciona a través de un aplicativo tecnológico de última generación.

Se trata de un servicio que está teniendo una gran acogida, como demuestra el volumen de recargas registradas. Era una demanda no solo de la ciudadanía de Los Realejos, sino también de los visitantes.

De hecho, muchos turistas que visitan el Valle de La Orotava utilizan estos puntos de recarga y encuentran en Los Realejos una red amplia y accesible. Sin duda, se trata de una infraestructura que aporta un valor añadido al municipio y que impulsa la movilidad sostenible y el compromiso con las políticas medioambientales de cero emisiones.

En el ámbito de la movilidad estacional, este verano la iniciativa ‘Al Socorro’ en guagua o taxi ha buscado facilitar los desplazamientos en fechas clave, ¿qué valoración hace de

esta experiencia y qué potencial tiene para repetirse o ampliarse en otros eventos?

En verano se pone en marcha un servicio especial de guagua directa a la playa del Socorro.

Se trata de una playa situada en un paraje natural protegido, con una disponibilidad limitada de aparcamientos debido a su orografía, lo que hace necesario reforzar alternativas de movilidad. Este servicio tiene una alta demanda, ya que es utilizado tanto por vecinos de Los Realejos como por personas de otros municipios de la isla.

Además, existe la iniciativa del taxi compartido hacia el Socorro, en la que los usuarios pueden desplazarse desde las paradas habituales compartiendo el trayecto entre cuatro personas, lo que permite acceder a la playa de forma más económica y sostenible.

Por otro lado, en eventos de gran afluencia como la Fiesta de los Vinos de Tenerife, que se celebra en septiembre, también se habilitan guaguas lanzaderas para evitar el colapso del tráfico en la zona de la costa.

En lo que respecta a la gestión del estacionamiento en el municipio, la Zona Azul con control automático ha entrado en funcionamiento este 1 de octubre, ¿qué objetivos se persiguen con esta medida y cómo espera el Ayuntamiento que influya en la rotación de vehículos y en la actividad comercial?

La zona azul de Los Realejos es un sistema gratuito que limita el



estacionamiento a una hora en determinadas áreas de las cinco zonas comerciales del municipio. Su objetivo es favorecer la rotación de vehículos, evitando que las plazas queden ocupadas de forma permanente y facilitando así el acceso de los clientes a los comercios.

Es un modelo que lleva muchos años en funcionamiento en el municipio y que se ha ido adaptando y ampliando, especialmente en las zonas comerciales. Recientemente hemos incorporado un nuevo sistema de control automatizado e informatizado, que permite un seguimiento más eficaz y ágil del tiempo de estacionamiento, garantizando además el correcto uso de esta limitación de una hora, que, cabe recordar, es completamente gratuita.

En cuanto a las infraestructuras viarias, la rehabilitación de la TF-333 entre La Gañanía y Realejo Alto y de la TF-342 desde la Calle El Medio al Mirador de El Lance suponen una mejora importante, ¿qué impacto espera el Ayuntamiento que tengan estas actuaciones en la seguridad y fluidez del tráfico?

Estas dos vías son carreteras insulares, por lo que son titularidad del Cabildo de Tenerife. Desde el Ayuntamiento hemos solicitado su rehabilitación, dado que presentan un importante estado de deterioro.

En una reunión reciente con el consejero de Carreteras, Dámaso Arteaga, se nos informó de que ambos proyectos ya están redactados y que únicamente quedan pendientes algunos informes sectoriales del Consejo Insular de Aguas. Según lo previsto, las obras podrían salir a licitación a finales de 2026.

Por nuestra parte, esperamos que a finales de 2026 pueda iniciarse la ejecución de la primera de las actuaciones, la de la vía entre La Gañanía a Realejo Alto, y que durante 2027 se acometa también la mejora de la carretera de El Alto. En ambos casos, se trata de actuaciones necesarias debido al evidente deterioro del firme.

Finalmente, mirando al futuro inmediato, ¿cuáles serán los principales retos del Ayuntamiento de Los Realejos en materia de movilidad de cara a 2026, especialmente en términos de sostenibilidad, digitalización y mejora de la conectividad interna?

En materia de movilidad estamos trabajando en varias líneas. La primera es la creación de una estación preferente de guaguas en la entrada del municipio, en la zona de Los Barros, que funcionará como intercambiador con mejores servicios para los usuarios, como más zonas de espera y aseos públicos. Actualmente estamos pendientes de la cesión de los terrenos para poder ejecutar el proyecto junto al Cabildo de Tenerife.

En segundo lugar, el Plan General de Ordenación Urbana contempla nuevas conexiones con la TF-5, destacando dos actuaciones clave: un enlace entre La Higuera y el polígono de La Gañanía, y otro en la zona de Los Barros, que mejorará la entrada al municipio y sustituirá antiguos accesos.

Por último, mantenemos una colaboración continua con las dos asociaciones de taxi del municipio, con reuniones periódicas y campañas conjuntas, además de apoyos para la renovación de vehículos adaptados y otras mejoras del servicio.





Antolín Goya: “Aseguramos la conectividad del archipiélago en un contexto global cada vez más complejo”

ENTREVISTA

ANTOLÍN GOYA
COORDINADOR GENERAL
DEL SINDICATO
COORDINADORA,
CONFEDERACIÓN
SINDICAL EN LOS
PUERTOS ESPAÑOLES

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En un territorio como Canarias, donde los puertos son nodos esenciales de conexión, ¿cómo valora el papel de la sanidad exterior dentro del sistema de movilidad y su impacto en la seguridad del transporte marítimo?

En un territorio como Canarias, donde la conectividad depende en gran medida del transporte marítimo, la sanidad exterior cumple una función esencial como parte del control y la garantía del buen funcionamiento del sistema. Su papel es asegurar que el tráfico de buques, mercancías y personas se realice conforme a los estándares establecidos, sin comprometer la operativa portuaria.

Más allá del control en sí, lo importante es que actúe de forma ágil y coordinada con el resto de servicios, evitando cuellos de botella que puedan afectar a la cadena logística. Cuando funciona de manera eficiente, no solo refuerza la seguridad del transporte marítimo, sino también la fiabilidad del puerto como nodo estratégico en rutas internacionales, algo clave en un entorno como el canario.

Los puertos no solo mueven mercancías, sino que también garantizan el abastecimiento del archipiélago. ¿Qué retos actuales afronta el sector portuario en Canarias para asegurar esa continuidad en un contexto global incierto?

El principal reto es garantizar el abastecimiento en un contexto global cada vez más inestable, donde cualquier alteración externa impacta directamente en Canarias.

Hablamos de tensiones geopolíticas, incremento de costes, cambios en las rutas o problemas en la cadena logística que pueden afectar a los tiempos y a la regularidad del suministro.

Ante esto, los puertos tienen que ser más ágiles y resilientes. No solo se trata de infraestructuras, sino de mejorar la planificación, la coordinación entre todos los actores y la capacidad de anticiparse a los problemas. En un territorio insular como este, donde no hay alternativa real al transporte marítimo, asegurar esa continuidad no es solo un reto logístico, es una necesidad estratégica.

En relación con iniciativas como los “Diálogos Comunidad Portuaria”, ¿hasta qué punto el debate y la formación continua están influyendo en la modernización y eficiencia del sistema portuario?

El debate y la formación continua son hoy herramientas fundamentales para la evolución del sistema portuario. Espacios como los “Diálogos Comunidad Portuaria” permiten compartir experiencias, alinear criterios y anticipar retos. La modernización no es solo tecnológica, también es cultural, todo pasa por entender mejor el entorno en el que operamos y por generar una visión común entre todos los actores implicados.

Además, mantener este tipo de iniciativas de forma continua contribuye a acercar el puerto a la sociedad, haciendo más comprensible su funcionamiento, sus dinámicas y su importancia estratégica. También permite que la ciudadanía entienda mejor las preocupaciones y desafíos del sector, desde la operativa diaria hasta los cambios estructurales que afronta. De este modo, cuando se adoptan decisiones, existe un mayor grado de comprensión sobre sus motivos y su impacto, reforzando la transparencia y la confianza en todo el sistema portuario.

La movilidad marítima está cada vez más ligada a la sostenibilidad. ¿Qué cambios considera necesarios para que los puertos canarios avancen



hacia un modelo más respetuoso con el medio ambiente?

El avance hacia un modelo más sostenible es ya una necesidad, no una opción. Esto implica inversiones en energías limpias, la electrificación de muelles, la optimización de rutas y una mayor eficiencia operativa para reducir emisiones. También es clave adaptar los procesos logísticos y apostar por la innovación tecnológica.

Pero este avance hacia la sostenibilidad también debe analizarse con realismo. Medidas como el Sistema de Comercio de Emisiones de la Unión Europea (ETS), aun partiendo de un objetivo legítimo, están generando importantes distorsiones en el sector portuario. Tanto desde el ámbito sindical como empresarial, organizaciones como Coordinadora se han alertado de que su aplicación actual está provocando encarecimiento de la cadena logística, desvío de tráfico hacia puertos no comunitarios y una pérdida directa de actividad y empleo. Se trata, por tanto, de una regulación que, tal y como está planteada, penaliza la competitividad de los puertos europeos sin garantizar una reducción real de emisiones a escala global, ya que favorece la llamada “fuga de carbono”. Por ello, es necesario avanzar en sostenibilidad, sí, pero sin olvidar que ninguna medida puede situarse por encima del mantenimiento del tejido productivo y del empleo, especialmente en territorios estratégicos y dependientes del transporte marítimo como Canarias.

La prevención de riesgos laborales es clave en el ámbito portuario. ¿Cómo se está adaptando el sector a las nuevas exigencias en materia de seguridad sin perder competitividad?

La seguridad siempre ha sido un pilar fundamental en el sector portuario, que de por sí es una ac-

tividad con riesgos importantes. Por eso, la adaptación es constante. Ante nuevas situaciones o cambios en los procesos, se analizan los riesgos que pueden surgir, se evalúan y se proponen medidas preventivas a través de los profesionales especializados en prevención.

“Trabajamos por unos puertos más ágiles y resilientes ante un entorno inestable”

Desde el ámbito de los trabajadores, y especialmente desde Coordinadora, somos conscientes de esa peligrosidad y valoramos positivamente todas las medidas que contribuyen a mejorar la seguridad. Además, la relación entre delegados de prevención y empresas es continua, lo que permite una actualización permanente de los protocolos.

De hecho, seguridad y competitividad no son conceptos opuestos: un entorno de trabajo seguro reduce incidencias, mejora la operativa y refuerza la competitividad del sistema portuario.

En un contexto de digitalización y nuevas tecnologías, ¿cómo está evolucionando el trabajo portuario y qué impacto tiene esto en la movilidad de mercancías y en los tiempos logísticos?

El trabajo portuario está experimentando una transformación profunda, pero no puede analizarse de forma aislada, ya que la digitalización y las nuevas tecnologías están impactando de manera transversal

a todos los sectores productivos que se ven influenciados por estos avances. Por un lado, la digitalización permite optimizar procesos, mejorar la trazabilidad y reducir tiempos logísticos, lo que repercute directamente en la eficiencia del sistema. Sin embargo, este avance debe ir acompañado de formación y adaptación de los profesionales, porque la tecnología no sustituye al trabajador, sino que redefine su papel dentro de la cadena logística.

Desde esta perspectiva, se hace un llamamiento a las administraciones y al Gobierno para que se realice un análisis riguroso de la situación y de las medidas necesarias para gestionar esta transformación. En muchas ocasiones este progreso deja en un segundo plano al trabajador, con efectos como la reducción de cotizaciones y la posible pérdida de empleo. Por ello, resulta fundamental que la transición tecnológica se acompañe de políticas que equilibren innovación y protección laboral, garantizando que el desarrollo del sector no se produzca a costa de quienes lo hacen posible.

Mirando al futuro, ¿qué papel cree que jugarán los puertos canarios dentro de las rutas internacionales y cómo deben prepararse para seguir siendo estratégicos en la movilidad global?

Los puertos canarios tienen una posición geoestratégica privilegiada entre Europa, África y América, lo que les otorga un papel clave en las rutas internacionales. Para mantener y reforzar esa posición, es fundamental apostar por la modernización, la sostenibilidad y la cualificación del capital humano, donde Coordinadora seguirá siendo un actor clave en la defensa y desarrollo del empleo portuario. El futuro pasa por ser puertos más conectados, más eficientes y capaces de adaptarse rápidamente a los cambios del entorno global.



de transporte público insular, que además se abastecen de un sistema de autoconsumo, lo que implica que son 100% sostenibles, puesto que la energía utilizada procede de fuentes renovables.

Se trata de tres vehículos de altas prestaciones, que garantizan una accesibilidad total para las personas usuarias y una mayor autonomía de la flota, con una inversión de casi 2 millones de euros, financiados íntegramente con fondos europeos (Next Generation) destinados a proyectos de movilidad sostenible. Estos vehículos vienen a reforzar la línea 3 entre la Estación de Puerto del Rosario, Aeropuerto y la parada preferente de Caleta de Fuste, uno de los trayectos más demandados por los usuarios.

“Hemos renovado prácticamente la mitad de la flota, mejorando confort, seguridad y sostenibilidad”

Luis González: “Impulsamos un transporte público más frecuente, moderno y sostenible en Fuerteventura”

ENTREVISTA

LUIS GONZÁLEZ
CONSEJERO DE
TRANSPORTES Y
MOVILIDAD DEL CABILDO
DE FUERTEVENTURA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

Para empezar, ¿qué acciones se llevan a cabo desde la Consejería de Transportes para mejorar el servicio de transporte público interurbano?

Desde el Cabildo de Fuerteventura, estamos promoviendo la primera licitación de servicio público que tramita la institución toda su historia. Un paso decisivo que permitirá mejorar sustancialmente este servicio, esperando hasta triplicar

las frecuencias. Al ser un expediente tan complejo, hemos querido hacerlo con rigor, pero siempre ha avanzado y hoy podemos decir que estamos cada vez más cerca de licitarlo.

Al mismo tiempo, continuamos mejorando el sistema de transporte insular. Hemos renovado prácticamente la mitad de la flota, incorporado guaguas eléctricas dentro de la estrategia de descarbonización, lo que permitirá reforzar la línea entre Puerto del Rosario y Caleta de Fuste, uno de los trayectos más demandados. Además, seguimos impulsando nuevas ubicaciones para acercar el transporte público a más puntos de la isla, al tiempo que el Cabildo sostiene y asume económicamente la gratuidad del servicio.

A día de hoy, ¿cuáles son las cifras del uso del transporte público insular?

Fuerteventura es la isla, junto con Lanzarote, que más crece en número de viajeros. Desde que se inició la gratuidad de las guaguas y hasta el 1 de enero de 2026, se habían solicitado más de 22.000 nuevos bonos de transporte para residentes. Una cifra récord en el uso del transporte colectivo. Este aumento se debe al incremento del precio del combustible y, en gran parte, a la gratuidad de las guaguas para las personas usuarias del bono. El Cabildo de Fuerteventura continúa garantizando esta gratuidad, lo que le supone un gran esfuerzo económico por parte de la institución insular para cubrir más del 75% de esa bonificación. Si bien la medida tiene un carácter social de ayuda directa a la economía familiar, objetivo que ha marcado como prioritaria la presidenta insular Lola García como apuesta clara del grupo de gobierno, trabajamos paralela-

mente para exigir al Estado mejores condiciones en la cofinanciación. Recientemente, nuestro grupo parlamentario ha conseguido que se incluya en el Decreto Canarias una disposición que permita financiación preferente para el transporte en Fuerteventura y Lanzarote.

¿En qué ha consistido la renovación de la flota de vehículos?

Hemos renovado, prácticamente, la mitad de la flota de vehículos de transporte interurbano, con 22 nuevas guaguas que se han incorporado al servicio durante el 2025. La renovación de la flota ha sido también cualitativa, mejorando el confort, la seguridad y la sostenibilidad de los vehículos. Fuerteventura se ha posicionado como el servicio público de transporte regular con la antigüedad media más baja del archipiélago. La media en Fuerteventura si sitúa en 4 años. Las mejoras en el servicio han permitido, además, incrementar las frecuencias en 210.000 kilómetros anuales, con mejoras en la línea 7 (Puerto del Rosario-Cotillo), la línea 6 (Puerto del Rosario-Corrajejo) y 10 (Puerto del Rosario-Morro Jable).

De esta manera, desde el Cabildo reafirmamos nuestro compromiso con un transporte público moderno, seguro, sostenible y accesible para toda la ciudadanía.

¿Se busca también que la movilidad sea más sostenible?

El Cabildo ha adquirido tres guaguas 100% eléctricas, las primeras que operan en el servicio

Para terminar, ¿qué otras mejoras se han realizado en la red de trayectos?

Recientemente, el Cabildo de Fuerteventura ha impulsado la primera parada de transporte regular interurbano en el Polígono Industrial de Nuevo Horizonte (Antigua) dando respuesta a una demanda histórica de trabajadores, usuarios y empresas de esta zona.

Hasta ahora, el Polígono Industrial de Nuevo Horizonte carecía de una parada dentro del propio entorno, lo que dificultaba el acceso al transporte público en una de las áreas comerciales de la Isla. Asimismo, el Cabildo ha comenzado licitar un expediente de contratación con una inversión superior a los 300.000 euros para incorporar nuevas infraestructuras, tipo marquesinas, en las paradas de mayor afluencia de usuarios.

Además, en el mes de junio comenzará un plan de empleo promovido por la Consejería de Fomento del Empleo, que dirige Nuria Cabrera, que pondrá a disposición del servicio de Transportes hasta un total de 13 personas trabajadoras que se encargarán de labores de mantenimiento básico y embellecimiento de la red de transporte regular de viajeros, que se compone de dos grandes estaciones, cuatro paradas preferentes y más de 255 marquesinas en todo el territorio insular.



Roy Schijvens: “Conectamos las islas a través de experiencias más eficientes y personalizadas”

ENTREVISTA

ROY SCHIJVENS
FUNDADOR DE CLUB CANARY

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En un destino como Canarias, donde la movilidad del visitante es clave para la experiencia, ¿cómo influye la planificación de excursiones y actividades en la forma en la que los turistas se desplazan por las islas?

En un destino como Canarias, la movilidad es clave para la experiencia del visitante. Muchos de nuestros clientes se alojan en hoteles de lujo o resorts y prefieren relajarse en lugar de enfrentarse al estrés de alquilar un coche, el tráfico o el aparcamiento.

En lugar de moverse por su cuenta, prefieren opciones organizadas y cómodas para descubrir la isla. Esto incluye tours privados con guías certificados, donde pueden visitar los mejores lugares en un solo día sin complicaciones. También son muy populares experiencias como rutas en quad o buggy, así como salidas en barco privadas.

Además, la mayoría de los clientes ya tiene incluido el traslado desde el aeropuerto al hotel, por lo que su movilidad está estructurada y enfocada en la comodidad.

Club Canary apuesta por ofrecer experiencias “legendary”. ¿Cómo se traduce esto en la optimización de rutas, tiempos y desplazamientos para evitar saturaciones en puntos turísticos muy demandados?

Actualmente estamos recibiendo muchas solicitudes, especialmente de clientes de Estados Unidos, que quieren visitar varias islas Canarias en una sola semana. Estas ideas muchas veces vienen influenciadas por herramientas de inteligencia artificial que sugieren itinerarios “únicos” o “exclusivos”.

En la práctica, este tipo de planificación no es óptima. Moverse entre islas en tan poco tiempo puede ser estresante, poco eficiente y no muy agradable.

Nuestro enfoque es guiar al cliente hacia experiencias más inteligentes y disfrutables. En lugar de moverse constantemente, recomendamos experiencias locales de alta calidad, en grupos pequeños o en formato privado. Por ejemplo, catas de vino privadas, excursiones de observación de estrellas o rutas bien organizadas que evitan grandes grupos y traslados innecesarios.

En algunos casos, también ofrecemos soluciones premium como traslados en helicóptero entre islas, y para clientes más exclusivos, servicios de jet privado coordinados directamente con Roy.

En un contexto de creciente preocupación por la sostenibilidad, ¿qué papel juega la movilidad turística en la huella ambiental del destino y cómo están adaptando sus servicios a esta realidad?



La sostenibilidad es cada vez más importante y creemos que Canarias evolucionará en esa dirección. El futuro incluirá más actividades ecológicas, como barcos eléctricos o vehículos más silenciosos y de bajo impacto, como buggies modernos.

En Club Canary seguimos de cerca estas tendencias. Sin embargo, como plataforma con una amplia oferta de actividades, debemos equilibrar la sostenibilidad con la demanda del mercado. Apoyamos las opciones ecológicas, pero también necesitamos mantener experiencias accesibles y atractivas para nuestros clientes.

Roy Schijvens es también CEO de Dream Writers (<https://dreamwriters.com/>), empresa especializada en el desarrollo de productos innovadores para el turismo y el alojamiento alternativo. Actualmente, Dream Writers se enfoca en dome pods y bunkers modernos, equipados con paneles solares y diseñados tanto para uso turístico como para un estilo de vida minimalista. Gracias a los acuerdos alcanzados con socios estratégicos, Dream

Writers tiene capacidad de distribución en toda España y próximamente en Europa.

De cara al futuro, creemos que Canarias seguirá creciendo como uno de los destinos turísticos más importantes del mundo, con un mayor enfoque en calidad, sostenibilidad y experiencias únicas.

Muchas veces el turista desconoce las particularidades del transporte en Canarias. ¿Cómo contribuye Club Canary a orientar sobre la mejor forma de moverse entre zonas, islas o puntos de interés?

Muchos turistas no conocen bien cómo funciona el transporte en Canarias. En la mayoría de los casos, incluso recomendamos no alquilar coche.

En su lugar, preguntamos al cliente qué quiere hacer y a dónde quiere ir. Por ejemplo, si alguien quiere visitar el Parque Nacional del Teide, comparamos el coste y la experiencia entre alquilar un coche o hacer una excursión organizada. Muchas veces, el tour resulta más económico y mucho menos estresante.

Nuestro objetivo es simplificar la decisión y ayudar al cliente a moverse de la forma más eficiente y cómoda posible.

La digitalización está transformando la forma de planificar viajes. ¿Cómo utilizan herramientas como su canal de YouTube o su blog para ayudar a los usuarios a tomar decisiones más eficientes en sus desplazamientos?

Las plataformas digitales son importantes, pero para nosotros la clave es la confianza y la calidad. Utilizamos YouTube, Instagram y nuestro blog para inspirar e informar, pero la mayoría de nuestras reservas vienen de tráfico orgánico y recomendaciones.

También estamos viendo un aumento claro de tráfico procedente de plataformas de inteligencia artificial como ChatGPT, donde los usuarios buscan las mejores y más fiables opciones.

Aun así, no estamos enfocados en crecer en redes sociales. Ya tenemos suficiente demanda y más clientes de los que podemos gestionar cómodamente. Nuestro cliente ideal suele visitar la isla una sola vez, gastar bien y vivir muchas experiencias, pero no tiene interés en seguir a una empresa de ex-

cursiones en redes sociales.

Muchas agencias tienen grandes números de seguidores, pero si analizas su tráfico web, es prácticamente inexistente. Para nosotros, lo importante es el rendimiento real, no los “likes”.

Nuestra fuerza está en la comunicación clara, el soporte en varios idiomas y una reputación sólida, incluyendo menciones en medios reconocidos.

En comparación con agencias tradicionales o puntos de venta físicos, ¿qué ventajas ofrece su modelo a la hora de gestionar la movilidad del cliente desde la reserva hasta la realización de la actividad?

En comparación con agencias tradicionales o puntos de venta físicos, nuestras principales ventajas son la rapidez, flexibilidad y experiencia.

Estamos disponibles todos los días de 08:00 a 22:00 y ofrecemos atención rápida y profesional. Si surge algún problema, lo resolvemos, ya sea reprogramando o devolviendo el dinero. Además, nos especializamos exclusivamente en Canarias, lo que nos permite dar recomendaciones reales basadas en experiencia, a diferencia de plataformas globales.

Otro punto clave es la gestión de reservas. Muchos puntos de venta tradicionales siguen trabajando con efectivo, tickets en papel y sin información real del cliente, lo que dificulta la atención ante cualquier incidencia, además de contar con políticas poco claras. En Club Canary ofrecemos más de 150 experiencias en Canarias, cada una con condiciones claras según el tipo de actividad. El cliente ve lo que reserva, entiende las condiciones y las acepta antes de pagar.

Además, mientras otras agencias tienen horarios limitados, nuestro equipo está activo hasta las 22:00 para resolver cualquier situación y dar soporte incluso en actividades de tarde o noche.

Mirando al futuro, ¿cómo creen que evolucionará la movilidad turística en Canarias y qué papel aspira a desempeñar Club Canary en ese nuevo escenario?

De cara al futuro, vemos oportunidades en dos áreas principales.

La primera es hacer las experiencias más accesibles para los residentes locales. Con el aumento de precios, muchos residentes ya no pueden disfrutar de actividades en su propia isla. Estamos desarrollando un nuevo concepto, enfocado en crear una comunidad donde las personas puedan salir, disfrutar, conocer gente y vivir experiencias.

La segunda es centrarnos en servicios de alto nivel y especializados. Hay mucha competencia copiando contenido y ofertas, por lo que apostamos por lo que nos diferencia: creatividad, red de contactos y reputación.

Para grupos y eventos corporativos, colaboramos con hoteles de lujo como el Gran Hotel Bahía del Duque, gestionando tanto el alojamiento como las actividades para ofrecer un paquete completo.





Óscar Cabeza: “Garantizamos la cadena de frío con trazabilidad y control continuo en toda la operativa”

ENTREVISTA

ÓSCAR CABEZA
DIRECTOR FINANCIERO
DE DISPA CEDRÉS

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

La distribución a temperatura controlada es clave para sectores como la alimentación y la farmacia. ¿Qué innovaciones están incorporando para garantizar la trazabilidad y la eficiencia en este tipo de transporte en un entorno insular?

En Dispa Cedrés siempre hemos tenido claro que la eficiencia en este tipo de transporte empieza por la fiabilidad operativa. Por eso, trabajamos con procesos muy exigentes en el cumplimiento de plazos y en la gestión de la mercancía, minimizando cualquier riesgo que pueda comprometer la cadena de frío.

Actualmente, es imprescindible contar con trazabilidad completa de la mercancía durante todo el proceso logístico, no solo en términos de ubicación, sino también en el control continuo de la temperatura mediante termógrafos digitales. Esto permite garantizar el cumplimiento de los estándares sanitarios y ofrecer una mayor seguridad tanto a proveedores como a clientes. Además, reforzamos estos procesos mediante controles y auditorías, tanto internas como externas.

Por otro lado, aprovechamos la escala operativa. A mayor volumen de operaciones, mayor capacidad para optimizar rutas, reducir tiempos de tránsito y mejorar la capilaridad del servicio. En ese sentido, el crecimiento de la empresa va de la mano con la mejora de la eficiencia.

El transporte interinsular sigue siendo uno de los grandes retos logísticos del archipiélago. ¿Qué mejoras estructurales o tecnológicas consideran necesarias para optimizar la movilidad de mercancías entre islas?

Desde nuestra experiencia en Dispa Cedrés, creemos que las claves para mejorar la movilidad de mercancías pasan, fundamentalmente, por aumentar las frecuencias de conexión entre islas y reducir el coste de los fletes.

Una mayor frecuencia permite ganar agilidad, reducir tiempos de tránsito y mejorar la capacidad de respuesta ante la demanda. Por otro lado, unos costes más competitivos en el transporte marítimo tendrían un impacto directo en la eficiencia global del sistema logístico y, en última instancia, en el precio final para el consumidor.

A nivel tecnológico, vemos con buenos ojos cualquier mejora que facilite las gestiones portuarias, mejore la coordinación entre operadores y contribuya a hacer el sistema más eficiente.

En un momento en el que la sostenibilidad es prioritaria, ¿cómo están integrando iniciativas como las instalaciones fotovoltaicas dentro de una estrategia más amplia de descarbonización del transporte y la logística?

En Dispa Cedrés, la sostenibilidad es una línea estratégica que estamos abordando de forma progresiva y con una visión a largo plazo. En este sentido, recientemente hemos realizado una inversión relevante en instalaciones de energía fotovoltaica para autoconsumo, con una potencia conjunta cercana a los 290 kWp, lo que nos permite reducir de forma significativa el consumo energético de nuestras operaciones.

Este tipo de actuaciones son un primer paso dentro de una estrategia más amplia orientada a mejorar la eficiencia energética y reducir nuestra huella de carbono. Además, estamos muy atentos a la evolución del trans-

porte eléctrico, donde todavía existen limitaciones en nuestro sector a nivel de autonomía e infraestructura. No obstante, consideramos que es una línea clara de futuro y nuestro objetivo es estar preparados para su implantación en cuanto la tecnología lo permita.

Nuestra intención es posicionarnos como uno de los operadores pioneros en Canarias en la incorporación de estas soluciones, siempre garantizando que la transición se realice sin comprometer la operativa ni la calidad del servicio.

El crecimiento junto a grandes operadores como Makro apunta a cifras récord en 2025. ¿Cómo se gestiona ese aumento de demanda sin comprometer la calidad del servicio ni la eficiencia operativa?

Efectivamente, en 2025 hemos alcanzado un récord de facturación, que previsiblemente será superado en 2026 si se mantiene la tendencia actual. Este crecimiento ha sido posible, sobre todo, gracias al esfuerzo y compromiso de todo el equipo de Dispa Cedrés.

En el caso concreto de la operativa con Makro, el incremento de actividad ha supuesto un reto importante a nivel organizativo. Nuestra forma de gestionarlo ha sido confiar en nuestro personal para estructurar nuevos equipos de trabajo, promoviendo a perfiles con experiencia dentro de la compañía

que han asumido mayores responsabilidades y han evolucionado profesionalmente, al mismo tiempo que incorporamos talento joven. Esta combinación nos ha permitido escalar la operativa manteniendo nuestros estándares de calidad.

Todo ello también ha sido posible gracias a la confianza del equipo de Makro, que ha demostrado una gran flexibilidad durante este proceso de crecimiento conjunto.

No es un proceso sencillo, pero creemos que la clave está en crecer con estructura, apoyándonos en las personas y sin perder el control operativo en ningún momento.

La gestión de mercancías sensibles, como productos farmacéuticos o mercancías ADR, implica altos estándares de seguridad. ¿Cómo evoluciona este ámbito ante las nuevas regulaciones y exigencias del mercado?

La gestión de mercancías sensibles, como productos farmacéuticos o mercancías ADR, requiere un nivel de exigencia muy alto, tanto desde el punto de vista operativo como normativo. En Dispa Cedrés, somos plenamente conscientes de la importancia de estas regulaciones, ya que están directamente vinculadas a la seguridad de las personas y a la integridad de la mercancía. En este sentido, nuestro enfoque es adaptarnos de forma continua a las nuevas exigencias, manteniéndonos actualizados a través de asesoramiento técnico especializado y revisando de forma constante nuestros procedimientos.

Además, estamos reforzando las medidas de control y seguridad en la operativa. Recientemente, por ejemplo, hemos incorporado nuevos sistemas en los vehículos que transportan este tipo de mercancías, como sensores avanzados de control y sistemas de videovigilancia (dashcam). Estos sistemas no solo mejoran la supervisión y la trazabilidad, sino que también incrementan la seguridad en la conducción, contribuyendo a la protección de peatones y permitiendo incluso detectar situaciones de estrés o fatiga en el conductor.

En definitiva, entendemos que este ámbito está en constante evolución, y nuestra obligación es adaptarnos para garantizar siempre los máximos estándares de seguridad.

Mirando hacia el futuro, ¿qué papel cree que jugarán empresas logísticas como Dispa Cedrés en la transformación de la movilidad en Canarias, especialmente en términos de digitalización, sostenibilidad y resiliencia de la cadena de suministro?

En un entorno como Canarias, la logística no es solo un servicio, sino una infraestructura clave para el funcionamiento de la economía. Por eso, creemos que el papel de empresas como Dispa Cedrés va a ser cada vez más relevante en la evolución del sistema logístico del archipiélago.

Más allá de la digitalización o la sostenibilidad, que sin duda marcarán el camino, el gran reto de futuro es construir un sistema logístico más profesional, eficiente y resiliente, adaptado a la realidad insular y capaz de responder con agilidad ante cualquier situación.

En ese contexto, nuestro objetivo es claro: seguir invirtiendo en estructura, en equipo y en organización, para no solo mejorar nuestra propia operativa, sino contribuir a que el conjunto del sistema logístico en Canarias sea cada vez más fiable y eficiente.



1 RENT A CAR



2 TRANSFERS

AEROPUERTO - HOTEL
TRANSFERS PRIVADOS
Y LIMUSINAS
TRANSFERS GRUPOS

3 ALOJAMIENTO

HOTELES, APARTHOTELES
Y APARTAMENTOS
VACACIONALES



4 EXCURSIONES

LET'S GO
TOGETHER

canarias.com
Coches, Hoteles y Traslados

922 71 53 53



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

www.tenerife.com



Darwin Rodríguez: “Apostamos por una movilidad eficiente, equilibrada y sostenible, adaptada a la realidad de La Palma”

ENTREVISTA

DARWIN RODRÍGUEZ
CONSEJERO DE OBRAS
PÚBLICAS, SERVICIOS
Y TRANSPORTES,
SEGURIDAD Y
EMERGENCIAS DEL
CABILDO DE LA PALMA

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
Tras la erupción volcánica, La Palma se vio obligada a replantear por completo su modelo de movilidad, con importantes afecciones en la red viaria y en la conectividad de zonas como Puerto Naos, La Bombilla o El Remo. En este contexto, ¿cómo ha transformado esta situación la forma de entender la movilidad en la isla?

La Palma se ha visto obligada a repensar su modelo de movilidad de manera integral tras la erupción volcánica. Muchas líneas regulares quedaron inicialmente aisladas, especialmente en zonas costeras y residenciales como Puerto Naos, La Bombilla o El Remo, lo que generó serias dificultades de conectividad para los vecinos.

La recuperación ha requerido tanto nuevas infraestructuras como una coordinación constante entre administraciones. En este proceso se han habilitado vías clave que han permitido reactivar la actividad agrícola y mejorar el acceso a distintas zonas afectadas. Entre los proyectos más relevantes destaca la nueva carretera LP-213, que conecta La Laguna con Las Norias y da servicio a varios caminos vecinales, favoreciendo la conexión entre barrios costeros y el municipio de Los Llanos de Aridane.

Asimismo, continúan las actuaciones en la LP-2 para mejorar la conexión de núcleos más aislados, como Las Manchas, junto con la implantación de soluciones de transporte a demanda en aquellas áreas donde el servicio regular no resulta viable. En definitiva, la catástrofe ha obligado a rediseñar la movilidad desde criterios más flexibles y adaptados a la nueva realidad territorial de la isla.



En este nuevo escenario, la conectividad no solo es interna, sino también externa. ¿Qué retos siguen existiendo en la conexión marítima y aérea de La Palma y cómo se están abordando desde el Cabildo?

La conectividad exterior sigue siendo un aspecto clave para La Palma. En el ámbito marítimo, el mandato ha estado marcado por dificultades operativas que, en algunos momentos, han llegado a comprometer el abastecimiento y el funcionamiento normal de la isla. Aunque se han resuelto incidencias puntuales, todavía es necesario consolidar un sistema más estable y menos vulnerable a averías o interrupciones técnicas.

En la actualidad, la operativa ha mejorado respecto a 2023, pero aún existe margen de mejora para garantizar una conexión sólida que permita el crecimiento económico y una respuesta eficiente al transporte de mercancías, paquetería y servicios esenciales.

En cuanto a la conectividad aérea, la situación ha evolucionado de forma más favorable, con un refuerzo de las conexiones con Tenerife, el resto del archipiélago y Madrid, facilitando tanto la movilidad de los residentes como la llegada de visitantes. Además, la ampliación de horarios en el aeropuerto ha contribuido a reducir desplazamientos obligados fuera de la isla por motivos laborales o sanitarios, lo que repercute positivamente en la economía local y en

la calidad de vida de los palmeros.

En el ámbito del transporte público insular, ¿cuáles son los principales retos para mejorar la eficiencia, la frecuencia y la accesibilidad en una isla con una orografía tan compleja como La Palma?

La Palma presenta una realidad especialmente compleja debido a su orografía, probablemente la más abrupta del archipiélago, con carreteras sinuosas, zonas de montaña y trayectos exigentes que condicionan directamente la planificación del transporte público.

Aun así, la isla mantiene buenos niveles de cobertura y frecuencia, y en este mandato se han introducido mejoras significativas en distintos servicios. El objetivo actual es seguir reforzando especialmente las zonas rurales, donde aún existen carencias en frecuencia, accesibilidad y calidad del servicio.

Uno de los principales retos está relacionado con la financiación del sistema de gratuidad del transporte público. Aunque se trata de una medida muy positiva desde el punto de vista social, económico y ambiental, las aportaciones estatales no cubren el incremento real de la demanda, lo que obliga a los cabildos a asumir una parte importante del coste.

Esta situación limita la capacidad de inversión en infraestructuras, renovación de flota, mejora de líneas y adecuación de paradas, aunque se continúa realizando un esfuerzo importante para mantener

y modernizar el servicio en una isla que aún se encuentra en proceso de recuperación tras la erupción volcánica.

En este contexto, la movilidad sostenible se ha convertido en una prioridad. ¿Qué medidas concretas se están impulsando en La Palma para reducir la dependencia del vehículo privado?

La principal apuesta ha sido la implantación de la gratuidad del transporte público, financiada en gran parte por el Cabildo de La Palma, lo que ha contribuido a incrementar de forma notable el uso del transporte colectivo frente al vehículo privado.

A ello se suman políticas orientadas a fomentar el uso de guaguas en grandes eventos y desplazamientos masivos, como la Bajada de la Virgen o el Festival del Indiano, priorizando siempre soluciones de transporte compartido.

También se ha avanzado en la modernización de la flota, con la incorporación de vehículos híbridos y eléctricos, así como en la ampliación de puntos de recarga en la isla. En materia de accesibilidad, se ha reforzado la inclusión de plazas adaptadas para personas con movilidad reducida en los nuevos vehículos de transporte regular.

Paralelamente, se desarrollan acciones de concienciación y seguridad vial orientadas a fomentar el transporte compartido, especialmente en desplazamientos hacia grandes centros de trabajo, con el

objetivo de reducir progresivamente el uso del vehículo privado.

La planificación de infraestructuras en una isla en transformación como La Palma debe incorporar criterios de resiliencia. ¿Cómo se está abordando este enfoque en las nuevas obras públicas?

La prioridad inmediata ha sido la recuperación de las infraestructuras afectadas por la erupción volcánica, con el objetivo de restablecer la conectividad básica de la isla y recuperar la situación previa al desastre.

A partir de ahí, se trabaja con una visión a medio y largo plazo, planificando infraestructuras estratégicas que garanticen la conectividad de La Palma en los próximos 10, 15 o 20 años. Entre estas actuaciones se incluyen mejoras en la red viaria, nuevas circunvalaciones y accesos a zonas industriales, en coordinación con el Gobierno de Canarias.

Mientras tanto, el Cabildo prioriza el mantenimiento de la red existente y la corrección de puntos críticos de seguridad o alta siniestralidad, con el objetivo de mejorar la seguridad vial durante el actual mandato y avanzar hacia una red más eficiente y resiliente.

“Hemos tenido que repensar de forma integral el modelo de movilidad tras la erupción volcánica”

Finalmente, mirando al futuro, ¿qué modelo de movilidad se plantea para La Palma y qué papel jugarán la sostenibilidad, la digitalización y la cohesión territorial?

La hoja de ruta hasta 2027 se centra en consolidar la recuperación de la isla tras la erupción y completar infraestructuras clave como la LP-2 y la LP-211, con el objetivo de restablecer plenamente la conectividad insular.

A partir de ahí, el modelo de movilidad se orienta hacia una red viaria bien conservada, funcional y adaptada a todo el territorio, no solo en términos de infraestructura, sino también de mantenimiento y calidad del entorno.

El objetivo final es que la transformación de la isla sea claramente visible en 2027, reflejando un proceso sostenido de mejora de la movilidad, refuerzo de la cohesión territorial y avance hacia un sistema de transporte más eficiente, equilibrado y sostenible en todo el conjunto de La Palma.



Miguel Ángel Jiménez: “Debemos impulsar un cambio estructural que transforme la movilidad en Lanzarote”

ENTREVISTA

MIGUEL ÁNGEL JIMÉNEZ
CONSEJERO DE MOVILIDAD DEL
CABILDO DE LANZAROTE

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En 2025 se han superado los 8 millones de viajes en transporte público en Lanzarote gracias a las bonificaciones. ¿Cómo valora este cambio en los hábitos de movilidad y qué retos plantea para mantener este crecimiento?

La valoración es muy positiva. Desde que la gratuidad comenzó en 2022 hasta el cierre de 2025, hemos registrado un incremento cercano al 60% en usuarios del transporte público.

Es evidente que la gratuidad ha sido un impulso decisivo, pero no el único factor. También ha influido la mejora del servicio: más horarios, incorporación de tecnología, refuerzo de líneas y renovación de la flota. En los últimos años, por ejemplo, hemos sumado más de 30 vehículos nuevos.

Además, los datos reflejan ese crecimiento. Dentro del plan de movilidad de Lanzarote, se ha pasado de cinco a seis millones de kilómetros de servicio, una cifra muy relevante.

Para mantener esta evolución trabajamos con planificación y estudios técnicos, no de forma improvisada. Estamos revisando y actualizando el plan de movilidad para adaptarlo a la realidad actual, con el objetivo de mejorar frecuencias, estudiar nuevas líneas y ofrecer un servicio cada vez más eficiente.

La incorporación de guaguas híbridas marca un paso hacia una movilidad más sostenible. ¿Qué hoja de ruta tiene el Cabildo para avanzar en la descarbonización total del transporte público en la isla?

El objetivo es avanzar en la descarbonización del transporte público dentro de las posibilidades de la administración, combinando la mejora del servicio con la reducción del impacto ambiental.

En esta línea, la incorporación de guaguas híbridas ha sido un paso importante, con más de 30 vehículos nuevos en los últimos años, lo que ha permitido retirar unidades más antiguas y contaminantes.

La hoja de ruta pasa por continuar renovando la flota de forma progresiva e incorporar nuevas guaguas en los próximos años. Además, dentro del plan de movilidad se estudia la introducción de vehículos eléctricos, especialmente en trayectos urbanos, a medida que la tecnología permita su implantación de forma más eficiente.

Hablaba usted de ese refuerzo de líneas, de frecuencias y horarios, pero quería recalcar que las zonas especialmente actualizadas han sido Playa Blanca y el hospital.



Sí, efectivamente. Aunque el plan de movilidad ya se ha cumplido con creces, estamos trabajando en uno nuevo que incorpora no solo criterios técnicos, sino también las demandas y quejas de los ciudadanos.

Una de las principales mejoras ha sido la creación de la línea al hospital, solicitada por usuarios de todos los municipios. Antes, los desplazamientos desde la capital eran complicados, pero la nueva conexión ha tenido muy buena acogida y funciona mejor de lo previsto.

Lo mismo ocurre con Playa Blanca, una zona en crecimiento que demandaba más frecuencias, nuevas conexiones y mejoras internas. Allí seguimos reforzando el servicio con nuevas guaguas y mayor oferta.

Además, trabajamos en adaptar el sistema a una realidad territorial compleja, con núcleos dispersos que no siempre cubre el contrato actual. En esa línea, se impulsa también el uso de soluciones como el taxi-guagua para mejorar la conectividad en toda la isla.

El equilibrio entre el sector del taxi y las VTC sigue siendo un tema de actualidad. ¿Cómo se puede garantizar una movilidad moderna sin perjudicar a los profesionales tradicionales ni dar cabida a plataformas ilegales?

Es un tema que está muy presente en Canarias y entendemos la preocupación del sector del taxi. Por eso, desde los cabildos se ha insistido en la necesidad de trabajar de forma coordinada con el Gobierno de Canarias para buscar una posición común.

En esa línea, se ha puesto en marcha una mesa de trabajo y una comisión técnica entre el Gobierno y los distintos cabildos para definir qué modelo se quiere para las VTC en

las islas, buscando siempre un equilibrio entre ambos sectores.

En mi opinión, el taxi no debería ver la llegada de las VTC como una amenaza, sino como una actividad que debe regularse adecuadamente. El servicio del taxi es fundamental y de calidad, aunque siempre es mejorable en algunos aspectos, y no debe temer a la competencia si el marco está bien ordenado.

Confío en que este espacio de trabajo permita avanzar hacia un modelo más claro y equilibrado para el futuro de la movilidad en Canarias y Lanzarote.

En un territorio insular con alta dependencia del vehículo privado, ¿qué medidas cree que son clave para lograr un cambio real hacia el uso del transporte público?

Es una cuestión compleja que debe abordarse de forma conjunta entre la sociedad y las instituciones, definiendo claramente qué modelo de movilidad se quiere para el futuro.

Desde mi punto de vista, es fundamental avanzar en la aprobación de la Ley de Movilidad de Canarias, ya que debe ser el marco que establezca las actuaciones y competencias de cabildos y ayuntamientos en materia de transporte y planificación.

La gratuidad del transporte público ha supuesto un punto de inflexión importante, incrementando notablemente su uso. El reto ahora es consolidar ese cambio y mantenerlo en el tiempo, fomentando que el transporte público gane peso de forma estable frente al vehículo privado.

En definitiva, se trata de ser más ambiciosos y de definir una estrategia clara que permita orientar el sistema de movilidad hacia un modelo más sostenible y equilibrado en el conjunto de las islas.

Tras el incendio en una empresa clave del transporte insular, con pérdida de guaguas y preocupación institucional, ¿qué medidas son prioritarias para reforzar la seguridad y la resiliencia del transporte público en Lanzarote?

En primer lugar, hay que señalar que la empresa que gestiona el servicio ha demostrado una gran capacidad de respuesta ante una situación compleja, que incluyó varios incidentes en un mismo mes, entre ellos el accidente de una guagua en la nave y el incendio posterior.

A pesar de ello, lo más relevante es que el servicio regular de transporte no se ha visto afectado en ningún momento, lo que ha permitido mantener la operativa con normalidad en la isla.

La empresa es sólida y ha reaccionado de forma rápida, manteniendo contacto con fabricantes para reponer las unidades afectadas en el menor plazo posible. Esto ha permitido sostener el servicio y garantizar la continuidad del transporte público.

En este sentido, la prioridad inmediata ha sido y sigue siendo la reposición de la flota y la garantía de que la prestación del servicio no se vea comprometida, reforzando la capacidad de respuesta ante cualquier incidencia.



Hemos aumentado cerca de un 60% los usuarios del transporte público desde la gratuidad

Mirando al futuro, ¿cómo imagina la movilidad en Lanzarote en los próximos años y qué papel jugarán la innovación, la sostenibilidad y la digitalización en ese modelo?

El futuro de la movilidad debe afrontarse con optimismo, porque es un ámbito clave. A nivel global ya hay ejemplos de ciudades que mejoran apostando por el transporte público y modelos más eficientes.

Hoy contamos con más herramientas que nunca: tecnología, sistemas de gestión avanzados y fórmulas como el coche compartido, que deben aprovecharse para lograr una movilidad más sostenible y funcional.

El reto es impulsar un cambio estructural que reduzca la dependencia del vehículo privado y evite problemas de congestión. Para ello, es necesario combinar innovación, decisión política y compromiso social.

En definitiva, se trata de aprovechar este momento para impulsar una transformación real del sistema de movilidad en las islas.



ENTREVISTA

MARÍA CUELLO
DIRECTORA DE MOVILIDAD
SOSTENIBLE Y ACCESIBILIDAD EN
CONSULTORA ALOMON

María Cuello: “Vemos potencial en Canarias para una movilidad laboral más flexible y sostenible”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

María Cuello es directora de Movilidad Sostenible y Accesibilidad en la Consultora Alomon. Arquitecta especializada en urbanismo, cuenta con un Máster en Planificación, Operación y Economía del Transporte y otro en Accesibilidad para Smart City.

Tiene más de 20 años de experiencia en planificación de movilidad y transporte, con una sólida trayectoria en proyectos de movilidad sostenible a escala urbana e institucional en España y Latinoamérica, incluyendo planes de movilidad urbana y al trabajo.

Su perfil combina experiencia técnica, visión estratégica y desarrollo de soluciones de movilidad integrales y multimodales.

En el contexto actual, los planes de movilidad sostenible al trabajo están ganando protagonismo. ¿Cómo se definen estos planes y por qué son especialmente relevantes?

Los planes de movilidad sostenible al trabajo (PMST) son estrategias para optimizar los desplazamientos de los empleados, reduciendo el impacto ambiental, mejorando la seguridad vial y favoreciendo el bienestar laboral.

Su importancia es elevada, ya que la movilidad laboral representa una parte significativa de los desplazamientos diarios y, en gran medida, se realiza en vehículo privado. Según la Estrategia de Movilidad Sostenible e Inteligente de Canarias, el 28,1% de los desplazamientos en el archipiélago son por motivos laborales, y el 72,1% de estos se hacen en coche, lo que evidencia la necesidad de actuar en este ámbito.

Canarias, además, presenta condicionantes específicos por su insularidad, la dispersión urbana y la alta dependencia del vehículo privado, lo que genera congestión e impactos ambientales.

En este contexto, los PMST están en auge, impulsados por la Ley de Movilidad Sostenible (2025), que obliga a determinadas empresas a contar con estos planes, reforzando su papel como herramienta estratégica.

Diseñar estos planes debe implicar retos específicos. ¿Cuáles son las claves para hacer buen plan de movilidad sostenible al trabajo?

Nuestra experiencia demuestra que el éxito de estos planes de movilidad sostenible al trabajo depende de un enfoque integral, que puede resumirse en una serie de claves fundamentales.

En primer lugar, es imprescindible el liderazgo de la dirección. Sin un compromiso claro y visible, el plan pierde credibilidad y capacidad de transformación. Este liderazgo debe ir acompañado de la integración de la movilidad sostenible en la estrategia de la empresa y en su cultura organizativa, alineándola con objetivos económicos, sociales y ambientales.



Otro elemento clave es la figura del coordinador de movilidad, responsable de impulsar el plan, coordinar acciones y actuar como enlace entre la dirección y la plantilla. A esto se suma la necesidad de definir objetivos concretos, medibles y realistas, siempre basados en un diagnóstico previo riguroso.

Este diagnóstico debe apoyarse en una toma de datos sólida —encuestas, aforos, análisis de datos móviles o herramientas de información geográfica— que permita comprender los patrones de movilidad y fundamentar las decisiones. Sin este paso, el plan corre el riesgo de no ajustarse a la realidad.

A partir de ahí, es fundamental seleccionar medidas adecuadas al contexto de cada organización: teletrabajo, transporte colectivo, movilidad activa o coche compartido, entre otras, apoyándose en buenas prácticas que orienten la toma de decisiones.

Igualmente, es imprescindible garantizar recursos suficientes —humanos, técnicos y económicos— que permitan implementar el plan de forma efectiva y sostenida en el tiempo.

Un aspecto especialmente relevante es la implicación de la plantilla. La participación activa de los trabajadores, mediante encuestas, entrevistas o talleres, no solo mejora el diagnóstico, sino que facilita la aceptación de las medidas. De hecho, la nueva ley exige negociar estos planes con la representación legal de las personas trabajadoras.

Por último, todo plan debe incorporar

un sistema de seguimiento y evaluación continua, basado en indicadores, que permita medir resultados, corregir desviaciones y adaptarse a nuevas necesidades.

¿Qué impacto real pueden tener estos planes en Canarias y qué oportunidades ofrecen tanto para empresas como para trabajadores?

El potencial de impacto en Canarias es muy significativo. Reducir la dependencia del vehículo privado puede aliviar de forma notable la congestión en los principales corredores viarios, con efectos directos en la productividad y la calidad de vida.

Desde el punto de vista ambiental, los beneficios son especialmente relevantes en un territorio con ecosistemas frágiles y una economía fuertemente vinculada al turismo. Mejorar la calidad del aire y reducir la huella de carbono

no es solo una cuestión ambiental, sino también estratégica.

Para las empresas, estos planes suponen una oportunidad para mejorar su eficiencia, reducir costes asociados a los desplazamientos y reforzar su imagen corporativa. En sectores como el turístico, donde la sostenibilidad es cada vez más valorada, esto puede convertirse en una ventaja competitiva.

En cuanto a los trabajadores, los beneficios son claros: menos tiempo en desplazamientos, menor estrés, ahorro económico y una mejora de la conciliación, especialmente cuando se incorporan medidas como la flexibilidad horaria o el teletrabajo.

A pesar de estas oportunidades, la implantación no es sencilla. ¿Cuáles son los principales obstáculos en Canarias y cómo prevé la evolución de la movilidad laboral en los próximos años?

El principal obstáculo sigue siendo la fuerte dependencia del coche privado, que en muchos casos responde a la falta de alternativas competitivas. A esto se suman factores como la dispersión territorial, la concentración de actividad en determinados polos y las limitaciones del transporte público en algunas zonas.

También existe un reto importante en términos de gobernanza, ya que la coordinación entre administraciones es clave y no siempre resulta sencilla en un territorio insular.

No obstante, el contexto está evolucionando. La digitalización, el teletrabajo y una mayor conciencia ambiental están impulsando cambios en los hábitos de movilidad. Además, las nuevas generaciones muestran una menor dependencia del vehículo privado.

De cara al futuro, veremos una movilidad más flexible y multimodal, en la que se combinan distintos medios de transporte y donde el desplazamiento diario deja de ser una obligación rígida. En Canarias, este proceso será progresivo, pero con un gran potencial transformador.

“Los PMST son clave porque gran parte de los desplazamientos laborales se hacen en coche privado”

Alomon cuenta con una amplia trayectoria en el ámbito de la movilidad. ¿Qué valor aporta esa experiencia acumulada en el acompañamiento a empresas en el desarrollo de PMST?

Contar con más de 20 años de experiencia en movilidad y transporte nos permite abordar los PMST desde una perspectiva integral, combinando rigor técnico, conocimiento del territorio y experiencia práctica.

A lo largo de este tiempo hemos trabajado con organizaciones muy diversas, desde hospitales hasta universidades —como la Universidad de Jaén—, sedes administrativas o grandes centros de actividad como mercados mayoristas. Esta diversidad nos ha permitido desarrollar metodologías flexibles, adaptadas a cada contexto.

Nuestra experiencia nos ha enseñado que no existen soluciones estándar. Cada plan debe partir de un diagnóstico riguroso y de una comprensión profunda de la organización y su entorno. Esto nos permite anticipar retos, identificar oportunidades y diseñar medidas realistas y viables.

Además, hemos comprobado que el éxito no depende solo del diseño, sino de la implantación. Por eso damos especial importancia al acompañamiento continuo, la participación de los distintos agentes y el seguimiento de resultados, asegurando que las medidas se integren en el día a día.

En definitiva, la experiencia acumulada nos permite transformar los planes en herramientas efectivas de cambio, adaptadas a contextos complejos y en constante evolución.



ENTREVISTA

DANIEL HERNÁNDEZ
DIRECTOR DE
MARKETING DE
BANANGO

Daniel Hernández: “Somos una pieza clave del comercio en Canarias, transformando limitaciones en oportunidades”

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En un contexto donde el comercio electrónico redefine la movilidad de bienes, ¿cómo contribuye Banango a reducir las barreras logísticas históricas de Canarias?

En Banango contribuimos a eliminar una de las principales barreras del comercio electrónico en Canarias: la dificultad de comprar con la misma facilidad que en la península.

Para ello, hemos desarrollado un sistema que replica la experiencia de compra original de las tiendas online. El usuario navega, añade productos al carrito y compra como si lo hiciera directamente, pero con la capa de servicio de Banango integrada, eliminando la sensación de intermediación.

Además, ofrecemos un servicio de pedido personalizado que permite introducir la URL de cualquier producto y gestionar la compra con precisión.

Nuestro objetivo es ser una solución 360 para el comercio online en Canarias, gestionando de forma eficiente la parte aduanera y fiscal con un equipo especializado que revisa cada operación y agiliza los despachos.

A ello se suma la centralización de envíos en nuestro centro logístico de Madrid, lo que nos permite optimizar rutas, mejorar condiciones con operadores y ofrecer un servicio más ágil y competitivo.

Todo ello ha permitido consolidar un servicio innovador en Canarias durante los últimos cinco años.

La “última milla” en territorios insulares sigue siendo uno de los grandes retos del sector. ¿Cómo optimiza Banango la entrega final en las ocho islas para garantizar eficiencia y competitividad frente a otros modelos logísticos?

La última milla en territorios insulares como Canarias está marcada por la fragmentación geográfica y una menor densidad de infraestructuras logísticas, lo que limita soluciones habituales como redes amplias de puntos de entrega o taquillas inteligentes.

En Banango abordamos este reto desde la especialización y el control del proceso. Trabajamos con operadores con alta capilaridad en el archipiélago, lo que nos permite garantizar cobertura en todos los municipios y ofrecer distintas opciones de entrega, como domicilio, oficina o puntos de recogida.

Además, centralizamos la operativa en nuestro centro logístico, optimizando la distribución según el destino final y mejorando la eficiencia en la última milla.

Este enfoque nos permite ofrecer un servicio fiable y homogéneo en todas las islas, reduciendo incidencias, mejorando los tiempos de entrega y adaptándonos a las necesidades reales del cliente en un entorno logísticamente complejo.

En plena transformación digital, donde el usuario exige transparencia en los costes, ¿cómo ha cambiado la percepción del consumidor canario al eliminar la incertidumbre aduanera en sus compras online?

El cambio ha sido muy significativo. Durante años, uno de los principales frenos del e-commerce en Canarias ha sido la incertidumbre: no saber cuánto se va a pagar realmente ni qué trámites habrá que afrontar en el momento de la entrega. En Banango hemos eliminado esa fricción simplificando el proceso al máximo. Desde que la

mercancía sale de nuestro centro logístico en Madrid, gestionamos de forma anticipada toda la documentación y la liquidación de impuestos en Canarias, de modo que el cliente no tenga que enfrentarse a trámites adicionales ni a pagos inesperados en el momento de la entrega.

Esto se traduce en una experiencia de compra clara, sin sorpresas y con un precio cerrado desde el inicio. El usuario puede comprar con la misma tranquilidad que en cualquier otra región, lo que ha contribuido a generar confianza y a impulsar la adopción del comercio online en Canarias.

El crecimiento del e-commerce plantea desafíos medioambientales. ¿Qué papel pueden jugar plataformas como Banango en una logística más sostenible en territorios alejados del continente?

Los desafíos medioambientales en logística se intensifican en Canarias por la insularidad y el transporte adicional, por lo que en Banango consideramos clave la eficiencia operativa. Reducimos el impacto priorizando embalajes reciclables, sobre todo cartón, limitando el reempaqueado a casos necesarios y reutilizando el embalaje original de las tiendas cuando es posible para evitar residuos.

Nuestro objetivo es mejorar continuamente la eficiencia logística, entendiendo que la sostenibilidad depende tanto de los materiales como de la gestión de los envíos, avanzando hacia una logística más inteligente.

Muchas grandes plataformas aún presentan limitaciones de envío a Canarias.

¿Considera que el modelo intermediario de Banango es una solución temporal o una pieza estructural del futuro del comercio en las islas?

Más que una solución temporal, creemos que Banango es una pieza estructural dentro del ecosistema del e-commerce en Canarias.

Durante años, el mercado canario se ha percibido como limitado o complejo, pero la realidad es que existe una demanda sólida, con capacidad de consumo y alto interés por el comercio online. En este contexto, Banango ha contribuido a demostrar ese potencial, facilitando el acceso y generando confianza en usuarios y marcas. De hecho, cada vez más empresas comienzan a operar en Canarias al identificar una oportunidad real de negocio en las islas.

Nuestro modelo no responde a una necesidad puntual, sino a una realidad estructural: la dependencia logística y las particularidades del territorio. Por ello, llevamos más de cinco años evolucionando para adaptarnos al mercado.

Aspiramos a consolidarnos como un actor clave, no solo como facilitadores de compra, sino como una empresa canaria comprometida con el desarrollo del archipiélago, capaz de transformar limitaciones en oportunidades.

Más allá del servicio, Banango ha impulsado iniciativas solidarias como la donación a Aldeas Infantiles en Telde. ¿Cómo encajan estas acciones en su visión empresarial y en su impacto en la sociedad canaria?

Banango nace para resolver un problema local muy concreto:

la dificultad de acceso al comercio online en Canarias. Por ello, nuestro compromiso con el archipiélago es no solo empresarial, sino también social. Creemos que crecer como empresa debe ir acompañado de un impacto positivo en nuestro entorno. No se trata solo de facilitar compras, sino de contribuir al desarrollo de nuestra comunidad.

En esta línea, impulsamos recientemente una iniciativa solidaria junto a Aldeas Infantiles en Telde, con la participación de todo el equipo. Organizamos la compra, recogida y entrega de juguetes sin intermediarios, convirtiéndolo en una experiencia cercana y significativa.

Además, nos permitió conocer de primera mano la labor de la organización con los niños y sus familias, en un contexto con importantes desafíos sociales. Para nosotros, estas acciones refuerzan nuestro propósito: contribuir a un futuro con más oportunidades en las islas, desde un compromiso real con nuestra gente.

“En Banango eliminamos la incertidumbre del e-commerce con un precio claro desde el inicio”

Mirando hacia el futuro, ¿cómo imagina Banango la evolución de la movilidad de productos entre la Península y Canarias en los próximos años y qué innovaciones planean liderar en ese proceso?

El futuro del e-commerce entre la península y Canarias pasa por una mayor integración tecnológica y por una experiencia cada vez más fluida para el usuario.

En Banango estamos evolucionando nuestro modelo para adaptarnos a ese escenario, desarrollando nuevas líneas de servicio orientadas tanto a empresas como al cliente final, con el objetivo de mejorar los tiempos de entrega y ampliar las capacidades del ecosistema.

Al mismo tiempo, estamos incorporando tecnologías avanzadas en nuestros procesos internos que nos permiten optimizar la operativa, anticiparnos a la demanda y ofrecer un servicio cada vez más eficiente y escalable. Nuestro enfoque es claro: seguir reduciendo barreras, mejorar la experiencia de compra y consolidar una infraestructura que permita que comprar online desde Canarias sea cada vez más ágil, predecible y accesible.



José Ignacio Moya: “Avanzamos a una movilidad más sostenible con la renovación del parque móvil como eje clave”



cas de uso, sus propias necesidades de infraestructura y sus propias capacidades económicas.

Desde el sector apostamos por un enfoque integrado: renovación de flotas, tanto privadas como públicas y turísticas, combinada con una mejor articulación entre modos de transporte en cada isla. La intermodalidad es clave en un territorio donde el vehículo privado es imprescindible, pero donde también hay margen para mejorar la eficiencia del conjunto. El objetivo no es restringir la movilidad, sino hacerla más limpia, más económica y más conectada.



ENTREVISTA

JOSÉ IGNACIO MOYA
DIRECTOR GENERAL DE
FACONAUTO

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En un contexto en el que Canarias avanza hacia la descarbonización del transporte y la renovación del parque móvil, ¿qué papel está jugando Faconauto Canarias para acelerar la transición hacia vehículos más sostenibles sin dejar atrás la realidad económica del archipiélago?

Canarias afronta la transición energética desde una posición de partida muy exigente: contamos con uno de los parques móviles más envejecidos de España, con una antigüedad media en torno a los 15,4 años. Eso significa que una parte muy relevante de los vehículos que circulan en las islas son menos eficientes, más contaminantes y más caros de mantener para sus propietarios.

Desde Faconauto creemos que la renovación del parque es la palanca más potente y más inmediata para reducir emisiones en Canarias. No hay medida ambiental que tenga un impacto tan rápido como sacar de la circulación vehículos viejos y contaminantes. Pero para que eso ocurra, la transición tiene que ser accesible económicamente: acompa-

ñamos al ciudadano en ese proceso, con una oferta tecnológica amplia y un asesoramiento adaptado a su realidad.

La incertidumbre en las ayudas a la adquisición de vehículos ha tenido impacto en el mercado automovilístico canario, ¿cómo está afectando esta situación a la planificación de los concesionarios y qué medidas consideran necesarias para estabilizar la demanda?

La incertidumbre en materia de ayudas tiene un efecto muy concreto: paraliza la decisión de compra. El ciudadano que está valorando renovar su vehículo no va a comprometerse a una operación importante si no sabe si va a contar con apoyo económico o en qué condiciones. Simplemente, espera. Y mientras espera, sigue circulando con un vehículo más antiguo y contaminante.

Lo que necesitamos, en términos generales, son programas de incentivos continuos, sencillos y previsibles. Que el ciudadano sepa, cuando decide comprar, que puede contar con ellos. Y que el concesionario pueda planificar su actividad a medio plazo sin depender de decisiones administrativas de última hora. La estabilidad regulatoria es, en sí misma, un incentivo al mercado.

Canarias presenta unas singularidades geográficas y fiscales únicas dentro de Europa, ¿hasta qué punto estas condiciones deberían reflejarse en una política de movilidad diferenciada para el sector de la automoción en las islas?

Canarias es un caso único en Europa: territorio insular, régimen fiscal diferenciado, fragmentación territorial entre islas y una dependencia estructural del vehículo privado que no tiene equivalente en ningún otro mercado peninsular. Todo eso hace que las políticas de movilidad de aplicación general no funcionen de la misma manera aquí. Eso exige un tratamiento específico: incentivos calibrados a la capacidad adquisitiva real del ciudadano canario y la necesidad de movilidad esencial en un archipiélago.

Con el crecimiento del vehículo eléctrico, uno de los grandes retos sigue siendo la infraestructura de recarga, ¿cómo valoran desde Faconauto Canarias el ritmo actual de despliegue en las islas y qué puntos críticos siguen detectando?

En Canarias hay actualmente algo más de 2.000 puntos de recarga. Si observamos una apuesta pública por el despliegue de la red, junto, como ocurre en otros territorios, a una importante inversión de operados privados. El trabajo se está haciendo, pero el modelo tiene retos, como la fragmentación de esos operadores, los tiempos administrativos o poner el foco en la necesidad de carga rápida en los corredores turísticos. Y de fondo, la necesidad de mejorar la experiencia cliente a la hora de cargar: que se pueda hacer con una tarjeta de crédito, que estén señalizados los puntos de recarga...

Más allá de la venta de vehículos, los concesionarios están evolucionando hacia modelos

de movilidad más integrados, ¿cómo está cambiando el papel del concesionario tradicional en Canarias dentro de esta nueva cadena de valor?

El cliente que llega hoy ya no busca solo un vehículo: viene con dudas tecnológicas, dudas sobre costes de uso, dudas sobre si podrá recargar en su edificio o en su ruta habitual. Eso exige un perfil de atención mucho más especializado. En Canarias este papel es especialmente crítico. Las particularidades del territorio —distancias inter-insulares, disponibilidad de recarga en cada isla, patrones de uso del vehículo— hacen que la decisión de compra sea más compleja que en la península. El concesionario se convierte así en un verdadero asesor de movilidad: ayuda a elegir la tecnología adecuada, explica las ayudas disponibles, resuelve dudas sobre la recarga y acompaña al cliente más allá de la transacción. Ese valor añadido es lo que define hoy a un buen concesionario.

En un territorio fragmentado como el canario, la movilidad interinsular sigue siendo un desafío clave, ¿qué soluciones o propuestas plantea el sector para mejorar la conectividad y la eficiencia del transporte entre islas?

La movilidad en Canarias tiene una dimensión que no existe en ningún otro mercado de España: la fragmentación física entre islas. El parque supera ya los 1,3 millones de turismos, pero la realidad es que cada isla funciona como un mercado propio, con sus propias dinámi-



Necesitamos programas de ayudas continuos y previsibles que den confianza al ciudadano y estabilidad al mercado

Mirando al futuro de la movilidad en Canarias, ¿cuál es el principal reto que afronta el sector de la automoción para mantener su viabilidad económica al mismo tiempo que contribuye a los objetivos de sostenibilidad y reducción de emisiones?

El gran reto es que la transición sea justa económicamente. El mercado está avanzando —ya más del 66% de las matriculaciones en Canarias corresponden a vehículos con emisiones inferiores a 120 g/km—, pero eso no significa que la transición sea accesible para todos. Hay una parte de la población que todavía no puede permitirse un vehículo nuevo, y mucho menos uno eléctrico, sin apoyo público.

Por eso insistimos en que la renovación del parque es la palanca estratégica por excelencia. Sustituir un vehículo antiguo por uno moderno —aunque no sea eléctrico puro— ya supone una reducción muy significativa de emisiones, y lo hace a un coste que el ciudadano puede asumir con los incentivos adecuados. Sostenibilidad y viabilidad económica no son contradictorias: con políticas bien diseñadas, se refuerzan mutuamente.



servilog
INTERNATIONAL FORWARDERS

Referentes en
el transporte
de mercancías
entre **Canarias**
y **West África.**

MAX. WT.	30 480 KGS
	67 200 LBS
TARE WT.	2 100 KGS
	4 630 LBS
PAYLOAD	8 380 KGS
	62 570 LBS
CU. CAP.	33.1 CU.M.
	1.170 CU.FT.



-  c/. Presidente Alvear, 59-61
35007 · Las Palmas de Gran Canaria
-  +34 690 104 454
-  info@servilog.com.es
-  servilog.com.es



ENTREVISTA

CARLOS GONZÁLEZ
PROPIETARIO DE
CANARIAS TE RECARGA

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS

En un momento en el que la movilidad eléctrica avanza con fuerza en Canarias, impulsada por la sostenibilidad y la innovación tecnológica, ¿qué papel está desempeñando Canarias Te Recarga en la transformación del transporte en las islas?

Durante estos diez años, en Canarias Te Recarga hemos acompañado la evolución de la movilidad eléctrica en el archipiélago desde sus primeras etapas, cuando aún era necesario generar confianza y desarrollar una infraestructura que hiciera viable el cambio al vehículo eléctrico.

Como pioneros en Canarias, hemos trabajado para ofrecer soluciones reales, gestionando una red de puntos de recarga accesible, fiable y pensada tanto para particulares como para empresas y visitantes.

Con el crecimiento del sector, también hemos evolucionado, facilitando la entrada de nuevos operadores y promoviendo acuerdos de interoperabilidad para crear una red más conectada y útil. Además, actuamos como enlace entre usuarios, empresas y administraciones, impulsando un desarrollo adaptado a la realidad de las islas.

Nuestro objetivo sigue siendo claro: hacer de la movilidad eléctrica una opción práctica y accesible para todos.

A medida que crece el número de vehículos eléctricos, también lo hace la necesidad de infraestructuras eficientes. ¿Cómo está evolucionando su red de puntos de recarga para dar respuesta a esta nueva demanda?

Con el crecimiento del vehículo eléctrico, también han evolucionado las necesidades de recarga. Hoy el usuario no solo busca disponibilidad, sino una infraestructura más rápida, fiable y bien ubicada, adaptada a vehículos con mayor autonomía.

Nuestra red ha seguido esa línea: ampliamos infraestructura, pero priorizando la eficiencia, con cargadores más rápidos y pensados para el uso real.

Trabajamos en tres áreas clave: mejorar nuestra red, colaborar con administraciones y empresas en nuevos proyectos, y reforzar la interoperabilidad para ofrecer una red más conectada.

Iniciativas como la de Los Realejos reflejan el camino: no solo hacen falta más puntos, sino mejo-



res puntos, bien ubicados y con una estrategia clara.

La experiencia del usuario es clave para fomentar el uso del vehículo eléctrico. ¿Qué ventajas diferenciales ofrece su plataforma, tanto a través de la app como de la tarjeta física, frente a otros sistemas de recarga?

La experiencia del usuario siempre ha sido una prioridad, porque la movilidad eléctrica solo funciona si la recarga es sencilla, cómoda y fiable. La mejor experiencia es aquella en la que el usuario casi no tiene que pensar.

Muchas empresas confían en nosotros para gestionar sus puntos de recarga, facilitando el control, mantenimiento y operación diaria.

Para el usuario, apostamos por un sistema similar al bono de transporte: recarga saldo y lo utiliza sin depender de pagos en cada carga. Esto, junto con la tarjeta física y la interoperabilidad, permite acceder a más puntos de forma cómoda.

Además, mantenemos un trato cercano, ofreciendo un servicio accesible y siempre dispuesto a ayudar.

La reciente incorporación de cargadores rápidos en Los Realejos supone un avance significativo para el norte de Tenerife. ¿Cómo mejora esta nueva infraestructura la movilidad diaria y los desplazamientos interurbanos de los usuarios?

La incorporación de cargadores rápidos en Los Realejos es una muy buena noticia para la movilidad eléctrica en Tenerife y en Canarias en general. Aún existen zonas con menor cobertura, y este punto mejora especialmente la conexión entre Santiago del Teide y Puerto de la Cruz.

La apuesta del ayuntamiento por ubicaciones estratégicas, como zonas de paso, ocio o cercanas a la autopista, supone un avance importante. Incluso en un municipio con orografía compleja como Los Realejos, se ha logrado una solución funcional.

Además, gracias al acuerdo de interoperabilidad con la empresa gestora, nuestros clientes pueden utilizarlos con la misma tarjeta, sin registros adicionales.

Esto facilita una movilidad más cómoda y da mayor tranquilidad al usuario al saber que dispone de puntos fiables cuando los necesita.

En un territorio fragmentado como el archipiélago canario, la conectividad entre islas es un reto importante. ¿Qué dificultades encuentran a la hora de desplegar y mantener una red homogénea de puntos de carga?

En Canarias, uno de los principales retos no es solo desplegar la red de recarga, sino mantenerla operativa. No basta con instalar cargadores, es clave garantizar su funcionamiento continuo, lo que en un entorno insular añade complejidad.

Carlos González: “Hemos acompañado la evolución de la movilidad eléctrica en Canarias desde sus primeras etapas”

Por ello, es fundamental contar con una buena gestión tecnológica que permita supervisar incidencias y resolver muchas de ellas de forma remota, reduciendo intervenciones presenciales.

Cuando se producen averías, la insularidad influye en los tiempos de respuesta, los costes y la disponibilidad de equipos o piezas, lo que a veces requiere coordinación entre islas o apoyo local.

Además, cada isla tiene su propia realidad en cuanto a demanda, gestión administrativa e implicación institucional, por lo que cada proyecto debe adaptarse a su entorno.

La digitalización y la gestión inteligente de la energía son tendencias clave en el sector. ¿Qué innovaciones están implementando para optimizar el uso de los puntos de recarga y facilitar su acceso?

La digitalización en nuestro sector busca mejorar tanto la experiencia del usuario como la gestión interna de la red. Estamos trabajando en una web más completa, una plataforma más útil y en la modernización de nuestros sistemas, clave en nuestra evolución.

Sin embargo, gran parte de esta mejora ocurre en procesos que el usuario no ve directamente. Es fundamental reforzar la gestión telemática de los puntos de recarga, supervisar incidencias, controlar el funcionamiento de los equipos y resolver el mayor número posible de situaciones sin intervención presencial. En un archipiélago como Canarias, esto es una necesidad.

También trabajamos en ofrecer mayor transparencia e información al cliente, tanto a usuarios particulares como a empresas, y en mejorar la interoperabilidad entre operadores para lograr una red más conectada y útil, especialmente en entornos como parkings, centros comerciales o flotas.

Al final, innovar no es solo incorporar tecnología, sino hacer que todo funcione de forma más sencilla, fiable y útil para el usuario.

Con la mirada puesta en el futuro y en los objetivos de sostenibilidad, ¿qué nuevos

proyectos o ampliaciones tienen previstos para seguir consolidando la red Canarias Te Recarga en los próximos años?

Ahora mismo estamos en un momento clave para la movilidad eléctrica en Canarias. Cabildos y ayuntamientos están empezando a realizar inversiones importantes con una visión más estratégica, y cada vez más empresas externas se interesan por el mercado canario, que ya no es una apuesta de futuro, sino una realidad en pleno crecimiento.

“No basta con instalar cargadores, hay que garantizar que funcionen de forma continua y eficiente”

Como empresa con diez años de experiencia en el sector, sabemos que no podemos quedarnos atrás. Por eso seguimos reforzando la interoperabilidad y mejorando toda la parte tecnológica que no siempre ve el usuario, pero que es fundamental para que la red funcione mejor.

También es una realidad que nuestros clientes nos venían pidiendo una mejora importante en nuestra presencia digital, y tenían razón. Estamos terminando una renovación profunda de nuestro stack tecnológico, con una nueva web mucho más completa, un mapa más interactivo y una forma más clara de mostrar toda la información y la gestión del servicio. Es un cambio importante que se verá muy pronto.

Nuestro objetivo sigue siendo el mismo: que cargar un vehículo eléctrico sea cada vez más fácil, que el usuario pueda usar su tarjeta con normalidad, sin complicaciones y con la confianza de que detrás hay un servicio que funciona.



José Luis Barbajosa: “Consolidamos nuestro liderazgo en Canarias combinando crecimiento, proximidad y eficiencia operativa”

ENTREVISTA

JOSÉ LUIS BARBAJOSA
DIRECTOR ADJUNTO Y
DIRECTOR DE OPERACIONES DE
EL PASO 2000

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

En un entorno de crecimiento y adaptación constante dentro del sector de la automoción en Canarias, ¿cómo ha evolucionado la integración de El Paso 2000 dentro de la estructura de Rodi Motor Services?

La integración se produjo en 2014, momento en el que el grupo Rodi Motor Services entró en el archipiélago canario mediante la adquisición de El Paso 2000. Tras más de diez años, podemos afirmar que esta integración se ha consolidado de forma natural y madura. Hemos ampliado nuestra red con nuevos talleres en distintas islas y, en esencia, hemos replicado el modelo de negocio que desarrollamos desde hace años en la Península.

Cuando integramos una nueva zona, resulta fundamental llevar a cabo una integración completa, pero respetando la identidad local. En el caso de Canarias, esto ha sido especialmente importante, ya que El Paso 2000

contaba con un profundo conocimiento del cliente local. Rodi aporta solidez, estructura, procesos y una propuesta de alcance ibérico, mientras que El Paso 2000 mantiene su cercanía y conocimiento del mercado canario.

En relación con la digitalización, la cual está redefiniendo la experiencia del cliente cada día, ¿qué impacto real está teniendo la transformación digital en los procesos diarios de los centros de El Paso 2000?

Es importante diferenciar entre tipos de clientes y actividades: cliente particular y cliente empresa o flotas, así como vehículo ligero y vehículo industrial.

En el caso del cliente particular, la digitalización se refleja en elementos cotidianos como la cita previa online, que permite seleccionar taller, día, hora y servicio. También destaca el papel del call center, que, aunque no se perciba como una herramienta digital, integra numerosos sistemas tecnológicos.

Asimismo, la evolución de los vehículos exige herramientas de diagnóstico multimarca de última generación. Estas permiten ofrecer al cliente una información completa sobre el estado de su vehículo, de forma similar a un chequeo médico.

En cuanto a clientes de empresa y flotas, la digitalización es más avanzada gracias a una herramienta interna denominada Rodi Analytics. Esta permite controlar costes, gestionar neumáticos, facturación, productos y

mano de obra, además de generar indicadores clave. Sus principales beneficios son la optimización de recursos, la reducción de riesgos mediante planificación del mantenimiento y la toma de decisiones basada en datos, lo que se traduce en una reducción directa de costes.

Dado el contexto logístico particular de Canarias, ¿qué papel juega El Paso 2000 en los planes de expansión de Rodi Motor Services en el archipiélago?

La apuesta por Canarias es firme y estratégica desde 2015. Actualmente, es uno de los territorios donde el grupo está plenamente consolidado, al nivel de otras regiones como Cataluña o Aragón.

El Paso 2000 actúa como plataforma operativa en el archipiélago, combinando el conocimiento local con la capacidad del grupo. Hoy contamos con 16 talleres y 14 unidades móviles, principalmente para vehículo industrial, con presencia física en Gran Canaria, Tenerife, La Palma y Fuerteventura, además de servicio en Lanzarote. Además, están en marcha las obras de una nave de 5.600m² en Chafiras (Tenerife)

Nuestro objetivo es seguir creciendo tanto en las islas donde ya operamos como en aquellas donde aún no estamos presentes, siempre en función de la demanda del cliente.

Un aspecto clave es la logística, condicionada por la insularidad. En este sentido, El Paso 2000 cuenta con una ventaja competitiva al participar en la distribución a través de la marca Nex, lo que permite anticipar stock, mejorar precios y adaptar el servicio a las particularidades del mercado canario.

Mantener una calidad homogénea en distintas ubicaciones es un reto importante. ¿Cómo garantizan estos estándares en los centros de El Paso 2000?

La coherencia en la calidad se basa en tres pilares fundamentales. El primero son los procesos y procedimientos comunes, idénticos a los aplicados en la Península. El segundo es el equipamiento homogéneo, con las mismas herramientas y sistemas de diagnóstico en todos los centros. El tercero, y más importante, es la formación continua centralizada. Todos los técnicos siguen los mismos planes formativos, garantizando un nivel técnico uniforme en toda la red. Además, el factor humano es esencial: no existen procesos sin personas. La calidad también depende

de una cultura empresarial basada en valores como la proximidad, el servicio integral y la accesibilidad.

Precisamente sobre el factor humano, ¿qué estrategias están desarrollando para atraer, formar y retener talento técnico especializado?

El enfoque se centra en tres ejes: selección, formación y desarrollo. La falta de profesionales cualificados es uno de los principales retos del sector, especialmente en Canarias.

Para atraer talento, colaboramos con centros de formación profesional y participamos en ferias de empleo, reforzando nuestra imagen como marca empleadora. En cuanto a la formación, contamos con planes continuos en diagnóstico multimarca, electrificación y nuevas tecnologías.

En materia de retención, trabajamos en el desarrollo profesional de nuestros empleados, identificando talento interno y fomentando carreras dentro de la empresa. También es fundamental crear un buen clima laboral, donde el trabajo no se perciba como una carga, sino como un entorno positivo.

En relación con el auge del vehículo eléctrico y la sostenibilidad, ¿cómo se está preparando la red de Paso 2000?

La electrificación es una realidad, pero su ritmo de implantación es progresivo. Según nuestras previsiones, incluso en 2050 el nivel de electrificación será relativamente bajo en comparación con otros países europeos, y en Canarias aún más. Nuestra estrategia consiste en adaptar tanto el equipamiento como la formación al ritmo real del mercado. En cuanto a sostenibilidad, prestamos especial atención a la gestión de residuos en los talleres, colaborando con empresas especializadas para garantizar un tratamiento adecuado.

Para finalizar, ¿cuáles son los principales objetivos estratégicos de Rodi Motor Services para 2026 y qué papel desempeñará El Paso 2000?

En el caso de El Paso 2000, los objetivos se centran en mantener el liderazgo y la rentabilidad en Canarias, consolidando el posicionamiento alcanzado en los últimos años. Asimismo, se plantea un crecimiento sostenido mediante la apertura de nuevos puntos de venta, tanto en las islas donde ya operamos como en aquellas donde aún no tenemos presencia, siempre en función de la demanda del mercado. A ello se suma la inversión continua en los talleres existentes y en las unidades móviles, con el objetivo de mejorar el servicio, optimizar los recursos y seguir ofreciendo una experiencia de calidad al cliente. También buscamos reforzar el servicio orientado a clientes profesionales y flotas, así como consolidar nuestra ventaja competitiva en el ámbito de la distribución, adaptándonos de forma constante a las particularidades del entorno canario.

A nivel de grupo, los objetivos principales pasan por consolidar la rentabilidad en todas las áreas de negocio, acompañada de un plan de inversiones orientado a la expansión en nuevos territorios, como ya se ha hecho en Galicia o Valencia. Otro aspecto clave es culminar el proceso de transición generacional, tanto en el accionariado como en los equipos directivos, garantizando la continuidad del modelo empresarial. Asimismo, se mantiene un firme compromiso con el desarrollo de las personas, el fortalecimiento del clima laboral y la implicación de los equipos, reforzando la cultura corporativa y sentando las bases para un crecimiento sostenible y equilibrado a largo plazo.



Flexicar: “Apostamos por una movilidad electrificada adaptada a la realidad del archipiélago”

ENTREVISTA

JUAN ALEXIS BATISTA
RESPONSABLE DE TIENDA
FLEXICAR EN TENERIFE

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS

En un contexto de cambio en la movilidad, especialmente en Canarias donde el vehículo privado sigue siendo clave, ¿cómo está evolucionando la demanda de coches seminuevos y qué perfil de cliente predomina?

En Canarias estamos viendo una evolución muy positiva de la demanda de vehículo de ocasión, impulsada por clientes que buscan una solución accesible, fiable y adaptada a sus necesidades. En un entorno donde el vehículo privado sigue siendo fundamental, el seminuevo se consolida como una opción cada vez más relevante.

El cliente también ha evolucionado: hoy está más informado, compara más y analiza aspectos como el precio, el equipamiento, el consumo o la financiación antes de decidir. Ya no se trata solo de comprar, sino de elegir con criterio.

El perfil predominante sigue siendo el particular, que necesita el vehículo para su día

a día y valora especialmente la garantía y la seguridad en la compra. Además, existe una demanda diversa, lo que nos obliga a ofrecer una gama amplia que se adapte a distintos presupuestos y necesidades.

La insularidad condiciona el mercado automovilístico en Canarias. ¿Qué diferencias existen frente a la Península y cómo se adapta Flexicar?

La insularidad implica una logística más exigente, mayores tiempos de aprovisionamiento y un impacto en costes por transporte y fiscalidad propia del archipiélago.

Ante ello, en Flexicar planificamos el stock con enfoque local, adaptando la oferta a las necesidades del cliente canario. No se trata solo de trasladar vehículos, sino de ofrecer una propuesta coherente y competitiva.

Además, apostamos por la transparencia y la confianza, con vehículos revisados, garantizados y opciones de financiación que facilitan una experiencia de compra ágil y adaptada al mercado local.

El crecimiento de Flexicar en Canarias ha sido notable. ¿Qué factores han sido clave para consolidarse en el mercado de vehículos de ocasión?

El crecimiento responde a un modelo sólido basado en una alta rotación de stock, una oferta competitiva y una propuesta centrada en la confianza, la transparencia y la seguridad en la compra.

También ha sido clave entender las particularidades del mercado canario, adaptando

la oferta y la operativa para ofrecer una experiencia más cercana y ajustada al cliente.

Además, apostamos por la digitalización y un modelo omnicanal que combina la comodidad online con el asesoramiento presencial. Todo ello, junto con vehículos revisados, garantía y financiación, nos permite mantener un crecimiento sostenido y orientado al cliente.

La sostenibilidad está impulsando la movilidad eléctrica e híbrida. ¿Cómo influye esta tendencia en los clientes canarios y qué papel juega Flexicar Green?

La sostenibilidad está ganando peso en las decisiones de compra en Canarias, aunque desde un enfoque práctico. El interés por los vehículos híbridos y eléctricos va en aumento, impulsado tanto por una mayor conciencia medioambiental como por factores como el ahorro en consumo, la eficiencia y el coste de uso a medio plazo.

No obstante, la transición se está produciendo de forma progresiva. Aspectos como la infraestructura de recarga, el tipo de trayectos habituales o la relación entre precio, autonomía y uso real siguen siendo determinantes. En este contexto, el vehículo híbrido se posiciona como una opción especialmente atractiva por su equilibrio entre eficiencia, autonomía y facilidad de uso.

A través de Flexicar Green reforzamos nuestra propuesta en movilidad electrificada, ampliando una oferta adaptada a esta nueva demanda sin renunciar a los estándares de calidad, revisión y garantía que nos caracterizan. Además, damos especial importancia al acompañamiento al cliente, ayudándole a entender qué opción encaja mejor con su uso real y facilitando una transición que requiere información y confianza.

El acceso al vehículo eléctrico depende de factores económicos y de infraestructura. ¿Cuáles son las principales barreras para su adopción en Canarias?

La movilidad eléctrica tiene recorrido en Canarias, pero aún existen barreras importantes. La principal es la infraestructura de recarga, que, aunque está creciendo, todavía no tiene la misma cobertura en todas las islas, lo que genera dudas en muchos conductores.

A esto se suma el factor económico. Aunque el vehículo eléctrico es más eficiente a medio y largo plazo, la inversión inicial

sigue siendo elevada y condiciona la decisión de compra. También influye el desconocimiento sobre autonomía, tiempos de carga o mantenimiento, así como el cambio de hábitos que implica este tipo de movilidad.

En este contexto, el reto no es solo ampliar la oferta, sino también informar y acompañar al cliente, ya que la evolución del vehículo eléctrico dependerá del avance conjunto de la infraestructura, la accesibilidad y la confianza del consumidor.

La digitalización está transformando el sector de la automoción. ¿Cómo integra Flexicar la tecnología para mejorar la experiencia de compra y venta?

La digitalización es una de las grandes palancas de transformación del sector y, en Flexicar, la entendemos como una herramienta para ofrecer una experiencia de cliente más ágil, sencilla y transparente, tanto en la compra como en la venta de vehículos.

Hoy en día, gran parte del proceso comienza en el entorno online. Por ello, trabajamos para ofrecer una experiencia intuitiva, con acceso a un stock actualizado, información completa, comparativas y herramientas que permitan al cliente avanzar con comodidad antes de acudir a un punto de venta.

Pero la tecnología no solo mejora la parte visible del proceso. También nos permite ganar eficiencia interna en la gestión del stock, en la fijación de precios, en la operativa logística y en la coordinación de procesos, algo especialmente relevante en mercados con particularidades como el canario.

Además, seguimos avanzando en la incorporación de herramientas de automatización e inteligencia artificial que nos ayudan a ser más eficientes, tomar mejores decisiones y ofrecer una experiencia más consistente y personalizada. Nuestro objetivo no es sustituir la cercanía, sino reforzarla mediante un modelo omnicanal que combine lo digital y lo presencial con coherencia, rapidez y confianza.

Mirando hacia el futuro, en un escenario marcado por la transición ecológica y los cambios en los hábitos de movilidad: ¿cuáles son los principales objetivos y retos de Flexicar de cara a 2026, especialmente en Canarias?

De cara a 2026, en Flexicar afrontamos esta etapa con una hoja de ruta muy clara. Queremos seguir reforzando nuestra posición en Canarias, ampliando nuestra presencia y manteniendo una propuesta de valor basada en la cercanía, la calidad de servicio y la capacidad de adaptarnos a un mercado con particularidades muy concretas.

Uno de los grandes focos va a estar en seguir elevando la experiencia de cliente, porque creemos que ahí es donde una compañía como la nuestra puede marcar verdaderamente la diferencia. Queremos ofrecer un proceso cada vez más ágil, más claro y más consistente en todos los puntos de contacto.

También seguiremos impulsando la digitalización y la eficiencia operativa, incorporando tecnología y nuevas herramientas que nos permitan mejorar procesos, optimizar la gestión interna y responder mejor a un cliente cada vez más exigente e informado.

Y, por supuesto, continuaremos avanzando en movilidad electrificada desde un enfoque práctico, realista y adaptado al mercado. En definitiva, nuestro reto es seguir creciendo con solidez, manteniendo altos estándares de calidad y evolucionando al mismo ritmo que lo hacen las necesidades del cliente y del sector.



Darío Pérez: “El Plan de Barrios tiene como objetivo llegar a todos los núcleos según sus necesidades”



ENTREVISTA

DARÍO PÉREZ

CONCEJAL DE HACIENDA Y OBRAS PÚBLICAS DEL AYUNTAMIENTO DE LOS REALEJOS

M.H. | TRIBUNA DE CANARIAS
El Plan de Barrios 2023-2027 es un eje estratégico del municipio. ¿Cómo logran que estas inversiones mejoren la infraestructura y también la calidad de vida y cohesión social en Los Realejos?

Contamos con una planificación sólida y bien estructurada, basada en un análisis detallado de cada uno de los barrios de Los Realejos. Se trata de un municipio amplio y con núcleos de población muy dispersos, por lo que el objetivo del Plan de Barrios es llegar a todos ellos. Buscamos mejorar la calidad de vida y ofrecer mejores servicios a la ciudadanía, priorizando las zonas que requieren una intervención más inmediata.

Desde el inicio del mandato en 2023 hasta la actualidad, la inversión directa municipal asciende aproximadamente a quince millones de euros, aunque algunas actuaciones siguen en ejecución. A esta cifra se suma la financiación de otras administraciones, que ha permitido reforzar el plan con proyectos como el polideportivo de Icod del Alto, la casona de La Gorvorana, el Teatro Cine Realejos o el Colegio San Agustín. Asimismo, están en fase de licitación actuaciones como un

complejo deportivo que albergará la futura piscina municipal.

Se ha comenzado este 2026 con una inversión prevista de unos 5,68 millones de euros aproximadamente.

Sí, aproximadamente. Para 2026 partimos de un presupuesto inicial cercano a los tres millones de euros, aprobado en noviembre de 2025 y en vigor desde el 1 de enero de 2026, destinado al Plan de Barrios.

Una vez se liquida el presupuesto del ejercicio anterior, podemos utilizar parte del remanente —ese ahorro acumulado— para reforzar el capítulo de inversiones, que es lo que estamos haciendo. De este modo, estimamos que la inversión total podría alcanzar en torno a los seis millones de euros durante 2026, gracias a estas incorporaciones. Se trata, principalmente, de obras financieramente sostenibles que permiten ampliar y consolidar el Plan de Barrios en este ejercicio.

El plan de barrios combina grandes inversiones con actuaciones más locales, como la mejora de la calle El Nogal o el ensanche de la calle La Romera. ¿Cómo se decide esa combinación entre proyectos estructurales y de proximidad?

Creo en la necesidad de llegar a todos los núcleos del municipio, independientemente de su tamaño o población. El hecho de contar con menos habitantes no implica que no deban disponer de servicios óptimos o de las mismas condiciones que quienes residen en el centro o el casco. La clave para lograr este equilibrio es una planificación adecuada.

Trabajamos de forma coordinada en equipo, donde cada miembro conoce las necesidades de su entorno. Por ejemplo, el caso de El Nogal, donde hacía más de veinte años que no se intervenía. Aunque no es una vía principal, era un núcleo que requería actuaciones como la renovación de la red de abastecimiento de agua, la pavimentación y la mejora de accesos para garantizar unas condiciones adecuadas a sus vecinos.

Nuestro objetivo es llegar a cada barrio, incluso a los más recónditos, para que todas las personas dispongan de servicios e infraestructuras en igualdad de condiciones. Buscamos ese equilibrio mediante un reparto equitativo de las inversiones, de modo que actuaciones en zonas como La Montaña se desarrollen en paralelo a otras en La Cruz Santa, Tiguaiga o Icod del Alto.

Se están incorporando pasos de peatones elevados, reductores de velocidad y zonas peatonales. ¿Cómo evoluciona el modelo del municipio en seguridad y movilidad?

Ha experimentado una evolución notable. La normativa ha avanzado y actualmente todos los proyectos incorporan reductores de velocidad, ampliación de aceras para una movilidad peatonal más cómoda y medidas de accesibilidad.

Es cierto que no siempre es posible aplicarlo en todos los casos por las limitaciones de la orografía o de las edificaciones existentes, pero se intenta adaptar cada actuación dentro de la normativa y el código técnico para mejorar la calidad de vida. En seguridad, se ha dado un salto importante, con la colaboración de la Policía Local, que identifica puntos a mejorar como pasos elevados o iluminación en zonas de riesgo, incorporando ese detalle en cada proyecto.

En Canarias, la orografía condiciona el desarrollo urbano y dificulta actuaciones como la repavimentación, las redes de agua y la accesibilidad.

La orografía de Canarias es compleja y el territorio está condicionado por zonas protegidas y suelos en desarrollo, lo que dificulta la ejecución de algunos proyectos.

Aun así, en este mandato se ha aprobado definitivamente el Plan General de Ordenación, un documento clave que define el crecimiento del municipio y aporta mayor certidumbre para planificar e impulsar inversiones.

El Plan de Barrios tiene como objetivo llegar a todos los núcleos según sus necesidades, destacando la reducción de pérdidas en la red de abastecimiento de agua gracias a la coordinación y la renovación progresiva de las infraestructuras.

Hay muchos proyectos en mente Darío, como el destacado Parque Urbano Sostenible y Refugio Climático en el Toscal Longuera.

Este proyecto me ilusiona mucho. Nos encontramos actualmente en fase de ejecución y cuenta con financiación del Gobierno de Canarias, a través de la Consejería de Transición Ecológica. Se trata de una iniciativa que busca concienciar a la ciudadanía y a la administración sobre la necesidad de avanzar hacia la sostenibilidad, entendiendo que todas las inversiones e infraestructuras deben orientarse hacia ese modelo.

“Combinamos grandes inversiones con actuaciones más locales para lograr un reparto equitativo”

En mayor o menor medida, ya estamos trabajando en esa línea. Por ejemplo, cuando actuamos sobre vías que requieren vegetación más densa, tratamos de generar espacios de sombra, confortables y multifuncionales, que puedan ser utilizados por toda la población, no solo por mayores o niños, sino también por personas de mediana edad.

Además, la Consejería de Transición Ecológica nos ha marcado una serie de criterios que estamos incorporando progresivamente en nuestros proyectos, especialmente en materia de sostenibilidad. En este ámbito, también destaca la implantación de energías renovables, como la fotovoltaica. De hecho, creemos que hemos sido uno de los municipios pioneros en la instalación de placas solares en todos nuestros centros educativos, gracias a distintas líneas de subvención. Con ello, seguimos avanzando hacia un modelo más sostenible.

Han ejecutado más de 140 obras en este mandato. ¿Cuál es la hoja de ruta para mantener el ritmo inversor y qué retos clave hay para el municipio?

La hoja de ruta y el punto clave de todo este trabajo es la planificación, la constancia, el esfuerzo y el valor del equipo humano con el que contamos, porque no sería posible alcanzar este nivel de ejecución de las inversiones sin un equipo comprometido, siempre orientado a sacar adelante los proyectos con éxito. Esto requiere una planificación a tres o seis meses vista para materializar todas las actuaciones.

La clave, en definitiva, es el trabajo y el compromiso de toda la organización. Desde la unidad de proyectos y obras, que dirijo y a la que estoy profundamente agradecido, hasta el órgano de contratación, secretaría, patrimonio y la Gerencia Municipal de Urbanismo. Todos están implicados en el desarrollo de las inversiones, porque compartimos la idea de que el municipio debe seguir transformándose y adaptándose a las nuevas necesidades que surgen cada día.

Queremos un municipio moderno, acogedor y atractivo, no solo para vivir, sino también para invertir. Con estas inversiones buscamos que quienes nos visitan o nos observan desde fuera perciban un municipio en transformación y lo consideren una opción atractiva, tanto para residir como para invertir.

Por último, Darío, ¿hay algún proyecto que les gustaría destacar especialmente antes de 2027?

El proyecto más próximo que tenemos, y considero que será el de mayor impacto no solo económico, sino también deportivo, social y en el conjunto del tejido de Los Realejos, es este complejo deportivo.

Se trata de una actuación de gran envergadura, con una inversión que superará los diez millones de euros. Actualmente nos encontramos en fase de licitación y, si todo avanza según lo previsto, en unos meses podrán iniciarse los trabajos. Es un proyecto ilusionante que contempla la ansiada nueva piscina municipal y que transformará la vida de nuestros vecinos y vecinas, mejorando la calidad de los servicios que se prestan.

Por otro lado, seguimos inmersos en numerosas obras. Además, estamos a punto de culminar la licitación de las obras del RAM en los centros educativos, con actuaciones de reforma y acondicionamiento, donde invertimos anualmente más de 400.000 euros.

En definitiva, se trata de un amplio abanico de inversiones, entre las que también se incluyen nuevos proyectos en distintos puntos del municipio, aunque la obra de Los Barros, como arteria principal del municipio, es una de las más relevantes y ya finalizó en el mes de abril.

La Orotava visibiliza el papel de la mujer en sus fiestas patronales con una exposición histórica

El Archivo Municipal de La Orotava, con motivo de la celebración de las Fiestas Patronales del Corpus Christi de este año, organiza la exposición titulada “Mujeres en la historia de las fiestas”, una propuesta cultural que pone en valor la contribución femenina a lo largo del tiempo en uno de los eventos más emblemáticos del municipio.

La muestra podrá visitarse en dos espacios diferentes: del 18 al 22 de mayo en el Centro Municipal de Mayores de La Orotava, y posteriormente, del 26 de mayo al 11 de junio, en el propio Ayuntamiento de La Orotava.

A través de una cuidada selección de documentos e imágenes, la exposición ofrece un recorrido por la presencia y el protagonismo de la mujer en las Fiestas Patronales en sus múltiples facetas. Desde su implicación en labores tradicionales como el deshoje de flores, la elaboración de las alfombras o la confección del traje típico, hasta su participación en actos destacados como la lectura del Pregón, la elección de Reina de las Fiestas o Romera Mayor, así como su presencia como imagen representativa en carteles y programas festivos.

“La exposición ofrece un recorrido por la presencia y el protagonismo de la mujer en las Fiestas Patronales en sus múltiples facetas”

Entre los contenidos más relevantes, destaca la figura de Doña Leonor del Castillo de Monteverde, quien aparece en uno de los paneles como impulsora del alfombrismo en La Orotava a partir de 1947, evidenciando el papel decisivo de la mujer en la evolución y consolidación de estas fiestas.

El recorrido expositivo presenta un orden deliberadamente abierto, con el objetivo de invitar al visitante a descubrir libremente los contenidos y construir su propia interpretación de la muestra, atendiendo a aquellos aspectos que más despierten su interés.

El Archivo Municipal de La Orotava es un auténtico tesoro, el lugar donde habita la memoria. Este espacio, que se localiza en calle San Sebastián, está a disposición de todos, tanto público general como para investigadores, y concentra la documentación histórica y administrativa generada por el Consistorio villero y también por las donaciones recibidas. Es un claro ejemplo de cómo la convivencia de la historia y las nuevas tecnologías es imprescindible para la correcta transmisión del conocimiento.

Exposición del Archivo Municipal

Mujeres en la historia de las fiestas

2026

ARCHIVO MUNICIPAL

Del 18 al 22 de mayo en el Centro Municipal de Mayores

Del 26 de mayo al 11 de junio en el Ayuntamiento de La Orotava

Ayuntamiento VILLA DE LA OROTAVA

WasteMeNot: Startup canaria que busca reducir el desperdicio de 58 millones de toneladas de alimentos en Europa

DANILO MORONI. CEO Y FUNDADOR DE WASTEMENOT

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
WasteMeNot nació en 2018 a partir del análisis de datos públicos del sistema alimentario, que evidenció el

elevado desperdicio de alimentos en España y su importante impacto ambiental. El estudio mostró que el problema no se limita a la producción o el consumo, sino a decisiones basadas en información incompleta, lo que lo convierte en un reto sistémico. En este contexto, la empresa propone transformar los datos en decisiones en tiempo real para prevenir el desperdicio, conectando el entorno doméstico y el retail con un enfoque predictivo en lugar de reactivo.

Una arquitectura tecnológica en tres capas

El sistema desarrollado por WasteMeNot se estructura en tres niveles tecnológicos complementarios.

La primera capa constituye el nivel de sensorización del sistema. Está basada en sensores IoT y tecnologías de visión por computadora que permiten monitorizar en tiempo real el estado de los alimentos. Entre las variables analizadas se incluyen las diversas variables ambientales y biológicas del producto.

La segunda capa actúa como el núcleo de inteligencia predictiva del sistema. Esta capa

integra modelos predictivos avanzados, modelos predictivos avanzados con el objetivo de anticipar decisiones y optimizar acciones antes de que se produzca la pérdida del producto.

La tercera capa corresponde a la ejecución, encargada de conectar el sistema con el mundo real. Esta se materializa en dos soluciones principales: WasteMeNot Pro, orientada a empresas del sector alimentario, y WasteMeNot App, dirigida al consumidor final. Ambas herramientas permiten establecer un flujo continuo de información entre producción, distribución, consumo y redistribución.

De la investigación al escalado tecnológico

La evolución de WasteMeNot ha transitado desde una fase inicial de investigación y diagnóstico hasta convertirse en una solución tecnológica en proceso de escalado. En una primera etapa, el proyecto confirmó que el desperdicio alimentario responde principalmente a un problema estructural de información.

Durante la pandemia, se desarrollaron los primeros prototipos funcionales, que permitieron validar la viabilidad técnica del sistema. Posteriormente, el proyecto fue reconocido en programas de innovación como InFuture Talentum e INtech Tenerife, consolidando su desarrollo. En la actualidad, WasteMeNot se encuentra en fase de expansión y pruebas en

entornos reales, con integraciones progresivas en sectores como el retail, la distribución y el consumo.

Un sistema alimentario interconectado

La visión a largo plazo del proyecto plantea una transformación profunda del sistema alimentario, que pasaría de un modelo fragmentado a una infraestructura predictiva y coordinada.

Actualmente, cada actor de la cadena alimentaria opera de forma independiente, optimizando únicamente su propia parte del proceso. WasteMeNot propone un cambio de paradigma en el que cada alimento se convierta en una unidad de decisión optimizable antes de su pérdida.

En el ámbito del retail, esto permite anticipar la demanda, ajustar precios o activar mecanismos de redistribución. En el entorno doméstico, posibilita optimizar el consumo y generar datos que retroalimentan el sistema global.

El resultado es un modelo de doble flujo en el que consumo y distribución se interconectan de manera continua, generando un sistema más eficiente y coordinado.

Un reto de integración sistémica

Más allá de la tecnología, el principal desafío de WasteMeNot no se encuentra en la competencia directa, sino en su integración dentro de un sector altamente estructurado. El



sistema alimentario presenta procesos consolidados y una baja tolerancia al riesgo, lo que dificulta la adopción de nuevas lógicas operativas.

A ello se suma la fragmentación del ecosistema, en el que productores, distribuidores, retailers, reguladores y consumidores operan con objetivos distintos y sin una visión global compartida. El reto consiste en lograr la adopción de un modelo común de toma de

decisiones sin necesidad de sustituir los sistemas existentes.

Hacia una infraestructura del sistema alimentario

En su fase actual, WasteMeNot trabaja en tres líneas estratégicas: la integración a gran escala en el sector retail, la transformación de la redistribución alimentaria en una capa estructural del sistema y el desarrollo del entorno doméstico como fuente clave de datos.

El proyecto se encuentra en fase de pilotos reales y en proceso de escalado mediante financiación en etapas Pre-Seed y Seed, con el objetivo de expandirse en el mercado europeo.

Más que una aplicación o una solución puntual, WasteMeNot se define como una infraestructura de coordinación del sistema alimentario. Su objetivo final es convertir el desperdicio en una variable optimizable dentro del propio sistema, utilizando inteligencia artificial y datos en tiempo real para anticiparlo y evitarlo.

En este punto de desarrollo, el proyecto se sitúa en una fase de transición: de solución tecnológica validada a posible estándar operativo dentro del sistema alimentario europeo.

REDACCIÓN | TRIBUNA DE CANARIAS
Romper el molde: el origen de GalloBuey

GalloBuey nace en Tenerife como resultado de una decisión personal de cambio profesional de su fundador, que pasa del ámbito de la logística y la enseñanza al sector de la moda. Este salto supone la entrada en una industria completamente nueva desde una perspectiva externa, lo que aporta una visión disruptiva.

Desde el inicio, el proyecto se plantea como una forma de cuestionar los modelos tradicionales del lujo, integrando tecnología, sostenibilidad y producción local como bases fundamentales.

ADN de la marca: tecnología, sostenibilidad y territorio

La propuesta de GalloBuey se apoya en tres pilares: diseño de autor mediante impresión 3D, sostenibilidad real y producción íntegramente en Canarias.

La firma trabaja con materiales biodegradables como el PLA de origen vegetal y elimina el uso de adhesivos, derivados del petróleo y materiales de origen animal. Además, produce bajo demanda, evitando la sobreproducción y el exceso de stock.

Canarias no es solo el lugar de fabricación, sino un elemento esencial de la identidad de la marca dentro del mercado europeo.

Del taller a la pasarela: evolución del proyecto

GalloBuey: lujo sostenible y tecnología desde Canarias

FRANCISCO LUQUE. FUNDADOR Y DIRECTOR CREATIVO DE GALLOBUEY

GalloBuey ha pasado de una fase inicial de experimentación y desarrollo de materiales a consolidarse como una marca emergente dentro del sector de la moda.

El gran punto de inflexión llega en 2026 con la Semana de la Moda de Madrid, donde el diseñador Juan Duyos incorpora piezas de la marca en su colección presentada en el Instituto Cervantes. Este hito, acompañado por el apoyo de Proexca, impulsa su visibilidad y posicionamiento.

Mirada a largo plazo: crecer sin perder identidad

El objetivo de GalloBuey es convertirse en un referente del lujo sostenible en Europa, manteniendo siempre la producción en Canarias.

La marca apuesta por crecer desde el territorio insular sin deslocalizar, demostrando que es posible competir a nivel internacional sin renunciar a la identidad ni a la producción local. A largo plazo, busca que el sello canario tenga un reconocimiento equiparable al de



grandes referentes del lujo europeo dentro del ámbito sostenible y tecnológico.

Emprender en la moda: retos y coherencia

El principal reto ha sido introducir la impresión 3D en el sector del lujo, un entorno inicialmente escéptico ante este tipo de tecnologías.

La marca ha tenido que construir credibilidad desde cero, manteniendo un alto nivel de exigencia en cada pieza. La coherencia del proyecto ha sido clave para consolidar su posición. El apoyo institucional, especialmente de Proexca, ha facilitado el acceso a redes y oportunidades de internacionalización.

Nuevos proyectos: innovación en expansión

Actualmente, GalloBuey trabaja en nuevas colecciones cápsula y en el desarrollo de materiales más sostenibles, avanzando hacia un modelo de economía circular.

Uno de los proyectos más importantes es su participación en la Semana Internacional de la Moda de Tenerife (SIMTE), donde la



marca explorará el upcycling como parte del lujo contemporáneo y presentará nuevas líneas de producto más allá de la joyería y los bolsos.

Ecosistema canario: un impulso clave

El crecimiento de la marca ha sido posible gracias al apoyo del ecosistema institucional canario, especialmente

Proexca y Canarias Islas de Moda, que han facilitado su proyección internacional.

Este apoyo actúa como un acelerador, pero el desarrollo real depende de la calidad del producto y de la coherencia de la marca.

Conclusión: una nueva visión de la moda desde Canarias

GalloBuey representa una nueva forma de entender la moda desde Canarias, basada en tecnología, sostenibilidad y arraigo territorial.

Su evolución demuestra que es posible construir una marca de lujo con proyección internacional desde un territorio insular, manteniendo la producción local y una identidad propia sólida.



desafíos contemporáneos: cómo transformar las ciudades en espacios capaces de integrar y regenerar la naturaleza, mejorando al mismo tiempo la calidad de vida de la ciudadanía.

En un contexto global en el que las áreas urbanas concentran la mayor parte de la población y del impacto ambiental, la jornada puso el foco en la necesidad de avanzar hacia entornos urbanos más equilibrados, donde la interdependencia con el medio natural sea una realidad tangible. Durante el encuentro se analizaron problemáticas compartidas por muchas ciudades, como la contaminación deri-

vada del tráfico, la impermeabilización del suelo o la urgencia de replantear los modelos de desarrollo urbano desde una perspectiva sostenible.

El alcalde de Santa Cruz de Tenerife, José Manuel Bermúdez, considera que “la jornada Ciudad 360° refuerza la apuesta de Santa Cruz por convertirse en una capital que planifica su futuro desde la sostenibilidad, la innovación y la colaboración entre instituciones, expertos y ciudadanía. Este encuentro nos permite mirar la ciudad con perspectiva de futuro y abordar con rigor los grandes retos urbanos”.

Por su parte, el primer teniente de alcalde y vicepresidente de la Fundación Santa Cruz Sostenible, Carlos Tarife, describió todas las acciones y proyectos que desde el Consistorio se están llevando a cabo para diseñar “la Santa Cruz del futuro” y señaló que “la transformación de Santa Cruz solo es posible si a la visión de los expertos incorporamos la de la ciudadanía en la toma de decisiones, y este foro es un espacio ideal para hacerlo realidad. Estamos en un momento clave de planificación urbana y este tipo de jornadas ayudan a definir, con criterios técnicos y sociales, el futuro de la ciudad a medio y largo plazo”.

El viceconsejero de Presidencia y portavoz del Gobierno de Canarias, Alfonso Cabello, comentó que “este encuentro pone el foco en un aspecto que está en el centro de la gestión del Gobierno de Canarias” y añadió que “es fundamental que cuando miremos hacia el futuro, lo hagamos desde nuestros municipios, desde nuestros pueblos y nuestros barrios. Es decir, pensar a lo grande y actuar desde lo pequeño, pero avanzar de forma decidida hacia un futuro sostenible y más resiliente”.

La consejera de Medio Natural del Cabildo de Tenerife, Blanca Pérez, señaló que “Santa Cruz tiene un gran reto por delante que debe afrontar

de forma colaborativa con la ciudadanía” y añadió que “debe apostar por la sostenibilidad y por la movilidad sostenible, aspectos para los que cuenta con el apoyo del Cabildo”.

La directora de Fundación Moeve, Teresa Mañueco, destacó que “jornadas como Ciudad 360 son fundamentales porque permiten reflexionar de forma integral sobre cómo queremos que sean nuestras ciudades, conectando movilidad, sostenibilidad, innovación, cohesión social y bienestar”.

Subrayó además que “el futuro urbano se construye mejor desde la colaboración y el diálogo, aprendiendo de otras experiencias y poniendo siempre a las personas en el centro”, y puso en valor el papel de Santa Cruz de Tenerife como “una ciudad con talento, energía y visión, decidida a transformarse desde la participación y la escucha activa”.

Uno de los conceptos centrales que vertebró la jornada fue el de la cultura regenerativa, entendida como un cambio profundo en la forma de concebir la relación entre ciudad y naturaleza. Más allá de la conservación, este enfoque propone restaurar los ecosistemas, fortalecer las comunidades y generar impactos positivos en el entorno. En este sentido, Santa Cruz de Tenerife se posiciona como una ciudad en transición, decidida a incorporar la economía regenerativa como eje estratégico de su desarrollo.

La jornada contó con la participación de expertas internacionales como Jenny Andersson y Melissa Sterry, cuyas intervenciones aportaron una visión innovadora sobre el futuro de las ciudades. Sus aportaciones, centradas en la necesidad de repensar los modelos urbanos desde una perspectiva sistémica, contribuyeron a enriquecer el debate y a ofrecer herramientas concretas para afrontar los retos actuales.

Asimismo, se presentaron experiencias de transformación urbana desarrolladas en ciudades como Bilbao, Łódź o El Prat, que sirvieron como ejemplos de buenas prácticas. Estos casos evidencian que la regeneración urbana es posible cuando existe una estrategia clara, continuidad en las políticas públicas y una visión compartida entre los distintos actores implicados.

Otro de los aspectos destacados fue el papel de la ciudadanía en estos procesos. Durante el desarrollo del acto se subrayó que la regeneración urbana no puede entenderse únicamente como una intervención física sobre el territorio, sino como un proceso que implica la participación activa de la sociedad. Iniciativas como las impulsadas por Vicente Zapata pusieron de manifiesto la importancia de fortalecer el tejido social y fomentar la implicación comunitaria en la construcción de la ciudad del futuro.

Con esta segunda edición, Ciudad 360 se consolida como un espacio de referencia para el intercambio de conocimiento y la generación de alianzas en torno a la innovación urbana. Más allá de una cita puntual, el encuentro forma parte de una estrategia más amplia que busca posicionar a Santa Cruz de Tenerife como un laboratorio de transformación urbana en el ámbito atlántico.

Con el apoyo de este proyecto, Santa Cruz de Tenerife reafirma su compromiso con un modelo de desarrollo que sitúa en el centro a las personas, la naturaleza y el bienestar colectivo, avanzando así hacia un futuro en el que regenerar no es una opción, sino una necesidad compartida.

Santa Cruz impulsa su transformación sostenible con la II Jornada Internacional Ciudad 360°

► Este encuentro reunió a expertos internacionales, representantes institucionales y agentes sociales para abordar uno de los grandes desafíos contemporáneos: cómo transformar las ciudades en espacios capaces de integrar y regenerar la naturaleza

Santa Cruz de Tenerife ha dado un nuevo paso en su camino hacia un modelo urbano más sostenible, innovador y centrado en las personas tras la celebración de la II Jornada

Internacional Ciudad 360°, que tuvo este jueves, 30 de abril, en el Palmetum. Este encuentro reunió a expertos internacionales, representantes institucionales y agentes sociales para abordar uno de los grandes





El Parlamento de Canarias respalda el proyecto CanBio para la protección de la biodiversidad frente al cambio climático

► Loro Parque Fundación acogió la visita de la Comisión de Transición Ecológica para mostrar los avances del proyecto, un modelo de colaboración público-privada único en el mundo junto al Gobierno de Canarias y las dos universidades públicas canarias

Una amplia representación de la Comisión de Transición Ecológica y Energía del Parlamento de Canarias visitó las instalaciones de Loro Parque Fundación para conocer de primera mano los avances y resultados del proyecto CanBio, una iniciativa estratégica de colaboración público-privada liderada por Loro Parque Fundación y el Gobierno de Canarias, junto con las dos universidades públicas canarias, que se ha consolidado como un referente internacional en investigación aplicada al cambio climático y conservación de la biodiversidad.

A la visita asistieron el presidente de la Comisión de Transición Ecológica y Energía del Parlamento de Canarias, Jesús Ramos China (ASG), los diputados David Morales y Raquel Díaz (PP), Alicia Pérez (PSOE), Alicia Vanoostende (PSOE), Nicasio Galván (VOX) y Jonathan Martín (CC), que mostraron un respaldo institucional a la investigación científica como herramienta

clave para afrontar los retos ambientales del archipiélago.

Durante la jornada, los parlamentarios estuvieron acompañados por el presidente de Loro Parque Fundación, Christoph Kiessling, el director científico de Loro Parque Fundación, Martin Boye, y el director de Relaciones Institucionales del Grupo Loro Parque, Ricardo Fernández de la Puente.

Los coordinadores científicos del proyecto: Javier Almunia y Fernando Rosa, investigadores de la Universidad de La Laguna (ULL); y Aridane González, investigador de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC), fueron los responsables de explicar los principales hitos alcanzados desde el inicio del proyecto.

CanBio se ha convertido en un ejemplo de cooperación eficaz entre administraciones públicas, sector privado y comunidad científica. La estrecha colaboración entre Loro Parque Fundación, el Gobierno de Canarias, la ULL y la ULPGC ha permitido desarrollar una red de monitorización cien-

tífica pionera en el archipiélago para estudiar parámetros clave como la acidificación oceánica, el aumento de la temperatura del mar, la contaminación acústica submarina o la pérdida de biodiversidad marina y terrestre.

El presidente de la Comisión de Transición Ecológica y Energía del Parlamento de Canarias, Jesús Ramos China, calificó la visita como “muy positiva” y destacó el valor de este modelo de colaboración: “Que los científicos que trabajan en el proyecto nos expliquen de primera mano su labor es esencial para elaborar iniciativas parlamentarias. Canarias puede ser un gran laboratorio para exportar conocimiento al mundo. Tenemos dos universidades públicas excepcionales y Loro Parque Fundación está facilitando esa transferencia de conocimiento que resulta fundamental para mejorar el hábitat de las especies”.

Por su parte, Christoph Kiessling puso en valor la dimensión del trabajo desarrollado durante estos años: “Después de siete años de trabajo conjunto con el Gobierno de Canarias y nuestras dos universidades públicas, hemos construido en Canarias un modelo de investigación y conservación único en el mundo. Este proyecto demuestra que la colaboración público-privada, cuando

se basa en la ciencia y el compromiso real, puede generar resultados extraordinarios para proteger nuestra biodiversidad. Lo que estamos logrando aquí nos sitúa en la vanguardia internacional y es un orgullo poder compartirlo con nuestros representantes públicos”.

La visita parlamentaria da continuidad al respaldo institucional mostrado hace apenas unos meses por el consejero de Transición Ecológica y Energía del Gobierno de Canarias, Mariano H. Zapata, quien durante su visita a Loro Parque Fundación destacó que CanBio representa “un ejemplo claro de política climática útil, basada en el conocimiento científico y en la cooperación público-privada”, subrayando además la importancia de esta iniciativa para diseñar medidas de adaptación eficaces frente al cambio climático en un territorio especialmente vulnerable como Canarias.

El proyecto engloba diversos subprogramas centrados en la recuperación de especies endémicas amenazadas, el seguimiento de fauna marina y terrestre y la generación de conocimiento científico útil para la toma de decisiones públicas.

El encuentro sirvió también para trasladar a los parlamentarios el impacto global de Loro Parque Fundación, que ha destinado más de 30 millones de dólares a más de 300 proyectos de conservación en todo el mundo, logrando salvar de la extinción a 18 especies de animales y reforzando de forma decisiva la protección de la biodiversidad canaria.

La visita del Parlamento refuerza el consenso institucional en torno a un proyecto que sitúa a Canarias como laboratorio natural de referencia internacional en conservación, investigación climática y protección de especies amenazadas.



CIENCIA

EMPRENDIMIENTO

CULTURA

DEPORTE

talento canario

UN MOVIMIENTO PARA INSPIRAR

Todas las historias en talentocanario.es



Gobierno
de Canarias
islas iguales

Aurora Barrabí

Jesús Martín-Fernández

Pedro Paricio

Pedri González

Elena Corchero

David Macías

Andrea Rodríguez

Mar Carretero