



Industria en CANARIAS

Comprometidos con el progreso

Virgilio Correa

«Comprar productos elaborados en Canarias repercute en el bienestar colectivo y debe ser parte de la RSC de las empresas»

Presidente regional de Asinca

Defiende la necesidad de mantener el arbitrio a la importación y reconoce la dificultad para encontrar y mantener mano de obra cualificada

SILVIA FERNÁNDEZ



LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. El presidente regional de Asinca, reelegido en el cargo el pasado mes de mayo, mantuvo un encuentro en CANARIAS7 donde reflexionó sobre situación del sector. La grabación de la entrevista se puede ver en la edición digital, en www.canarias7.es.

-Acaba de estrenar tercer mandato. ¿Qué cambios aprecia en ese tiempo, teniendo en cuenta hechos de tanta relevancia como la pandemia de covid-19, la guerra de Ucrania o ahora la nueva etapa de Trump en Estados Unidos?

-Son cinco años ya de una máxima incertidumbre. La situación que estamos viviendo es de gran incertidumbre, pero como suelo decir: ahora ya tenemos la certidumbre de que vamos a tener incertidumbre. No hay ningún comportamiento normal en las variables de ningún mercado. Ahora lo que se refleja es una altísima volatilidad, ya sea en precios de materias primas, a la hora de conseguir embarques, el precio de los fletes en determinados orígenes, cambios de las compras del consumidor por el confinamiento, el cierre de la hostelería...

-Hablemos de incrementos de los costes, que son evidentes. ¿Llegará un momento de cierta normalidad, con los fletes volviendo a niveles del año 2019, y que la cesta de la compra se abaratate, o nos tenemos que acostumbrar a los precios actuales?

-“En cuanto a fletes, estamos en niveles muy elevados, y creo que no volveremos los costes de 2019. Además, estamos tratando que Canarias quede exenta de aplicarse las tasas por derechos de emisión, las ETS, en el transporte marítimo, pues suponen un encarecimiento de más del 10% en el coste de los fletes, incrementando aun el sobre coste de transporte de importación de inputs y exportación de productos elaborados en Canarias. Respecto a las materias primas, en el mejor de los casos pueden tener un coste hasta un 35% superior al que tenían. Es una situación complicada que ha afectado a toda la industria en general.

-Cuando se habla del sector industrial, no se puede dejar de hablar de los sobrecostes por el hecho de producir en un territorio alejado y fragmentado.

-El sector económico que mayor sobre coste tiene en Canarias es el industrial y está fijado en torno a un 30% de su facturación, según los cálculos del Gobierno canario en los años 2018 y 2019. Ese sobre coste a consecuencia de las últimas crisis ha aumentado, y no está siendo actualmente compensado. De ese sobre coste, la mayoría es por el coste del transporte respecto al territorio continental. Después están los costes adicionales por instalaciones múltiples, el sobre coste de almacenamiento, y una característica de las plantas industriales en Canarias es que la línea de producción es multiproducto, lo que hace que se pierda tiempo en cambios de formatos y que por ello haya mermas de materias primas y eso no suele ocurrir con tanta frecuencia en la industria continental. Además, cuando hablo de los costes de transportes, hemos de destacar que actualmente solo se compensa entre un 60 y un 80% de los costes de transporte, debido a que no se cumple el REF, pues no se compensa el 100% del coste efectivo.

-Pero el sector industrial también tiene ayudas, compensaciones al transporte, por el REA también reciben ayudas... ¿Esas ayudas no compensan todos los sobre costes?

-No, no, para nada. Se nos compensa como ya dije, parte del sobre coste del transporte. En cuanto al REA las industrias repercutimos la ayuda en el precio final y es verdad que nos permite ser más competitivo, pero no hay una ayuda que redunde en la competitividad de cada una de las industrias. Dentro del sector industrial, la compensación total que estamos recibiendo puede estar en torno al 10% o el 12% de su facturación, de manera que queda un 18% pendiente de compensar,

-También está el Aiem. El presidente Fernando Clavijo ya dijo en el Parlamento que no se va a tocar. ¿Se quedaron tranquilos con eso, sobre todo tras las declaraciones del expresidente de la Confederación Canaria de Em-

presarios y del Círculo de Empresarios de Gran Canaria, Agustín Manrique, abogando por eliminarlo?

-Las entregas que hacemos en Canarias deberían tributar al Aiem pero están exentas y esa exención se computa también como ayuda al funcionamiento, de manera que con todo eso no llegamos ni al 50% de compensación de los sobre costes. ¿Tranquilidad? Vamos a ver: las declaraciones que se hicieron en el Parlamento de Canarias, en la comisión del REF, fueron de ámbito personal y se citó al sector como una actividad muy tradicional, quizás en un tono despectivo hacia el sector y sus empleados. Todos los industriales tenemos un Aiem vigentes para el 2022-2027, pero también tenemos la seguridad de que los tres principales partidos políticos del Parlamento canario defienden la medida. Yo sí defendería que opinen sobre el Aiem las personas más documentadas al respecto. Ha habido otras comparecencias en el Parlamento, como el catedrático José Luis Rivero, que han defendido el Aiem y me quedo con eso y con el apoyo del Gobierno

de Canarias y de otros grupos parlamentarios.

-En todo caso ese arbitrio hay que plantearlo o defenderlo de otra manera, porque para una parte de la sociedad es un elemento que contribuye al elevado precio de la cesta de la compra. ¿Hay quizás que revisar el listado de productos?

-El sector industrial, como el sector agrícola y ganadero, que tienen también productos protegidos por el Aiem, tenemos la convicción de que, cuanto más ‘limpio’ sea el listado de productos, mejor para todos. Solo queremos que se graven productos que se produzcan y elaboren en Canarias; no el resto. Somos los primeros que estamos dispuestos a colaborar en la ‘limpieza’ de ese listado. Respecto a los precios de la cesta de la compra, discrepo de que sea el principal responsable. Tenemos claro que un supermercado en una zona residencial de una isla capitalina no puede vender al mismo precio que un supermercado en una zona turística de otra isla. El primero está en una zona donde los alquileres de los locales y los salarios son más bajos que en el segundo, donde los alquileres y las rentas suelen ser muchísimo mayores, y los salarios también son mayores. Además, está el volumen de negocio de cada supermercado, porque hay unos costes de estructura que hay que repercutirlos sobre la venta. Eso es importante tenerlo en cuenta. Si miramos a nivel nacional los siete lugares con los precios más elevados, veremos que cinco de ellos son provincias turísticas. Eso afecta mucho a los precios.

-Canarias ha trasladado a las autoridades comunitarias la posibilidad de duplicar la ficha financiera del Posei, que ahora es de 62 millones de euros. ¿Qué efectos tendrá si se consigue e igualmente si no se logra?

-Hay una realidad: esa ficha financiera del Posei no se actualiza desde el año 2007. Los fletes se han incrementado y el coste de las materias primas también, y es absolutamente necesario ac-

tualizar la ficha del Posei. De las diferentes visitas que hemos realizado a las instituciones Europeas hechas a Europa, la primera fue desalentadora porque allí lo que se destacaba era la gran inversión post covid y post guerra de Ucrania y los nuevos objetivos de la UE en cuanto a seguridad. Pero ya a partir de la segunda y tercera visita de la Delegación canaria a Bruselas hemos visto que hay mayor predisposición a la actualización de la Ficha del POSEI porque es la única forma de apoyar una mayor soberanía alimentaria y autonomía estratégica de Canarias.

-El sector industrial representa ahora mismo el 6-7% del PIB canario. ¿Qué evolución han tenido en los últimos años y qué perspectivas tienen en el corto y medio plazo?

-Los datos de valor añadido bruto y PIB son relativos y, dependiendo de la evolución de los otros sectores, nuestra participación crece o disminuye en la ‘tarta’. Puede haber algún sector que solo por incremento de precios pude aumentar en la participación. Al margen de ese comparativo entre sectores, el dato de facturación de la industria subió el pasado año el 4%, al igual que el empleo.

-Deberían otros sectores, como el de la distribución y el turístico, ayudar más al industrial, para que ustedes vendiesen más producto en el mercado canario?

-Nos gustaría evidentemente que el apoyo fuese mayor. En el sector turístico y en la distribución hay de todo, hay cadenas que nos apoyan al 100% y otras al 20%. Todo el mundo intenta maximizar su beneficio y si alguien lo hace dando de lado al producto elaborado en Canarias, pues no queda otro remedio que aceptarlo. Lo que decimos es que hay que compartir la prosperidad que se genera por parte de las cadenas de distribución y del sector turístico, porque eso nos aporta ese beneficio, ese margen para trabajar. Comprar productos de la sociedad donde uno está es parte de la responsabilidad social corporativa.

-Precisamente le iba a preguntar por los productos elaborados en Canarias y la apuesta por fidelizar al consumidor canario. ¿Están satisfechos con el resultado de esas campañas?



EVOLUCIÓN

«El dato de facturación de la industria subió el pasado año el 4%, al igual que el empleo»

HECHO EN CANARIAS

«Estamos muy satisfechos con el resultado de las campañas y del cariño del consumidor»



—Sí, estamos muy satisfechos con el resultado de cada una de las campañas y del cariño del consumidor canario hacia los productos elaborados en Canarias. Echamos de menos competir en las mismas condiciones, para que podamos estar en los lineales de las cadenas de distribución. El afecto y el cariño del consumidor de un producto elaborado en Canarias ante otro con la misma calidad y precio es clarísimo.

—¿Cómo hacen para competir con la marca blanca, que ya supone

el 40% del consumo?

—A nivel general, porque no puedo decirlo a ciencia cierta, y a nivel particular, creo que todos debemos tener una cuota de mercado respecto a la marca blanca igual que la que pueda tener el fabricante, ni más ni menos. Cuando ocurre que por una política de precios crece la participación de la marca blanca en el mercado, evidentemente los márgenes se erosionan. Es una de las partes del negocio en la que el Aiem hace su función de forma clarísima,

porque toda la marca blanca que se produce en Canarias, sin el Aiem no existiría. Cuando se negocia una marca blanca, hay que 'desnudar' prácticamente todo el coste del producto y ahí el Aiem juega un papel fundamental para que se consuma producto elaborado en Canarias.

—Ustedes hablan de unos 50.000 empleos en el sector. ¿Se encuentran con la falta de mano de obra cualificada de la que se quejan empresas de otras actividades?

—Sí, desde hace años conseguir

ciertos empleos cualificados es muy complicado. Puedes tener una vacante en una industria durante cuatro, cinco o seis meses, y hay otra variable: hoy no hay apego al puesto de trabajo, porque la gente joven no le da importancia a la estabilidad.

—¿Cómo hacen para retener ese talento?

—Primero es el cariño que se le pueda tener a la empresa y en eso creo que más que el nivel salarial es el ambiente de trabajo y las perspectivas de futuro.

▼ **Reflexiones.** El presidente de Asinca, Virgilio Correa, fue entrevistado en las instalaciones de CANARIAS7.

ARCADIO SUÁREZ

► SIGUE EN LA PÁGINA SIGUIENTE

▶ VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

S.F.

LAS PAMAS DE GRAN CANARIA.

-En la industria canaria hay un subsector que es importante y que está creciendo: el tabaquerío. JTI anunció hace poco que traía de Polonia a Canarias una parte de la producción, que es una segunda fase de otro plan similar hace un par de años. Philip Morris también está creciendo en las islas. ¿Estamos hablando de una industria que aporta a la economía y que hay que mimar?

-Totalmente. Ahora mismo la industria tabaquera canaria está aportando, entre empleos directos e indirectos, unos 5.000 a la economía canaria y hay que luchar para que siga creciendo. Es, además, una industria tractora de otras, como la litografía y el cartonaje. Hemos luchado para que no se lleve a cabo el empaquetado genérico en la industria tabaquera española por una razón fundamental: podría significar la desaparición de esa industria de litografía. Hay que proteger a la industria tabaquera canaria, que es un subsector importante, que genera mucho valor añadido, que crece, y una forma de luchar es demostrar, con los datos empíricos que tenemos, que en aquellos países donde se apli-

«La industria tabaquera canaria genera mucho valor añadido»

El presidente de Asinca subraya las dificultades para que los productos del archipiélago mantengan su presencia en el mercado africano

ca el empaquetado genérico, lo único que se ha conseguido es que haya producciones imitando marcas de primer nivel para vender.

-Hablemos de internacionalización y exportación. ¿Es difícil para la industria canaria entrar en África, aquí al lado, cuando hay otros países, como China o Turquía, que juegan con la ventaja de casi no contar con normativas ambientales y salariales, mientras que para ustedes es lo contrario?

-Es muy complicado y de hecho las ventas que tenemos en esos terceros países están empezando a sufrir. Llevamos años en algunos mercados del extranjero y el consumidor valora el producto elaborado en Canarias que allí puede comprar pero lógicamente los costes dejan de ser iguales. El cos-

LA UE, EE UU Y LOS ARANCELES

«Si queremos evitar la incertidumbre, hay que llegar a acuerdos lo más rápido que sea posible»

MEDIO AMBIENTE

«La industria de Canarias está comprometida con la sostenibilidad»

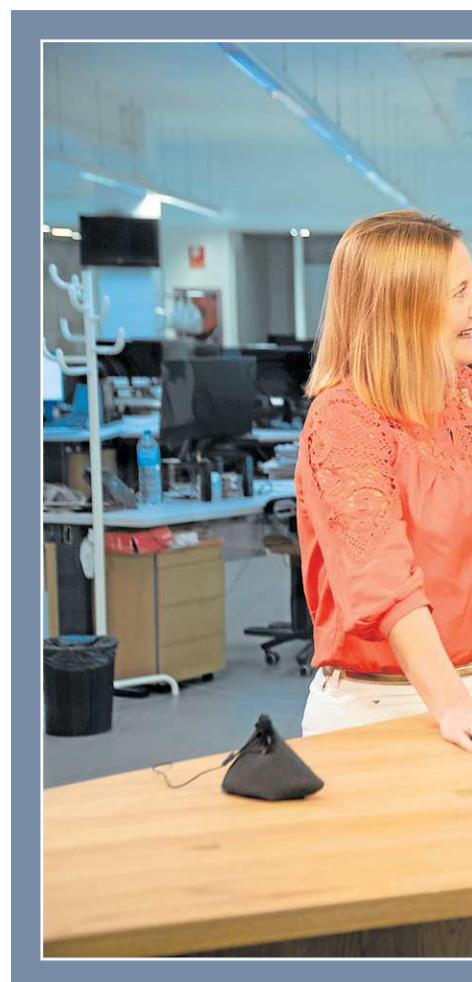
te de producir en Canarias y en Europa es cada vez mayor comparado con terceros países. Siempre hablamos de Donald Trump,

pero también hay otros países que hacen políticas de devaluación de sus monedas para fomentar la exportación y en esos casos puedes encontrar diferencias de precios de un 50% o un 60%. Si no conseguimos mitigar el problema, se nos acabará echando de esos mercados.

-Ahora mismo, ¿la presencia de productos canarios en África se mantiene, mejora o empeora?

-Es complicado. Han sido unos años de mucha volatilidad y todos los países, como dije, han actuado de la misma manera; otros cortaron el tráfico por carretera y no se podía llegar a sus mercados... han sido años de altibajos pero si nos comparamos con los años 2018 y 2019, las ventas son un poco mayores.

-¿Debe Europa replantearse sus exigencias ambientales porque



está yendo en contra de la competitividad de las empresas industriales, de los agricultores, de muchos sectores económicos?

-En algunos casos ya lo ha hecho,





▲ La entrevista al presidente regional de Asinca se grabó en las instalaciones del periódico y fue editada para su publicación en web y redes. **ARCADIO SUÁREZ**

como cuando el año pasado prorrogó los certificados de desforestación para algunas materias primas. Pero creo que no solo porque vieron que encarecía el pre-

cio de algunos productos, sino porque se dio cuenta de que los proveedores de terceros países y el sistema no estaban preparados para cumplir con la legislación.

Se prorrogó hasta final de este 2025 y ya hay once países pidiendo que se prorrogue más. La industria canaria está comprometida con la sostenibilidad pero tam-

bien la industria tiene claro que eso de entrada supone un aumento de costes, aunque a medio y largo plazo, no. La línea es seguir con esa senda pero nos gustaría que

fuese de forma más pausada. La estructura de personal de una empresa a día de hoy está muy condicionada por las exigencias para cumplir con esas normativas, cumplir los repartos de información, etc. etc, y cada vez queda menos gente para pensar en el negocio en sí, que es lo fundamental.

-Donald Trump y su política arancelaria han ido dando sustos de manera sistemática a la actividad económica. ¿Cree que Europa debería llegar a acuerdos de manera rápida con Estados Unidos o quizás mantener una posición de fuerza, como bloque económico de peso?

-Si queremos evitar la incertidumbre, hay que llegar a acuerdos lo más rápido que sea posible. Hay una reunión fijada para el 9 de julio para revisar los aranceles entre EE UU y Europa y creo que es un plazo razonable del cual no se debería exceder. Creo que Estados Unidos se ha dado cuenta de que se ha convertido casi en un parque temático, porque industria americana se ha ido y se ha instalado, por ejemplo, en Asia, y quieren hacer lo posible para que vuelva. Si algo vimos en la pandemia es que debemos tener cierto porcentaje de, por ejemplo, soberanía alimentaria: no podemos depender al 100% del exterior, como nos pasó con el confinamiento en Canarias.

Quesos San Mateo...lo bueno de cuidar de ti

QUESOS SAN MATEO
QUESOS CANARIOS DESDE 1972

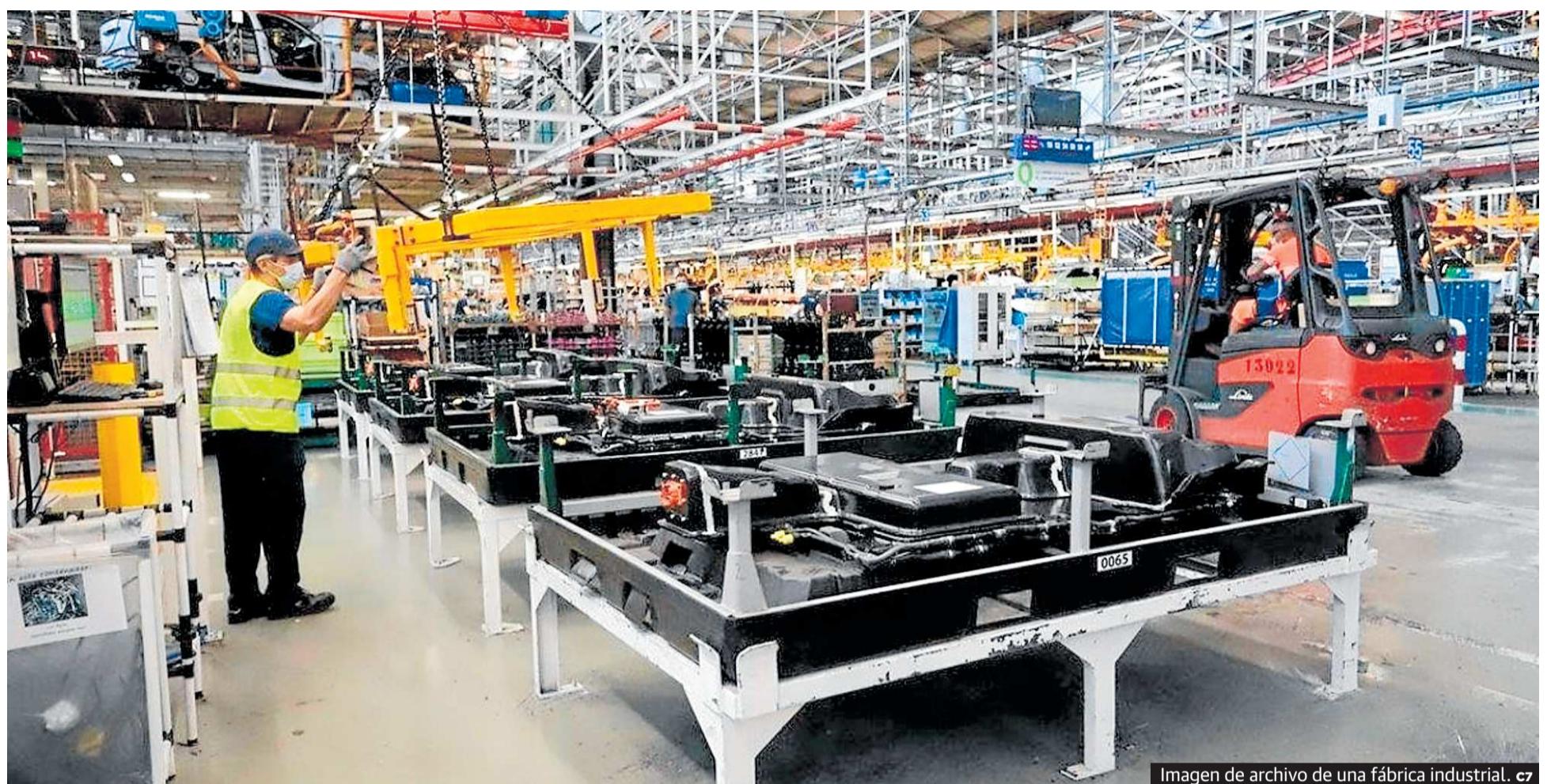


Imagen de archivo de una fábrica industrial. c7

El valor añadido bruto del sector industrial canario se incrementó un 3,7% a lo largo de 2024, por encima de la media estatal (+2,7%), pero todavía muy distanciado de los valores previos a la pandemia (-10,4%). Así lo recoge la Confederación Canaria de Empresarios (CCE) en el informe anual presentado esta semana y que se nutre, entre otras fuentes, de los datos aportados por la patronal industrial, representada por Asinca.

El índice de producción industrial en 2024 «aún está por debajo del valor previo a la crisis del covid en 2019, debido a la fuerte caída que experimentó la producción en bienes de equipo y la energía», agrega dicho informe.

La industria continúa perdiendo peso sobre la estructura productiva de Canarias, pasando del 5,8% de 2023, al 5,5% de 2024. Además, su aportación al VAB del archipiélago se distancia en más de dos puntos a la que ostentaba en 2007 (7,6%), antes de la crisis financiera.

En ese análisis se subraya que la industria fue uno de los sectores que más había sufrido el aumento de los precios de las materias primas, sobre todo de los costes energéticos, y que, pese a la mejora del último año, sigue sin consolidar su recuperación.

Asimismo, se incide en que «la actividad industrial en Canarias convive con múltiples condicionantes que dificultan su capacidad competitiva, como los mayores costes de aprovisionamiento, los mayores requerimientos de mano de obra por unidad producida que en una industria continental o las dificultades para alcanzar el pleno rendimiento en los bienes de equipo empleados

Un sector que compite pese a «los mayores costes de aprovisionamiento»

El valor añadido bruto de la actividad industrial canaria creció un 3,7% en 2024, por encima de la media estatal, pero lejos de los valores precovid

dentro de los procesos de transformación».

En lo que se refiere al conjunto de la economía de Canarias, el PIB regional en 2024 volvió a destacar con un avance del PIB del 4,0%, superando la media nacional (+3,2%).

Pese al crecimiento experimentado en 2024, el avance del PIB regional resultaba 1,1 puntos inferior al registrado en 2023 (+5,1%).

El informe de la CCE dedica especial atención a un factor que repercute en toda la economía pero que incide especialmente en la industria:



la fragilidad del sistema energético de las islas. En ese sentido, recuerda que «en Canarias ha sido declarada la emergencia energética, reflejo de la fragilidad de nuestro sistema eléctrico y la necesidad de tomar medidas efectivas que le den solución a fin de fortalecer la resiliencia del sistema y garantizar su funcionamiento».

Aunque Canarias permaneció al margen del cero energético que dejó sin electricidad a la práctica totalidad de la península ibérica el pasado 28 de abril, debido a que sus sistemas eléctricos no están conecta-

La industria, como el conjunto de la economía de las islas, espera que se resuelvan las carencias del sistema energético canario

dos con la red peninsular, desde 2009 «se han sucedido hasta diez colapsos energéticos, como el vivido recientemente en la isla de La Palma».

El carácter estratégico del sector energético, de cuyo funcionamiento dependen el resto de los sectores productivos, resalta la obligatoriedad de «contar con un sistema eléctrico robusto y resiliente, capaz de anticiparse a escenarios de alta demanda o disruptivas externas, garantizando en todo momento la continuidad del suministro, la estabilidad de los precios y la sostenibilidad del modelo energético».

En ese sentido, se destaca la importancia de que «las administraciones públicas desarrollen una planificación energética adecuada y que garanticen que los operadores económicos en este sector cuenten con un marco legal estable y seguro, y que también funcione como un mecanismo de incentivo y promoción de la inversión que repercuta en una mayor eficiencia en el sector y, especialmente, en un impulso decidido por las energías renovables».

En este contexto de emergencia energética y la necesaria transición hacia un modelo más sostenible, deviene fundamental tomar medidas efectivas que les den solución y también mejorar la eficiencia y reducir las trabas burocráticas en este ámbito, que garanticen un equilibrio entre la seguridad jurídica, la protección del medioambiente y la agilización de los procedimientos administrativos. Todo ello, a fin de facilitar la inversión y la implementación de proyectos energéticos estratégicos para el archipiélago.

LO QUE NACE EN CANARIAS, LO CUIDAMOS EN SPAR



FRANCISCO SUÁREZ ÁLAMO

DEL DIRECTOR



Resistentes por naturaleza

Junto a sus siglas, Asinca debería incluir las siglas: RPN (resistentes por naturaleza). Porque esa es la realidad del sector industrial en Canarias, un negocio que tiene todos los condicionantes en su contra y que, sin embargo, ahí sigue, como si fuera un integrante del batallón de los últimos de Filipinas.

A veces se nos olvida dónde estamos. Lo digo porque si miramos otros territorios ultraperiféricos comunitarios y preguntamos por el peso de su industria en la tarta del producto interior bruto, a más de uno le entrará la risa floja. Por supuesto que moverse en la horquilla del 4-6% en Canarias es poco, pero siendo islas alejadas de la España peninsular y de la Europa comunitaria, con los sobrecostes de la lejanía y la fragmentación, todo se entiende algo mejor. Añadamos a eso algo que el presidente de Asinca, Virgilio Correa, apunta con la elegancia que le caracteriza: debe haber mayor implicación de las empresas de distribución que ope-



EL 'MSC Allegra', en el puerto de Las Palmas. JUAN CARLOS ALONSO

ran en las islas con los productos elaborados o transformados en Canarias. Eso debe ir grabado a fuego como parte de la responsabilidad social corporativa de

las empresas de las islas, de la misma manera que el sector industrial de Canarias debe ser el primero en apostar por la transparencia cada vez que se

pregunta por la utilidad real de figuras arancelarias creadas para su protección.

En la coctelera hay que incluir otro ingrediente que precisa de soluciones a corto plazo: la falta de mano de obra. Si se pide que sea cualificada en el negocio industrial, entonces el problema es aún mayor. El desajuste entre oferta y demanda es una asignatura suspendida durante décadas. Por suerte han empezado a darse pasos en positivos, como la actualización de la FP. En ese asunto no hay que dar un paso atrás porque sería inadmisible que se frenen inversiones porque no hay mano de obra, cuando las cifras revelan que estamos muy lejos del pleno empleo.

Celebremos, por tanto, que la industria haya superado el bache pandémico, que siga teniendo una patronal que es modelo de vocación regional y que tenga una hoja de ruta clara. Pero todo lo demás ha de resolverse si queremos que la tarta del PIB se reparta en porciones más equilibradas.

la pasta
nuestra

La Isleña

Elaborado en
CANARIAS



*El verano
de tu vida*

HASTA
-25%

DTO.



lopesan.com

Promoción válida hasta el
30/06/2025 para estancias hasta el 31/10/2025.
Sujeto a disponibilidad. Ver condiciones
en lopesan.com

MANUEL DOMÍNGUEZ

Vicepresidente y consejero de Economía, Industria, Comercio y Autónomos del Gobierno de Canarias



OPINIÓN

El sector industrial en Canarias: compromiso con el empleo de calidad



Molinos eólicos en Arinaga. ARCADIO SUÁREZ

En un mundo globalizado donde la competitividad y la innovación son esenciales para el desarrollo económico de cualquier región, el sector industrial de Canarias se enfrenta a un desafío crucial: no sólo debe adaptarse a las exigencias de un mercado en continuo cambio, sino que debe hacerlo desde una perspectiva sostenible y desde su condición de región ultraperiférica.

La condición de RUP de las Islas Canarias ofrece tanto oportunidades como obstáculos, y es fundamental que aprovechemos esta situación para fomentar un desarrollo industrial que priorice el bienestar de sus ciudadanos y lidere la transformación económica de Canarias. Sabemos que el desarrollo de la industria en las islas pasa necesariamente por la descarbonización y también sabemos que, precisamente por nuestra condición archipiélagica, ésta llegará más lenta a nuestro territorio.

La gran lejanía del continente europeo, la doble insularidad y el aislamiento dificultan la conectividad y la cohesión territorial. Esta problemática de accesibilidad representa para las RUP un fuerte obstáculo teniendo en cuenta que el transporte aéreo y marítimo son esenciales para conectar las regiones ultraperiféricas con sus propios estados, el resto del continente europeo, entre sí y con los países vecinos.

Esta circunstancia ha llevado a que, históricamente, la industria en Canarias esté menos desarrollada en comparación con otras regiones de España y Europa. Sin embargo, en los últimos años, esta percepción ha cambiado y es aquí donde debemos insistir. En el último trimestre, la producción industrial se situó 1,7 puntos por encima de la media nacional y, con ello, el empleo, la producción y la aportación del sector a la economía. En concreto, un crecimiento del Producto Interior

Bruto (PIB) del 3,9%, y un incremento del empleo del 2,5% en el último trimestre.

Y es aquí donde nuestra condición de RUP debe ser vista como una ventaja competitiva. Gracias a ella tenemos acceso a fondos europeos y a políticas de apoyo para el impulso de la industrialización, además de nuestros incentivos fiscales recogidos en nuestro Régimen Económico y Fiscal (REF). Medidas que pueden potenciar el sector industrial y, a su vez, contribuir a la creación de empleo de calidad.

A éstas se unen las propias del Gobierno de Canarias. A través de la Estrategia de Desarrollo Industrial de Canarias (EDIC) hemos trazado un objetivo claro: aumentar el peso relativo de la industria en Canarias. Estos objetivos están dirigidos a fortalecer la competitividad del sector industrial a través de la innovación y la modernización digital. Más de 17 millones de presupuesto este 2025 destinados a

la mejora del papel de la mujer en la industria; a modernizar y digitalizar el sector industrial, con especial refuerzo en las islas no capitalinas y municipios de menos de 20.000 habitantes conscientes de que tenemos que velar porque el desarrollo industrial debe ser equilibrado; a regenerar las áreas industriales y a apostar por la construcción industrializada, una vía clara hacia una edificación más sostenible y ágil.

La batalla por ser reconocidos y apoyados como región ultraperiférica no es solo una cuestión de estatus, sino de oportunidades. La industria canaria tiene el potencial de convertirse en un referente en sectores emergentes como las energías renovables, la biotecnología, la economía azul, la economía circular... Estos sectores no solo son sostenibles, sino que también tienen el potencial de generar empleos altamente cualificados, lo que es fundamental para frenar la fuga de

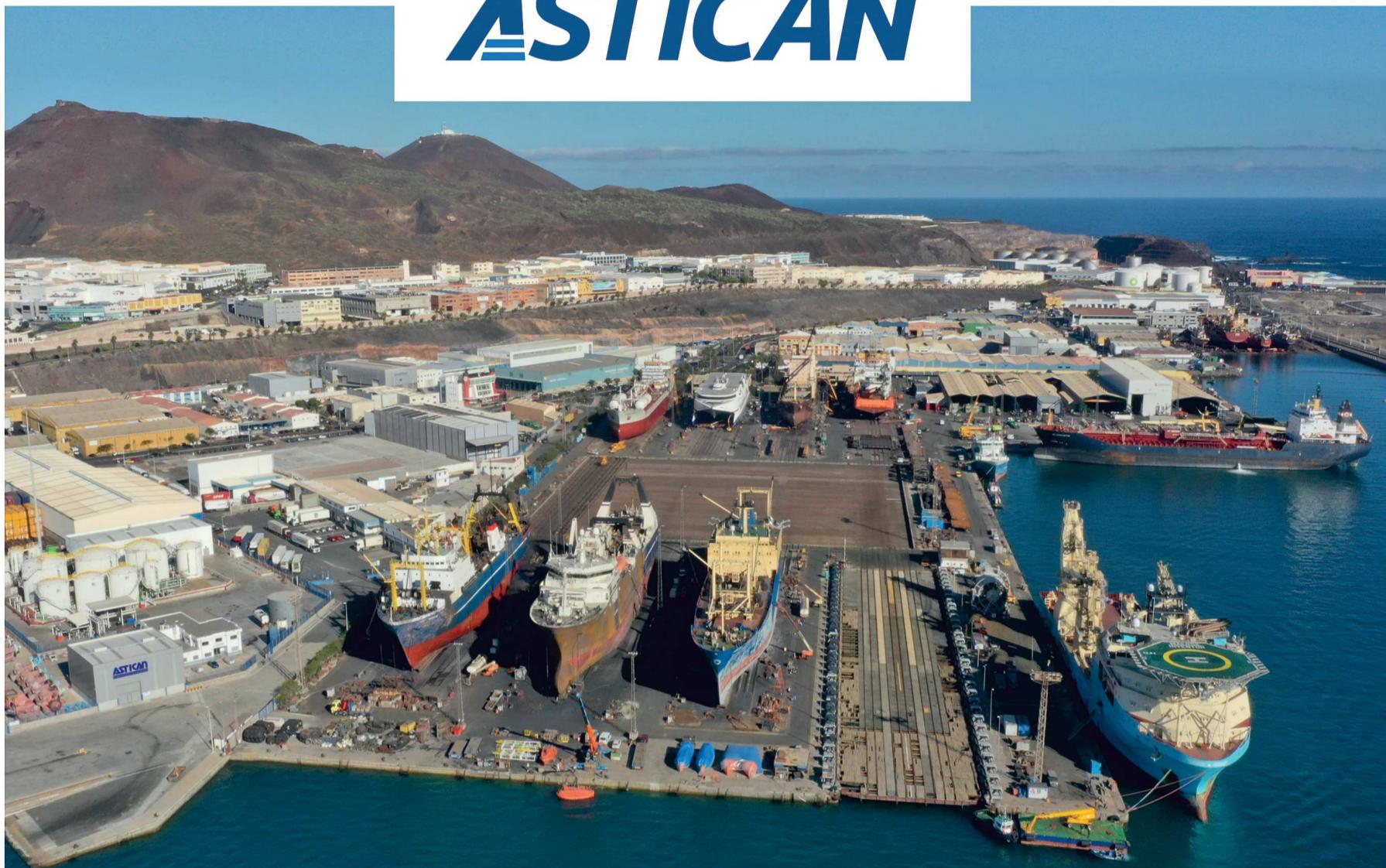
talento.

La industria no solo debe ser un generador de riqueza, sino también un espacio donde se promueva la formación continua. Iniciativas como la formación dual, que combina la educación teórica con la práctica en empresas, son ejemplos de cómo se puede fomentar un empleo de calidad, adaptado a las necesidades del mercado y a las aspiraciones de los jóvenes canarios. Está claro que el tejido industrial canario tiene que crecer, y para ello necesita mejorar su formación y la colaboración público privada.

El sector industrial en Canarias tiene una oportunidad única para reinventarse y convertirse en un pilar fundamental de la economía local.

La colaboración entre el sector público y privado y la lucha por un desarrollo industrial comprometido con la sostenibilidad y el empleo de calidad es, sin duda, una batalla que vale la pena pelear.

ASTICAN



Capacidades y compromiso



Avda. de Las Petrolíferas, sn
35008 Las Palmas de GC - España



FELIPE AFONSO EL JABER

Viceconsejero de Industria, Comercio y Consumodel Gobierno de Canarias



OPINIÓN

La industria es responsabilidad de todos

Si había poca duda de la necesidad de reindustrializar Europa la pandemia del COVID 19 puso en evidencia la enorme debilidad estratégica que supuso la deslocalización de toda la producción industrial europea en otros continentes, especialmente en Asia.

Esa misma debilidad se ha puesto en evidencia en el sector energético y en materia de seguridad en las sucesivas crisis internacionales de la presente década.

La pregunta es ¿en qué hemos estado pensando los europeos?

En 1950 la población que residía en la UE representaba, aproximadamente, el 12,9% de la población mundial. Hoy ronda el 5,6% y con una clara tendencia descendente.

La Europa idealizada capital de la cultura, la democracia, el progreso, el estado de derecho y social, la economía terciaria y la centralidad histórica necesita ser consciente de que el mundo ha cambiado y seguirá cambiando. No reaccionar a los cambios a tiempo nos puede hacer perder todo lo que hemos logrado construir.

No se trata, ni mucho menos, de atacar las fortalezas de nuestro sistema productivo, sino de ser capaces de complementarlas reduciendo al máximo las debilidades.

En este mundo cambiante, Europa se está quedando en fuera de juego ante la furia competitiva de importantes potencias actuales o en desarrollo. No recuperar la competitividad significa seguir debilitando a la Vieja Europa y a una sociedad basada en los valores que han inspirado nuestra democracias liberales y nuestra convivencia.

Es prioritario reaccionar en busca de una economía realmente competitiva, aumentando nuestra autonomía estratégica e independencia financiera. Las conclusiones de los informes Draghi y Letta son concluyentes al respecto.

Es necesario un gran pacto por la competitividad industrial europea, un marco que permita la viabilidad de reindustrializar y aumentar el tamaño de nuestras empresas para lo que es esencial el apoyo a la innovación y la transformación digital y la reducción de los procesos administrativos y sus exigencias.



Molino eólico marino de Jinámar. ARCADIO SUÁREZ

Los tres objetivos de sostenibilidad ambiental, económica y social deben ir en paralelo.

Los tres tienen que caminar de la mano. Buscar esos equilibrios con objetivos viables y plazos razonables debe ser nuestra tarea.

La aplicación de las políticas industriales en las regiones RUP tiene que ser consecuente con el objetivo de compensar las debilidades de estas regiones para tener desarrollos económicos y participar de las ventajas del mercado único. A los que hay que sumar la cercanía de potenciales competidores en áreas regionales cercanas y sometidas a otras reglas de juegos. Por los que son necesarias políticas específicas y transiciones justas y sensatas que no hagan imposible la competencia.

Es evidente que el crecimiento de la industria en Canarias exige de un estatus de singula-

ridad que compense y ayude a superar las barreras estructurales, que es lo contrario a crear nuevas dificultades que obstaculicen la competitividad y un crecimiento económico diversificado.

A menudo se piensa que en Canarias las producciones están muy protegidas. La realidad es que durante el 2024 por cada 100 euros que importamos exportamos menos de 16 euros. Esto no parece que sea muy proteccionista.

La diversificación económica no es una pancarta es un objetivo que hacemos posible o no cada uno de los ciudadanos.

Por otro lado, además de una política correcta y buenos gestores industriales que inviertan y arriesguen sus patrimonios, la diversificación económica necesita de consumidores que adquieran los productos.

La diversificación económica

no es una pancarta, es un objetivo que hacemos posible o no cada uno de los ciudadanos.

Cada uno tenemos que preguntarnos ¿qué hago yo por la diversificación económica? No cabe la menor duda de que no hay mayor motor diversificador que mirar en los lineales de los supermercados los productos elaborados en Canarias.

Es la soberanía del consumidor que todo lo decide.

Una industria más grande y con mayor dimensiones permitirá crear empleos de más calidad y mayor posibilidad de realizar buenas carreras profesionales al mucho talento joven que hay en nuestro archipiélago.

En el primer trimestre del año los sueldos de la industria en Canarias estaban entre un 10 y un 11% superiores a la media de todos los sectores.

La industria canaria está evo-

lucionando con la época que le está tocando vivir con una fuerte vocación de innovación tecnológica y transformación digital. Creo que debería hacerse más campaña para que los ciudadanos puedan conocer el esfuerzo importante de modernización que están realizando el sector industrial. Intentando aumentar la productividad, la eficiencia energética, la economía circular y adaptándose a los parámetros de la sostenibilidad.

La imagen de la industria contaminante y de trabajos físicos penosos forman parte del pasado. La ingeniería y la tecnología son hoy, y de manera creciente, el centro del trabajo.

La construcción industrializada, hoy incipiente, pero claramente el futuro inmediato, es un buen ejemplo de lo que estamos comentando. Sustituir la construcción in situ por un proceso automatizado en fábrica que luego se ensambla, mejor laboralmente, más sostenible y con previsión de plazos y resultados más certeros.

Desde la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos que dirige el vicepresidente del Gobierno de Canarias Manuel Domínguez, trabajamos para el crecimiento de nuestro sector industrial apoyando su modernización y diversificación, la promoción de los productos elaborados en Canarias, la industria 4.0, reforzando el papel de la mujer, la atracción y formación del talento, la implementación de los factores ESG, el aprovechamiento de la circularidad económica, la industria azul, la eficiencia energética, el apoyo a las áreas industriales, la seguridad industrial, etcétera.

Todas estas políticas tienen el objetivo de promover un sector industrial más competitiva y potente que diversifique nuestra economía y aumente nuestra autonomía estratégica.

Crear una industria en Canarias, o en otra región RUP, es mucho más complejo que en suelo continental. Es algo que se debe entender. No obstante, el impulso industrial de Canarias es irrenunciable.

Este objetivo es responsabilidad de todos, de la unidad empresarial, del talento de los inversores y sus trabajadores, de las políticas públicas adecuadas y del apoyo de los consumidores.

«Es prioritario reaccionar en busca de una economía realmente competitiva, aumentando nuestra autonomía estratégica e independencia financiera»

Hay superhéroes que
luchan por un mundo mejor,
surfeando sobre el hielo.
Tú, comprando
productos canarios,
también.



www.canarias2030.org

CANARIAS
2030
Pequeños gestos,
grandes acciones
para un mundo mejor.



Gobierno
de Canarias

RAÚL GARCÍA BRINK

Consejero de Medio Ambiente, Clima, Energía y Conocimiento del Cabildo de Gran Canaria



OPINIÓN

La energía limpia no se tira

En pleno proceso de transición hacia un modelo energético sostenible, Gran Canaria se enfrenta a un contrasentido alarmante: estamos desperdiando parte de la energía renovable que generamos. Se llama 'vertido' o 'recorte de suministro', y significa que cuando el sol brilla o el viento sopla con fuerza, parte de esa electricidad limpia no llega a consumirse porque la red eléctrica insular no es capaz de absorberla. Un lujo inadmisible en plena emergencia climática.

Los datos son contundentes. Según Red Eléctrica de España, solo en los primeros cinco meses de 2025, el porcentaje de energía renovable desaprovechada en Gran Canaria ha superado el 19,38 % (siendo del 24% en abril y del 25% en mayo), multiplicando por 2,2 el valor del año anterior (incremento del 10,72%). No se trata de un fallo puntual, sino de un síntoma estructural de los sistemas eléctricos insulares. Además, la imposibilidad de evacuar toda la energía generada no solo supone un despil�o ambiental, sino también una merma directa en la rentabilidad de los proyectos renovables, que ven reducidos sus ingresos sin compensación en muchos casos.

La razón de fondo es clara: nuestras redes no están preparadas para gestionar un sistema renovable a gran escala. Es necesario reforzar las redes de distribución para poder integrar adecuadamente tanto las energías renovables como los sistemas de almacenamiento. Y aquí es donde entra en juego una pieza clave: el almacenamiento energético. Sin él, no podremos liberar todo el potencial de nuestras energías limpias.

En Gran Canaria ya se están dando pasos. El proyecto de bombeo hidráulico del Salto de Chira, con capacidad para cubrir hasta un 36 % de la demanda punta de la isla, está en marcha. También avanzan diferentes iniciativas con baterías que está impulsando el Consejo Insular de la Energía. Y el hidrógeno verde, aún emergente, empieza a perfilarse como una solución de almacenamiento de larga duración con múltiples aplicaciones. En este sentido, destaca el proyecto



Imagen de la central eléctrica de Los Guinchos, en La Palma. EFE

RESH2PORT, liderado por Megasurturbinas de Arinaga (participada por el Cabildo, la Autoridad Portuaria e ITC), que prevé instalar un electrolizador en el Puerto de La Luz y producir 40 t de hidrógeno anuales para abastecer entre cinco y seis guaguas públicas cero emisiones. Pero no basta con unos cuantos buenos proyectos. Hace falta voluntad política, financiación adecuada y procedimientos ágiles.

Desde el Cabildo somos plenamente conscientes de este reto, y por ello muchos de los proyectos que estamos impulsando recientemente ya contemplan de forma sistemática la hibridación con baterías. Es el caso, por ejemplo, de la instalación fotovoltaica sobre el

nuevo aparcamiento del Jardín Botánico Canario, que incorporará almacenamiento para maximizar el autoconsumo y la resiliencia energética del complejo. También en la zona de la cumbre, donde se prevé dotar de baterías a varias de las nuevas instalaciones renovables que abastecerán a infraestructuras públicas dispersas.

Estamos aportando claramente por el almacenamiento descentralizado. La instalación de baterías distribuidas en hogares, industrias, comunidades energéticas y edificios públicos permite no solo aprovechar mejor la producción local de renovables, sino reforzar la resiliencia del sistema eléctrico frente a apagones. Los repetidos cortes de suministro sufri-

dos en el archipiélago —especialmente en Tenerife, La Gomera, La Palma— han sido una llamada de atención que no podemos ignorar. La reciente declaración de emergencia energética por parte del Gobierno de Canarias evidencia que no estamos ante incidentes aislados, sino ante una muestra clara de la fragilidad y obsolescencia de nuestro sistema eléctrico. En territorios insulares sin interconexiones externas, contar con sistemas distribuidos de almacenamiento es una garantía de continuidad del suministro ante cualquier fallo en la red principal.

Por todo ello, no nos podemos permitir perder proyectos clave como los seleccionados en las convocatorias de ayudas

de almacenamiento energético. Muchos de ellos —tanto públicos como privados— representan infraestructuras críticas para avanzar hacia un sistema más limpio y resiliente, pero están viéndose comprometidos por retrasos en trámites administrativos y autorizaciones. Es imprescindible que el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITARD), junto con el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), concedan una ampliación razonable de plazos, adaptada a la realidad de regiones como Canarias. No hacerlo supondría un fracaso injustificable.

Tampoco podemos ignorar que los sistemas insulares compiten en desigualdad de condiciones en los grandes programas europeos. La reciente subasta del Banco Europeo del Hidrógeno es un buen ejemplo: ganar depende únicamente de quién ofrezca el precio más bajo por kilo de hidrógeno. Pero ¿cómo competir desde una isla cuando los costes logísticos, energéticos y asociados a las infraestructuras son intrínsecamente más altos?

Sin ajustes o criterios que compensen esas diferencias, los territorios ultraperiféricos quedamos en clara desventaja competitiva.

La Agenda de Transición Energética de Gran Canaria marca objetivos ambiciosos: 60 % de renovables en 2030 y 100 % en 2040. Pero esos objetivos no se alcanzarán si seguimos vertiendo energía limpia por falta de almacenamiento. Debemos apostar por un despliegue masivo de infraestructuras, innovación tecnológica adaptada al contexto insular y un marco regulatorio sensible a nuestras particularidades.

Gran Canaria tiene el potencial de ser un laboratorio vivo de energía del futuro. Pero para ello, necesitamos reglas que permitan competir en igualdad; políticas públicas coherentes y ambiciosas; y, sobre todo, infraestructura de almacenamiento para dejar de desperdiciar energía, y crear un escudo contra apagones. Porque cada kilovatio no almacenado hoy, y cada infraestructura pospuesta, nos debilita frente a las emergencias eléctricas que el mañana nos depare.

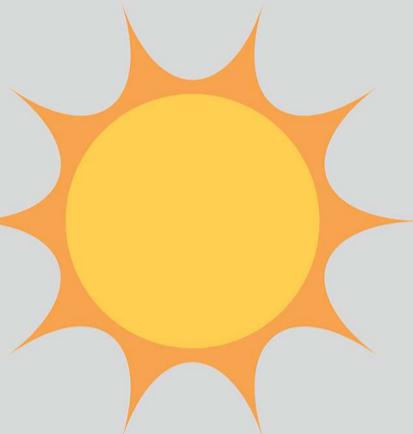
«**Gran Canaria tiene el potencial de ser un laboratorio vivo de energía del futuro. Pero para ello, necesitamos reglas que permitan competir en igualdad»**



#ElRefrescoDeLosCanarios



Dale un sorbo al
VERANO



Desde 1956

ahembo°

Escanéame y descubre todas las novedades



EFE

BERLÍN. La ONG Consejo Internacional de Transporte Limpio (ICCT, en inglés), alerta en su último informe de evaluación global de fabricantes de automóviles que los vehículos eléctricos europeos perdieron terreno frente a los competidores chinos en 2024.

Según la clasificación global de 21 fabricantes de automóviles que establece esa ONG en función de criterios como el «dominio en el mercado», «rendimiento tecnológico» y «visión estratégica» de las marcas, la compañía estadounidense Tesla y la china BYD son líderes, mientras las firmas europeas pierden enteros ante el empuje de las empresas del gigante asiático.

Tesla y BYD, con 83 y 73 puntos respectivamente, continúan líderes en esa clasificación del ICCT -una posición que han ocupado desde que la ONG publica su informe-, mientras que las empresas europeas, como BMW, Stellantis, Mercedes-Benz y el Grupo Volkswagen figuran por detrás de las compañías chinas Geely, tercera de la clasificación con 56 unidades, y SAIC, cuarta con 53.

El potencial chino

«China representa más de 11 millones de ventas anuales de vehículos eléctricos, más de la mitad de las ventas globales de

La dura competencia por el coche eléctrico

La ONG Consejo Internacional de Transporte Limpio alerta en su último informe que los vehículos eléctricos europeos perdieron terreno frente a los competidores chinos en 2024

coches eléctricos», señaló el ICCT en un comunicado.

Respecto al ranking del año anterior, en la clasificación de 2024, BMW cayó de la tercera posición a la quinta, Mercedes-Benz bajó de la cuarta a la séptima, mientras que Stellantis se mantiene sexta y el Grupo Volkswagen mejora en una posición al quedar octava, aunque, como el resto de firmas del Viejo Continente, también figura en su puntuación total lejos de los líderes.

Renault es la empresa europea que más ha caído, pues aparece en el ranking de 2024 en duodécima posición, cuando 2023 era la octava.

«La clasificación de este año pone de manifiesto que 2024 fue una oportunidad perdida para los fabricantes europeos de au-

viles», señaló Peter Mock, director del ICCT en Europa.

Mock puso de relieve que, debido a la pérdida de terreno de los fabricantes alemanes, las empresas germanas «sienten presión» ante la evolución de las marcas chinas en los mercados internacionales.

Bajo el criterio específico «dominio de mercado», el informe del ICCT sitúa de nuevo al frente a cinco fabricantes de China (SAIC, Geely, Chery, Chang'an y BYD), seguidos por las europeas Renault, Stellantis, Grupo Volkswagen, BMW y Mercedes-Benz.

«La clasificación de este año muestra que el dominio del mercado de los fabricantes de automóviles con sede en China se está acelerando», pues ocupan «los cinco

primeros puestos en la cobertura de la clase de vehículos de cero emisiones» y «cinco de los seis primeros puestos en cuota de ventas de coches eléctricos», explicó la ONG.

Prueba del empuje de las firmas chinas, según el ICCT, es que aparezca BYD por primera vez delante de Tesla en la categoría de venta de automóviles eléctricos de batería, después de experimentar la firma asiática un alza del 25 % respecto a 2023.

Liderazgo de Tesla

En el apartado de «rendimiento tecnológico», en el que se incluyen calificaciones como la autonomía

de los vehículos, consumo de energía, velocidad de carga o uso de baterías reciclables o reutilizables, además de un inédito indicador llamado «acero verde», relativo a los esfuerzos para la descarbonización de sus centros de producción, las empresas chinas puntuaron algo peor.

Salvo excepciones, como Great Wall y BYD, que quedaron sólo por detrás de Tesla en el apartado de baterías reciclables, firmas estadounidenses como General Motors, europeas y japonesas (Toyota u Honda) reciben una mejor calificación que las chinas.

Por otro lado, dado que marcas europeas como Mini, que pertenece a BMW, y Dacia (Renault) abandonaron sus objetivos de alcanzar el 100 % de ventas de vehículos eléctricos para 2031 y 2035, que cayeron en el apartado de «visión estratégica».

No lejos de las puntuaciones atribuidas a Tesla (100) y BYD (83) en este apartado, el ICCT sitúa además a Stellantis, con 73 puntos sobre cien, mientras que el resto de firmas suman valoraciones por debajo de 50 unidades.

El potencial chino

«China representa más de 11 millones de ventas anuales de vehículos eléctricos, más de la mitad de las ventas globales de

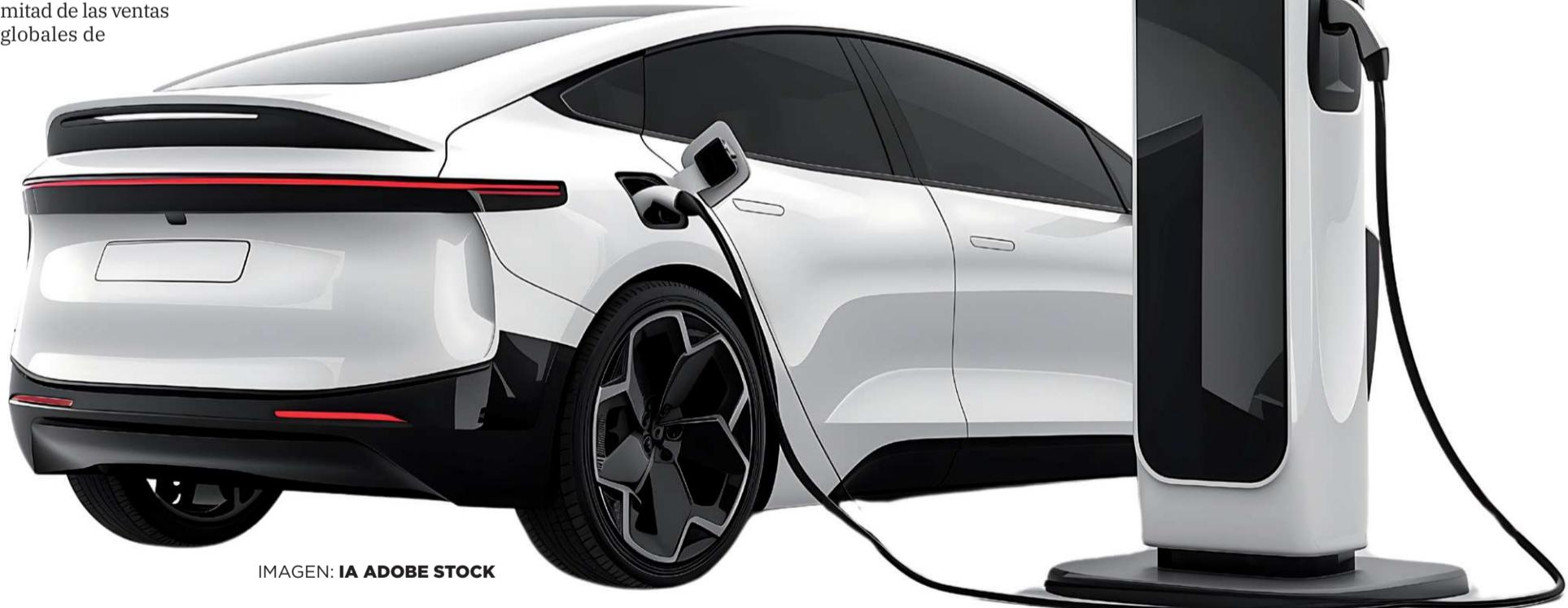


IMAGEN: IA ADOBE STOCK

INCAPOL
La fábrica de tus sueños

60 Aniversario

www.incapol.es · Tel. 928 71 20 50

“Tu descanso, nuestra historia; colchones de calidad fabricados en Canarias con compromiso y transparencia”



Trabel

Aunque no lo sepas,

Virutones

Barquillos

Cerezas
Confitadas

Turrones

Pastas
de Avena

Ambrosias

ya nos has probado.



Elaborado en
CANARIAS

La innovación y la especialización fortalecen a las empresas ante la incertidumbre económica

El anuncio del presidente estadounidense Donald Trump del 2 de abril de 2025 marca el cambio de dirección más importante de los últimos 50 años para el comercio internacional: una lista de aranceles globales que no se veía desde finales del siglo XVIII. Puede que ese día quede como el del final de la era de la globalización.

En lugar de discutir sobre lo bizarro de esta acción prefiero hablar sobre su antídoto: la innovación. Un producto innovador ofrece un efecto sorpresa que aumenta la disposición a pagar más. Y, para afrontar los aranceles, es fundamental que exista una brecha entre el coste de fabricación y el precio de venta del producto o un bien.

Los que tengan una brecha menor se encuentran inmersos en la trampa del bajo coste y están cada vez más expuestos a la incertidumbre.

Los riesgos de reducir costes

El ser diferente –no mejor que el competidor– debería ser el objetivo de la estrategia, las empresas deben buscar siempre estar en la frontera. Sin embargo, la mayoría de los directivos se encuentran atrapados en una inercia de enfocarse en la reducción de costos, lo que se convierte en una anorexia empresarial. Buscan ser los más baratos del mercado porque consideran que, así, se mantendrán competitivos.

La expresión competitivo se asocia con la reducción de precios pero, en su origen, la palabra competitividad estaba asociada con retar los paradigmas existentes. Los centros de excelencia, de competitividad, no han sido creados para hacer cosas baratas, todo lo contrario, pero lamentablemente, la mayoría se deja atrapar por el ahorro en los costes y lo disfraza con la excusa de ser eficiente.

Esa eficiencia es una trampa porque, al reducir costes, se acaba recortando los salarios, por ejemplo. De manera recurrente, los trabajadores de la minorista estadounidense Walmart protestan por sus bajos



HALFPOINT/SHUTTERSTOCK

ALEJANDRO RUELAS-GOSSI

Profesor en el departamento de Empresa, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Univ. de Navarra

suelos; después de la crisis de 2008, el ingreso de las familias del grupo socioeconómico de esos empleados cayó casi un 20 %.

Esta estrategia también puede conducir a catástrofes. La política de recortes aplicada durante el desarrollo del Boeing 737MAX hizo que el avión fuera menos seguro y, según los investigadores, contribuyó a los accidentes del vuelo 610 de Lion Air (2018) y del vuelo 302 de Ethiopian Airlines (2019).

Según un informe del gobierno estadounidense, el estallido en 2010 de la plataforma petrolífera Deepwater Horizon en el Golfo de México –y el posterior derrame de hidrocarburo más importante de la historia–, tuvo entre sus causas la reducción de costes. Estos ejemplos muestran que buscar el liderazgo a través de la disminución de gastos tiene una efectividad muy limitada y puede tener graves consecuencias.

Pensar en innovación

Poner el foco en la innovación es una estrategia difícil porque basar el liderazgo empresarial en ese concepto requiere el esfuerzo adicional de dedicar –y pagar– tiempo para pensar.

Las empresas enfocadas en la innovación son capaces de absorber costes adicionales. En su estrategia de conquista del mercado estadou-

nidense, la cerveza mexicana Corona se posicionó con el precio más alto del mercado, compitiendo directamente con Heineken, marca líder entre las cervezas de importación.

Corona fue capaz de sostener esa elevada estructura de costes pues privilegió ofrecer un sabor y calidad consistentes, al embotellar toda su producción para EE. UU. en una misma planta, en Ciudad de México.

No obstante, de acuerdo a una investigación reciente, la inversión dedicada a la investigación –que descubre cosas nuevas y dirige la ciencia a conocimientos disruptivos– se ha desplomado en los últimos 40 años. La innovación permite aumentar el nivel de sofisticación y el valor de los productos y, en consecuencia, que tengan mayores precios. Un precio alto es, en realidad, un derecho que se gana la compañía que innova.

Ventajas para la innovación

Cada región del mundo puede, y debe, identificar cuál es su ventaja natural por factores como el clima

o el acceso a determinados recursos naturales o a mano de obra especializada –como las casas relojeras de la región de Jura (Suiza), que cuentan con los egresados de las escuelas de relojería de la zona–, y encontrar la mejor manera de desarrollarla y aprovecharla para mejorar su posición frente a otras empresas de su sector. Para ello, he identificado cinco patrones que comparten las empresas y regiones que han logrado aumentar el valor de sus productos y, por ende, aumentar el diferencial entre el precio y sus costes:

Enfocarse en los segmentos de alto valor de los diferentes mercados. En Nueva Zelanda, pequeñas cooperativas dependientes del gigante lácteo Fonterra han desarrollado productos de nicho, altamente especializados y únicos, como resultado de una clara y deliberada política industrial de aumentar el valor y la sofisticación del sector de los lácteos. En el País Vasco, en lugar de acero barato se busca producirlo de alto valor pues no se cobra lo mismo por un kilo de acero para fabricar puertas que para su uso en la industria aeronáutica.

Profundizar en la ciencia detrás del negocio. Las actividades de investigación y desarrollo son costosas para las empresas. De ahí que, por ejemplo, el Banco Interameri-

cano de Desarrollo incluya en su estrategia el impulso a la creación de centros de investigación. El propósito es que estos centros –dependientes de universidades y gobiernos– generen conocimiento de alto valor en la producción de innovaciones tecnológicas. En Chile, por ejemplo, identificaron las cualidades antimicrobianas del cobre y su capacidad para limitar el desarrollo de microorganismos patogénicos.

Expandirse hacia otros productos e industrias. La base de las empresas no son los productos (que se vuelven obsoletos), sino el conocimiento que está detrás de ellos. Por ejemplo, el uso del cobre en el procesamiento y envasado de alimentos a escala industrial, su incorporación a los filtros de aire o su empleo como agente antibacterial en productos textiles. Orquestar la cooperación pública-privada a través del diseño de una robusta política industrial. Por ejemplo, el gobierno vasco coordina la interacción entre actores públicos y privados para favorecer la innovación en la región. Buscar ideas en lugares punteros. El conocimiento específico es clave para la innovación en las organizaciones. Por ejemplo, el intercambio con universidades extranjeras ha ayudado a transformar y mejorar la industria láctea neozelandesa.

Innovación y especialización

La imposición de aranceles universales por parte del gobierno estadounidense ha supuesto un ataque a la globalización económica y el multilateralismo que obliga a repensar las estrategias para competir en el mercado. Aquellas empresas que ponen el acento en unos costes de producción bajos no serán capaces de absorber los aranceles. Un precio alto es, en realidad, un derecho que se ganan las compañías que innovan. Promover el desarrollo económico a través de la innovación y la especialización, aumentando el valor de los productos y dando a sus productores una singularidad que les fortalece, debería ayudar a disminuir los riesgos provocados por esta guerra económica.

ESPECIALISTAS EN SÁNDWICH ENVASADOS Y CATERING

NUESTRAS MARCAS:
La ARTESANA de Hoy
Amarad GOURMET



Bartolomé Ramos, cartero, Pero Alonso, carpintero y Lucas de Escalante, aparezador de carpintería, son apenas tres de los muchos trabajadores que participaron en la construcción del Real Monasterio de San Lorenzo de El Escorial (1563-1584), en la sierra madrileña.

Si más de 450 años más tarde sigue impresionando lo imponente de la obra, su construcción provocó además que en 1593 –a raíz de los trabajos en el complejo destinado a ser mausoleo de reyes–, Felipe II firmase un Edicto Real en el que establecía: «Todos los obreros trabajarán 8 horas cada día, cuatro a la mañana, cuatro a la tarde, en las fortificaciones y fábricas que se hicieren». Esas horas serían distribuidas por los ingenieros de tal manera que minimizasen los efectos del sol y del calor en la salud de los trabajadores.

La evolución del tiempo de trabajo

En 1817, Robert Owen, empresario y teórico socialista galés, hizo un llamamiento a la división de las veinticuatro horas del día en tres actividades: trabajo, ocio y descanso. El lema de su campaña era: «8 horas de trabajo, 8 horas de ocio, 8 horas de descanso» («Eight hours labour, eight hours recreation, eight hours rest»).

Las reformas en torno al tiempo dedicado al trabajo continua-

De las 40 horas semanales del siglo XX a la flexibilidad laboral del XXI

TRIBUNA LIBRE

PEDRO CÉSAR MARTÍNEZ MORÁN

Director del Master in Talent Management de Advantere School of Management / Profesor asociado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Pontificia Comillas

FERNANDO DÍEZ RUIZ

Associate professor, Faculty of Education and Sport, Universidad de Deusto

rián progresivamente. Un primer fruto de la presión resultó ser el convenio de la industria, firmado en 1919. El artículo segundo concretaba que, salvo excepciones, la jornada laboral debería contar con un máximo de 8 horas diarias o 48 a la semana (de lunes a sábado).

Con la aprobación del convenio 47, en 1935, en tiempos de la Gran Depresión, la OIT buscaba promover la semana laboral de 40 horas como forma de repartir el trabajo existente y moderar la crisis económica y social.

El crecimiento de las ciudades provocó la aparición de otro elemento a considerar: el aumento

del tiempo efectivo dedicado al trabajo, si se considera el tiempo de desplazamiento al lugar donde se realiza.

Necesidad de políticas de flexibilidad laboral

Pasado casi el primer cuarto del siglo XXI, se conjugan ahora una serie de factores que empujan a redefinir la organización del tiempo de trabajo para primar la flexibilidad. Factores como la conciliación de la vida laboral y personal, el teletrabajo en sus diferentes modalidades, el cuidado de mayores y pequeños, la reducción de la jornada semanal o el debate en tor-

no a la reducción de la jornada tradicional de 8 horas, ponen de relieve una preocupación creciente.

El trabajador quiere autonomía y flexibilidad para organizar su plan de trabajo y sus horarios. Surgen cuestiones como la economía gig, los super commuters, el nomadismo digital o cuál será el futuro del trabajo.

Los cambios son tan grandes que incluso estas nuevas tendencias comienzan a revertirse.

Mejorar en flexibilidad

En pos de la flexibilidad de la jornada laboral se aplican fórmulas para mejorar las condiciones del

trabajo a tiempo parcial, las reducciones de jornada en función de los cuidados a pequeños y mayores, o los permisos de maternidad y paternidad.

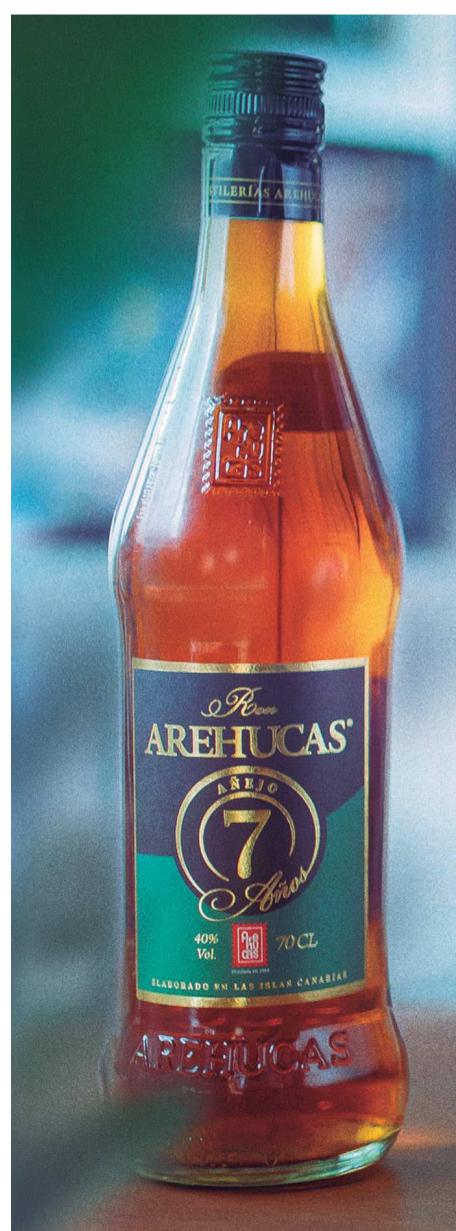
Suecia fue el primer país en introducir un permiso de paternidad pagado y neutro. Y, como en el siglo XIX para la jornada de 8 horas diarias, existe una plataforma global, 4dayweek.com, que promueve la jornada laboral de cuatro días a la semana.

Otra cuestión sobre el tapete es la desconexión digital. La flexibilidad laboral no puede ser sinónimo de conexión a los mecanismos digitales que permiten el acceso al trabajo. Diversas iniciativas legislativas tratan de evitar esa invasión.

¿Quién escoge la flexibilidad laboral?

Al parecer, las mujeres eligen la flexibilidad más que los hombres (en una proporción de dos a uno). Y especialmente en el caso de que las mujeres sean madres y estén al cuidado de sus hijos pequeños.

En el caso de ofertas laborales, y utilizando la política de flexibilidad como un atractivo laboral, las conclusiones de un estudio desarrollado en Gran Bretaña en 2019 mostraron un aumento en el número de empleos anunciados como flexibles y que los anuncios de empleos con horarios flexibles atraían a más candidatos.



No escuches lo que dicen
**ESCUCHA
LO QUE
SIENTES**

Siete años de añejamiento se notan

40º Arehucas recomienda el consumo responsable.
CONTENIDO PARA MAYORES DE EDAD. NO LO COMPARTAS CON MENORES DE 18 AÑOS.

Inteligencia artificial y bienestar en el lugar de trabajo: aplicaciones actuales

TRIBUNA LIBRE

MIGUEL ÁNGEL GARCÍA MADURGA

Profesor Permanente Laboral. Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Zaragoza

ANA ISABEL GIL LACRUZ

Catedrática de Organización de Empresas, Universidad de Zaragoza

ISABEL SAZ GIL

Profesora Titular del departamento de Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Zaragoza, Universidad de Zaragoza

MARTA GIL LACRUZ

Profesora de Psicología Social, Universidad de Zaragoza

La inteligencia artificial (IA) está transformando el mundo laboral no solo en términos de productividad, sino también en el bienestar de los empleados. Desde la monitorización de la salud mental hasta la prevención de riesgos laborales, la IA se está integrando en los espacios de trabajo con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los trabajadores.

Sin embargo, su implementación también plantea dilemas éticos, preocupaciones sobre la privacidad y el impacto en la estabilidad laboral. ¿Cómo está cambiando el entorno de trabajo con la IA y qué podemos esperar en el futuro?

Monitorizar la salud mental de los trabajadores

Los algoritmos de IA pueden analizar datos en tiempo real para detectar signos de estrés, ansiedad o agotamiento en los empleados. Herramientas como sensores portátiles, aplicaciones de bienestar y análisis de voz pueden medir el estado emocional de un trabajador y ofrecer recomendaciones para mejorar su bienestar. Por ejemplo, ya se emplean algoritmos de aprendizaje automático para evaluar los niveles de estrés mediante la detección de patrones en el tono de voz y la frecuencia cardíaca.

Brindar soporte emocional y asistencia virtual

Algunas empresas utilizan chatbots impulsados por IA para dar apoyo emocional a sus trabajadores. Estas herramientas pueden ofrecer asesoramiento básico en temas de estrés laboral o incluso redirigir a los trabajadores a servicios de salud mental. Además, pueden reducir la carga de los equipos de recursos humanos, facilitando la comunicación entre empleados y especialistas.

Diseñar programas de bienestar

A través del análisis de datos de los hábitos de salud y el rendimiento laboral, la inteligencia artificial permite crear rutinas adaptadas a las necesidades individuales de cada empleado para que favorezcan su bienestar.

Por ejemplo, algunas compañías han implementado aplicaciones que sugieren ejercicios ergonómicos o rutinas de rela-

mas graves.

- Mejora del bienestar mental: la monitorización de la salud mental y el acceso a programas de bienestar pueden reducir el estrés y mejorar el estado de ánimo de los trabajadores.

- Automatización de tareas repetitivas: permite que los empleados se concentren en tareas más estratégicas y creativas que les proporcionan mayor satisfacción personal.

En el rango de riesgos y desafíos de la incorporación de la IA en el trabajo encontramos:

- Interrogantes sobre la privacidad de sus usuarios: la recopilación de datos sobre la salud y emociones de los empleados plantea dudas sobre el tratamiento y resguardo de esta información.

- Riesgo de hipervigilancia por parte de la empresa: el monitoreo constante a los trabajadores podría generar un clima de desconfianza y aumentar la presión sobre los mismos.

- Impacto en el empleo: la automatización podría reducir la demanda de determinados puestos de trabajo y generar así incertidumbre laboral.

¿Hacia dónde va la IA en el ámbito laboral?

En los próximos años, se espera que la IA evolucione hacia modelos de inteligencia híbrida, en los que humanos y máquinas colaboren para potenciar la salud y el bienestar de los empleados. Para lograr una integración efectiva, las empresas deberán enfocarse en:

- Establecer regulaciones claras que protejan la privacidad y la seguridad de los datos de los empleados.

- Fomentar la capacitación de los trabajadores para que puedan adaptarse a las nuevas tecnologías.

- Asegurar una implementación ética de la inteligencia artificial, que respete los derechos y el bienestar de los empleados.

La IA tiene el potencial de hacer que el entorno laboral sea más seguro y saludable, pero su éxito dependerá de cómo se gestionen sus aplicaciones.

Adoptar un enfoque centrado en el bienestar humano será clave para aprovechar al máximo sus beneficios sin comprometer la seguridad y estabilidad de los trabajadores.

jación de acuerdo al comportamiento y la actividad diaria del trabajador.

Identificar factores de riesgo en el trabajo

El uso de IA en la prevención de riesgos laborales es otra de sus aplicaciones más prometedoras. Los sistemas de IA pueden analizar datos recopilados de sensores en el lugar de trabajo para identificar condiciones potencialmente peligrosas, como posturas incorrectas, fatiga acumulada o exposición a agentes nocivos. También han sido utilizados en sectores como la construcción para predecir accidentes laborales mediante el análisis de patrones previos.

Capacitación y desarrollo

El aprendizaje automatizado también ha revolucionado la formación en el entorno

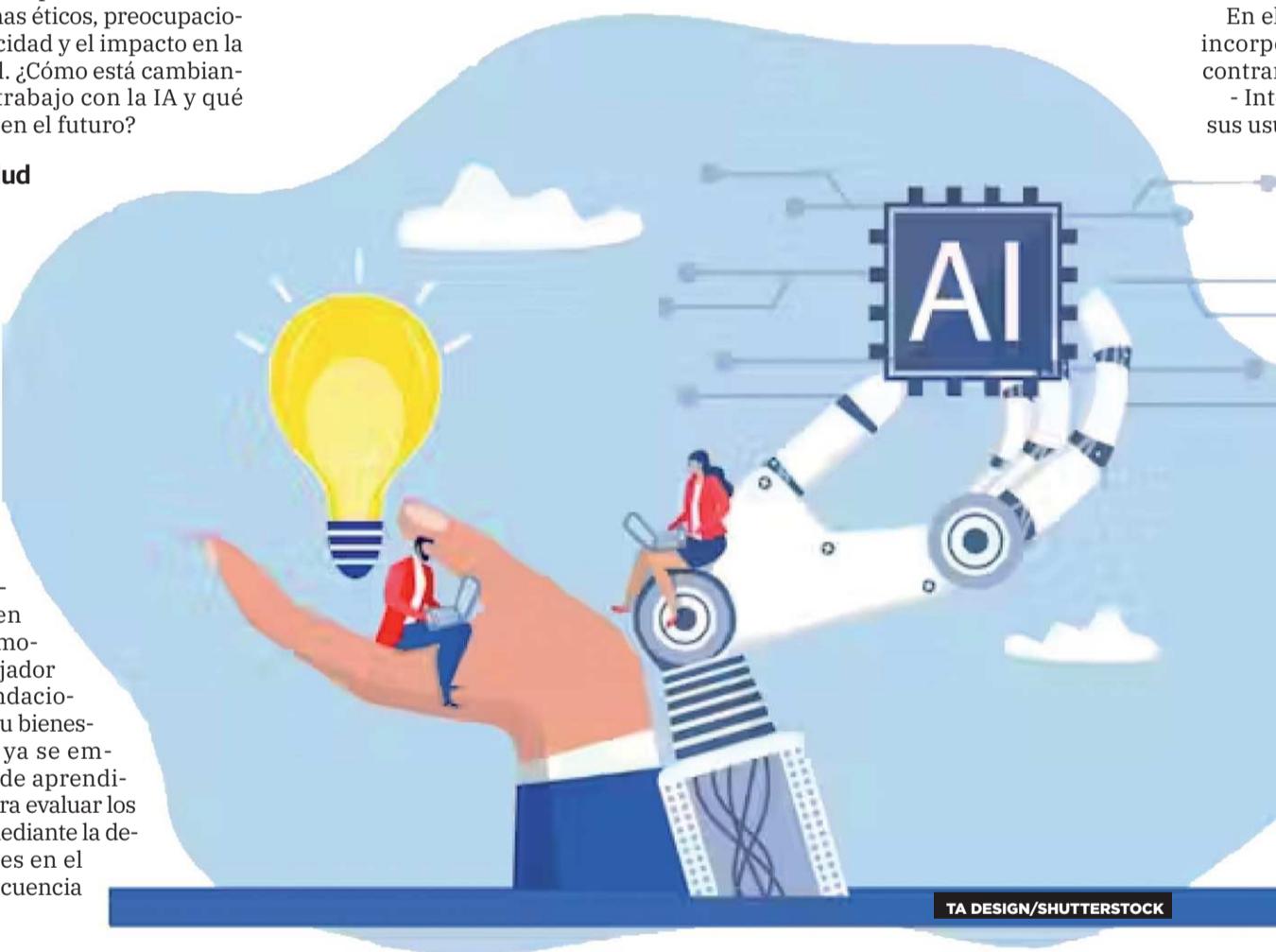
laboral.

La IA permite diseñar programas de capacitación personalizados, adaptados a las habilidades y necesidades individuales de cada trabajador. Esto no solo mejora la eficiencia del aprendizaje, sino que también facilita la adaptación de los empleados a las nuevas tecnologías y a los cambios en sus funciones.

Pros y contras de la IA en el entorno de trabajo

Si bien la IA ofrece múltiples beneficios en términos de salud y seguridad en el trabajo, su implementación no está exenta de desafíos. Entre los beneficios que ofrece su incorporación en el medio laboral encontramos:

- Mayor prevención de riesgos laborales: la IA permite detectar posibles riesgos antes de que se conviertan en proble-



TA DESIGN/SHUTTERSTOCK

EFE

MADRID. La Unión Europea tiene el objetivo de ser un líder mundial en inteligencia artificial (IA) y las gigafactorías son la siguiente generación de infraestructuras de apoyo al desarrollo y entrenamiento de los próximos modelos complejos de IA a gran escala en Europa.

España presentó esta semana la candidatura de Móra la Nova (Tarragona) para acoger una de las primeras gigafactorías europeas de IA.

Las gigafactorías están concebidas en la UE como centros de alta capacidad para permitir el desarrollo y despliegue de modelos de IA de vanguardia en todos los sectores y para aplicaciones de interés público, señala en su web la Empresa Común Europea de Informática de Alto Rendimiento (EuroHPC).

El Plan de Acción para el Continente de la IA, lanzado el pasado abril, tiene por objeto hacer de Europa un líder mundial en este campo y «se centra en el desarrollo de tecnologías de IA fiables para mejorar la competitividad de Europa, salvaguardando y promoviendo al mismo tiempo nuestros valores democráticos», según la web de la Comisión Europea.

Dicho plan incluye, entre sus componentes clave, el establecimiento de fábricas y gigafábricas. Estas últimas serán instalaciones a gran escala que desarrollarán y entrenarán modelos de vanguardia de IA con cientos de billones de parámetros. Unas instalaciones que integrarán una potencia informática masiva, superior a los 100.000 procesadores avanzados de IA, teniendo presente la eficiencia energética, hídrica y la circularidad.

Con la evolución de la tecnología se pueden desarrollar nuevas herramientas de cálculo, que necesitan a su vez infraestructuras que den potencia de cálculo

Gigafactorías, la nueva generación de infraestructuras europeas para desarrollar la IA

El Plan de Acción para el Continente de la IA tiene por objeto hacer de Europa un líder mundial en este campo



lo a ese algoritmo, afirmó a EFE la experta en tecnología e IA Silvia Leal, asesora, entre otras organizaciones de la OCDE.

Estas instalaciones, agrega, son en Europa el siguiente nivel en cuanto a potencia de cálculo e inversión y puede ser una herramienta de atracción de nuevo ta-

lento y desarrollo económico.

La presidenta de la Comisión Europea, Ursula Von der Layen, anunció en febrero la creación de un fondo de 20.000 millones de euros para crear hasta cinco gigafábricas y con un enfoque de asociaciones público-privadas.

Las gigafactorías fomentarán la

colaboración científica, al reunir a investigadores, emprendedores e inversores para abordar proyectos con visión de futuro en áreas como la sanidad, la biotecnología, la industria o la robótica.

Leal indica que estas instalaciones se pueden poner a dispo-

sición, entre otros, de empresas que han tenido una idea que quieren desarrollar, por ejemplo para mejorar la movilidad urbana, y allí acceden a una capacidad de computación que, de otra manera, no tendrían.

Las gigafactorías parten del concepto de la actual iniciativa europea de factorías de IA, pero llevándolo al siguiente nivel, con una potencia de cálculo significativamente mayor, recursos de datos integrados y automatización, según EuroHPC.

Las factorías son un nuevo tipo de infraestructura diseñada por la Comisión Europea para impulsar la innovación y el desarrollo en IA, facilitando el acceso a todos los sectores para fomentar así la innovación en áreas como biomedicina, climatología o diseño de chips.

El Supercomputing Center-Centro Nacional de Supercomputación (BSC-CNS) de Barcelona fue elegido el pasado diciembre por la CE para albergar una de las primeras fábricas de IA.

En cuanto a las gigafactorías, la CE realizará una primera selección e invitará a una propuesta definitiva de los proyectos finalistas en diciembre.

La candidatura de Móra la Nova (Tarragona), impulsada por el Ejecutivo español y un consorcio público privado liderado por Telefónica, prevé una inversión cercana a los 5.000 millones de euros.

Entre los miembros ya confirmados del consorcio figuran, además ACS, MasOrange, Nvidia, Submer, Multiverse Computing, así como la Sociedad Española para la Transformación Tecnológica (SETT), organismo público dependiente del Ministerio de Transformación Digital y de la Función Pública.

De ser seleccionado, el proyecto contará con una importante subvención pública por parte de la Comisión Europea a través del programa InvestAI.

♦ INTERCASA ♦

SOY CANARIO Y ME SABE

La robótica, clave para la relocalización de la producción, según OnRobot

La guerra comercial entre Estados Unidos y China tiene su origen en 2018 y provocó el interés de las empresas occidentales por trasladar la producción más cerca de casa

CANARIAS7

MADRID. En los últimos tiempos, los fabricantes de la Unión Europea y Estados Unidos están acercando sus producciones más cerca de casa. Entre las principales razones se encuentran las preocupaciones sobre la cadena de suministro y el panorama internacional, marcado por los conflictos y el incremento de los aranceles.

La guerra comercial entre Estados Unidos y China tiene su origen en 2018 y provocó el interés de las empresas occidentales por trasladar la producción más cerca de casa. La pandemia avivó la llama, y la inestabilidad geopolítica en la Unión Europea, junto con una renovada preocupación política por las relaciones comerciales con China, han alimentado aún más el fuego.

De hecho, según datos de Capgemini el 72% de las empre-

sas están considerando relocalizar o acercar su producción en los próximos 12 o 18 meses.

En la Unión Europea, según los datos de EAE Business School, se han realizado 208 casos de reshoring (relocalización) y nearshoring (acercamiento) y los países europeos que han tenido un mayor número de casos han sido Reino Unido, Francia, Italia y Dinamarca.

Cabe destacar que en nuestro país esta tendencia todavía es tímida, ya que solo se han registrado, según el citado estudio, nueve casos, lo que supone un 4,8% del total de casos de la Unión Europea.

Según OnRobot, los principales factores que impulsan la relocalización de la producción son:

1. La producción nacional mejora el control de la cadena de suministro. En los últimos años se han producido importantes interrupciones en las cadenas de

suministro globales y el 89 % de los ejecutivos considera que estas interrupciones son el principal riesgo al que se enfrenta su empresa.

2. El coste de la producción global está aumentando. La primera razón para deslocalizar la producción a Asia- y en particular a China- era ahorrar en los costes de producción. Sin embargo, los costes laborales en China han aumentado hasta un 25 % en los últimos años, y el salario mínimo está previsto que aumente un 13 % anual. Esto, junto con el costoso riesgo de las interrupciones en la cadena de suministro, ha llevado a muchos fabricantes

europeos y estadounidenses a considerar trasladar la producción más cerca de casa. De hecho, hasta los fabricantes chinos se están yendo fuera de su propio país.

Algunos están trasladando la producción a los países del su-

reste asiático como India, Malasia o Indonesia, donde la mano de obra sigue siendo relativamente barata. Otros están invirtiendo en instalaciones de producción en México y en países de Europa del Este para acercar la producción a los consumidores de Europa y Estados Unidos.

3. La localización de la producción acelera el tiempo de comercialización. Producir bienes más cerca de casa implica que puedes acelerar el tiempo de comercialización. La logística será más sencilla cuando toda la cadena de valor está localizada en el mismo país o región, y no tienes que esperar.

Sin diferencias horarias, es más fácil que todos se comuniquen de forma eficiente, lo que permite una resolución de problemas más rápida y una toma de decisiones ágil.

4. Esto permite una mejor gestión de la producción. Las



preocupaciones medioambientales han aumentado la demanda de una producción sostenible



Palcanarias
pinturas



100% Canario



Fabricamos pinturas de calidad con energía limpia

www.palcanarias.es

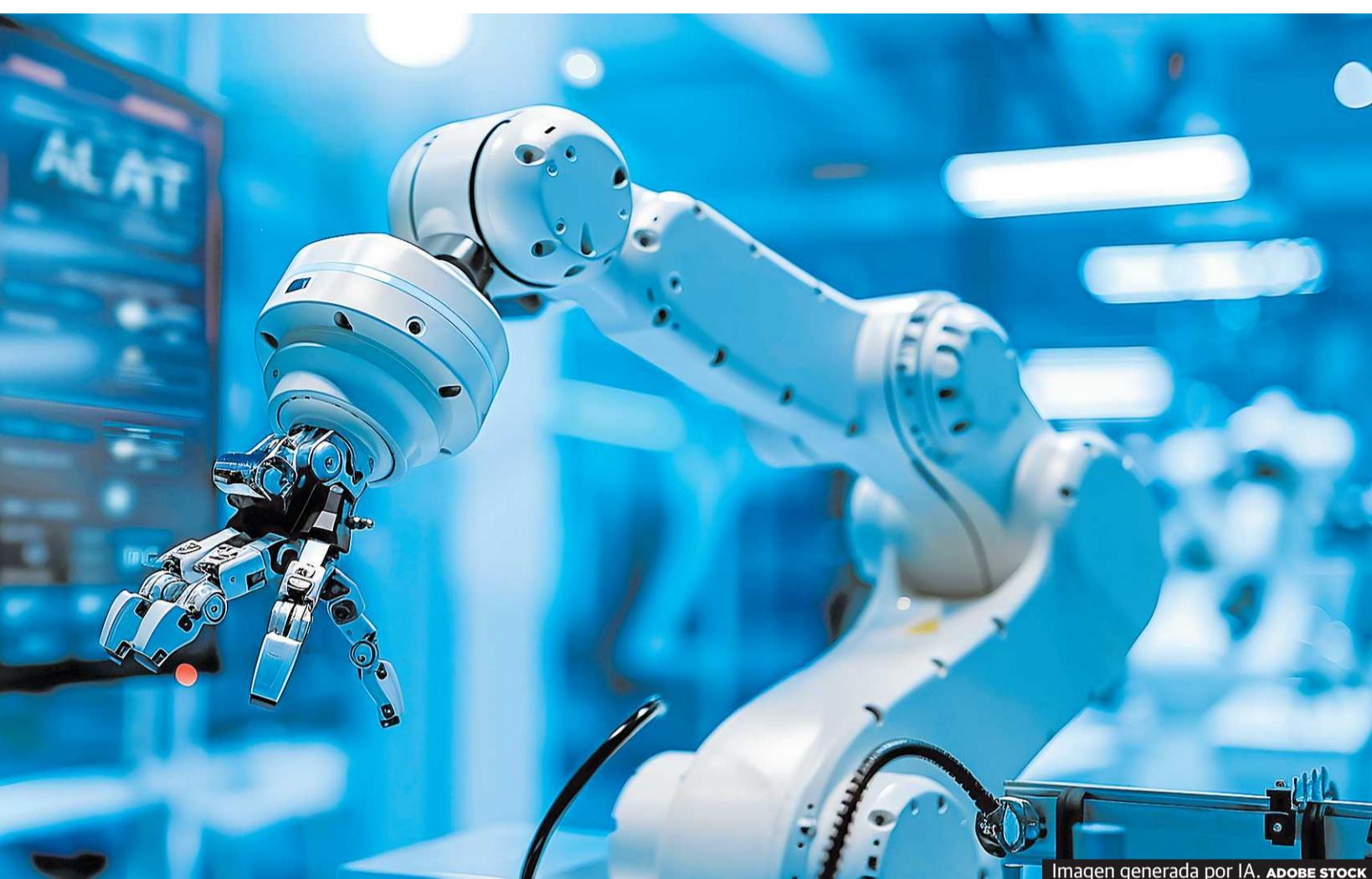


Imagen generada por IA. **ADOBESTOCK**

y de productos más duraderos, de mayor calidad. Traer la producción de vuelta a los países de-

sarrollados mejora el acceso a personal laboral cualificado y facilita trackear la calidad del pro-

ducto y cumplir con los estándares legales y medioambientales.

5. Los avances tecnológicos

reducen los costes de producción. Una razón sencilla para la relocalización de la producción

es que ahora es posible hacerlo y seguir siendo competitivo gracias a la automatización robótica en las fábricas.

Un estudio estadounidense estima que los avances tecnológicos en la automatización robótica han reducido los costes laborales en más de un 20 % en comparación con la operación manual. Y es que las aplicaciones robóticas aumentan la productividad y la consistencia en la calidad, además reduce el tiempo de producción y permite al personal dedicarse a tareas de mayor valor.

De hecho, existen plataformas como D:PLOY de OnRobot que no necesita programación, por lo que los costes de implementación se reducen a un nivel que hace que la automatización robótica sea accesible incluso para fabricantes pequeños y medianos.

«Relocalizar la producción ya no es solo una respuesta táctica, sino una apuesta estratégica. Con soluciones como D:PLOY, la automatización se vuelve rápida y accesible para todas las empresas, incluidas las pymes españolas. En sectores con escasez de mano de obra, como logística y alimentación, y con el impulso de los fondos europeos, automatizar es clave para ganar competitividad».

Sabemos de sabor, sabemos a Canarias

Desde hace más de 80 años, Tirma forma parte de la historia de nuestra tierra.

Porque nuestros productos no solo nacen aquí. Representan lo que somos: esfuerzo, calidad y orgullo canario.

Tirma



Manuel Domínguez resalta las ventajas de Canarias como centro de negocios entre Europa, África y América

El vicepresidente del Gobierno participó en el Consejo Directivo de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio: «Los países latinoamericanos son nuestro mercado natural», aseveró

CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. El vicepresidente del Gobierno de Canarias y consejero de Economía, Industria, Comercio y Autónomos, Manuel Domínguez, participó en el Consejo Directivo y Asamblea de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio (AICO), que se celebró en Santiago de los Caballeros (República Dominicana).

Domínguez acudió al país anillano junto al viceconsejero de Economía e Internacionalización, Gustavo González de Vega, y los presidentes de las Cámaras de Comercio de Canarias: Luis Padrón, presidente de la Cámara de Comercio de Las Palmas de Gran Canaria; José Valle, presidente de la Cámara de Comercio de Lanzarote; Juan Jesús Rodríguez Marichal, presidente de la Cámara de Comercio de Fuerteventura; y Arturo Escuder, vicepresidente de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife.

Durante su conferencia, 'El papel de las Cámaras de Comercio como dinamizadoras del comercio en Iberoamérica', el vicepresidente profundizó en el papel de los organismos cameraleos como instrumentos necesarios para impulsar las relaciones económicas y comerciales internacionales. En este caso, esenciales, entre España y Latinoamérica.

Destacó también Domínguez las ventajas fiscales de Canarias para favorecer las relaciones comerciales entre Latinoamérica y



Manuel Domínguez, durante su conferencia en República Dominicana. c7

Europa, agregando que los países latinoamericanos «son nuestro mercado natural, por la lengua y por una historia compartida».

El acto en República Dominicana supone la antesala a la celebración de la LII Asamblea General de la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio, Industria y Servicios (AICO), que tendrá lugar en Gran Canaria los próximos 6 y 7 de octubre. «Este

encuentro supone una oportunidad inmejorable para que ustedes conozcan nuestro archipiélago y comprueben que lo que digo aquí es cierto. Canarias es un centro destacado de negocios, capaz de atraer iniciativas empresariales y ser, además, el mejor nexo estratégico entre Europa, África y América».

AICO es una organización internacional sin ánimo de lucro, que agrupa a las Cámaras de Co-

mercio más representativas de 23 países iberoamericanos, así como a diversas corporaciones y empresas con interés en expandirse. Desde su puesta en marcha, ha trabajado incansablemente para fortalecer los lazos empresariales y comerciales en la región, facilitando el desarrollo económico y la inversión, ya sea entre los países iberoamericanos o con los países extra regionales que forman parte de esta.

El principal objetivo de AICO es fomentar el crecimiento económico sostenible y la integración regional a través del comercio internacional.

La asociación, además, también busca promover un entorno empresarial favorable, facilitar el intercambio de información y mejores prácticas, así como servir de plataforma para la colaboración entre empresas y organismos gubernamentales.

CEISA
CEMENTOS ESPECIALES DE LAS ISLAS
grupoceisa.es

Construimos un futuro juntos

CEISA COMERCIAL Hormisol Moescan Moricansa



**Fundación para el
Desarrollo Sostenible**
Canarias Recicla



Complejo Ambiental de Tenerife - Parcela 7
38589 Santa Cruz de Tenerife, España
www.fundacioncanariasrecicla.org

Las empresas canarias de alimentación y embalaje siguen creando sólidas relaciones comerciales en Senegal

Proexca organizó una misión comercial, con la participación de Asinca, para reforzar la presencia de los productos canarios en este país africano y la tecnología del embalaje en el marco de la feria Senefood & Senepack



www.haricana.es



Diferentes imágenes de la primera feria del sector del África Occidental, Senefood & Senepack. c7

CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. Proexca organizó una misión directa de empresas de Canarias a Senegal en el marco de la principal feria del sector del África Occidental, Senefood & Senepack, en Senegal, en la que también colabora Asinca. El objetivo es crear oportunidades de expansión, aumentar las exportaciones de productos alimentarios canarios, aprovechando la buena percepción de los productos españoles asociados a calidad y fiabilidad y ofrecer soluciones innovadoras en materia de tecnología de procesamiento y embalaje, adaptadas a las necesidades locales.

La misión permite a las empresas canarias participantes beneficiarse de agendas de reuniones individualizadas, las cuales son elaboradas por una consultora española especializada y presente en Senegal, con la coordinación y supervisión del delegado de la oficina de Proexca en Senegal, Martín Déniz.

El objetivo también de poder visitar la feria Senefood & Senepack es reunir a tomadores de decisiones, industriales, distribuidores, fabricantes y clientes, fomentando el networking, la inversión extranjera y los intercambios comerciales en sectores estratégicos para el desarrollo económico. Con un número creciente de expositores y visi-

tantes en cada edición, se celebran conferencias y ponencias técnicas, facilitando el intercambio de conocimientos y la identificación de oportunidades de negocio. Esta feria posiciona a Senegal como puerta de entrada a la zona de libre comercio africana (AfCFTA, en inglés la African Continental Free Trade Area) y a los países miembros de la CEDEAO/ECOWAS, consolidando su rol como hub estratégico para empresas internacionales inte-

Senegal presenta un mercado agroalimentario en expansión impulsada por una población joven y urbana

resadas en el continente africano.

Senegal cuenta con 19,2 millones de habitantes en 2025, caracterizada por una estructura demográfica joven según la Agencia Nacional de Estadística y Demografía ANSD. Presenta un mercado agroalimentario en expansión, impulsado por esa población joven y urbana en crecimiento y una clase media emergente, especialmente en Dakar. En el ámbito económico, Senegal se posiciona como la segunda economía de la Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMOA). Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), se proyecta un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del

8,4% en 2025, impulsado principalmente por el inicio de la producción de petróleo y gas natural en proyectos como el campo petrolero 'offshore' de Sangomar y el proyecto de gas natural líquido Greater Tortue Ahmeyim.

Este contexto ha generado una demanda creciente de productos alimentarios procesados y de calidad. En 2024, cinco empresas canarias participaron en la feria promoviendo productos como harinas, confitería, chocolate, café y soluciones de embalaje. Esta presencia refleja el interés y la capacidad de las empresas canarias para satisfacer las necesidades del mercado senegalés y por estas razones se ha decidido repetir la acción en 2025.

CARNES CON acento Canario

En Jucarne elaboramos nuestros productos en el corazón de Canarias. Orgullosos de nuestra tierra, nuestras raíces. Orgullosos de lo nuestro, de portar el sello que define cómo somos.

Cada producto que llevamos a tu mesa se crea aquí, con el compromiso de ofrecerte siempre la frescura, calidad y la cercanía de ser elaborado en Canarias.

JUCARNE

Elaborado en CANARIAS



Un momento de la segunda reunión del Observatorio Industrial de Canarias. c7

CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. El vicepresidente y consejero de Economía, Industria, Comercio y Autónomos del Gobierno de Canarias, Manuel Domínguez, presidió, el pasado 2 de junio, la segunda reunión del Observatorio Industrial de Canarias de esta legislatura en la que se abordó con los representantes del empresariado, trabajadores, universidades y otros organismos e instituciones relacionadas con el sector industrial de las Islas, las acciones ejecutadas a lo largo de 2024 en el marco de la Estrategia de Desarrollo Industrial de Canarias (EDIC) 2022-2027.

Durante la apertura del acto, Domínguez, destacó la evolución positiva del sector. «Canarias experimenta un crecimiento del PIB del 3,9%, con una participación de la industria que avanza en la dirección correcta. La producción industrial canaria se sitúa 1,7 puntos por encima de la media nacional, al tiempo que crece el empleo, la producción y la aportación del sector a la economía regional». «Desde la Dirección General de Industria tenemos claro que hay que aumentar el peso relativo de la industria en Canarias facilitando el crecimiento y la modernización del tejido industrial, generando valor añadido y empleo, y aumentando el tamaño de nuestras empresas».

En su intervención, Domínguez explicó que se han ejecutado el 100% de las medidas abordadas en la Estrategia y el 98% de las acciones, «lo que demuestra que la industria es un sector en auge en las Islas que contribuirá a la diversificación económica del Archipiélago». Con la mirada puesta en el futuro, el consejero señaló como objetivo estratégico alcanzar una aportación industrial al PIB del 7,2 % en el horizonte de 2027, un reto que considera posible gracias a «las políticas activas de impulso al sector». Actual-

La industria canaria, al alza

Manuel Domínguez resalta el auge de un sector que crece más que la media nacional y acelera su transformación

mente, la industria canaria genera 41.085 empleos, una cifra superior a los más de 39.000 registrados en 2019, «lo que refleja una tendencia hacia la consolidación y el fortalecimiento del tejido productivo».

En esta línea, el viceconsejero de Industria, Comercio y Consumo, Felipe Afonso El Jaber, detalló el esfuerzo inversor que ha acompañado la ejecución de la EDIC. Según explicó, el Gobierno de Canarias ha aprobado más de 34 millones de euros de inversión para 147 proyectos empresariales, de los que se han concedido 14,6 millones en concepto de subvenciones. Esta financiación se ha orientado hacia la modernización y diversificación del sector (110 proyectos), la regeneración y dinamización de áreas industriales (9 proyectos) y el impulso a la Industria 4.0 (28 iniciativas). «Son cifras que reflejan el compromiso firme del Ejecutivo con el tejido industrial y con su transformación hacia un modelo más competitivo y sostenible», dijo.

Por su parte, la directora general de Industria, Ana Zurita, presentó el balance de ejecución de la Estrategia y explicó que para 2024 se han movilizado 14,9 millones de euros para avanzar en los diez objetivos del plan estratégico de la Dirección General de

Industria, cuyo propósito es «aumentar el peso de la industria en la economía canaria».

Entre estos objetivos se encuentra reforzar la seguridad industrial y minera, integrar la sostenibilidad en los procesos productivos e impulsar la competitividad mediante innovación y digitalización. También se prioriza la colaboración público-privada, la adecuación del sistema formativo a las necesidades del sector y el desarrollo ordenado de las áreas industriales. Otros ejes estratégicos incluyen la promoción de la integración de la mujer en la industria, la internacionalización del sector y la ordenación del ámbito extractivo con especial atención a la recuperación de entornos.

Zurita también anunció que se está trabajando en la ampliación del cuadro de mando de la EDIC con nuevos indicadores que permitirán evaluar mejor la evolución del sector, recogiendo además las aportaciones de los grupos de trabajo.

Durante la jornada se dieron a conocer los principales datos de ejecución de la Estrategia, así como las conclusiones elaboradas por los cinco grupos de trabajo constituidos para impulsar sus líneas de actuación.

Estos grupos, integrados por representantes del sector público, empresarial y del ámbito académico y tecnológico, han llevado a cabo durante los últimos meses un análisis técnico y colaborativo centrado en la identificación de las demandas, retos y oportunidades del sector. En concreto, se estructuraron cinco gru-

pos de trabajo que abordaron de forma especializada las siguientes temáticas: innovación y transformación digital, formación, sostenibilidad y transición ecológica, adaptación legislativa y agilización administrativa, y consolidación, crecimiento empresarial e internacionalización.

Demandas y propuestas prioritarias

Entre las principales propuestas presentadas en la sesión plenaria destaca la reformulación de las convocatorias públicas de financiación para impulsar la colaboración entre empresas y centros de investigación. Se propone, en particular, apoyar proyectos que se encuentren en un nivel de madurez tecnológica intermedio y alto, además de fomentar proyectos colaborativos entre empresas industriales y entidades tecnológicas.

La mejora de la Formación Profesional Dual industrial se sitúa en el centro de las propuestas en materia de formación, con incentivos para facilitar la incorporación de pymes al sistema, el reconocimiento formal de la figura del tutor de empresa y el diseño de microcredenciales adaptadas a las necesidades emergentes. Además, se destaca la urgencia de fomentar planes anuales de forma-

Modernización industrial ligada a la sostenibilidad

En el ámbito de la sostenibilidad, la sesión plenaria puso el foco en la necesidad de mejorar los instrumentos financieros para fomentar la ecoinnovación y el eco-diseño con programas adaptados al grado de madurez tecnológica. La consolidación de comunidades energéticas en polígonos industriales y la integración del almacenamiento como componente clave del autoconsumo también se encuentran entre las medidas prioritarias.

En lo referente a la adaptación legislativa y la agilización administrativa, se planteó la necesidad de impulsar entidades urbanísticas de conservación con respaldo en asesoramiento y financiación. También se propuso reforzar el papel de los ayuntamientos, dotándolos de recursos técnicos y herramientas que faciliten una gestión más ágil y eficiente ante los retos del desarrollo urbano e industrial.

El grupo de crecimiento empresarial abogó por rediseñar las ayudas públicas para adaptarlas a las necesidades actuales del ecosistema industrial, con mayores subvenciones para modernización, apoyo específico a empresas industriales tecnológicas y programas de acompañamiento al emprendimiento. También se propuso aprovechar al máximo las herramientas del Régimen Económico y Fiscal (REF) canario, como la RIC o la ZEC, para incentivar la digitalización, sostenibilidad e internacionalización del sector. De igual forma, destacó la necesidad de crear un pacto para el suelo industrial con la colaboración de los diferentes agentes del sector, con el objetivo de fomentar la generación, establecimiento y consolidación de empresas del sector en las islas.

«Canarias experimenta un crecimiento del PIB del 3,9%, con una participación de la industria que avanza en la dirección correcta»

Se aboga por rediseñar las ayudas públicas para adaptarlas a las necesidades actuales del ecosistema industrial

CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. El vicepresidente del Gobierno de Canarias y consejero de Economía, Industria, Comercio y Autónomos, Manuel Domínguez, visitó recientemente la sede de la Plataforma Oceánica de Canarias (Plocan) en Telde, donde mantuvo una reunión de trabajo con el equipo directivo y los científicos de esta institución. El objetivo era conocer, en profundidad, la actividad, los retos y las oportunidades que ofrece esta infraestructura, clave para la economía azul y la innovación oceánica en las islas.

Durante su recorrido por las instalaciones, Domínguez subrayó la importancia de Plocan como el «laboratorio marino y lugar de ensayo más importante de Europa», al tiempo que destacó que la investigación y el desarrollo que se realiza «nos brinda una oportunidad única para cumplir con ese objetivo tan deseado de diversificar la economía canaria gracias a la innovación azul».

Manuel Domínguez remarcó que, desde el Gobierno de Canarias, «consideremos sumamente oportuno apostar, de manera firme, por la investigación en el mundo marino ya que, entre otros proyectos, la energía eólica marina puede ofrecernos una

Los retos y las oportunidades de la Plataforma Oceánica de Canarias

El Gobierno mantuvo una reunión de trabajo con el equipo directivo y los científicos de la institución



Manuel Domínguez (i), durante su visita a la sede de la Plocan. c7

El vicepresidente del Gobierno de Canarias y consejero de Economía, Industria, Comercio y Autónomos considera que esta «nos brinda una oportunidad única para la innovación azul»

balanza de desarrollo importante y una cadena de valor sustancial», dijo mientras apuntaba a las nuevas oportunidades de futuro para el tejido empresarial y la inversión privada en Canarias a través de este ámbito.

El director de Plocan, José Joaquín Hernández Brito, expuso, por su parte, la actividad y el impacto económico que supone esta infraestructura en la economía azul del archipiélago, así como las perspectivas de crecimiento para los próximos años. «El incremento de la actividad económica por esta vía ya es muy importante e incluso existe potencial para duplicar la facturación anual durante la próxima década», señaló.

Para alcanzar este objetivo, Hernández Brito apuntó, entre otros aspectos, a la necesidad «de activar mecanismos ágiles en la gestión administrativa de permisos, impulsar proyectos de demostración y garantizar que el crecimiento económico pueda alcanzar a todo el territorio».

Tanto Domínguez como Hernández Brito coincidieron, además, en la importancia de adaptar los procesos administrativos al ritmo de la innovación y fortalecer la transferencia de conocimiento, la colaboración público-privada y la atracción de inversión, entre otros aspectos.





Más allá del crecimiento económico, el PIB mide la fortaleza geopolítica en un mundo multipolar

TRIBUNA LIBRE

ULF THOENE

Profesor Asociado de Ética Empresarial y Organizacional. Universidad de La Sabana

Vivimos un momento en que el comercio global, la geopolítica y los intereses nacionales chocan con fuerza. Las reglas tradicionales de la economía están cambiando y con ellas la forma de entender el poder.

En este contexto, el uso estratégico de herramientas económicas –como aranceles, sanciones o subsidios– para alcanzar objetivos políticos (geoconomía o economic statecraft) cobra cada vez más relevancia. Este enfoque pone en duda muchas ideas que dábamos por sentadas, como la eficiencia del libre mercado o el crecimiento como sinónimo de bienestar.

Nuevos actores geopolíticos

Durante décadas, el producto interno bruto (PIB) fue el gran indicador del éxito de un país. Más PIB significaba más riqueza, más empleo y más desarrollo. Pero, hoy, el PIB no lo dice todo.

produce, para qué se produce y a quién beneficia. Así, el PIB empieza a verse como un reflejo del poder nacional, de la capacidad de un país para resistir crisis, defender sus intereses y mantener su autonomía.

La globalización –que alguna vez prometió prosperidad compartida gracias a los mercados abiertos–, la externalización del trabajo y la interdependencia ya no marcan el rumbo. En su lugar aparece un nuevo mapa multipolar –con potencias emergentes como China y los BRICS– nuevas alianzas y una vuelta al nacionalismo económico.

En este nuevo orden, la seguridad nacional, la soberanía tecnológica y la autosuficiencia estratégica pesan más que la eficiencia o el libre comercio sin restricciones.

Poderío económico, poder geopolítico

Los gobiernos están recuperando el uso de la geoconomía. Ya

no se trata solo de administrar la economía interna, sino de utilizar el poder económico para influir sobre otros países, apoyar aliados, proteger sectores clave y reducir vulnerabilidades.

Estados Unidos, por ejemplo, aplica aranceles a productos chinos no solo por razones comerciales, sino para reducir la dependencia exterior y reindustrializar el país. Además, invierte fuertemente en sectores estratégicos como los semiconductores o la inteligencia artificial con el objetivo de garantizar su liderazgo tecnológico y militar.

China también utiliza su poder económico como herramienta de influencia. Controla minerales críticos y domina partes clave de la producción global. A través de préstamos para infraestructuras, como los que ofrece en su Iniciativa Franja y Ruta, logra expandir su presencia en muchos países del sur global.

profundamente políticos.

Apostar por la industria y la innovación

Este panorama nos obliga a repensar qué significado tiene realmente el crecimiento económico. Un país que aumenta su PIB gracias a importaciones baratas o a trasladar su producción al extranjero puede mostrar buenos números, pero queda expuesto a interrupciones globales o a presiones externas. En cambio, una economía que apuesta por fortalecer su industria, su infraestructura y su capacidad tecnológica puede ser más sólida y relevante, incluso si su crecimiento es más lento. Esto tiene consecuencias importantes:

- Para las empresas y los inversores, centrarse solo en el PIB puede ser engañoso. Hoy importan tanto los riesgos geopolíticos como los económicos. Sectores como la defensa, la energía o la tecnología avanzada pueden recibir más apoyo estatal y ofrecer

mejores perspectivas a largo plazo.

- Para los ciudadanos, este nuevo enfoque puede significar precios más altos o menos opciones en el mercado, pero también mayor estabilidad, empleo local y seguridad.

Más rápido y a mayor escala

La geoconomía no es algo nuevo. Las grandes potencias siempre han usado el comercio y las finanzas para influir en el mundo. Lo que cambia ahora es la escala y la velocidad con la que se emplea esta herramienta.

Las sanciones, los controles a las exportaciones, los incentivos fiscales y la política industrial ya forman parte del arsenal estratégico de muchos países. El poder económico ya no se mide solo por la riqueza sino también por la capacidad de un país para defender sus intereses en un mundo inestable.

do inestable. El PIB sigue siendo importante como medida de desarrollo económico. Pero ahora también lo es de fortaleza estratégica.

ACIISI destina cerca de un millón de euros para la digitalización de proyectos empresariales

Las ayudas cubrirán hasta el 100 % de proyectos tecnológicos en pymes con sede en Canarias

CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. La Consejería de Universidades, Ciencia e Innovación y Cultura del Gobierno de Canarias, que dirige Middalia Machín, lanzó una nueva convocatoria de subvenciones dirigidas a empresas del archipiélago para apoyar su transformación digital en el año 2025. Esta iniciativa, gestionada por la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACII-SI), cuenta con una dotación inicial de 950.000 euros financiados con fondos propios, y está integrada en el Plan Estratégico de Subvenciones 2024-2026.

Tienen como objetivo fortalecer la competitividad, la eficiencia y la proyección exterior del tejido empresarial canario mediante la incorporación de soluciones tecnológicas. Podrán beneficiarse las empresas que cuenten con más de tres años de antigüedad, tengan domicilio social y fiscal en Canarias, y estén en situación activa con al menos un empleado.

Las subvenciones cubrirán hasta el 100 % de los costes elegibles, con importes que oscilan entre los 10.000 y los 30.000 eu-



Crece, innova, avanza: digitalización para empresas canarias

A vertical graphic on the left side of the page. It features a blue cloud icon containing a map of the Maldives. A blue arrow points from a blue cursor icon towards the cloud. The background of the entire page is a repeating pattern of binary code (0s and 1s) in various colors (black, red, blue, green).

ros por proyecto. Entre las actuaciones subvencionables se incluyen la implantación de sistemas de gestión empresarial (ERP), herramientas para la atención y fidelización de clientes (CRM), soluciones de análisis de datos (Business Intelligence), la automatización de procesos internos y gestión de flotas, sistemas de ciberseguridad y aplicaciones de inteligencia artificial disponibles en el mercado.

La presentación de solicitudes se realizará exclusivamente de forma telemática a través de la sede electrónica del Gobierno autonómico. El plazo será de 15 días naturales desde las 09:00 horas del día siguiente a la publicación oficial del extracto de la convocatoria, hasta las 14:00 horas del último día. El procedimiento de concesión será en régimen de concurrencia no competitiva, resolviéndose las solicitudes por orden de entrada hasta agotar el presupuesto, y la ayuda se abonará de forma anticipada. Con esta medida, se refuerza el compromiso con la modernización del ecosistema empresarial canario, facilitando la incorporación de herramientas digitales clave para el crecimiento sostenible y la adaptación a los retos presentes.





Planta de biogás en Bremen (Alemania). TRABANTOS/SHUTTERSTOCK

La llegada del biometano a España no sólo está desatando una fuerte controversia, sino que ha generado oposición social. Los habitantes de las zonas afectadas se muestran preocupados por el impacto que las nuevas plantas de este tipo de combustible tendrán sobre su salud y calidad de vida.

Es una inquietud comprensible: se trata de una tecnología poco conocida y una de las que mayor rechazo genera entre la población. Aunque es algo nuevo en España, se utiliza desde hace tiempo en muchos países de Europa. La experiencia de nuestros vecinos puede ser de gran ayuda para identificar los retos asociados a su implantación y proponer medidas que reduzcan su impacto ambiental, así como mejorar su aceptación social.

¿Qué es el biometano?

El biometano es un gas que se genera en un proceso de tratamiento de residuos orgánicos conocido como digestión anaeróbica. Dicho proceso consiste en la descomposición biológica de la materia orgánica en ausencia de oxígeno, dando lugar a la generación de biogás, es decir, una mezcla de gases formada mayoritariamente por metano y dióxido de carbono. El biogás es un combustible muy interesante porque puede ser empleado directamente para generar electricidad y calor. Además, puede ser purificado para obtener biometano, cuyo

contenido de metano es similar al de la red de gas natural, sistema de suministro donde puede ser inyectado de forma segura.

Como apuntábamos más arriba, esta tecnología se usa desde hace varias décadas en Europa, donde existen más de 18 000 plantas de biogás. Las instalaciones suelen ser de pequeño tamaño y tienen el objetivo de ayudar a que las explotaciones agrícolas y ganaderas puedan autoabastecerse de energía a partir de los residuos ganaderos. Este mode-

lo tradicional se está complementado en Europa con la instalación de más de 1 500 plantas de biometano en los últimos años, aprovechando no sólo residuos ganaderos, sino cultivos energéticos y residuos alimentarios y urbanos.

Los beneficios de un gas renovable

El principal beneficio de esta tecnología es que el biometano puede ser usado como fuente de energía y, al mismo tiempo, ayu-

da a gestionar de manera sostenible una gran variedad de residuos orgánicos. Éstos son transformados en un material llamado digestato, que puede ser empleado como fertilizante. La utilización agrícola del digestato permite reciclar recursos muy valiosos como materia orgánica, nutrientes y agua.

Además, al ser una fuente de energía renovable, el biometano se ha convertido en una pieza clave en la estrategia de la Unión Europea de alcanzar la neutralidad

climática para 2050.

Impacto ambiental

Como cualquier proceso industrial, la actividad de las plantas de biogás puede tener ciertos riesgos y causar impacto ambiental en su entorno.

El principal riesgo está asociado a la generación de grandes cantidades de metano, sobre todo en aquellas plantas donde la concentración del gas es muy alta. Hablamos de un gas muy inflamable que puede provocar accidentes tales como explosiones, casos de asfixia e, incluso, la liberación de otros gases tóxicos presentes en el biogás, como el sulfuro de hidrógeno.

Por lo tanto, la liberación accidental de metano puede suponer un peligro para los operarios de la planta y de zonas aledañas. Alemania, al ser el país con mayor número de plantas de biogás en Europa, es el que ha registrado un mayor número de accidentes. Por este motivo ha desarrollado una normativa estricta para minimizar los riesgos, convirtiéndose en un referente para toda Europa.

El impacto ambiental se debe a la liberación de sustancias contaminantes como el amoniaco, el sulfuro de hidrógeno, compuestos orgánicos volátiles, partículas en suspensión y bioaerosoles, partículas de origen biológico que se encuentran suspendidas en el aire. Todos ellos son generados por el tráfico de vehículos pesados de entrada y salida,



Planta de biodigestión prevista en la zona industrial de Arinaga. c7

¿Cómo prevenir el impacto ambiental del biometano y vencer el rechazo social que produce?

TRIBUNA LIBRE

MIGUEL ANGEL SÁNCHEZ MONEDERO

Investigador Científico del CSIC, Centro de Edafología y Biología Aplicada del Segura (CEBAS-CSIC)



durante el manejo de los residuos orgánicos que entran en la planta, en el proceso de digestión anaeróbica y en el almacenamiento y gestión del digestato.

Los compuestos citados tienen un olor intenso y desagradable que pueden causar molestias y malestar en la población.

En concentraciones elevadas también pueden suponer un riesgo para la salud, especialmente en grupos más sensibles como niños, personas mayores o personas con afecciones respiratorias. Aunque hay tecnologías muy eficaces para reducir estos impactos, no siempre son completamente efectivas. Algunos estudios científicos han mostrado que al menos el 30 % de las plantas de biogás en Eslovaquia causan olores de manera frecuente, pu-

diendo percibirse a más de 1 000 metros de distancia.

Possibles medidas de mitigación

Las plantas de biometano constituyen una industria que requiere de una atención especial derivada de su potencial para generar impactos ambientales. Por eso, la instalación de nuevas plantas debe considerar los siguientes aspectos clave:

- Ubicación coherente con su carácter de industria especial, es decir, alejada de núcleos poblacionales y próxima a las zonas de generación de residuos y de uso de los digestatos.

- Desarrollo de un plan de movilidad específico para reducir el impacto causado por el aumento del tráfico de vehículos pesa-

dos, especialmente importante en el traslado de estiércol, debido a sus posibles implicaciones de bioseguridad y para la salud pública.

- Uso de las mejores técnicas disponibles en el diseño y operación de la planta, tales como el cerramiento de las áreas de proceso y el tratamiento de los gases generados. Esta medida debe ir acompañada de un plan de vigilancia ambiental que verifique su efectividad a lo largo del tiempo, asegurando que se mantenga conforme al diseño y las especificaciones técnicas originales.

- Creación de un plan de gestión que contemple tanto los procesos de tratamiento y estabilización como las estrategias de valorización que garantice su uso seguro como fertilizante.

La implantación del biometano no se enfrenta a un gran reto: conseguir la aceptación social. Para lograrlo es fundamental una gestión adecuada de los riesgos y de los impactos ambientales que garanticen condiciones adecuadas de seguridad, salud pública y protección del medio ambiente.

Un modo de afrontar el desafío es involucrando a las comunidades afectadas desde la fase de concepción del proyecto. Ya se sabe que la instalación de plantas sin la participación ciudadana genera desconfianza y rechazo social. Sólo una gestión transparente y respetuosa con las comunidades y el medio ambiente evitará el rechazo social que dificulta su implantación, permitiendo aprovechar las oportunidades que estas plantas pueden ofrecer.

Capisa

Elaborado en CANARIAS

Contigo desde 1964

www.grupocapisa.es @grupo.capisa

El incierto futuro de la empresa familiar en España

TRIBUNA LIBRE

No existe consenso, ni entre los expertos ni entre las asociaciones y entidades implicadas, a la hora de definir qué es una empresa familiar, pero hay cuatro características que se repiten en la gran mayoría de las definiciones:

1. Debe existir una clara vocación de relevo generacional.
2. El control mayoritario debe permanecer en manos del fundador o sus familiares directos.
3. Ese control puede hacerse de manera directa o indirecta (mediante sociedades participadas).
4. La familia debe participar en la gestión de la empresa, al menos con un representante.

En cualquier caso, el concepto de empresa familiar combina dos instituciones, empresa y familia, que en la actualidad se encuentran sujetas a profundos cambios, lo que genera incertidumbre en torno a cuál será su futuro. Por ello, he querido diagnosticar si la empresa familiar será un fenómeno creciente o decreciente dentro del tejido empresarial.

El análisis de decenas de empresas familiares españolas de éxito ha servido para identificar los factores con más impacto en su gestión:

- La estructura familiar: el apoyo de la familia se ha revelado como una pieza fundamental en el florecimiento de los proyectos empresariales.
- El tejido empresarial: donde la estructura de mercado, la globalización y los mercados financieros juegan un papel importante en el éxito de las empresas familiares.
- Las motivaciones del fundador.

Estructuras familiares

En cuanto a la estructura familiar, la natalidad está cayendo a nivel global. En España, la tendencia apunta a una proporción cada vez menor de hogares compuestos por parejas con hijos, mientras crecen los hogares unipersonales.

Viendo estos datos, la evolución de las estructuras familiares no va a favor de la futura creación de empresas familia-



FERNANDO DORAL FÁBREGAS

Director de programas máster y profesor de Marketing y Empresa, Univ. Europea Miguel de Cervantes

res.

Evolución del tejido empresarial

La estructura de los mercados, los efectos de la globalización y la evolución del mercado financiero son los tres factores a analizar.

- Estructura de mercado. En los últimos tiempos, se detecta una fuerte tendencia hacia la oligopolización, donde unos pocos competidores se reparten la mayoría de la cuota de mercado. La gran mayoría de las empresas analizadas nacieron en mercados en competencia monopolística y actualmente compiten en oligopolio, probablemente formando parte de las empresas privilegiadas.

Es el caso de Mercadona, Condis, Cash Lepe, Bon Preu, Gadisa o el Grupo Luis Piña, en el sector de supermercados, las farmacéuticas Esteve o Rovi, la cadena hotelera Meliá, los laboratorios Grifols, la cadena odontológica Dentix o la marca de perfumería y cosmética Antonio Puig. La concentración en forma de oligopolios actúa en contra del surgimiento de nuevas empresas –tanto familia-

res como no familiares–, ya que los oligopolistas ejercerán una gran presión para impedir su entrada en el mercado.

- Globalización. Este factor está muy ligado con el anterior, pues una buena parte de las empresas que compiten en oligopolio proceden de mercados internacionales. No obstante, la globalización también ofrece la posibilidad de internacionalizar cualquier empresa. Sin embargo, en 2018 apenas un 10 % de las empresas familiares españolas tenía presencia en los mercados internacionales, por lo que la globalización no es un factor clave para el surgimiento de nuevas empresas de este tipo en España.

- Mercados financieros. Actualmente, muchos fondos de inversión están comprando empresas familiares. Esta estrategia ha provocado que algunos emprendedores de éxito hayan preferido vender, sin que la compañía haya llegado nunca a consolidarse como empresa familiar.

Por tanto, las fuentes de financiación pueden jugar en contra de este modelo empresarial.

Las motivaciones del emprendedor

En todos los casos estudiados los empresarios rehusaron la venta de la empresa familiar, y después de la jubilación de su fundador pasó a ser gestionada por la siguiente generación. Analizando los dos parámetros se puede obtener una idea de hasta qué punto las motivaciones de los empresarios están alineadas con los principios de los emprendedores de empresas familiares.

- Cese de actividad por la venta de la empresa. Se observa un aumento del porcentaje de empresarios que cesan la actividad de su empresa por haberla vendido a un tercero. Este dato es incompatible con el requisito de la vocación por el relevo generacional.

- Cese de la actividad por jubilación. Los datos muestran una clara evolución ascendente del porcentaje de empresarios que cesan la actividad de la empresa tras su retiro, sin hacer el traspaso a una siguiente generación. Como en el caso anterior, este dato es incompatible con el requisito de relevo generacional para una empresa familiar.

Las motivaciones de los empresarios evolucionan, pues, en sentido contrario a la permanencia de las nuevas empresas familiares.

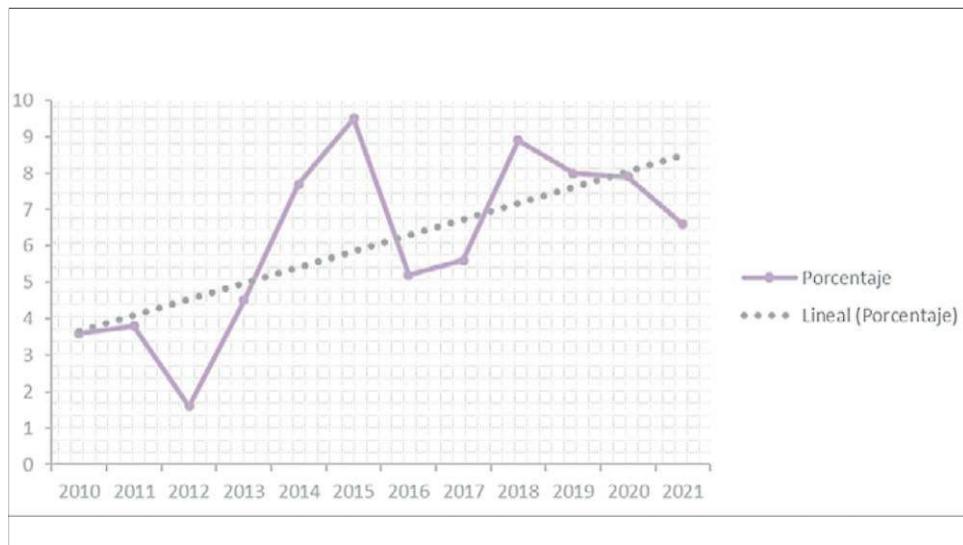
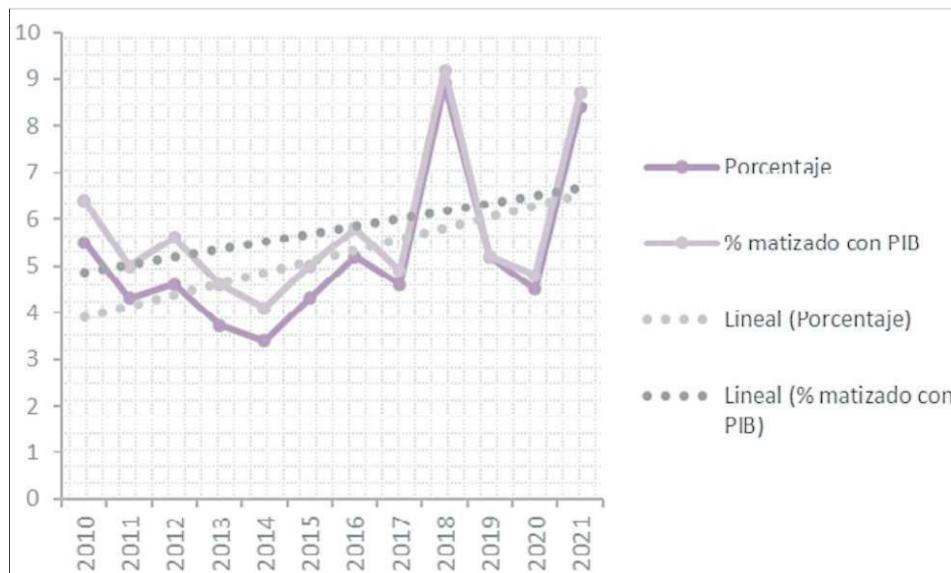
Diagnóstico final

Del análisis de los datos obtenidos de las empresas estudiadas, contrastados con el análisis de los factores del entorno, obtenemos dos consecuencias importantes:

- La estructura familiar es una tendencia a la baja.

- Crece el número de empresarios que tienen como objetivo levantar un proyecto empresarial próspero para venderlo de manera ventajosa.

Es imposible saber cuántas de las empresas familiares analizadas en este estudio habrían dejado de serlo si se hubiera cruzado en su camino una oferta interesante. En cualquier caso, todo apunta a que el entorno empresarial y social evoluciona más en contra que a favor de este tipo de empresas.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS DEL GEM



Un momento durante la jornada 'Inteligencia Comercial en Gran Consumo' celebrada en Madrid. c7

El uso e intercambio de datos gana terreno

Según el último estudio de AECOC en 'Data Analytics', el 52% de las compañías ya tiene un alto nivel de madurez en el uso del dato y lo emplea para mejorar su surtido, en promociones y para la gestión comercial

CANARIAS7

MADRID. Las empresas del gran consumo siguen avanzando hacia modelos de colaboración más estructurados y basados en la gestión y explotación del dato. Así lo refleja la sexta edición del sondeo de AECOC 'La colaboración basada en datos de sell-out en Gran Consumo' (ventas al consumidor final en el punto de venta), presentado por Maite Echeverría, responsable de Customer Management de AECOC, en el marco de la jornada 'Inteligencia Comercial en Gran Consumo' celebrada en Madrid. El estudio se realizó con la participación de más de 30 empresas del sector, en su mayoría con perfiles de dirección comercial, y refleja un avance constante en el uso estratégico del dato.

Una de las principales conclusiones del informe es que el 48% de las empresas ha iniciado proyectos colaborativos o prevé hacerlo en 2025. Esta cifra supone un crecimiento de 36 puntos porcentuales respecto a 2020, cuando solo el 12% trabajaba en este tipo de iniciativas. «Es una tendencia clara: tras el parón provocado por la pandemia, las compañías han recuperado el ritmo y están apostando por una colaboración más eficiente y sostenida en el tiempo», explicó Echeverría.

La evolución también se refleja en el grado de madurez. Según el estudio, el 52% de las empresas consultadas considera que su nivel en el uso de datos es alto o muy alto, lo que confirma que la cultura del dato empieza a consolidarse en las estructuras comerciales. «Hace unos años, el uso del dato era un reto pendiente. Hoy, empieza a ser una realidad tangible que impacta directamente en las decisiones de negocio», apuntó la portavoz de AECOC.



Además, el 80% de las compañías señala que las áreas de comercial y marketing son las que lideran los proyectos con acceso a datos. «Son los departamentos que están más cerca del consumidor, y por eso son también los que mejor pueden convertir esa información en acciones concretas en el punto de venta», puntualizó Maite Echeverría.

Falta de analistas especializados y herramientas para explotar los datos

Uno de los aspectos que muestra una evolución significativa es la percepción de las barreras que dificultan el acceso y uso compartido del dato. En el caso de los fabricantes, la cultura organizativa sigue siendo el principal freno, pero baja del 86% en 2024 al 65% en 2025. «Tradicionalmente no hemos sido un país pionero en data sharing, y todavía hay ciertas resistencias, pero es positivo ver que estas barreras empiezan a reducirse», comentó Echeverría. Otras dificultades señaladas por los fabricantes son la falta de herramientas tecnológicas para extraer insights de forma ágil (30%)

y la escasez de perfiles especializados en análisis de datos (30%), una cifra inferior al 43% registrado el año pasado, lo que indica una leve mejoría en este ámbito.

En el caso de los distribuidores, las principales barreras para trabajar en proyectos colaborativos son la falta de confianza sobre el uso que puede darse a los datos, la escasez de expertos o analistas de datos en los equipos y la falta de disponibilidad de herramientas tecnológicas que permitan tratar, exportar y activar los datos con mayor agilidad. Estas tres palabras son citadas por el 50% de las empresas encuestadas. «Los distribuidores piden que los proyectos con fabricantes se basen en una visión conjunta de la categoría y generen beneficios para ambas partes. Para que eso funcione, lo primero es tener confianza mutua en cómo se van a usar los datos», señaló Maite Echeverría.

Surtido, promociones y gestión por categorías

El sondeo identifica también los proyectos colaborativos más trabajados entre fa-

bricantes y distribuidores. El 59% de los fabricantes y el 88% de los distribuidores mencionan el surtido como el ámbito prioritario de colaboración. Le siguen la gestión por categorías (53% de fabricantes y 75% de retailers) y las promociones (71% y 75%, respectivamente). Estas cifras mantienen la tendencia de años anteriores, en los que la eficiencia en surtido y promociones también aparecía como uno de los principales motores para emprender este tipo de proyectos.

Los datos mejoran las ventas y fortalecen las relaciones

El estudio concluye que las empresas que desarrollan proyectos colaborativos basados en datos destacan tres beneficios principales: el fortalecimiento de la relación comercial (61%), el aumento de las ventas (61%) y una mayor eficiencia promocional (56%). «Compartir información no solo mejora la operativa, sino que refuerza la alianza entre fabricantes y distribuidores y permite avanzar hacia una visión compartida del negocio», puntualizó Echeverría.

La colaboración entre distribuidores y fabricantes, a debate

La jornada también contó con una serie de mesas redondas en las que se expusieron las mejores prácticas llevadas a cabo por las compañías del sector. En este sentido, directivos de destacadas empresas como Ahorramás, Danone, Hijos de Luis Rodríguez, Coca Cola Euro-Pacific Partners, Frit Ravich y Delaviuda Confectionery Group compartieron su posicionamiento en la compartición y activación de datos de sell-out para generar una mayor sinergia entre los agentes del ecosistema.

LA FELICIDAD VIENE DE FÁBRICA

Elaborado en
CANARIAS

En unas islas con más desarrollo industrial,
somos más felices.

SI COMPRAS PRODUCTOS ELABORADOS AQUÍ,
INVIERTES EN LA FELICIDAD DE TODOS.

Campaña subvencionada por:  Gobierno de Canarias