



COMUNICAMOS

COMUNICACIÓN INTERNA

BOLETÍN DIGITAL

PÁGINA 02

COMUNICADOS INTERNOS

PÁGINA 04

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA

PÁGINA 06

COMUNICACIÓN EXTERNA

GABINETE DE PRENSA
Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PÁGINA 10

REDES SOCIALES

PÁGINA 14

CONGRESOS Y JORNADAS

PÁGINA 15

PUBLICIDAD

PÁGINA 19

PORTAL DE TRANSPARENCIA

PÁGINA 21





COMUNICACIÓN INTERNA

En Metrotenerife, entendemos que una organización cohesionada es la base de un servicio excelente. Durante 2025, la estrategia de comunicación interna se ha orientado a transformar la información en conocimiento compartido, asegurando que cada profesional sea embajador de los valores de la compañía.

BOLETÍN DIGITAL

Cultura de transparencia y equipo

El Boletín Digital de Metrotenerife se ha consolidado en 2025 como el principal ecosistema de información para el personal, actuando no solo como un canal de noticias, sino como un elemento clave para la cohesión del equipo y la difusión de la estrategia corporativa. Durante este ejercicio, el soporte ha evolucionado técnica y visualmente para adaptarse a las nuevas necesidades de comunicación de la compañía.

Hito histórico: renovación visual y mensaje de dirección

El ejercicio 2025 marcó un punto de inflexión con la publicación del número 100 en julio, que introdujo una renovación integral de la imagen y diseño del soporte. Esta nueva identidad visual, más moderna y dinámica, ha permitido mejorar la jerarquía de contenidos y la lectura en dispositivos móviles.

El año concluye con el número 104, en el que el Director Gerente, Pedro Ribeiro, traslada un mensaje de balance y gratitud a toda la plantilla. En esta edición de cierre, se pone en valor el propósito compartido de quienes hacen visible el servicio y de quienes lo sostienen desde áreas menos visibles, reforzando la confianza y el respeto como motores para afrontar los desafíos de 2026.

Contenidos estratégicos y temáticos

A lo largo del año, los boletines han servido para dar seguimiento a hitos de sostenibilidad, innovación y reconocimiento internacional. El siguiente cuadro resume los ejes principales abordados:

MES	Nº	EJES TEMÁTICOS PRINCIPALES	HITOS Y NOTICIAS DESTACADAS
Marzo	98	Sostenibilidad y Seguridad	Sustitución definitiva de la arena de sílice por silicato de calcio en la flota.
Junio	99	Salud Laboral e Inclusión	Certificación de entornos libres de polvo de sílice. Campaña 'La Laguna Orgullosa'.
Julio	100	Especial Imagen	Lanzamiento del nuevo diseño. Hito de los 100 millones de viajes en ten+móvil.
Octubre	102	Innovación y Excelencia	Obtención del Sello de Oro de Excelencia Europea y participación en Fórum SENER.
Noviembre	103	IA y Conectividad	Ponencias en ATUC sobre Inteligencia Artificial aplicada a la movilidad.
Diciembre	104	Balance y Ciberseguridad	Felicitación de año nuevo del Director Gerente y refuerzo del doble factor de autenticación (2FA).



Ciberseguridad: consolidación del doble factor de autenticación (2FA)

En la recta final del año, Metrotenerife ha intensificado su campaña de seguridad digital, centrando el Boletín nº 104 en la implementación del Doble Factor de Autenticación (2FA) como barrera crítica de defensa:

- Protección de identidad: se instruye a la plantilla sobre cómo el 2FA previene el acceso no autorizado, incluso en caso de compromiso de contraseñas, protegiendo las plataformas que contienen información sensible y valiosa.
- Gestión de credenciales: recomendación del uso de gestores de contraseñas profesionales como KeePass para generar y almacenar claves únicas y robustas.
- Cultura de responsabilidad: se enfatiza la prohibición de compartir códigos de autenticación con terceros y la importancia de revisar periódicamente qué dispositivos tienen acceso a las cuentas corporativas.

Orgullo de pertenencia y proyección de futuro

El boletín ha sido el espejo de una compañía que no se detiene. Desde la eliminación de riesgos respiratorios con el silicato de calcio hasta la monitorización inteligente de vía, los empleados han sido testigos del crecimiento de Metrotenerife. La edición de cierre de año subraya que la seguridad digital y la excelencia operativa son tareas de todos, preparando el terreno para un 2026 lleno de paz, alegría y esperanza, con el foco puesto en seguir siendo un referente internacional en transporte público.

BOLETÍN INTERNO

Nº DE BOLETÍN	FECHA EDICIÓN	VISITAS	USUARIOS
98	Marzo	148	47
99	Junio	73	40
100	Julio	69	42
101	Septiembre	86	51
102	Octubre	74	41
103	Noviembre	78	44
104	Diciembre	111	46
TOTAL		639	311
MEDIA USUARIOS ÚNICOS POR BOLETÍN		44,43	

ARTÍCULOS Y SECCIONES

NÚMERO	FECHA EDICIÓN	ARTÍCULOS
98	Marzo	20
99	Junio	18
100	Julio	20
101	Septiembre	15
102	Octubre	13
103	Noviembre	12
104	Diciembre	14
TOTAL		112

BOLETÍN METROTENERIFE 2025, DISTRIBUCIÓN POR SECCIONES

- Empresa: 34
- Actualidad Tranvía: 14
- Jornadas y Congresos: 20
- Servicios de Tranvía: 10
- Nos visitan: 10
- Metrotenerife solidario: 8
- Comunidad Tranvía: 4
- Ciberseguridad: 7
- Otras noticias: 5

TOTAL: 112





COMUNICADOS INTERNOS

Se han estandarizado los flujos de comunicación para garantizar que los cambios operativos, las mejoras en los convenios y las alertas de seguridad lleguen a todos los departamentos de forma simultánea. La bidireccionalidad ha sido clave, habilitando canales donde el empleado puede trasladar sus sugerencias, especialmente en un año de alta demanda que ha requerido un esfuerzo extra de coordinación.

El valor de nuestro equipo

En Metrotenerife, la comunicación interna se consolida en 2025 no solo como un canal de transmisión de datos, sino como el motor fundamental para fortalecer el compromiso, la transparencia y la unidad de nuestra cultura organizacional. Entendemos que un equipo humano bien informado es el primer paso hacia la excelencia en el servicio al ciudadano.

Conectividad y cercanía

Durante el presente ejercicio, hemos optimizado el uso de plataformas internas para asegurar una cobertura integral de la actividad de la compañía. Desde las decisiones estratégicas de la Dirección hasta las iniciativas transversales de cada departamento, la información ha fluído de manera constante garantizando que cada profesional sea parte activa del proyecto común.

- Intranet corporativa: se reafirma como el repositorio central del conocimiento y la actualidad de la empresa. En 2025, se publicaron 32 notas y anuncios de interés general, permitiendo que el personal se mantenga actualizado sobre los hitos operativos y los proyectos de innovación técnica más relevantes.
- Gestión de comunicados vía Email: este canal se ha consolidado como la herramienta más ágil para la comunicación segmentada y directa. Se gestionaron y distribuyeron 222 comunicados internos, garantizando que los mensajes de Recursos Humanos, el Comité de Empresa, Prevención de Riesgos y Dirección llegaran con eficacia a cada área funcional.

Impacto en el entorno local e internacional

Nuestra labor de comunicación también ha servido para proyectar el talento interno hacia el exterior, logrando un repunte positivo en la actividad informativa global con 43 notas de prensa emitidas (frente a las 37 del ejercicio anterior). De este flujo, un 80 % tuvo un impacto directo en la sociedad canaria, mientras que el resto posicionó a Metrotenerife en el mapa ferroviario internacional a través de hitos técnicos compartidos en foros especializados.



Hitos compartidos con la plantilla

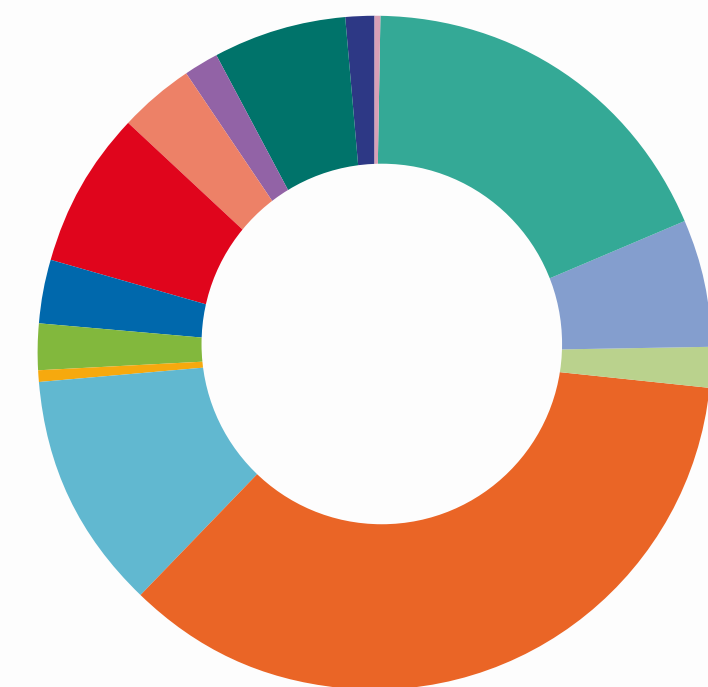
La narrativa interna de 2025 ha estado marcada por la consecución de logros colectivos que han sido comunicados con transparencia a todo el equipo:

Eje estratégico	Hito informativo destacado
Expansión	Convocatoria del concurso internacional para el sistema ferroviario del Norte.
Innovación	Pruebas piloto de sistemas inteligentes en vía junto a la Universidad de Granada.
Excelencia	Alcanzamos el hito de los 280 millones de pasajeros en 18 años de servicio.
Alianzas	Liderazgo en la 30ª Reunión de Comités Técnicos de ALAMYS poniendo el foco en el ciudadano.
Transferencia	Colaboración técnica con Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya en modelos de gestión.

Este volumen de interacción informativa no es solo una métrica de actividad; es el reflejo del compromiso firme de Metrotenerife por promover una organización basada en la confianza mutua, donde la información es un bien compartido que impulsa la mejora continua y la participación de todos los miembros del equipo.

COMUNICADOS INTERNOS ENVIADOS POR CORREO ELECTRÓNICO

- SEPCA- Sección Sindical: 1
- Comunicación y RR.PP.: 26
- Comité de empresa: 41
- Informática: 14
- Mantenimiento: 4
- Recursos Humanos: 80
- Dirección: 1
- Gerente: 5
- Calidad y seguridad: 7
- CCOO Sección Sindical: 17
- Equipo navidad: 8
- UGT – Sección sindical: 4
- USO – Sección sindical: 14
- Otros: 3



TOTAL: 222



CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Bajo el paraguas de la Responsabilidad Social Corporativa, se han lanzado campañas internas sobre seguridad laboral, ciberseguridad y sostenibilidad. Estas acciones no solo buscan el cumplimiento normativo, sino la creación de un entorno de trabajo saludable y consciente de su impacto ambiental.

Cultura de ciberseguridad: proteger nuestro entorno digital

En Metrotenerife, la seguridad de la información es un compromiso estratégico que compartimos de manera transversal en toda la organización. Como guardianes de un servicio público esencial, la protección de nuestros activos digitales y el cumplimiento de los más altos estándares normativos constituyen una prioridad diaria para todo el equipo.

Muestra de este rigor es el mantenimiento y la actualización constante de nuestro Certificado de Conformidad con el Esquema Nacional de Seguridad (ENS), otorgado por AENOR en las categorías BÁSICA y MEDIA. Este reconocimiento, obtenido inicialmente en 2019 y renovado de forma consecutiva, ha vivido un hito clave con la adaptación completa de nuestros sistemas y procedimientos al nuevo marco regulatorio del Real Decreto 311/2022.

Ante un contexto global caracterizado por el aumento en el volumen y la sofisticación de las ciberamenazas, en Metrotenerife hemos actualizado con éxito nuestra Política de Seguridad de la Información. Este proceso de

mejora continua nos permite reforzar la resiliencia operativa de la compañía desde dentro, asegurando que cada profesional cuente con las herramientas y la normativa necesarias para mitigar riesgos.

En esta estrategia corporativa de protección, la Oficina Técnica de Ciberseguridad (OTC) se ha consolidado como el órgano clave para liderar la seguridad digital. Más allá de las soluciones técnicas, la OTC enfoca sus esfuerzos en la concienciación interna del personal, entendiendo que la implicación activa de cada trabajador y trabajadora es la primera y más eficaz barrera de defensa para garantizar la integridad y la confidencialidad de los datos de nuestra organización.

Impulso de la Oficina Técnica de Ciberseguridad (OTC)

La Oficina Técnica de Ciberseguridad (OTC) se ha consolidado en 2025 como un pilar fundamental para el blindaje digital de Metrotenerife. A través de este órgano, áreas clave como los departamentos Administrativo-Financiero e Informática e Ingeniería de Sistemas reciben un asesoramiento técnico y legal especializado. Esta labor conjunta permite una gestión eficiente de vulnerabilidades, una respuesta ágil ante incidentes, el estricto cumplimiento en protección de datos y la mejora continua de nuestros procedimientos internos.

Plan de concienciación y canales de difusión Entendiendo que la seguridad empieza en cada puesto de trabajo, los equipos de Recursos Humanos y Comunicación colaboran estrechamente con la OTC para extender una cultura de prevención a toda la plantilla y empresas colaboradoras. Para ello, se ha diseñado un plan de comuni-

cación estructurado que transforma materiales de referencia de organismos como el INCIBE en contenidos propios y adaptados a las necesidades reales de nuestra organización a través del portal del empleado, la intranet y la página web corporativa.



Sección de Ciberseguridad en los boletines digitales 2025

Desde la renovación visual del boletín en su número 100, la ciberseguridad ha ocupado un espacio protagonista, abordando los siguientes contenidos temáticos a lo largo del año:

Edición	Temática de ciberseguridad abordada
Marzo (Nº 98)	Normativa y uso profesional: Recordatorio de las políticas de uso de correo y navegación segura. Responsabilidad en cuentas personales e intransferibles.
Junio (Nº 99)	Entorno de trabajo seguro: Protocolos de limpieza y seguridad en sistemas críticos tras la retirada de la arena de sílice.
Julio (Nº 100)	Identificación de phishing: Pautas para reconocer correos fraudulentos, remitentes externos sospechosos y facturas falsas.
Septiembre (Nº 101)	Buenas prácticas en RRSS: Prevención de brechas de seguridad en redes sociales, actualización de apps y configuración de privacidad.
Octubre (Nº 102)	Puesto de trabajo y protección de datos: Uso de VPN en redes no seguras, gestión de contraseñas y destrucción de documentos sensibles.
Noviembre (Nº 103)	Seguridad en dispositivos móviles: Protección de smartphones y tablets corporativos mediante PIN/Patrón y desactivación de Bluetooth/Wi-Fi.
Diciembre (Nº 104)	Doble factor de autenticación (2FA): Implementación del 2FA como barrera crítica y uso del gestor de contraseñas KeePass.

Con estas acciones, Metrotenerife cierra el ejercicio 2025 habiendo elevado significativamente el nivel de resiliencia digital de su equipo humano, bajo la premisa de que "la seguridad de la información es una tarea compartida por todos".

Acciones de refuerzo: Los Ciberconsejos

Para afianzar esta estrategia, el correo electrónico corporativo se ha convertido en la herramienta prioritaria para el envío periódico de "Ciberconsejos". Estas comunicaciones directas trasladan a toda la plantilla recomendaciones breves, claras y accesibles sobre la detección de amenazas (como malware) y la correcta gestión de credenciales.



Este formato dinámico y recurrente actúa como un recordatorio continuo de temas de vital importancia, favoreciendo la asimilación de los contenidos y consolidando un comportamiento seguro y responsable en el entorno laboral de Metrotenerife.



De forma complementaria, la campaña se ha apoyado en la difusión de mensajes visuales en distintos espacios físicos de la empresa, incluyendo oficinas, zonas comunes y áreas operativas.

A través de cartelería y soportes informativos, se han reforzado los principales conceptos de ciberseguridad, manteniendo una presencia constante que actúa como recordatorio en el día a día de los empleados. Esta combinación de comunicación digital y física ha permitido ampliar el alcance de la campaña y consolidar una cultura de seguridad de la información en toda la organización.



18 Años de servicio: un viaje compartido hacia la modernidad

El pasado 2 de junio, Metrotenerife alcanzó un hito de especial relevancia con la celebración del 18º aniversario de la puesta en servicio del tranvía. Desde aquella primera andadura en 2007, la compañía ha madurado junto a la sociedad tinerfeña, un recorrido que este año ha tenido una conmemoración muy especial compartida por toda la plantilla.

Como ya es tradición en la cultura de la empresa, el equipo humano se sumó a este cumpleaños en un ambiente participativo y cercano a través de un desayuno corporativo celebrado en las oficinas centrales. El encuentro, diseñado con un horario amplio para facilitar la asistencia de los diferentes turnos y departamentos, se convirtió en el espacio idóneo para el reencuentro entre compañeros fuera de la rutina operativa.

Durante la jornada, el director gerente, Pedro Ribeiro, tomó la palabra para felicitar a los asistentes y poner en valor el camino recorrido. En su intervención, destacó especialmente el compromiso, la profesionalidad y el esfuerzo conjunto de todas las áreas a lo largo de estas casi dos décadas. Asimismo, subrayó que este talento colectivo ha sido el factor fundamental para consolidar al Tranvía de Tenerife como un servicio público de referencia, eficiente, innovador y, sobre todo, profundamente valorado por la ciudadanía a la que sirve cada día.



Reconocimiento a una trayectoria: el valor de la dedicación

El cierre del ejercicio 2025 nos brindó la oportunidad de rendir un sincero homenaje a la trayectoria profesional de Alfredo Hernández, quien ha dado paso a una nueva etapa personal al acogerse a la jubilación. Su historia está ligada a los orígenes mismos de nuestra red, habiendo iniciado su andadura en la compañía el 13 de febrero de 2007, meses antes de la inauguración oficial del servicio.

Con motivo de su despedida, la tradicional cena de Navidad de Metrotenerife se convirtió en el escenario perfecto para que compañeros y compañeras le brindaran un emotivo reconocimiento. El encuentro, marcado por un ambiente de gran cercanía y recuerdos compartidos, incluyó la proyección de un vídeo conmemorativo que repasó los momentos más significativos de su recorrido en la empresa. Como muestra de gratitud por su dedicación, compromiso y compañerismo a lo largo de estos 18 años, se le hizo entrega de un detalle institucional.

Desde Metrotenerife queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento por su valiosa contribución al crecimiento y consolidación del servicio, deseándole el mayor de los éxitos y felicidad en esta nueva etapa vital que ahora comienza.



COMUNICACIÓN EXTERNA

GABINETE DE PRENSA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Gestión de prensa y proyección mediática

A lo largo de 2025, la estrategia de comunicación externa de Metrotenerife se ha orientado a proyectar una imagen integral de la compañía, trascendiendo la mera gestión del transporte para posicionarnos como un centro de innovación y consultoría técnica de vanguardia. Esta labor se fundamenta en la transparencia informativa y en el compromiso de mantener una conexión constante con la sociedad los 365 días del año.

Un factor determinante en la eficacia de nuestra comunicación ha sido la colaboración estrecha con el gabinete externo Ecopress Comunicaciones. Este soporte especializado ha permitido a Metrotenerife mantener un flujo informativo constante y de alta calidad, actuando como puente con los medios de comunicación a nivel local, nacional e internacional, así como con las cabecezas líderes en ingeniería y transporte ferroviario.

Ejes de la actividad informativa

Bajo la supervisión directa del área de Comunicación y Relaciones Públicas, la actividad de prensa se ha estructurado en tres pilares fundamentales:

- Excelencia operativa: difusión de contenidos vinculados a la actividad ordinaria, garantizando que el usuario reciba información puntual sobre un servicio que no se detiene.
- Liderazgo tecnológico y consultoría: proyección de Metrotenerife como exportador de soluciones técnicas y conocimiento. En 2025, se ha dado especial relevancia a nuestra participación en proyectos internacionales y al diseño de herramientas tecnológicas propias.
- Expansión y futuro: comunicación de los avances estratégicos en la ampliación de la red de transporte guiado en Tenerife, fundamentales para el desarrollo sostenible de la isla.

Impacto y posicionamiento

La gestión coordinada de estos mensajes ha asegurado la coherencia institucional y ha fortalecido nuestra reputación corporativa. La relación con los medios no solo se gestiona como un canal de noticias, sino como una herramienta vital para:

1. Visibilizar el valor social del transporte público y su impacto positivo en el entorno.
2. Consolidar la marca Metrotenerife como un referente global en movilidad sostenible.
3. Fomentar una cultura de transparencia, permitiendo que la ciudadanía conozca de primera mano la gestión y los logros de su operador público.

Con este enfoque, Metrotenerife cierra un ejercicio de intensa actividad mediática, logrando que la innovación técnica y el compromiso social de la entidad tengan un eco relevante y constante en la esfera pública.

Presencia en medios audiovisuales y análisis de la opinión pública

Durante el ejercicio 2025, la visibilidad de Metrotenerife en los medios de comunicación ha reflejado fielmente la complejidad y el dinamismo de la agenda institucional de la compañía. La actividad mediática ha estado marcada por un equilibrio entre la gestión de la actualidad operativa —caracterizada por la prolongación del conflicto laboral— y el creciente interés social y político hacia los nuevos horizontes de la infraestructura ferroviaria en la isla.



Intervenciones y portavocía: un enfoque institucional reforzado

En el balance anual se contabilizaron un total de 40 entrevistas en profundidad en radio y televisión. Si bien esta cifra supone un ajuste respecto a la excepcionalidad informativa de 2024 (85 entrevistas), el análisis de la portavocía revela una presencia más activa y directa de la dirección del operador:

- Representación corporativa: los responsables de la compañía asumieron el 27,50 % de las intervenciones, ganando peso institucional frente al 19 % del ejercicio anterior. Este incremento responde a una estrategia de transparencia proactiva para explicar los avances en proyectos de I+D+i y la hoja de ruta de la entidad.
- Contexto laboral: el comité de huelga protagonizó el 62,50 % de las apariciones, un dato que, aunque elevado, se enmarca en la cobertura del conflicto laboral que marcó gran parte del primer semestre del año.

Análisis de referencias mediáticas y evolución temática

El volumen total de menciones en emisoras de radio y cadenas de televisión ascendió a 304 referencias. A pesar del descenso cuantitativo respecto a las 493 del año precedente, la calidad y el enfoque de la información experimentaron una transformación estratégica hacia los proyectos de futuro.

Como hito fundamental, el interés por los proyectos ferroviarios se consolidó como el eje central de la información, alcanzando un 48,47 % de la cuota mediática. Este crecimiento de más de 13 puntos porcentuales respecto a 2024 evidencia el respaldo informativo a los planes de expansión ferroviaria en el Norte y Sur de la isla. Paralelamente, el impacto mediático del conflicto laboral se redujo prácticamente a la mitad, perdiendo protagonismo frente a la gestión del servicio y los nuevos desarrollos técnicos.



Impacto y cobertura mediática: presencia global y local

Para garantizar una evaluación precisa de nuestra reputación pública y la eficacia de nuestras acciones de comunicación, Metrotenerife cuenta con un servicio de clipping profesional gestionado por Ecopress Comunicaciones. Este sistema de monitorización integral supervisa más de 153.000 medios de comunicación de todo el mundo, incluyendo prensa escrita, portales digitales, radio, televisión y las redes sociales de mayor relevancia.

Cuantificación del impacto informativo

Durante el ejercicio 2025, la actividad informativa generada por las áreas de "tranvía" y "tren" alcanzó un volumen total de 2.749 referencias. Aunque se registra un ajuste respecto a las 3.450 noticias del ejercicio 2024 —motivado por una normalización de la presencia en entrevistas tras un año anterior de excepcional intensidad mediática—, la calidad y el alcance de la cobertura confirman la solidez del posicionamiento de Metrotenerife como líder de opinión en movilidad.



Distribución del interés temático: comparativa 2024-2025

El siguiente desglose muestra el cambio de tendencia informativa, donde la planificación de grandes infraestructuras y la mejora del servicio ordinario han liderado el discurso público:

Eje Temático	Cuota de interés 2025	Cuota de interés 2024	Variación interanual
Proyectos ferroviarios	48,47 %	35,00 %	+13,47 %
Información de servicio	17,68 %	16,00 %	+1,68 %
Huelga de trabajadores	16,76 %	32,00 %	-15,24 %
Ampliación del tranvía	6,40 %	5,68 %	+0,72 %
Gratuidad del transporte	4,88 %	9,50 %	-4,62 %
Temas varios	5,80 %	7,50 %	-1,70 %

Los datos de 2025 ratifican un cambio de paradigma en la comunicación externa: la sociedad tinerfeña, a través de los medios, demanda información sobre la movilidad del futuro. Metrotenerife ha sabido capitalizar este interés, posicionando los avances en alta capacidad ferroviaria y la excelencia en la información de servicio por encima de la coyuntura laboral, reforzando así su imagen de operador líder y solvente en el transporte guiado.

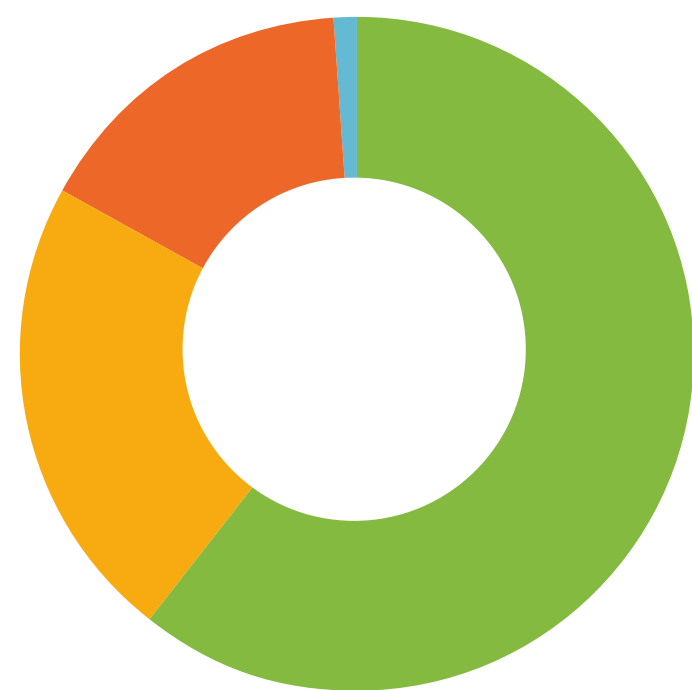
Cuantificación del impacto informativo

Durante el ejercicio 2025, la actividad informativa generada por las áreas de "tranvía" y "tren" alcanzó un volumen total de 2.749 referencias. Aunque se registra un ajuste respecto a las 3.450 noticias del ejercicio 2024 —motivado por una normalización de la presencia en entrevistas tras un año anterior de excepcional intensidad mediática—, la calidad y el alcance de la cobertura confirman la solidez del posicionamiento de Metrotenerife como líder de opinión en movilidad.

Hegemonía digital y resiliencia de la prensa escrita

El análisis detallado por canales de comunicación muestra una evolución significativa en la forma en que la ciudadanía consume información sobre nuestra entidad:

- Portales digitales (liderazgo en crecimiento): se consolidan como el canal principal con 1.682 noticias, representando el 61,20 % del total. Este incremento en la cuota de participación (frente al 49,60 % de 2024) refleja la eficacia de nuestra estrategia de transformación digital y la inmediatez de la red.
- Prensa impresa (crecimiento en calidad): a pesar de la tendencia general del sector, los impactos en prensa escrita han subido hasta el 16,10 % con 443 referencias, duplicando prácticamente su peso relativo respecto al año anterior (10 % en 2024), lo que denota un interés profundo por reportajes técnicos y análisis de fondo.
- Radio y televisión (presencia audiovisual): los medios audiovisuales suponen el 22,50 % de la cobertura con 618 impactos. Su peso informativo sigue siendo clave para trasladar la actualidad operativa y los proyectos de infraestructura a las audiencias masivas.
- Otros: 0,20 %



- Radio y televisión: 22,50 %
- Otros: 0,20 %
- Portales Digitales: 61,20 %
- Prensa Impresa: 16,10 %

Capilaridad territorial: foco en el archipiélago y proyección exterior

Metrotenerife mantiene un arraigo informativo indiscutible en su entorno más cercano, sin descuidar su creciente papel como consultor internacional:

- Cobertura regional (Canarias): el 77,52 % de las noticias se generaron en el ámbito del archipiélago, reforzando nuestro papel como servicio público esencial y vertebrador del territorio canario.
- Alcance nacional e internacional: el 22,48 % restante de la cobertura se localiza en medios fuera de las islas. Este volumen de impactos está directamente vinculado a nuestros proyectos de expansión ferroviaria, la exportación de tecnología propia y las alianzas estratégicas con otros operadores globales.

Aunque la frecuencia informativa ha buscado niveles de mayor estabilidad, la cobertura mediática de Metrotenerife permanece fuertemente anclada en Canarias, donde la compañía ejerce un liderazgo indiscutible. La transición hacia un modelo de comunicación mayoritariamente digital, junto al refuerzo de los impactos en prensa escrita, garantiza que el valor social y técnico de la empresa llegue de manera clara y segmentada a todos nuestros grupos de interés.



REDES SOCIALES

En el ecosistema digital actual, las redes sociales se han consolidado como un eje transversal e imprescindible en la estrategia de comunicación de Metrotenerife. Más allá de su función como canal informativo, estas plataformas representan una vía directa y bidireccional de interacción con la ciudadanía, permitiendo construir una relación basada en la proximidad, el dinamismo y la transparencia.

Durante el ejercicio 2025, Metrotenerife ha consolidado su presencia en el entorno digital como una herramienta estratégica de comunicación y servicio al ciudadano. A través de una planificación de contenidos centrada en la utilidad pública y el formato audiovisual, la compañía ha logrado fortalecer su comunidad en los perfiles oficiales, partiendo de una base de 47.304 seguidores al inicio del periodo y alcanzando un cierre de año con un total de 49.663 seguidores.

Este crecimiento neto de 2.359 nuevos usuarios (+4,98 %) refleja la capacidad de la marca para atraer a nuevas audiencias y fidelizar a los pasajeros habituales en un ecosistema multicanal.

La consolidación de estos canales durante 2025 no solo funciona como un escaparate de la innovación técnica y humana de Metrotenerife, sino que ratifica a las redes sociales como un pilar esencial de transparencia, respuesta rápida y fidelización con la sociedad tinerfeña.

Perfil digital del usuario: conectividad y hábitos de consumo

Los datos extraídos del Estudio de Movilidad y Demanda de mayo 2025 ratifican el perfil eminentemente digital de nuestro pasajero. La conectividad es prácticamente universal, con un 98,2 % de los encuestados que dispone de smartphone, lo que convierte al dispositivo móvil en la herramienta principal de interacción con el servicio.

Asimismo, el 83 % de los usuarios afirma pertenecer a alguna red social, un dato que experimenta una tendencia al alza respecto al 81 % registrado en la ola anterior. Este incremento refuerza la importancia estratégica de estos canales para la difusión de información de servicio en tiempo real.

Análisis por plataformas y nivel de seguimiento

La distribución del uso de redes sociales entre la población usuaria muestra una clara jerarquía, donde el contenido visual y la inmediatez lideran las preferencias:

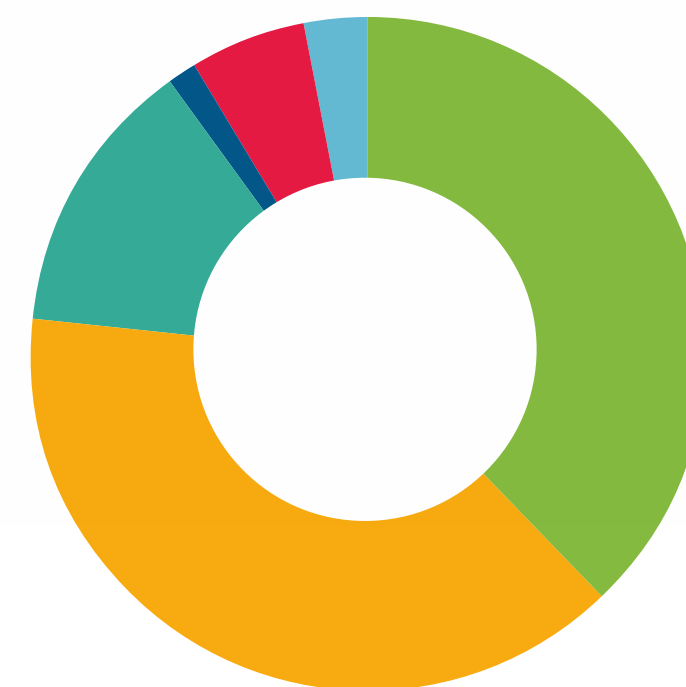
- Instagram: se consolida como la red preferida, con presencia del 68,2 % de nuestros usuarios. Su capacidad para combinar información de servicio con contenidos de responsabilidad social y visuales de alta calidad la convierte en la plataforma de referencia para la imagen de marca de la compañía.

- Facebook: mantiene una base sólida con un 40,50 % de usuarios. Se identifica como un canal fundamental para la interacción con la comunidad local y la atención ciudadana, destacando por su eficacia en la transmisión de contenidos de interés general.
- X (Twitter): a pesar de tener una penetración menor en volumen de usuarios (18,20 %), destaca por su fidelidad y utilidad operativa. Sigue siendo el canal por excelencia para la obtención de información inmediata y avisos críticos de última hora sobre el servicio.
- TikTok: es la plataforma con mayor proyección. Un 37,60 % de los usuarios ya declara tener un perfil en esta red, lo que valida la apuesta estratégica de Metrotenerife por los formatos de vídeo corto y dinámico para conectar con la población más jóvenes.
- Telegram y otros canales: Telegram se mantiene como un canal de nicho pero muy efectivo para aler-

tas directas, con un 11,40 % de usuarios que lo utilizan para recibir notificaciones del servicio. Por su parte, el perfil en Spotify, utilizado por el 25,30 % de los pasajeros encuestados, permite vincular la marca a experiencias de estilo de vida y movilidad sonora durante sus trayectos.

Perspectiva de futuro: el centro de atención digital

De cara al próximo ejercicio, Metrotenerife continuará potenciando su plan de crecimiento digital, con especial foco en los formatos de vídeo corto y la escucha activa. Las redes sociales han dejado de ser meros canales de difusión para transformarse en el Centro de Atención al Cliente Digital, una pieza clave para fortalecer la credibilidad institucional y consolidar al tranvía como un servicio moderno, accesible y plenamente integrado en la vida digital de la sociedad tinerfeña.



● LinkedIn: 1.473	● TikTok: 1.107
● Instagram: 6.582	● YouTube: 616
● Facebook: 19.301	● X: 18.792

TOTAL*: 49.663

**Seguidores a 31 de diciembre de 2025*

CONGRESOS Y JORNADAS

La presencia de Metrotenerife en los principales foros del sector ferroviario internacional ha sido, durante 2025, una herramienta estratégica para la transferencia de conocimiento y el posicionamiento de la marca Tenerife como referente en movilidad sostenible.



European Light Rail Congress 2025

Los días 19 y 20 de marzo, la ciudad de Málaga acogió este congreso internacional promovido por la firma Mainspring. Metrotenerife participó activamente con la ponencia técnica “Tenerife’s train and light rail expansion strategy”, presentada por Raúl Parra y Teresa Benet, donde se detallaron los planes de crecimiento de la red y los proyectos ferroviarios de alta capacidad de la isla ante expertos y editores de publicaciones de prestigio como Tramways and Urban Transit.



II Feria Interuniversitaria de Las Profesiones Francófonas (ULL-ULPGC)

En el marco de la cooperación academia-empresa, participamos el 29 de abril en este encuentro organizado por las áreas de Filología Francesa de la ULL y la ULPGC. A través de un stand corporativo, se expuso a estudiantes de toda la isla la trayectoria de la compañía y su proyección en mercados francófonos. Teresa Benet Muñoz intervino en una mesa redonda para destacar el valor de las competencias lingüísticas en la ejecución de proyectos de consultoría técnica internacional.



Convención Ferroviaria de Mafex

Sevilla fue la sede, entre el 19 y el 21 de mayo, de la 9ª Convención Ferroviaria Internacional organizada por MAFEX. La delegación de Metrotenerife, representada por Teresa Benet, mantuvo sesiones de reuniones B2B con entidades de una veintena de países, explorando vías de colaboración técnica y comercial en mercados estratégicos como Turquía, Dinamarca, Colombia o Bangladesh, entre otros.



Jornada I+D+I

En el ámbito regional, participamos en el foro “IV Jornadas sobre la Financiación de la Innovación en Canarias”, celebrado el 22 de mayo en Santa Cruz de Tenerife. La presencia de la entidad sirvió para analizar las herramientas financieras disponibles para el impulso del desarrollo tecnológico en el archipiélago.



Comités Técnicos de Alamys

Metrotenerife ejerció de anfitrión durante la celebración de los Comités Técnicos de ALAMYS en Tenerife, entre el 2 y el 5 de junio. Nuestros equipos técnicos lideraron diversas ponencias estratégicas:

- Raúl Parra: “Hacia una Movilidad Sostenible, Intermodal y Resiliente. Caso Tenerife y Gran Canaria” e “Integración urbana sostenible de redes de metro ligero”.
- Pablo Oromí: “Criterios de diseño de nuevas infraestructuras tranviarias”.
- Héctor Pérez: “Análisis de la problemática de deslizamientos y patinajes en vehículos tranviarios”.
- Teresa Benet: “Proceso de refinanciación de deuda a través de la emisión de Bonos Verdes”.



UITP Hamburgo

Entre el 16 y 18 de junio, Pedro Ribeiro y Teresa Benet representaron a la compañía en el UITP Summit de Hamburgo. Este evento global, que congregó a 10.000 expertos de 100 países, permitió alinear las estrategias de Metrotenerife con las últimas tendencias mundiales en digitalización y soluciones de transporte integrado.



Visita Mauritania

En el marco de un viaje oficial del Gobierno de España, Raúl Parra y Teresa Benet se desplazaron a Mauritania el pasado 16 de julio. Se mantuvo un encuentro de alto nivel con el Ministro de Transportes y Equipamientos de la República Islámica de Mauritania para definir fórmulas de colaboración técnica en el desarrollo ferroviario de dicho país.



Global Light Rail Awards

En la edición 2025 de estos prestigiosos galardones internacionales, Metrotenerife concurre con dos proyectos de investigación: Rail Pads (monitorización inteligente de vía) y Liferail (economía circular aplicada al carril). La compañía suma esta participación a su dilatado historial de éxitos en estos premios, que incluyen reconocimientos previos al proyecto Heimdal (2023), los Bonos Verdes (2022) o el sistema SIMOVE (2017).



Diálogos del Ferrocarril “Rieles hacia un Futuro Sostenible”

El 7 de octubre, Metrotenerife participó en esta tercera edición celebrada junto a FGC e INECO. La sesión abordó la movilización de recursos financieros para infraestructuras y la aplicación de Big Data y tecnologías predictivas en la operación ferroviaria sostenible.



Reunión Anual UTF

Celebrada en Ámsterdam del 22 al 24 de octubre, esta red europea de expertos analizó la seguridad en la interacción entre tranvía y espacio público. Teresa Benet presentó al operador de Ámsterdam el sistema SIMOVE, destacando su nueva funcionalidad para el control automático del engrasado de pestaña.



TRAM Forum UPPSALA

Metrotenerife estuvo presente en la convención nórdica bianual celebrada en Uppsala (Suecia) los días 11 y 12 de noviembre. El encuentro permitió analizar los proyectos tranviarios del norte de Europa y detectar oportunidades de transferencia tecnológica.



Foro Irlanda

El 7 de noviembre, en el auditorio de ICEX, participamos en la sesión organizada por MAFEX sobre el mercado ferroviario irlandés. La jornada facilitó el contacto con actores clave como Metrolink y Transport Infrastructure Ireland para estudiar los desarrollos tranviarios en curso en el país.



Rail Live 2025

Durante la feria celebrada en Madrid a finales de noviembre, Metrotenerife presentó su ponencia estratégica sobre la expansión de la red de tranvía y los futuros desarrollos ferroviarios insulares, consolidando su imagen ante los principales operadores globales.



Conferencia Metro Bilbao

Para cerrar el ejercicio, del 1 al 3 de diciembre participamos en la Metro Bilbao Conference. Teresa Benet Muñoz intervino en la mesa redonda “Making Climate Adaptation Finance Ready”, compartiendo la experiencia pionera de Metrotenerife en la emisión de bonos verdes junto a representantes de TMB y organismos financieros internacionales.

PUBLICIDAD

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

Durante el ejercicio 2025, Metrotenerife ha desplegado una intensa actividad de comunicación orientada a consolidar el transporte guiado como la opción preferente de movilidad en la isla. La estrategia se ha articulado sobre tres ejes fundamentales: el fomento del uso del servicio, la educación cívica y la conmemoración de la trayectoria institucional de la compañía.

Campaña institucional: “Cumplimos contigo”

Con motivo del 18º Aniversario del Tranvía, se lanzó una campaña específica de imagen bajo el lema “Cumplimos contigo”. Esta iniciativa, que ocupó soportes publicitarios estratégicos en paradas y unidades, tuvo como objetivo agradecer la fidelidad de los usuarios y poner en valor la mayoría de edad del servicio. Desde su inauguración en 2007, el tranvía ha sido el motor de la movilidad sostenible en Tenerife, un hito que en 2025 se celebró vinculando la evolución técnica de la empresa con la cercanía hacia el pasajero.



Seguridad vial y uso cívico: “Desconecta, Mira, Cruza”

Uno de los pilares preventivos de este año fue la campaña de seguridad vial “Desconecta, Mira, Cruza”, desarrollada intensamente entre los meses de septiembre y diciembre.

- Objetivo: concienciar sobre los riesgos asociados a la distracción por el uso del teléfono móvil y auriculares al transitar cerca de las plataformas ferroviarias.
- Acciones: personal de la compañía realizó acciones directas de información en las paradas, fomentando la prudencia y el respeto a la señalización para minimizar el riesgo de incidentes.



Cultura de validación y digitalización

En un contexto de bonificaciones y gratuidad del transporte público, Metrotenerife mantuvo un esfuerzo constante en la difusión de la obligatoriedad de validar todos los títulos de viaje, incluidos los abonos gratuitos.

- Impulso de ten+móvil: se realizaron promociones específicas para incentivar el uso de la aplicación móvil, destacando su comodidad y su papel en la agilización del servicio. Este esfuerzo se ha visto reflejado en el alto índice de digitalización de nuestros clientes, donde la mayoría de los usuarios ya dispone de dispositivos inteligentes para su interacción con el sistema.



Dinamización social y soporte publicitario

El tranvía se ha ratificado como el principal escaparate móvil de la vida social y cultural de Tenerife. A través de rotulaciones integrales de gran impacto, se dio visibilidad a campañas de calado social como:

- Concienciación social: apoyo al 25N (Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer) y al 30N (Día Internacional de la Ciudad Educadora).
- Salud y solidaridad: colaboración con Ámate en la campaña “Que no te pare el cáncer” con motivo del Día Mundial contra el Cáncer de Mama.
- Eventos y deporte: promoción de hitos locales como la Noche en Blanco de La Laguna, la San Silvestre lagunera y la carrera K42 Anaga.

Los resultados del plan de comunicación de 2025 han sido calificados como excelentes. La gran aceptación social de estas iniciativas no solo ha favorecido la seguridad y el civismo en la red, sino que ha sido un factor clave para el crecimiento sostenido y la fidelización de nuestra comunidad de clientes.



PORTAL DE TRANSPARENCIA

En Metrotenerife concebimos la transparencia como un principio fundamental de nuestra responsabilidad pública y de nuestro compromiso con la ciudadanía. En el marco de la evaluación de entidades públicas efectuada por el Comisionado de Transparencia de Canarias (ejercicio 2023/2024), emitida en agosto de 2025, nuestra compañía ha vuelto a consolidar un nivel de excelencia en el Índice de Transparencia de Canarias (ITCanarias).

Resumen de indicadores y resultados 2025

Nuestra gestión se somete de forma continua al escrutinio del órgano de control, alcanzando una nota media global sobresaliente que demuestra el rigor de datos e información pública:

- Índice de Transparencia de Canarias (ITCanarias): 9,12 sobre 10. Ratifica la solvencia institucional y el libre acceso a la información de Metrotenerife.
- Indicador de Cumplimiento de Publicidad Activa (ICPA): 8,52 sobre 10. Reflejo del elevado volumen de datos, informes y expedientes que ponemos a disposición del público.
- Indicador de Soporte Web (ICS): 2,25 sobre 3,00. Resultado que avala la usabilidad, la estructura clara y la facilidad de navegación del portal, manteniendo la máxima puntuación en la localización y visibilidad de la sección desde la página de inicio.
- Indicador de Transparencia Voluntaria (ITV): 0,60 sobre 1,00. Valoración que premia las buenas prácticas voluntarias, como la información sobre los canales de reclamación ante el Comisionado y la medición del impacto y tráfico web del portal.

Estructura del cumplimiento por áreas

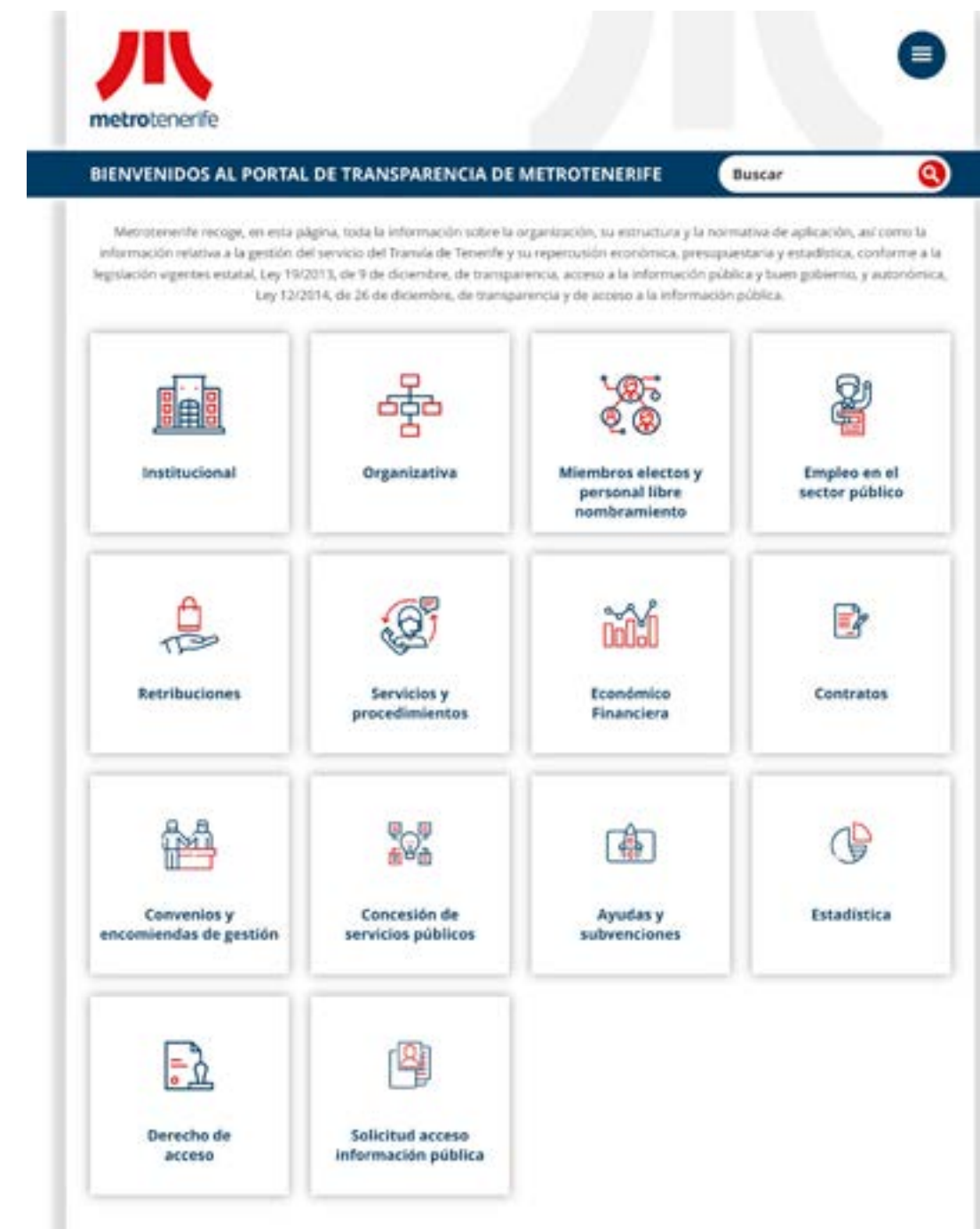
La información que se publica en nuestro Portal de Transparencia se desglosa sistemáticamente por materias conforme a las exigencias regulatorias. Gracias a ello, hemos obtenido un indicador de Publicidad Activa de 6,27 sobre 7, destacando entre las áreas mejor valoradas:

- Contratos y licitaciones: alta puntuación en el rigor de la publicación de contrataciones públicas.
- Empleo en el sector público y retribuciones: transparencia reforzada en los procesos de selección, plantillas y estructuras salariales del personal.
- Información Económico-Financiera: rendición de cuentas periódica sobre presupuestos, estados financieros y balances de la sociedad.
- Convenios, encomiendas de gestión y servicios: acceso abierto a los acuerdos institucionales y a la Carta de Servicios que rigen nuestra operativa.

Mejora continua y accesibilidad

Alcanzar una nota de 9,12 en el índice ITCanarias no es solo un logro institucional, sino un estímulo para seguir perfeccionando nuestras herramientas digitales. En Metrotenerife mantenemos un proceso activo de actualización continua para reforzar los niveles de accesibilidad web, la usabilidad de los buscadores internos y la agilidad en la atención de las solicitudes del Derecho de Acceso a la Información de los ciudadanos.

Entendemos la transparencia como un canal bidireccional que fortalece la confianza de la sociedad en su transporte público, asegurando que la gestión de cada recurso sea siempre clara, accesible y auditable.



Acceder al Portal de Transparencia