

el  
de canarias

*futuro*

# Canarias territorio seguro

Propuesta de futuro cercano para reactivar el turismo

el  
de canarias

*futuro*

Una estrategia para hacer de  
Canarias territorio seguro  
post-covid a nivel nacional e  
internacional

**efdc**

# Contexto

El sector del turismo representa un 35% del PIB en las islas y un 40,4% del empleo total regional, por lo que necesitamos ejecutar un plan que permita la activación del sector de forma progresiva lo antes posible hasta conseguir al menos 12.000 turistas en cada provincia al día.

Cada sector (hotelero, gastronómico, ocio, cultura, etc.) tiene una lista de tareas para adecuarse a la nueva normalidad.

No podemos trabajar de forma independiente: garantizar que Canarias es un territorio seguro requiere de una estrategia conjunta basada en las capacidades científico-tecnológicas.

# Solución

Una hoja de ruta que alinea a todos los agentes claves y comienza a definir un calendario de desarrollo.

Ponemos al turista en el centro y damos respuesta a su principal necesidad tras un periodo de confinamiento e incertidumbre: seguridad.

La estrategia se articula en tres bloques:

Garantizar la seguridad, comunicarla y convertirla en un servicio.

1. Seguridad
2. Información
3. Experiencia de usuario

# I. Seguridad

---

Analizando todas las referencias y buenas prácticas de los países que mejor han afrontado la crisis del coronavirus, garantizar seguridad solo es posible a través del conocimiento certero del alcance del virus, por un lado el número de infectados y por otro la trazabilidad de los casos positivos a través de los datos.

## Número de infectados

La única forma de detectar el coronavirus en la población es a través de los test. El test PCR es el de mayor nivel de confianza, con una fiabilidad del 99.9%. Estos test se hacen en el sector público pero también por empresas certificadas. En Tenerife, concretamente en el Parque Científico Tecnológico de la Laguna (Cabildo de Tenerife) se ha instalado ARQUIMEA, una empresa de tecnología que tiene la capacidad según informa su Presidente, Diego Fernández, de llevar a cabo diez mil test PCR por día y detectar el ARN del virus. Asegura que por 55 euros el test y con resultados en dos horas se pueden testar 100.000 personas a la semana en una isla como Tenerife. Además la efectividad del test es de 99,9% - esto significa que de cada 1000 contagiados uno puede dar falso negativo.

La principal barrera que está retrasando la activación de esta solución es la inversión.

- Inversión

La principal vía de financiación pensada ha sido la pública sin embargo existe otras alternativas como las reservas RIC.

Las reservas de la RIC de empresas interesadas en la solución (obviamente las cadenas hoteleras) se podrían utilizar de forma indirecta aportando capital a una empresa tercera (en este caso Arquimea) para la compra de bienes tangibles e intangibles duraderos (maquinarias, instalaciones o programas de investigación). Para poder captar esos fondos, Arquimea tendría que emitir acciones y diluir su control de la sociedad. La RIC no puede ser utilizada para compra de test de un solo uso desechables, al no ser una inversión sino un coste operativo corriente. Además los programas de I+D necesitan conseguir un informe vinculante que certifica su validez para el incentivo fiscal.

- Plan de realización de tests

Siendo islas jugamos con ventaja a la hora de definir los puntos de control y realización de tests. Para optimizar la realización de los tests, existen 3 opciones de control:

1. Control en origen
2. Control en destino aeropuerto/puerto
3. Control en alojamiento

## Trazabilidad de los casos positivos

Muchas ciudades han desarrollado aplicaciones con este fin, con resultados muy positivos en el control de la pandemia. Es necesario desarrollar una aplicación (*canariascovid*) o código de salud del viajero que permita el seguimiento antes, durante y después del viaje. Respetando siempre la normativa europea de protección de datos.

Podemos inspirarnos en el desarrollo realizado por el gigante asiático denominado *health code*.

Para obtener un código de salud, los ciudadanos deben completar su información personal, incluido su nombre, número de identidad nacional o número de pasaporte y número de teléfono en una página de registro. Luego se les pide que informen su historial de viaje y si han entrado en contacto con pacientes confirmados o sospechosos de covid19 en los últimos 14 días. También deben marcar las casillas para detectar cualquier síntoma que puedan tener: fiebre, fatiga, tos seca, congestión nasal, congestión nasal, dolor de garganta o diarrea.

Los códigos de salud también pueden servir como un rastreador de los movimientos de las personas en áreas públicas, ya que los residentes tienen sus códigos QR escaneados al ingresar a lugares públicos. Una vez que se diagnostica un caso confirmado, las autoridades pueden retroceder rápidamente donde ha estado el paciente e identificar a las personas con las que ha estado en contacto.



## 2. Información

---

Con el excelente trabajo realizado por el Gobierno de Canarias, en su apartado para el covid19 recopilando toda la información sobre la pandemia, es mucho más sencillo ponerlo en valor. El reto es saber comunicarlo a diferentes niveles, de lo más inmediato a lo más largoplacista, es decir de lo local, a lo nacional e internacional.

### Local

- Aprovechando la cercanía las campañas de comunicación son una respuesta rápida y económica. Realizar una campaña de concienciación del uso de mascarillas y nuevos hábitos en espacios públicos como paradas de guagua, pantallas digitales en carreteras, etc.
- Favorecer la movilidad entre islas, apostando por los canales de venta y reserva directa.

### Nacional

- Poner en valor la respuesta de la sanidad canaria en la atención del Covid 19 (número de sanitarios, camas en UCIs...) y los datos del coronavirus en las islas, muy favorecedores con respecto al resto de provincias.
- Lanzamiento de ofertas personalizadas al turista nacional (segmentación del turista nacional por gasto per capita)

### Internacional

- Información actualizada disponible en todos los idiomas a través de fuentes oficiales y fiables como [www.gobiernodecanarias.org](http://www.gobiernodecanarias.org)
- Nuevas alianzas con tour-operadores y aerolíneas.



## 3. Experiencia de usuario

De conseguir con éxito las acciones de los bloques anteriores, nos encontramos con un gran espacio de oportunidad, el rediseño de servicios. Para ello, dibujamos el recorrido de un viajero nacional o internacional a Canarias de origen a destino:

### Antes del viaje

- Descargar la app canariascovid, donde podrá consultar toda la información relativa al viaje y medidas de seguridad:
  - Acceso directo a la información oficial disponible.
  - Medidas de seguridad para el viajero: información de la campaña de concienciación del uso de mascarillas y nuevos hábitos.
- Contratación de un seguro a todo riesgo especial covid para el viaje: la contratación del seguro puede incorporarse como un upselling durante la reserva del vuelo:
  - Estudiar una alianza con <https://www.internationalsos.es/sos>, líder mundial en asistencia médica y de seguridad en viaje.
- Reserva de vuelos: añadir una descripción de las condiciones de seguridad que te ofrece la compañía.
- Alojamiento:
  - Añadir información de la adecuación del hotel frente al covid19, acceso al protocolo de seguridad del hotel reservado.
- Ofrecer la posibilidad de reservar el test, en el aeropuerto o en el alojamiento propio.

### En el trayecto

- *Partnership* Canarias con las aerolíneas que mejor garanticen los trayectos más seguros.
- Requerimiento de autoevaluación a la entrada en las islas. En la aplicación canariascovid o si el viajero no ha realizado la autoevaluación en la app, la compañía aérea deberá pasar un formulario a los pasajeros y facilitar la información al organismo encargado.

## En el alojamiento

- Medidas generales:

- Ofrecer información al viajero antes, durante y después de la estancia.
- Respeto por su espacio y privacidad.
- Programa formativo de adecuación a la nueva normativa en la era post-covid.

- Espacios comunes:

- Dispensadores de jabón y alcohol en todos los espacios.
- Cumplimiento de la distancia de seguridad y señalización.
- Mamparas de protección en los puestos de atención al cliente.
- Diseño y señalización de la circulación en el espacio, para que los lugares de tránsito solo permitan la circulación en un sentido.

Referencia: Guía para cómo modificar los espacios de trabajo de acuerdo a las medidas de seguridad

- Hamacas en piscina asociadas a las habitaciones (uso exclusivo huésped)

- Servicios:

- Entrega de un kit higiénico en el check-in y de toda la información relevante.
- Digitalización del servicio (check-in, check-out telemático...)
- Adecuación del servicio humano irremplazable.
- Nuevo servicio de limpieza: formación al personal, nuevos horarios de limpieza.
- Adecuación de las actividades recreativas.

- Restaurante:

- Regreso del bufete de hotel a un servicio tradicional en mesa.
- Explorar las oportunidades del servicio de habitaciones y el concepto Pic Nic.
- Oportunidad de creación de empresas y líneas de negocio en alimentación alrededor de la 4ª y 5ª gama basadas en producto local.
- Estudiar la externalización de los servicios de restauración explorando nuevos conceptos y experiencias gastronómicas.
- Delivery dentro del hotel sin coste adicional, desayunos, almuerzos y cenas en formatos para llevar a la habitación.

- Habitación:

- Reinención del minibar.
- Guía de recomendaciones generales durante tu estancia.
- La habitación es un espacio idóneo para realizar venta cruzada e incentivar el consumo de producto local. El desarrollo de nuevos productos y formatos orientados a esta necesidad supone una oportunidad para la industria agroalimentaria de Canarias.
- Equipar con juegos de mesa, libros y revistas para ocupar el tiempo libre en el que no se pueda hacer uso de los espacios comunes.

### **En la restauración**

- Facilitar la reserva de mesa y delivery.
  - Agilizar la reserva en los restaurantes mediante aplicaciones tipo elTenedor donde el usuario puede ver el número de mesas adecuadas disponibles en función de la distancia social.
- Food Orders es la nueva función de Instagram que permite hacer pedidos Delivery desde Instagram Stories, a través de una colaboración con elTenedor. Haciendo clic en el sticker se puede realizar la compra directamente en la página web.
- Implementación, formación y comunicación efectiva de las medidas de higiene y protocolos a trabajadores y clientes.

### **En el ocio**

- Elaborar un estrategia con el ICTE, Instituto para la Calidad Turística Española, para favorecer la reserva de actividades, centros de bienestar y otros comercios que ofrecen servicios al turista.
- Incentivos para las empresas que ofrecen actividades al aire libre con menos riesgo de contagio, trekking, excursiones, etc., para que puedan seguir realizando la actividad pero en grupos reducidos o exclusivos a cada viajero (solo, pareja, familia, etc.).
- Alianzas entre sector hotelero y asociaciones culturales y compañías locales, para facilitar el uso de los espacios de los hoteles desocupados con fines culturales y recreativos, por ejemplo para microteatro.
- Apostar por los espectáculos al aire libre con espacios adaptados para respetar la distancia social sin perder el atractivo de un escenario habitual.
- Promover los espectáculos itinerantes... tipo pasacalle, donde los actores, de forma controlada, son los que visitan al espectador en las calles.
- Apostar por la cultura en los barrios y en los círculos cercanos. Evitamos traslados, nos acercamos a públicos nuevos, diversificamos. Es una oportunidad nueva para introducir la cultura donde nunca ha estado. Cerca de la gente, de los barrios, de la clase trabajadora. Usando los centros y asociaciones vecinales. Volver a los tiempos de las barracas, donde los actores llegaban a la plaza del pueblo para actuar.
- Atracción de espectáculos de calidad, como el Eloize, seducidos por ventajas fiscales, buen clima y público que se renueva.
- Ofertas exclusivas para empresas, celebración de reuniones/conferencias en un lugar neutro y seguro.

# Los expertos

**Rafael Rebolo**

Director del IAC y profesor del CSIC

**Belén Gallego**

Experta en finanzas

**Javier González**

Consultor de marketing y fundador del Club Canarias

**Javier Salas**

Periodista de ciencia para El País

**Carlos Pedrós**

Actor y guionista de Abubukaka

**Alberto del Hoyo**

Fundador de Be Tenerife Hoteles

**Víctor Zambrana**

Socio consultor de banca y seguros para Roland Berger

**Roberto González Prieto**

CEO en eátnovation

**Luca Mossini**

Experto en inversiones RIC

**Sergio Salata**

Project manager de astronomía en AVS

**Carolina Rodríguez**

Consultora certificada EuropeSpa

**Juan Harguindey**

Consultor de procesos hoteleros

# El equipo

**Cristina Rebolo**

Design thinker / lead strategist

**Darius Cozma**

Brand manager / com / art

**Naty Gomes**

Design thinker / strategist

**Natalia Martín**

Visual com / art direction

**Eleazar Lázaro**

Designer / creative

**Marta Guardiet**

Strategic creative / art direction

