



FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO  
GRADO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS  
UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA  
CURSO 2020/2021

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**

**NUEVA VISIÓN EMPRESARIAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO  
TRAS LA LLEGADA DEL COVID - 19**

Realizado por:  
Jenniffer Annabell Elizalde Chimbo  
Julia Alexandra Pérez Martín

Tutor: Darío Hernández Hernández

Convocatoria: Junio 2021

## RESUMEN

El presente trabajo surge como respuesta a la incertidumbre ocasionado por la pandemia COVID-19 en el sector hotelero, mediante la aplicación de un plan de implantación dividido en cuatro grandes apartados, basado en medidas de prevención sanitarias las cuales actualmente tienen una importancia vital, permitiendo a las cadenas hoteleras abrir sus instalaciones al completo y que sus clientes se sientan seguros a la hora de su hospedaje.

Para llevar a cabo este objetivo, hemos decidido crear una empresa cuya denominación social será Sistone S.L. Una idea de empresa caracterizada por ser de nueva creación para ayudar al pequeño y mediano empresario de uno de los sectores más perjudicados por la pandemia.

Este trabajo de fin de grado se basa en: una introducción donde se explica brevemente el motivo de la creación de la empresa, su respectiva actividad, un análisis del entorno, un plan de marketing y su simulación de puesta en marcha.

**Palabras claves:** empresa, visión, sanitario, pandemia

## ABSTRACT

The present work arises as a response to the uncertainty caused by the COVID-19 pandemic in the hotel sector, through the application of an implementation plan divided into four main sections, based on health prevention measures which are currently of vital importance, allowing hotel chains to open their facilities fully and their clients to feel safe when staying.

In order to achieve this objective, we have decided to create a company whose name will be SISTONE SL. A company idea characterised by being newly created to help small and medium-sized entrepreneurs in one of the sectors most affected by the pandemic.

This final degree project is based on: an introduction where we briefly explain the reason for the creation of the company, its respective activity, an analysis of the environment, a marketing plan and its start-up simulation.

**Key words:** Company, vision, healthcare, pandemic

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
<b>1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>8</b>
1.1- Descripción de la empresa	8
1.2- Socios de empresa	9
1.2.1- Recursos necesarios para el negocio	10
1.3- Modelo de negocio	11
1.4- Objetivos	12
<b>2. ANÁLISIS DEL ENTORNO</b>	<b>14</b>
2.1- Análisis del microentorno	14
2.1.1- Demanda	14
2.1.2- Análisis de la competencia	16
2.1.3- Empresas asociadas	16
2.2- Análisis del macroentorno	17
2.2.1- Entorno económicos	17
2.2.2- Entorno político – legal	18
2.2.3- Entorno medioambiental	19
2.3- Plan de Marketing	19
2.3.1- Análisis DAFO	19
2.3.2- Misión, visión y valores de la empresa	21
2.4- Plan de comunicación y marketing	21
2.4.1- Posicionamiento en el mercado	21
2.4.2- Imagen corporativa	22
2.4.3- Diferenciación en el mercado	23
<b>3. PLAN DE IMPLANTACIÓN Y PUESTA EN MARCHA</b>	<b>24</b>
3.1- Cliente potencial	24
3.2- Metodología y procedimiento	24
3.2.1- Estudio e inspección de instalaciones	24
3.2.2- Análisis de puntos críticos de riesgos de contagio	24
3.3- Implantación y presupuesto	25
3.3.1- Fases de implantación	25
3.3.2- Presupuesto	26
3.4- Repercusión de la aplicación del proyecto	26
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>28</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>30</b>

## **ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro 1: Mandos de indicadores del COVID-19.....	6
---	---

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1: Evolución mensual de pernoctaciones en Canarias .....	6
--	---

Gráfico 2: Expectativas de la marcha del negocio respecto al trimestre anterior.....	12
--	----

## **ÍNDICE DE TABLA**

Tabla 1: Tabla información de empresa.....	9
--	---

Tabla 2: Comparación de hoteles abierto de enero de 2020 hasta marzo de 2021.....	14-15
---	-------

Tabla 3: Análisis DAFO.....	20
-----------------------------	----

# INTRODUCCIÓN

A mediados de marzo de 2020, el mundo entero sufre una situación de incertidumbre provocada por la pandemia COVID-19. Un escenario ligado al cambio radical tanto a nivel social como económico.

La Organización Mundial de la Salud elevó el pasado 11 de marzo de 2020 la situación de emergencia de salud pública ocasionada por el COVID-19 a pandemia internacional. La rapidez en la evolución de los hechos, a escala nacional e internacional, requiere la adopción de medidas inmediatas y eficaces para hacer frente a esta coyuntura <sup>1</sup>.

Provocando la implantación de la declaración del estado de alarma con el objetivo de hacer frente a la situación de emergencia que afecta a todo el territorio nacional e internacional.

Ante esta situación uno de los sectores más afectados ha sido el sector turístico, provocando la caída de numerosas empresas hoteleras Canarias, las cuales han sufrido un desplome considerable en sus ingresos. Siendo el pilar fundamental para el mantenimiento y sostenimiento de su economía, que debido a la implantación de restricciones provocadas por el aumento de casos positivos en estos últimos meses, la mayoría de los hosteleros han tenido que cerrar sus puertas ya que no pueden hacerse cargo de sus gastos.

El turismo es uno de los sectores estratégicos de la economía española, del cual dependen un importante porcentaje del PIB y millones de puestos de trabajo directa o indirectamente relacionados con él. Se trata, además, de una actividad dinámica y creativa, que ha evolucionado a lo largo de las décadas para adaptarse a las nuevas demandas de los visitantes: seguimos acogiendo a millones de viajeros cada año, pero de una manera diferente y más inteligente que en aquel ya distante “boom” de los años 60 <sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. BOE nº67, 14 de marzo de 2020

<sup>2</sup> Simancas Cruz, M.R, Hernández Martín, R, Padrón Fumero N. (2020) Turismo pos COVID-19. Reflexiones, restos y oportunidades. Cátedra de turismo CajaCanarias- Ashotel- Universidad de La Laguna. Prólogo, pág 11.

## Cuadro 1: Mandos de indicadores del COVID-19

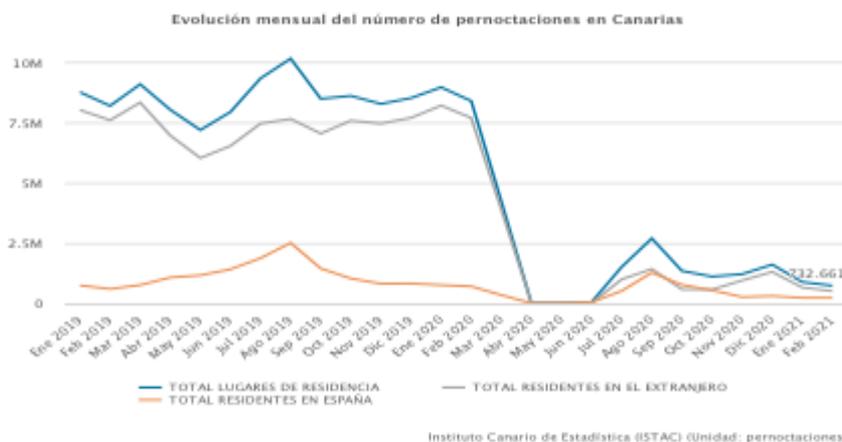


Fuente: Estadística ISTAC, cuadro de mando de indicadores de impacto de la COVID-19 en la coyuntura socioeconómica de Canarias, 2020-2021 <sup>3</sup>

Una actividad económica que depende la mayoría de las familias canarias en comparación con otros territorios que se pueden ayudar de otros sectores menos dañados. Como podemos observar, en el cuadro de mandos a febrero de 2021 se contempla un aumento de paro en un 36,39% con respecto a febrero de 2020.

Previo a la implantación del modelo de empresa se analizarán aspectos claves para conocer la evolución de las pernoctaciones hoteleras en Canarias.

## Gráfico 1: Evolución mensual de pernoctaciones en Canarias.



Fuente: ISTAC Instituto Canario de Estadística, evolución mensual de pernoctaciones Canarias <sup>4</sup>

<sup>3</sup> Instituto Canario de Estadística:

<sup>4</sup> <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/impacto-covid-19/cuadro-de-mando.html#data>

Como se puede observar en el gráfico, en marzo de 2020 con la llegada de la pandemia hay una clara caída en el número de pernoctaciones en Canarias debido al absoluto confinamiento que supuso la inexistencia de ingresos en el sector.

A partir de la consecución de los meses y el debilitamiento de las medidas restrictivas:

El número de viajeros en estos establecimientos ascendió a 142.028, un 86,6% menos que en 2020. Los extranjeros disminuyeron un 92,5% y los residentes en España disminuyeron un 52,2%. El mayor número de los viajeros residen en España, seguidos de los residentes en otros países y de los residentes en Francia <sup>5</sup>.

Lo que supuso una disminución de ingresos totales percibidos, que se situaron en 32 millones de euros, provocando una disminución del 91,42% respecto a febrero de 2020.

En base a las medidas adoptadas en Real Decreto-ley 21/2020, de 9 de junio, de medidas urgentes de prevención, contención y coordinación para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19 <sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> [http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/C00065A/C00065A\\_2020\\_octubre.html](http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/C00065A/C00065A_2020_octubre.html)

<sup>6</sup> Real Decreto-ley 21/2020, de 9 de junio, de medidas urgentes de prevención, contención y coordinación para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. BOE nº 163, de 10 de junio de 2020.

# 1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

## 1.1- Descripción de la empresa

Se trata de una empresa de servicios establecida en el sector terciario de la economía, que surge como respuesta a la crisis económica y social mundial originada por la expansión del coronavirus SARS-CoV-2 y pandemia del COVID-19.

Dicha expansión trajo consigo multitud de cambios tanto a escala global como en nuestras vidas cotidianas y su entorno. Debido a ello y a la multitud de cambios y restricciones que afectan gravemente al sector hotelero, se ha decidido enfocar el TFG en un proyecto de una sociedad mercantil con base de operaciones en las Islas Canarias, concretamente Tenerife y clientes potenciales de perfil pequeño y mediano negocio hotelero. Es importante reseñar que la localización de este archipiélago es epicentro donde su mayor fuente de ingresos va enfocado al sector turístico, puesto que la mayoría de las cadenas hoteleras en Canarias en la actualidad se encuentran temporalmente cerradas, ya que les supone un menor gasto que su apertura.

Debido a esto, se va a desarrollar una prestación de servicios a las diferentes empresas principalmente hoteleras basado en medidas de prevención sanitarias, puesto que muchos de ellos han tenido que cerrar sus puertas por no cumplir o no estar capacitados para abrir tras dicha pandemia, además contribuiremos a través de nuestros servicios a paliar las pérdidas que han tenido.

Permitiendo a las empresas más afectadas incrementar sus ventas a través de la implantación de nuestro proyecto. Para ello se aplicarán las medidas necesarias para mejorar las funciones, diligencias y aspectos relevantes en el tratamiento de sus funciones con unos costes mínimos, pero manteniendo su calidad, de esta manera los sectores más afectados puedan continuar con su actividad de una manera viable.

La denominación social de la empresa será Sistone S.L. localizada es una de las calles principales de Santa Cruz de Tenerife donde se llevarán a cabo todas las medidas de planificación, organización y control de los diferentes modelos de negocio en la hostelería.

A continuación, en la tabla 1 las principales características predominantes de Sistone S.L.

**Tabla 1: información empresa Sistone S.L.**

<b>SECTOR:</b>	<b>Servicios de prevención de medidas sanitarias</b>
<b>Actividad</b>	Otras actividades sanitarias
<b>Código de CNAE</b>	8690
<b>Forma Jurídica</b>	Sociedad limitada
<b>Maquinaria</b>	Material sanitario, higiénico, ordenadores, etc
<b>Personal</b>	Dos estudiantes del Grado de Contabilidad y Finanzas y profesionales cualificados
<b>Clientes</b>	Sector hotelero
<b>Promoción</b>	Técnicas de comercialización o comunicación, marketing y redes

## 1.2- Socios de empresa

Sistone S.L. está compuesta por dos socios estudiantes del Grado de Contabilidad y Finanzas de la Universidad de La Laguna:

- ELIZALDE CHIMBO, Jenniffer Annabell estudiante de Contabilidad y Finanzas de la ULL. Encargada de las tareas de ejecución y gestión de medidas relacionadas con la implantación de modelos de la planificación y organización.

- PÉREZ MARTÍN, Julia Alexandra estudiante de Contabilidad y Finanzas de La ULL encargada de implantar el control de los procesos que sean necesario para el desarrollo de las funciones.

Respectivamente, siguiendo con el orden propuesto se centra en su actividad clave basada en la ayuda de las pequeñas y medianas empresas en el sector hostelero ante la caída de la demanda derivada de la situación insostenible surgida por el COVID-19. Con un perímetro territorial ubicado en las islas Canarias debido a su cobertura de nueva empresa.

Sin embargo, a medida que la viabilidad del proyecto sea positiva no se descarta que la cobertura del radio perimetral aumente a territorios internacionales.

### **1.2.1- Recursos necesarios para el negocio**

Para llevar a cabo la nueva visión empresarial se requiere del uso de recursos necesarios para la puesta en marcha:

- Recursos materiales.

En los momentos iniciales del proyecto, se dispone de una cede propia ubicada en Santa Cruz de Tenerife, por lo tanto, supone un alquiler que aumentará nuestros gastos. Sin embargo, para facilitar la comunicación con el cliente se puede hacer de dos maneras: en la cede o a través de un personal técnico de la empresa que realizará visitas a los complejos de los clientes.

Posteriormente, se realizará un estudio donde se requiere el uso del personal técnico para evaluar las zonas con un mayor índice de contagio.

- Recursos técnicos.

1. Cámara fotográfica
2. Material informático
3. Material sanitario (mascarillas, guantes, etc.)
4. Medios de transporte (furgonetas, coches, etc.)

- Personal.

Por otra parte, Sistone S.L. como se mencionó en el apartado 1.2 esta formado por dos socias claves en la empresa. Sin embargo, para llevar a cabo los servicio se requerirá el uso de una plantilla que varía según el volumen de trabajo que haya y los servicios requeridos por los clientes.

Para su puesta en funcionamiento se requiere como mínimo el servicio de un personal técnico para evaluar las instalaciones y posibles zonas de riesgo de la empresa.

Además, de un personal que se encargue de los servicios de las redes sociales y el contenido fotográfico.

### 1.3- Modelo de negocio

Sistone S.L. persigue un modelo de negocios basado en el modelo Canvas compuesto por tres conceptos claves de modelo de negocio, plan de negocio y su lienzo.

- ¿Qué es el modelo Canvas?

El modelo Canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece <sup>7</sup>.

Ofreciendo una visión clara de sus prioridades y de los planes que tiene que llevar a cabo, que iremos detallando a lo largo de los párrafos.

Esta herramienta mejora los intercambios con los clientes y da un verdadero impulso a la comunicación con los trabajadores.

Por otra parte, Sistone S.L. trata de llevar a cabo su proyecto de negocio siempre y cuando se respeten las medidas ISO.

Las normas ISO permiten a las empresas reducir los riesgos legales y de seguridad, mientras crean entornos de trabajo más económicos. Como norma de calidad y seguridad reconocida internacionalmente para la fabricación de productos sanitarios, la certificación ISO 13485 ayuda a las empresas a ser reconocidas como proveedores reputados y de confianza. La versión más reciente de ISO 13485 se revisa cada cinco años y se revisa acorde a los nuevos requisitos y necesidades de la industria <sup>8</sup>.

Trata de garantizar su servicio de una manera exclusiva diferenciándose al resto de la competencia. Debido a que cuenta con la información necesaria para sus acciones, pero siempre respetando las medidas oportunas ante la situación.

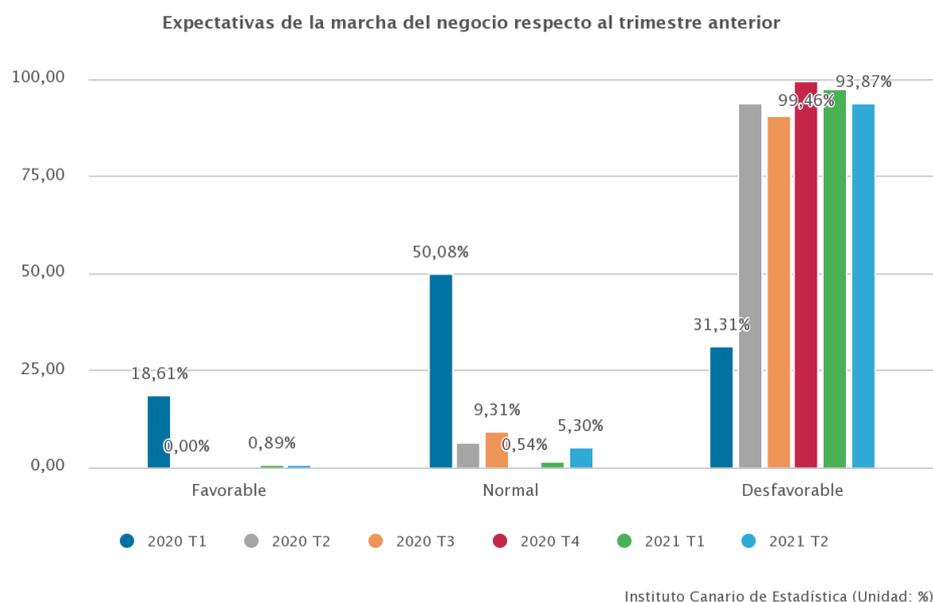
Antes de empezar con el análisis se ha realizado un breve resumen sobre los índices esperados para el segundo trimestre del año 2021 para poder llegar a conclusiones más precisas a la hora de analizar al cliente potencial.

---

<sup>7</sup> Janire Carazo Alcade. ( 14 de junio, 2017) Modelo Canvas. Economipedia.com

<sup>8</sup> Nqa.com. Recuperado de: <https://www.nqa.com/es-es/certification/standards/iso-13485>

## Gráfico 2: Expectativas de la marcha del negocio respecto al trimestre anterior



Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) <sup>9</sup>

Como podemos observar según el gráfico de ISTAC, en el segundo trimestre respecto al 2020, una parte de los hoteleros consideran que subirá en un porcentaje de 30.36%. Sin embargo, la otra parte considera una disminución con saldo deudor.

Ante toda esta situación según el instituto Canario de Estadística considera que en los meses de abril, mayo y junio el índice de ocupación se situará en 17%, 15% y 17% respectivamente <sup>10</sup>.

El modelo de empresa supone un reto para el incremento del número de turistas en Canarias. Despertando el interés de la aplicación de un modelo empresarial basado en estrategias de prevención sanitarias en sectores de la hostelería mediante prevención de riesgos sanitarios con el objetivo de implementar seguridad y tranquilidad en la aplicación de las medidas COVID-19 impuestas por el gobierno con una serie de requisitos diferenciados al resto de los competidores.

### 1.4- Objetivos

Como podemos observar en la consecución de los párrafos, Sistone S.L. se trata de una empresa basada en la contrata y subcontrata que ayuda al pequeño y mediano empresario del sector hotelero con la puesta en marcha de medidas ante el COVID-19.

<sup>9</sup> ISTAC. Recuperado de:

<sup>10</sup> [http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/C00030A/C00030A\\_2020\\_T1\\_1.html](http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/C00030A/C00030A_2020_T1_1.html)

Con el objetivo de ofrecer seguridad y tranquilidad a sus huéspedes ante el riesgo que pueda ocasionar el COVID-19, mediante técnicas y procedimientos para respetar las medidas interpuestas por el gobierno. Además de ofrecer un servicio exclusivo a sus clientes basado en el reconocimiento de su seguridad a través de técnicas de marketing y publicidad en todo en ámbito nacional.

El propósito de este proyecto se basa en:

- Ser la única opción del cliente final.
- Expresar con claridad el trabajo de cada miembro para la puesta en marcha de la empresa.
- Realizar las debidas diligencias en los aspectos publicitarios para atraer más clientes.
- Realizar comprobaciones en el entorno para ajustarnos a futuras demandas cambiantes.
- Ofrecer un servicio inmejorable para atenuar a posibles competencias futuras.

## 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

En este apartado, como podemos observar se basa en una recopilación de datos de la empresa Sistone S.L. en los aspectos microentorno y macroentorno.

Ello nos permite distinguir entre los puntos más relevantes a la hora de llevar nuestros servicios al mercado y tomar las óptimas decisiones.

### 2.1- Análisis del microentorno

#### 2.1.1- Demanda

Según Klein F (2020), estimar con exactitud el año de recuperación es complejo porque el sector depende de la evolución de la economía española y de los países emisores de turistas, principalmente Inglaterra, Alemania y Francia <sup>11</sup>.

A pesar de la incertidumbre provocada ante esta situación como podemos comprobar en numerosos artículos, Sistone S.L. es una empresa que se enfoca principalmente al sector hotelero Canario, por lo tanto, para conocer su análisis de demanda es necesario conocer al posible cliente.

En primer lugar, para conocer al posible cliente se realiza un exhaustivo estudio sobre hoteles por isla en el Archipiélago Canario. Actualmente, según el Instituto Canario de Estadística (ISTAC) en el archipiélago canario en el mes de marzo de 2021 tiene 246 hoteles abiertos.

**Tabla 2: Comparación de hoteles abiertos de enero de 2020 hasta marzo de 2021**

	Ene-20	Mar-21	Diferencia
<b>Tenerife</b>	<b>250</b>	<b>80</b>	<b>170</b>
<b>Lanzarote</b>	<b>77</b>	<b>28</b>	<b>49</b>
<b>Fuerteventura</b>	<b>90</b>	<b>27</b>	<b>63</b>
<b>Gran Canaria</b>	<b>179</b>	<b>85</b>	<b>94</b>

<sup>11</sup> Klein, F.(2020) Perspectiva económicas del inversor hotelero ante la COVID-19: Deloitte. 2020, Recuperado de: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/financial-advisory/Deloitte-ES-financial-advisory-sector-hotelero-tiempos-covid19.pdf>

<b>La Gomera</b>	<b>30</b>	<b>11</b>	<b>19</b>
<b>La Palma</b>	<b>26</b>	<b>9</b>	<b>17</b>
<b>El Hierro</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4</b>

Fuente: *Instituto Canario de Estadística*. Elaboración propia con los datos de ISTAC <sup>12</sup>.

En base a los datos ofrecidos por ISTAC, podemos comprobar una clara disminución de hoteles abiertos desde enero de 2020 hasta marzo de 2021. Con una diferencia bárbara en las islas de mayor calibre en el archipiélago canario como son Tenerife y Gran Canaria con un número de hoteles cerrados de 170 y 94 consecutivamente.

Para clasificar a qué segmento de mercado nos vamos a dirigir, se ha realizado una encuesta de elaboración propia que se presentará al hotel exclusivamente para su elección en la ayuda de sus respectivas inversiones en publicidad y comunicación. Aplicando dicha encuesta a un grupo reducido en el archipiélago canario que será meramente actualizado en cada instalación que operemos los servicios correspondientes.

Esta encuesta, muestra los datos relevantes para comprobar y recabar la recopilación de datos con el fin de obtener una información con mayor exactitud posible para que el hotel vea rentable la posibilidad de abrir sus puertas.

Para ello, hemos ofrecido una encuesta con un número cerrado a 59 personas en el que se detalla una serie de cuestiones que nos permite comprobar a que público va dirigido los servicios que ofrecemos en las instalaciones de los hoteles.

Para conocer a los huéspedes se ha realizado una serie de cuestiones que nos ayuda a enfocar la dinámica de la puesta de servicios en base a los rangos de edad.

Ello permite observar a que sector va dirigida la puesta en marketing y comercialización. Y así facilitar la decisión de si invertir desde un ángulo de publicidad convencional, donde se mueve la mayor parte de la población más joven o mediante medios no convencionales como puede ser patrocinios, ferias o televentas que va dirigido a un público con mayor edad. Ofreciendo publicidad del hotel con una serie de características competitivas de seguridad y tranquilidad respecto a sus otros competidores.

En base a los datos ofrecidos por la encuesta, podemos observar que de un total de 60 encuestados 52 están alrededor edades tempranas, por lo que, estos datos nos muestran que en la actualidad la publicidad esta remitida en los medios convencionales. Esto les va a facilitar la desición de una inversión en mayores

---

<sup>12</sup> ISTAC. Recuperado de: [http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/C00030A/C00030A\\_2020\\_T1\\_1.html](http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/C00030A/C00030A_2020_T1_1.html)

cantidades en medios convencionales para el incremento de sus ventas y así llegar a un número más amplio de los servicios que ofrece.

Por otra parte, la mayoría de los huéspedes según la encuesta ofrecida se hospedan al menos una vez al año. Esta información nos va a permitir si le es rentable según las características del hotel permanecer abiertos a lo largo de todo el año o en los meses que ostentan una demanda superior.

Por último, la mayoría de estos huéspedes estarían dispuestos a ofrecer una mayor cantidad de dinero en sus reservas con la condición de un servicio libre de riesgos frente a la pandemia.

Ante el cómputo de la recopilación de información por la encuesta, nos permite abarcar un número más amplio sobre las necesidades que tienen los clientes potenciales de los hoteles en los que prestemos nuestros servicios. Con el objetivo de exponer las medidas propuestas para satisfacer todas las necesidades.

### **2.1.2- Análisis de la competencia**

Ante la nueva situación de pandemia, muchas empresas han tenido que implantar las medidas COVID-19 por su cuenta, lo que provoca un desconocimiento en el área.

Sistone S.L. se trata de una empresa de nueva creación para ayudar al pequeño y mediano empresario hotelero, un proyecto en el que se desconoce la existencia actualmente de su competencia al carecer de información suficiente al respecto. Sin embargo, a medida que concurren los meses y las empresas no puedan gestionar las medidas de una manera eficaz no se descarta que pueda existir empresas en el sector.

Por lo tanto, día a día Sistone S.L. se encarga de actualizarse para llegar a ser la mejor empresa en el sector.

### **2.1.3- Empresas asociadas**

Canarias al ser una isla se deduce que tiene un nivel de riesgo de contagio menor que otras comunidades y por lo tanto, los turistas lo planean con mayor medida como destino para sus vacaciones.

En la actualidad, al existir una gran cantidad de empresas farmacéuticas que se dedican exclusivamente a vender productos para la prevención del riesgo del COVID-19 y ayudas estipuladas por el gobierno, su precio suele decaer a medida que concurre el tiempo. Por lo tanto, al tener un gran número de proveedores existe la posibilidad de obtener buenos productos con unos precios más bajos.

Siendo nuestro principal proveedor Farmaindustria. Una de las empresas farmacéuticas más reconocidas en el sector sanitario debido a su profesionalidad en los productos.

Además de, ahorrar debido a las medidas tributarias adoptadas por Canarias a causa de la crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19, destaca la prevista en:

Decreto-ley 8/2020, de 23 de abril, de establecimiento del tipo cero en el Impuesto General Indirecto Canario aplicable a la importación o entrega de determinados bienes necesarios para combatir los efectos del COVID-19, cuya vigencia se ha prorrogado sucesivamente, la última aprobada hasta el 30 de abril de 2021<sup>13</sup>.

Por otro lado, para fomentar nuestra idea de negocio contamos con la ayuda de una serie de plataformas online para que pequeños y medianos empresarios puedan buscar una solución a la incertidumbre ocasionada por la pandemia. Ya que no cuentan con los artilugios suficientes para ofrecer sus servicios al mercado actual.

## **2.2- Análisis del macroentorno**

El análisis del macroentorno se trata de los aspectos que afectan de una manera indirecta a la empresa. Es decir, fuerzas externas que inciden de manera indirecta a la empresa respectivamente desde el marco demográfico, económico, político-legal y medioambiental.

### **2.2.1- Entorno económicos**

La economía canaria se sitúa en el sector terciario, principalmente en el turismo. Sin embargo, el desarrollo de su economía no es muy alto comparado con otras comunidades autónomas como Madrid o Barcelona.

La industria es uno de los sectores menos concurridos en Canarias siendo 8% del PIB regional dedicándose principalmente a la agroalimentación o a la industria del petróleo <sup>14</sup>.

Con la llegada de la crisis por el covid-19 muchas empresas canarias han perdido la totalidad de sus ingresos. Sin embargo, el gobierno de Canarias ha considerado oportuno un plan de subvenciones destinadas al mantenimiento de la actividad de las PYMES afectadas por la crisis del COVID-19.

Entre las medidas para hacer frente a los efectos de la pandemia de COVID-19.

---

<sup>13</sup> Decreto-ley 8/2020, de 23 de abril, de establecimiento del tipo cero en el Impuesto General Indirecto Canario aplicable a la importación o entrega de determinados bienes necesarios para combatir los efectos del COVID-19, cuya vigencia se ha prorrogado sucesivamente, la última aprobada hasta el 30 de abril de 2021

<sup>14</sup> <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/casilher/la-economia-en-espana/la-economia-canaria/>

La Comisión Europea ha estipulado una serie de respectivas ayudas públicas, facilitando a los Estados miembros ayuda en la economía, a través de un Marco Temporal Europeo de ayudas de Estado, aprobado el 19 de marzo y modificado el 3 de abril de 2020, el 8 de mayo de 2020, el 29 de junio de 2020, el 13 de octubre de 2020 y el 28 de enero de 2021, actualmente de aplicación hasta el 31 de diciembre de 2021 <sup>15</sup>.

El contexto económico Canario tiene mucha importancia para la viabilidad de nuestro proyecto. En este sentido, nos preocupa de cara a nuestro proyecto la posibilidad de ayuda que ofrece el gobierno de Canarias en la relación futura para el sostenimiento de la hostelería canaria y permitiendo la contratación de nuestro servicio.

## **2.2.2- Entorno político – legal**

España según el artículo 1 de la Constitución Española, “España se constituye en un Estado social y democrático de Derecho, que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político.”<sup>16</sup>

Sin embargo, el poder se encuentra muy descentralizado, cada comunidad autónoma tiene establecido un alto nivel de autonomía en los aspectos anteriormente mencionados.

Sistone S.L. se rige en base a las leyes de la comunidad autónoma de Canarias para la puesta en marcha de la idea de negocio.

La comunidad autónoma de Canarias cuenta con una serie de subvenciones públicas para las empresas de nueva creación. Además, de ofrecer una cuantía superior debido a ser jóvenes emprendedoras en Canarias.

Subvención por establecimiento como trabajador autónomo o por cuenta propia, convocada por el servicio canario de empleo cuya finalidad es facilitar la constitución de desempleados en trabajadores autónomos o por cuenta propia.

La cuantía de dicha subvención, hasta un máximo de 10.000 euros, se graduará en función de la dificultad para el acceso al mercado de trabajo de la persona solicitante.

En este caso, al ser dos jóvenes emprendedoras Canarias, el importe de la subvención se incrementará en 1.000,00 euros.

Por otra parte, Enisa Jóvenes Emprendedores ofrece recursos a jóvenes emprendedores menores de 40 años con el objetivo de ofrecer los recursos financieros necesarios a

---

<sup>15</sup>Marco Temporal Europeo de ayudas de Estado (MTE), aprobado el 19 de marzo y modificado el 3 de abril de 2020, el 8 de mayo de 2020, el 29 de junio de 2020, el 13 de octubre de 2020 y el 28 de enero de 2021, actualmente de aplicación hasta el 31 de diciembre

<sup>16</sup>Artículo 1 de la CE "España se constituye en un Estado social y democrático de Derecho, que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político", 29 de diciembre de 1978.

PYMES de reciente constitución creadas por jóvenes para abordar las inversiones que precisa el proyecto empresarial en su fase inicial.

Con una cuantía mínima de préstamo de 25000 euros y máxima de 75000 euros <sup>17</sup>.

### **2.2.3- Entorno medioambiental**

Respecto al entorno medioambiental, Sistone S.L expone como idea de negocio un claro ejemplo de sostenibilidad. Es decir, ofreciendo un servicio con productos libres de elementos químicos para el medioambiente.

Además, todos los residuos como mascarillas, geles... serán gestionados según la normativa española regulada en el BOE en el apartado de “Residuos y Sustancias Peligrosas” <sup>18</sup>.

## **2.3- Plan de Marketing**

Como afirma Héctor Baragaño, “Un departamento de marketing ha de generar ilusión, sorpresa, repercusión, innovación... en el mercado a través de los productos y servicios de una compañía mediante una buena estrategia del marketing mix que consiga estos aspectos”.

Para que el consumidor nos escoja como una única opción en el mercado. Para ello, es de vital importancia crear una estrategia competitiva superior a la de nuestros competidores.

En primer lugar, se va a realizar un análisis respecto a los aspectos internos y externos de la empresa denominado “DAFO”.

### **2.3.1- Análisis DAFO**

Para facilitar la resolución del plan de marketing hemos estudiado en el apartado 2.3.1 el análisis de la matriz DAFO que enumera los aspectos internos y externos de la empresa. Analizando cada una de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas para crear una ventaja competitiva frente a los posibles competidores.

- ¿Qué es el análisis DAFO?

---

<sup>17</sup><https://www.emprenderencanarias.es/serviciosdeapoyo/creaciondeempresas3/financiacion/empleo-autonomo/>

<sup>18</sup> Real Decreto 833/ 1988, de 20 de julio, por el que se aprueba el reglamento para la ejecución de la ley 20/ 1986, Básica de Residuos Tóxicos y Peligrosos

“El análisis FODA, también llamado análisis DAFO o DOFA, consiste en un proceso donde se estudian debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una empresa<sup>19</sup>”.

Se trata de un análisis basado en la descripción de las cuatro variables necesarias para llevarlo a cabo que son sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

**Tabla 3: Análisis DAFO**

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Desconocimiento de sus clientes al carecer de información suficiente.	Pueden surgir ideas de negocios con las mismas características.
Baja inversión al ser una nueva idea de negocio en el mercado.	Al ser una nueva idea de negocio, los clientes no confían en los servicios prestados.
Según la encuesta otorgada, una parte de población no estaría dispuesta a pagar más en sus reservas	La crisis supone una disminución de ingresos por parte de los clientes.
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Un servicio basado en el conocimiento.	Debido a la situación de pandemia, la idea de negocio permanecerá a lo largo del tiempo.
Cambio de perspectiva de la idea actual de negocio con la ayuda de la subcontratación.	Los jóvenes canarios según la encuesta ofrecida, están dispuestos a pagar un plus en sus reservas.
Mayor uso de las cualidades de inversión, desarrollo e investigación (I+D+I).	Su sede está situada en la capital de la isla de Tenerife, por lo tanto, mayor conocimiento de su existencia.

Fuente: Elaboración propia

<sup>19</sup> Mariam Kiziryan ( 27 de mayo, 2015). Análisis FODA. Economipedia.com

### **2.3.2- Misión, visión y valores de la empresa**

**Misión:** La misión de la empresa es simple, Sistone S.L. trata de la implementación de servicios en la ayuda de las medidas COVID-19, permitiendo ofrecer un servicio de subcontratación al hotel otorgando la tranquilidad y seguridad a sus huéspedes.

**Visión:** Conseguir generar valor a los servicios que ofrecemos en base a la metodología propuesta en los apartados siguientes. Con el objetivo de alcanzar la fidelidad de los posibles clientes que contraten nuestros servicios

- Estudio e inspección de instalaciones: con personales técnicos cualificados.
- Análisis de puntos críticos de riesgos de contagio.

#### **Valores:**

- Realidad: ser lo más transparentes posibles.
- Máxima calidad: ofrecer un grado de excelencia en los activos seleccionados.
- Seguridad y tranquilidad: confianza en los procesos a llevar a cabo.
- Formación tanto teóricas como prácticas.
- Adaptabilidad a posibles incertidumbres.

### **2.4- Plan de comunicación y marketing**

Este apartado tendrá especial importancia debido a que la visión de empresa va enfocada al departamento de comunicación y técnicas del español con el fin de marcar el posicionamiento estratégico, la marca y su única opción en el mercado.

#### **2.4.1- Posicionamiento en el mercado**

La comunicación es una parte vital para el reconocimiento por parte del cliente en una empresa, por lo tanto, hay que tener una buena comunicación tanto a nivel interno como externo.

Muchos estudios muestran que el incremento de ventas surge a partir de una buena comunicación empresarial. Por lo que, Sistone SL pone de manifiesto unos dos mecanismos para ajustarse a las necesidades de la actualidad.

En primer lugar, una página web con objetivo de una posición estratégica con sus contenidos vitales para ser referentes en la mente de nuestros consumidores. Utilizando para ello, paginas webs de gran calibre como Instagram, Facebook y Twitter.

Facebook, Instagram y twitter:

Se comunicará fotografías, videos y demás contenido necesario de las distintas fases del proyecto con el objetivo de dar mayor conocimiento de los servicios que ofrecemos.

Además, del uso de distintos folletos con la información necesaria para la aplicación de nuestro servicio, ajustándose a los requisitos de cada cliente. Con un lenguaje y comprensibilidad fácil para que todo el público llegue de una manera clara. Se entregará en las distintas conferencias que tengamos con los clientes.

## 2.4.2- Imagen corporativa

Sistone S.L. tras numerosas investigaciones de la nueva visión de empresa, se ha propuesto dicho nombre y logotipo en base a:

- Nombre

Por un lado, hemos propuesto el nombre de Sistone S.L. debido a que enfatiza y recuerda en la mente de lo clientes ya que es un nombre diferente. Provocando un recuerdo continuo en las mentes de los consumidores.

- Logotipo

Sistone S.L. para la creación del logotipo se ha basado en la figura de lo abstracto debido a que es una visión nueva de un proyecto de negocio con unas tonalidades verdes para fomentar la tranquilidad y seguridad a los posibles clientes contratantes.



Fuente: Hatchful <sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Hatchful recuperado de: <https://hatchful.shopify.com/es/>

### **2.4.3- Diferenciación en el mercado**

Para ofrecer una clara diferenciación en el mercado Sistone S.L. ofrece un servicio con un alto grado de excelencia tanto a nivel económico como socio sanitario. Basado en:

Antes de ofrecer el servicio se llevará a cabo un estudio e inspección de las instalaciones en el mismo tiempo del análisis de los puntos de mayor riesgo que se otorguen.

Posteriormente, una de las cualidades de que nos permite una clara diferencia en el mercado es ofrecer formación al personal tanto teórica como práctica ante cualquier situación que se produzca.

Ante la posibilidad de ofrecer un servicio inigualable para mantener activos las explotaciones hoteleras en cualquier etapa de la pandemia en el presente y futuro.

## **3. PLAN DE IMPLANTACIÓN Y PUESTA EN MARCHA**

### **3.1- Cliente potencial**

El perfil de cliente potencial se caracterizará por desarrollar explotaciones hoteleras provistas de zonas de uso común o compartido, ya que este tipo de zonas son el principal foco de transmisión del COVID o virus de similares características que puedan proliferar en el futuro.

Como cliente “piloto” para este proyecto hemos seleccionado el complejo hotelero de cuatro estrellas denominado “Royal Sun”, situado en Los Gigantes, municipio de Santiago del Teide. A grandes rasgos, este complejo hotelero se caracteriza por constar de 120 unidades alojativas con capacidad para 360 huéspedes.

La empresa promotora del presente proyecto, SISTONE SL, será la encargada de proveer al cliente “Hotel Royal Sun” del manual de actuación óptimo para el funcionamiento de todas sus instalaciones y oferta alojativa en concordancia con las medidas anticontagio de virus COVID o similar espectro de transmisión.

### **3.2- Metodología y procedimiento**

La empresa promotora afrontará la casuística de cada cliente basándose en las siguientes fases procedimentales:

#### **3.2.1- Estudio e inspección de instalaciones**

Personal técnico de la empresa realizará visitas a complejos de los clientes, donde se procederá a realizar reportaje fotográfico, toma de datos específicos por zonas y anotaciones en levantamientos de planos facilitados por el cliente.

#### **3.2.2- Análisis de puntos críticos de riesgos de contagio**

Se realizará estudio exhaustivo de toda la información recogida para identificar y analizar todas aquellas localizaciones que pudieran ser susceptibles de convertirse en puntos de contagio.

Tras concluir las fases de inspección y análisis, el equipo técnico elaborará los correspondientes manuales, que se dividirán en las siguientes materias:

- a) Manual de adaptación de instalaciones para la reorganización espacial o añadido e medidas físicas de protección.

- b) Manual de procedimientos para el personal propio de la explotación hotelera.
- c) Manual de conductas para clientela y usuarios.

### **3.3- Implantación y presupuesto**

Una vez ejecutados todos los trabajos de captación de datos e información y tras finalizar el desarrollo técnico de los manuales procedimentales antes mencionados, se consensuará con el cliente las fechas óptimas para la transformación/adaptación de las instalaciones, así como la estrategia a seguir para culminar la formación del personal sin que ello afecte a su desarrollo laboral.

#### **3.3.1- Fases de implantación**

A. Adaptación de instalaciones: será la fase más delicada de la implantación debido a que probablemente habrá que interrumpir temporalmente el uso o explotación de secciones de las explotaciones hoteleras. Los plazos y el “timing” de ejecución de esta fase tendrán especial atención en el manual procedimental correspondiente.

B. Instalación de medidas de protección: en esta fase procederán a instalarse accesorios o instalaciones técnicas en materia de protección o prevención de contagios. Previamente, el departamento de compras de SISTONE SL habrá hecho acopio del inventario correspondiente o habrá procedido a fabricar aquellos accesorios o instalaciones técnicas que se hubieran indicado en el correspondiente manual procedimental.

C. Formación del personal: esta fase estará compuesta a su vez de dos sub-fases, y será aplicada a todo aquel trabajador que posea perfil preventivo o correctivo en materia de prevención o protección de contagios.

I. Formación teórica: este tipo de formación se compondrá de clases preferentemente no presenciales y que permitirán a los trabajadores realizarla con total libertad de horario y así favorecer la perfecta alternancia con sus desempeños laborales.

II. Formación práctica: se consensuará con el cliente un calendario para realizar la citada formación en sus propias instalaciones y que no afecte al normal funcionamiento de las mismas. Se basará en la aplicación de los conocimientos teóricos ya aprovechados por la plantilla en la fase anterior, poniendo en práctica todos los procedimientos desarrollados en los correspondientes manuales.

D. Puesta en marcha: Una vez finalizadas las fases de formación se arrancará con la aplicación de los manuales procedimentales del personal, así como conductas de clientes y usuarios. En esta fase, el equipo técnico de SISTONE SL trabajará

desplazado en el emplazamiento del cliente hotelero, realizando funciones de control y apoyo, para la correcta aplicación y observancia de lo establecido en los manuales procedimentales, tanto por parte del personal, así como clientela. El tiempo de asistencia en las instalaciones del cliente dependerá del tamaño del activo, personal, etc.

### **3.3.2- Presupuesto**

Para la correcta elaboración del presupuesto se tendrán en cuenta los siguientes parámetros:

1. Puntos críticos de la explotación hotelera.

Cuanto más puntos críticos posea la explotación hotelera, más extenso será el trabajo técnico y más costosa será la implantación de medidas correctivas o preventivas

2. Elementos técnicos o accesorios que instalar para prevención o corrección de riesgos.

Habrá que realizar solicitud de cotización de los diferentes elementos o accesorios a proveedores, o, por el contrario, solicitar presupuestos de fabricación a profesionales o empresas de todas aquellas instalaciones o accesorios que hubiera que fabricar a medida.

3. Número de empleados implicados en la adaptación.

En este apartado habrá que tener en cuenta el número de empleados que recibirán formación y que serán controlados y supervisados en la fase de puesta en marcha.

4. Posibilidad de contratación de revisiones/auditorías periódicas.

Se presupuestará igualmente la posibilidad de que el personal técnico de Sistone S.L. realizara visitas periódicas a la explotación hotelera para hacer auditorías de la correcta aplicación de los manuales procedimentales.

Igualmente se presupuestará al cliente la posibilidad de un estudio de riesgo periódico basado en el análisis de calidad del aire, análisis de carga vírica en superficies de las instalaciones, etc.

### **3.4- Repercusión de la aplicación del proyecto**

En definitiva, la aplicación del presente proyecto proveerá al activo hotelero de una explotación segura en dos planos significativos:

Socio-Sanitario: el activo hotelero y sus instalaciones serán seguras frente al contagio de SARS-COV-2 y similares, lo cual fortalecerá la confianza y valoración general del cliente.

Económico: el grado de excelencia que adquirirá el activo por la aplicación del proyecto, eliminará, en su mayor parte, fluctuaciones agudas de ocupación ocasionadas por picos puntuales de contagio e incidencia acumulada.

Ambos planos redundarán en la posibilidad de mantener activos las explotaciones hoteleras y con un rendimiento óptimo que se adaptará a las distintas fases pandémicas que se sufren en la actividad y que puedan originarse en un futuro.

## CONCLUSIONES

El año 2019 será recordado por el año en el que irrumpió en nuestras vidas una de las peores pandemias de nuestra reciente historia, comparable con la Peste Negra del siglo XIV. A día 1 de junio de 2021 se han informado más de 170,1 millones de casos en 258 países y tenemos que lamentar 3.538.083 fallecidos. Al igual que hubo virus antecesores con menor incidencia como el MERS-CoV, se prevé que en el futuro, cualquiera de los 827.000 virus pandémicos conocidos en la actualidad, puedan dar el salto a los humanos en cualquier momento.

Si analizamos a nivel económico la proliferación, solidez e importancia de nuestros clientes potenciales, obtendremos del propio PIB sectorial nuestro mejor marcador:

- a) El PIB del sector turístico se situó en un 10,2 % en el ejercicio 2010, ascendiendo hasta el 12,4% del año pre-pandémico 2019, significando la nada despreciable cifra de 154.487 millones de euros.
- b) En el ejercicio 2020, la influencia directa de la pandemia se ha dejado notar gravemente en el ya mencionado PIB sectorial, registrando una brutal caída del 69%, de igual forma se registró una caída interanual de 327.000 puestos de trabajo (sin incluir personal adscrito a ERTE) y unas pérdidas para el mismo sector situadas en más de 135.000 millones de euros.

Sistone S.L. postula a ser una única opción en el sector del turismo hotelero, proporcionando resoluciones a las implantaciones de medidas COVID-19 que transmitan al huésped la seguridad y tranquilidad suficiente con la contratación de los servicios.

Ofreciendo las facultades suficientes en el ámbito técnico, personal, teóricos y prácticos de sus servicios con el objetivo de postular su idea de negocio en el sector y aboliendo a su futura competencia, de manera cualificada en el tiempo.

Con la consecución de acciones comunicativas para mostrar la empresa a nuestros futuros clientes. Mediante acciones convencionales en grandes grupos de interés concretamente las principales redes sociales, de forma que la puesta en conocimiento por parte de este sector se considere más efectiva.

Sin embargo, existe numerosas limitaciones que supone un desconocimiento en el ámbito; en primer lugar, al carecer de ingresos en el momento inicial debido a una postulación de empresa de jóvenes emprendedoras con limitados fondos. No se pueda acceder a el uso de determinados materiales efectivos.

El desconocimiento o notoriedad por parte del mercado en la decisión final de los servicios que provoque otras decisiones por el cliente. Sin embargo, a pesar de estas

limitaciones y siguiendo las estimaciones oportunas, dichos efectos negativos se prevé su abolición a corto tiempo.

Por todo lo anterior, creemos que queda más que patente la necesidad apremiante de proyectos como el desarrollado por nuestro equipo, el cual nace con el principal fin de proteger y dar soporte a un sector tan importante para nuestra economía como es el sector turístico, dotándolo de los medios necesarios para poder compaginar su tan importante actividad económica con la irrupción de nuevos brotes de contagio o incluso nuevas pandemias.

De esta forma podremos agrupar en dos grandes grupos los beneficios de nuestro proyecto:

Beneficios globales: 1) Protección socio-sanitaria.  
2) Protección y salvaguarda del PIB sectorial.

Beneficios individuales: 1) Protección y refuerzo actividad económica de clientes.  
2) Viabilidad económica y sostenimiento temporal de nuestro proyecto empresarial.

# BIBLIOGRAFÍA

## WEBGRAFÍA

- [http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/C00065A/C00065A\\_2020\\_octubre.html](http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/C00065A/C00065A_2020_octubre.html)
- <https://www.nqa.com/es-es/certification/standards/iso-13485>
- [http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/C00030A/C00030A\\_2020\\_T1\\_1.html](http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/C00030A/C00030A_2020_T1_1.html)
- <https://www.emprenderencanarias.es/serviciosdeapoyo/creaciondeempresas3/financiacion/empleoautonomo/>
- <https://www.50minutos.es/libro/el-modelo-canvas/>
- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=561663>
- <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-comunicacion>
- <https://hatchful.shopify.com/es/your-logos>
- <https://my.survio.com/F4Y4R5N2C5X4K6Y2T3R9/results>
- Economipedia.com
- <https://hatchful.shopify.com/es/>

## CAPÍTULOS DE LIBROS

- Simancas Cruz, M.R, Hernández Martín, R, Padrón Fumero N. (2020) Turismo pos COVID-19. Reflexiones, restos y oportunidades. Cátedra de turismo CajaCanarias- Ashotel- Universidad de La Laguna.
- Klein, F.(2020) Perspectiva económicas del inversor hotelero ante la COVID-19: Deloitte. 2020.

## ARTÍCULOS

- Janire Carazo Alcade. ( 14 de junio, 2017) Modelo Canvas. Economipedia.com
- Klein, F.(2020) Perspectiva económicas del inversor hotelero ante la COVID-19: Deloitte. 2020.
- Mariam Kiziryan ( 27 de mayo, 2015). Análisis FODA. Economipedia.com

## LEGISLACIÓN

- Artículo 1 de la CE "España se constituye en un Estado social y democrático de Derecho, que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político", 29 de diciembre de 1978.

- Real Decreto 463/202, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. BOE nº67, 14 de marzo de 2020.
- Real Decreto-ley 21/2020, de 9 de junio, de medidas urgentes de prevención, contención y coordinación para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionado por el COVID-19. BOE nº 163, de 10 de junio de 2020.
- Decreto-ley 8/2020, de 23 de abril, de establecimiento del tipo cero en el Impuesto General Indirecto Canario aplicable a la importación o entrega de determinados bienes necesarios para combatir los efectos del COVID-19, cuya vigencia se ha prorrogado sucesivamente, la última aprobada hasta el 30 de abril de 2021.
- Marco Temporal Europeo de ayudas de Estado (MTE), aprobado el 19 de marzo y modificado el 3 de abril de 2020, el 8 de mayo de 2020, el 29 de junio de 2020, el 13 de octubre de 2020 y el 28 de enero de 2021, actualmente de aplicación hasta el 31 de diciembre.
- Real Decreto 833/ 1988, de 20 de julio, por el que se aprueba el reglamento para la ejecución de la ley 20/ 1986, Básica de Residuos Tóxicos y Peligrosos.