

HISTÓRICO

El debate sobre la necesidad y la viabilidad de contar con una aerolínea canaria se abre en junio de 2013 por parte del presidente de la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Santa Cruz de Tenerife Ashotel, Jorge Marichal, durante un encuentro profesional con medios de comunicación.

La desaparición de Spanair en 2012 ya pone de manifiesto la fragilidad de la conectividad aérea con un retroceso que se mantiene hasta la llegada de Norwegian, que recupera parte de las plazas perdidas con la península y los precios de los billetes se acomodan a la demanda real existente en aquel momento.

El principal argumento de Ashotel era la necesidad de apostar por la integración vertical del negocio para que Canarias no tuviera que depender de terceros (eminentemente turoperadores) para atraer turistas a las Islas y mejorar la conectividad de los canarios. Apostaban por influir en la cadena de valor desde que el cliente decide viajar hasta que vuelve a casa.

El modelo que se dibujó fue el de una iniciativa empresarial que contara con el apoyo de las administraciones públicas. En un principio, éstas vieron con buenos ojos la propuesta de la patronal, ya que supondría una gestión integral del destino turístico.

Un año más tarde, Ashotel mantenía su interés por la creación de la aerolínea y anunciaba que ya estaba negociando la implicación del empresariado turístico de la provincia tinerfeña. El objetivo no era competir contra los operadores existentes, sino ayudar a canalizar la demanda que ellos no iban a poder absorber.

Tras varios años de debate y de análisis de propuestas, a finales del 2019 se empiezan las negociaciones y análisis de diversos modelos de explotación con la compañía aérea de capital canario, One Airways, que inscribe, a finales de ese año, la entidad mercantil Lattitude Hub S.A. Durante el primer semestre, se siguen sucediendo múltiples negociaciones y análisis, y es finalmente en junio de 2020 cuando el proyecto empieza a fraguarse en su afán de integrar de forma vertical el negocio turístico.

Es precisamente ese mes cuando la Asamblea de Ashotel aprueba la constitución de una S.L., que participará en Lattitude Hub, para dar impulso al proyecto y abre su participación a todos los empresarios que quieran formar parte de ella, si bien serán finalmente unos 14 empresarios turísticos los que, junto a One Airways, deciden iniciar el proyecto, punto de partida para

hacerlo realidad. La asociación y, por tanto, todos sus asociados, también participa con una aportación minoritaria.

El empresariado canario considera que necesita ser independiente, más aún en este momento de crisis turística mundial, con un gran número de aerolíneas a punto de quebrar, disponibilidad de aeronaves, y necesidad de creación de empleo y de buscar soluciones diferentes a problemas distintos. En el turismo post COVID la conectividad aérea también se va a ver afectada y su recuperación será gradual.

Ya la quiebra de aerolíneas y turoperadores como Thomas Cook antes de la pandemia fue un aviso. Hoy, las circunstancias pueden agravarse, con lo que esta aerolínea da al empresariado turístico capacidad de maniobra para la recuperación de una conectividad aérea bajo mínimos.

Unos días más tarde de la asamblea, se hace realidad la entrada del empresariado hotelero en Lattitude Hub, que pondrá en marcha la aerolínea bajo el nombre comercial de Canarian Airways, de capital empresarial tinerfeño pero abierta a otras participaciones.

El proyecto cuenta con la participación y el asesoramiento aeronáutico de One Airways, firma nacida en 2009 de capital 100% canario. De esta forma, y tras más de cinco años de trabajo, comienza a caminar un proyecto que viene a apuntalar el músculo empresarial turístico de las Islas.

OBJETIVOS DE CANARIAN AIRWAYS

- Integración vertical del negocio turístico, de forma que sea Canarias la que dirija el sector en su conjunto y no dependa de terceros.
- Dotar a las Islas de un motor aeronáutico intercontinental ligado al sector turístico.
- Influir en la cadena de valor desde que el cliente decida el destino hasta que llegue a su casa.
- Buscar soluciones diferentes para apuntalar el músculo empresarial turístico de las Islas.
- Convertir en una oportunidad la crisis actual y trabajar en una recuperación turística sólida.
- Contar con la capacidad de maniobra suficiente para recuperar una conectividad aérea bajo mínimos.
- Trabajar por la sostenibilidad del sector, el desarrollo económico y social de Canarias a través de las oportunidades que ofrece tanto desde el punto de vista turístico como de innovación tecnológica en el sector aeronáutico.

ESTRUCTURA

- La empresa matriz Lattitud Hub está conformada desde el sector privado por 14 hoteleros tinerfeños, One Airways y Ashotel, esta asociación a través de una participación minoritaria.
- Cuenta con el interés de participación y apoyo del Cabildo de Tenerife desde el sector público.
- Se prevé un capital inicial de aproximadamente 4 millones de euros, ya que el proyecto cuenta ya con un Certificado de Operador Aéreo (AOC) español, la licencia que permite operar comercialmente aeronaves de transporte público de pasajeros.
- Canarian Airways es la marca comercial de la compañía aérea.
- One Airways, empresa de capital 100% canario, será el operador aéreo, ya que dispone de las certificaciones internacionales para realizar las operaciones y poner en marcha los vuelos comerciales. Además, tiene una amplia experiencia en gestión, operación y mantenimiento de aeronaves, y en análisis, operación y apertura de rutas de corto, medio y largo recorrido en todo el mundo, como demostró al ser la compañía responsable por el diseño, gestión y dirección de la primera operación intercontinental que unió China con Canarias en cuatro operaciones distintas para traer material sanitario al principio de la pandemia.

CANARIAN AIRWAYS

- Canarian Airways es la marca bajo la que operará una aerolínea que viene a completar la oferta existente mediante un producto único.
- Compañía orientada al cliente, a la sostenibilidad y al medio ambiente. De calidad, puntual, con tarifas asequibles y una configuración cómoda del avión.
- Acercará los clientes a los hoteles a través de un solo vuelo y minimizará todas las incomodidades asociadas a la experiencia de volar.
- Conectará Tenerife con destinos peninsulares y europeos.
- El inicio de la comercialización será en marzo de este año.
- Oferta:
 - Pack de vuelo más hotel con un concepto diferenciado en el que el descanso, el disfrute y la tranquilidad empiezan en el vuelo.
 - Solo vuelo también asociado a un trato diferenciado a través de diversos 'extras'.
- Las operaciones se iniciarán con un Airbus A319 de reciente construcción y con importantes elementos de seguridad, navegación y tecnología acorde a los tiempos actuales, y que permitirá una alta precisión en la totalidad de aeropuertos europeos y operar en rutas oceánicas del Atlántico Norte para conectar países como Islandia, Reino Unido o Irlanda en vuelo directo con Canarias.

- El avión se ha dispuesto para 144 pasajeros de los 160 posibles. Esta configuración es de menos filas de asientos que las compañías tradicionales, lo que permitirá un aumento significativo del espacio y la comodidad interior. Todos los asientos son tapizados en piel, y de confort muy superior al que se suele encontrar en otras compañías. Dispone de un moderno sistema de entretenimiento y un sistema de luces “mood-light” que crea un ambiente de relax para mejorar la experiencia y descanso del pasajero a bordo.
- Seguridad integral de clientes y personal como prioridad.

CARACTERÍSTICAS DE LA MARCA

- La imagen de marca resume lo que es el sector turístico de Canarias y de Tenerife, un destino único.
- Refleja el azul característico del mar, y la forma de las olas, la brisa, la esencia del destino, su evolución y lo que quiere representar en cuanto a modernidad y diferenciación.
- Integra la credibilidad, la calidad y la exclusividad, junto a la profesionalidad y la atención a los detalles con el cliente por encima de cualquier otra cosa.
