

Memoria **ANUAL** 2024



Santa Cruz de Tenerife
AYUNTAMIENTO

SOCIEDAD
DE DESARROLLO

Contenido



01

I Introducción

01	Introducción Socioeconómica de Santa Cruz de Tenerife	05
----	---	----



02

II Área de empleo, Formación y Emprendimiento

02	Formación	13
03	Intermediación Laboral	27
04	Orientación	45
05	Emprendimiento	51



03

III Área de Turismo, Comercio y Eventos

06	Turismo	57
07	Comercio y Eventos	101
08	Tecnológica Santa Cruz	133



04

IV Área Servicios Técnicos

09	Financiación Externa	145
10	Observatorio Socioeconómico	151



05

V Anexos

11	Anexo Eventos y Proyectos Transversales	157
12	Anexo Datos Prensa	169
13	Anexo Métricas Web	175



I Introducción

01 Introducción Socioeconómica

Introducción

Introducción Socioeconómica

En este escenario, Santa Cruz de Tenerife también ha mantenido este buen comportamiento económico y con un reflejo claro en su mercado laboral. Así, el año ha terminado con una lista de personas en paro registradas en el Servicio Canario de Empleo y residentes en Santa Cruz de 17.388 personas, esto supone mantenerse por debajo de la barrera psicológica de las 18.000 personas, algo que no ocurría desde 2009.

Esta magnífica evolución decreciente y constante del paro en el municipio viene de la mano del aumento del empleo. En diciembre de 2024, se registraron en empresas localizadas en el municipio, 143.120 puestos de trabajo, lo que representa un 3,06% más, respecto a hace un año, y muy cerca del aumento del 3,69% del conjunto de la isla.

Desagregando el empleo por las principales actividades económicas, se observa cómo el comercio es la única que ha descendido respecto a 2023, y de manera significativa hasta los 44.310 empleos (-7,32%). El resto de actividades ha tenido un comportamiento similar o superior al registrado hace un

año, con las actividades de Transporte y Almacenamiento; Construcción; y Actividades recreativas y de entretenimiento con los mayores crecimientos, prácticamente por encima del 12% cada una.

No obstante, como municipio capitalino y con uno de los puertos más importante en Canarias, las actividades relacionadas con la administración pública (educación, administración pública y defensa, y actividades sanitarias y de servicios sociales) junto con el comercio siguen siendo las actividades con mayor peso en Santa Cruz y, por lo tanto, los motores de su economía⁽¹⁾.

Otro indicador relevante de la buena situación actual de la economía se encuentra en el Índice de Confianza Empresarial⁽²⁾, que refleja la opinión y las perspectivas del empresariado de Tenerife. Bajo este índice, se observa como en general, el empresariado cree que tanto el periodo que ya ha pasado (en este caso, el último trimestre de 2024) y las expectativas del siguiente son positivas. Además, por grandes sectores, es el empresariado de la construcción, transporte y de la hostelería los colectivos más optimistas. Por el contrario, el empresa-

(1) <https://www.funcas.es/textointegro/previsiones-economicas-para-espana-2024-2025-enero-2025/>

(2) <https://www.gobiernodecanarias.org/istac/estadisticas/economiageneral/empresas/empresas/E30199B.html>

riado del comercio, que no solamente tiene una valoración ligeramente inferior al total de la economía, sino que es la única algo inferior a la registrada hace un año.

Aun cuando Santa Cruz de Tenerife no es un municipio altamente dependiente del turismo, con una planta hotelera relativamente pequeña en comparación con otros territorios en Canarias, si es una actividad relevante dentro de la economía municipal. En este sentido, con datos provisionales del 2024, se estima que Santa Cruz de Tenerife fue visitado por 3.415.486 turistas; tanto residentes alojados en los hoteles de Santa Cruz; como por aquellos turistas que se alojaron en otros municipios de la isla e hicieron una excursión a la capital; y aquellos pasajeros de cruceros, que atracaron en el puerto de Santa Cruz.

Este año ha supuesto un incremento del 7,6% respecto al año anterior y es especialmente llamativo, si se tiene como referencia el año prepandemia, 2019, donde el aumento ha sido del 41,6%.

Desagregándolo por tipología del turista, se observa como el excursionista, es el turista que más presencia tiene en Santa Cruz, con el 72,9% del total, seguido a mucha diferencia del crucerista (19,6%) y de la clientela alojada en los hoteles de Santa Cruz (7,5%).

En todos ellos y especialmente a partir de la eliminación de las restricciones a la movilidad después de la pandemia, sus crecimientos han sido constantes y significativos, superando desde el año

2022 al periodo prepandemia. En este contexto, hay que destacar por encima de todo, al turista excursionista, que ha crecido respecto al año 2019, en un 48,3%. Esta clientela, que se aloja en los establecimientos hoteleros y extrahoteleros de toda la isla, ha alcanzado cifras récord de llegadas a Tenerife, vaticinando que a final de año se sitúen muy cerca de los 6,5 millones de turistas. Bajo este escenario, el municipio ocupa un lugar destacado, ya que Santa Cruz de Tenerife después del Teide, es el lugar más visitado entre los turistas, en prácticamente el 34% del total⁽³⁾.

Por su parte, aun cuando el turista crucerista también mantiene unos registros importantes y crecientes a lo largo de los últimos años, con un 31,5% más que en 2019, este colectivo ha sido el más le ha costado recuperarse después de la pandemia, sobre todo, por las medidas higiénico sanitarias impuestas en plazo muy corto de tiempo, que ocasionó un retraso a la adaptación a esta nueva realidad. Así, el turista crucerista tardó más en contar con valores superiores al año 2019⁽⁴⁾, cuando el resto de tipologías lo habían hecho un año antes.

Finalmente, señalar que el turista alojado en los hoteles de Santa Cruz mantiene un crecimiento constante y significativo a lo largo de los últimos años, aunque muy por debajo de las variaciones relativas de los otros dos grupos de turistas. Este colectivo se caracteriza por ser principalmente de nacionalidad española, alcanzando en este 2024, el 61,6% del total y además, muy superior a 2019. A mucha distancia se encuentran

procedencias como la alemana o del Reino Unido, con algo más del 4% del total cada una. Esto difiere mucho del turista que se aloja en el conjunto insular, donde el peso del turista español solamente representa el 17,9% del total, con prácticamente 4 de cada 10 turistas, provienen del Reino Unido y un 8,5% de Alemania. El motivo de este fenómeno se explica principalmente por el tipo de destino de Santa Cruz de Tenerife; un turismo urbano frente al de “Sol y Playa” del resto de la isla, que consecuentemente atrae a un público diferente. En este mismo contexto, la procedencia del turismo alojado en las Palmas de Gran Canaria, también urbano, es muy similar al observado en Santa Cruz.

Aun cuando bajo estos grandes indicadores presentados, la economía santacruzera refleja un buen comportamiento a lo largo de 2024, cuando se descende hacia las unidades básicas, como son las empresas y familias que residen en el municipio, se percibe como todavía existen muchos ámbitos de mejora: con empresas que deben hacer frente a una economía cada vez más competitiva en un entorno global y colectivos de personas, bajo situaciones en las cuáles no se están viendo beneficiados del buen momento económico.

Un ejemplo muy claro de esta situación se encuentra en el colectivo de personas en paro. Estas se caracterizan por tener más de 45 años, en 6 de cada 10 personas que buscan activamente un empleo y además, el 37% de estas personas de más de 45 años, llevan más de un año sin

un empleo. Otro rasgo característico de las personas que buscan un empleo en el municipio, es su carencia en formación, así, la mitad del colectivo en paro tiene educación máxima de primaria o inferior. Todos estos colectivos corren el riesgo de exclusión social si su situación personal o familiar se perpetua en el tiempo.

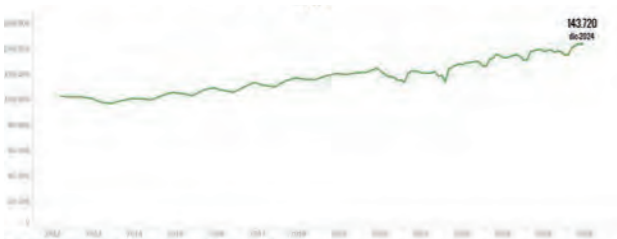
Bajo estas circunstancias es donde la Sociedad de Desarrollo. como entidad municipal, realiza proyectos, acciones y actuaciones para promover el desarrollo del territorio. A través de la puesta en marcha de proyectos para la promoción de la creación de empresas, mejora de la empleabilidad, fomento de la formación de los recursos humanos del municipio, promoción turística e impulso del comercio a través de políticas de desarrollo local y políticas de incentivos de la actividad económica.

A continuación, se mostrarán todas las acciones desarrolladas por la Sociedad de Desarrollo en este año 2024.

(3) En el caso del Teide es el 37,9% (2023- ISTAC)

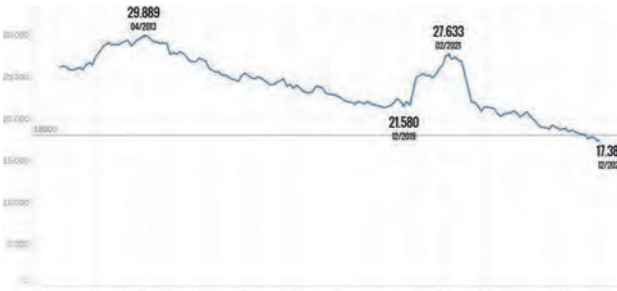
(4) Primer año con valores positivos en 2023

EVOLUCIÓN DEL EMPLEO REGISTRADO EN EMPRESAS UBICADAS EN S/C DE TENERIFE. 2012-2024



Fuente: ISTAC. Elaboración: Observatorio Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

EVOLUCIÓN DEL PARO REGIDTRADO EN SANTA CRUZ DE TENERIFE. 2011-2024



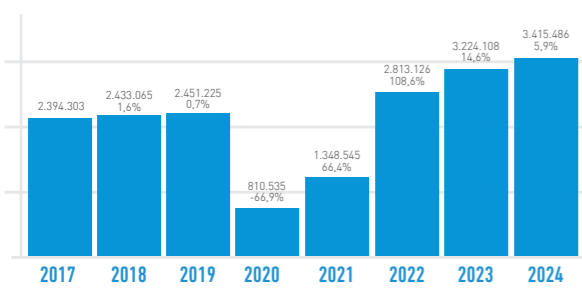
Fuente: Servicio Canario de Empleo. Elaboración: Observatorio Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL EN TENERIFE. PRIMER TRIMESTRE DE 2025

	ICE	DIFERENCIA RESPECTO 2024
Construcción	149,2	3,7
Transporte y hostelería	139,6	0,1
Total	135,7	1,6
Comercio	135,2	-0,8
Industria	135,1	0,9
Resto de sectores de servicios	129,7	4,1

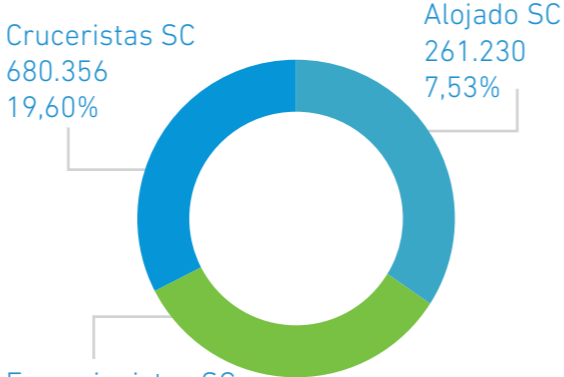
Fuente: ISTAC. Elaboración: Observatorio Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS EN SANTA CRUZ 2017- 2024*



(*) Estimación del mes de diciembre, ya que a fecha de 10 de enero, no están publicados los datos.
Fuente: ISTAC y Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife.
Elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

DISTRIBUCIÓN DEL PESO DE LA TIPOLOGÍA DE TURISTAS EN SANTA CRUZ, 2024*



(*) Estimación del mes de diciembre, ya que a fecha de 10 de enero, no están publicados los datos.
Fuente: ISTAC y Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife.
Elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

DISTRIBUCIÓN DEL TURISMO ALOJADO. SEGÚN TERRITORIO. ENERO-NOVIEMBRE 2024

	2019	2024
ESPAÑA	20,1%	53,9%
ALEMANIA	10,7%	4,5%
REINO UNIDO	36,2%	4,9%
FRANCIA	3,4%	3,2%
PAÍSES BAJOS	3,0%	0,9%
SUECIA	2,3%	1,2%
BÉLGICA	2,9%	0,7%
DINAMARCA	1,6%	0,7%
OTROS PAÍSES	19,9%	30,1%

	TENERIFE	SANTA CRUZ	TENERIFE	SANTA CRUZ
ESPAÑA	52,5%	53,9%	51,9%	62,7%
ALEMANIA	6,1%	4,5%	7,2%	5,1%
REINO UNIDO	4,2%	4,9%	5,8%	4,5%
FRANCIA	2,1%	3,2%	2,4%	3,5%
PAÍSES BAJOS	1,2%	0,9%	1,5%	1,0%
SUECIA	6,1%	1,2%	3,6%	0,8%
BÉLGICA	0,7%	0,7%	0,7%	0,8%
DINAMARCA	1,0%	0,7%	1,5%	0,5%
OTROS PAÍSES	26,2%	30,1%	25,4%	21,1%

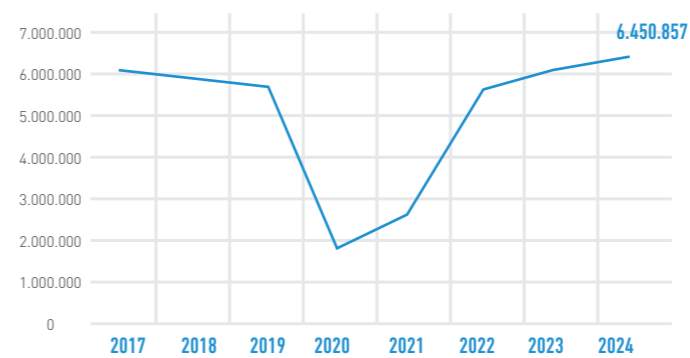
Fuente: ISTAC. Elaboración: Observatorio Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

AFILIACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL EN EMPRESAS UBICADAS EN SANTA CRUZ, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA 2024

	Tenerife			Santa Cruz de Tenerife		
	Empleos	Peso (%)	Variación interanual(%)	Empleos	Peso (%)	Variación interanual(%)
Actividades sanitarias y de servicios sociales	43.600	10,60%	5,19%	23.810	16,57%	3,25%
Comercio al por mayor y al por menor	73.495	17,87%	2,59%	22.155	15,42%	-7,32%
Educación	26.255	6,38%	3,43%	16.300	11,34%	3,99%
Actividades administrativas y servicios auxiliares	34.310	8,34%	7,19%	13.720	9,55%	4,53%
Administración pública y defensa: seguridad social	21.820	5,30%	-1,20%	13.260	9,23%	3,51%
Transporte y almacenamiento	23.150	5,63	8,03%	9.545	6,64%	13,77%
Hostelería	71.410	17,36%	4,36%	7.685	5,35%	4,34%
Otras	23.145	5,63%	2,07%	7.580	5,27%	3,06%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	18.400	4,47%	6,79%	6.590	4,59%	7,94%
Construcción	26.380	6,41%	0,94%	6.400	4,45%	12,38%
Información y comunicaciones	7.135	1,73%	2,66%	4.135	2,88%	0,24%
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	10.120	2,46%	7,26%	3.325	2,31%	11,95%
Actividades financieras y de seguros	4.395	1,07%	0,80%	3.300	2,30%	2,48%
Industria manufacturera	12.630	3,07%	0,08%	3.020	2,10%	4,14%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	10.650	2,59%	4,31%	1.685	1,17%	6,98%
Actividades inmobiliarias	4.420	107%	-4,95%	1.210	0,84%	2,98%
Total general	411.315	100,00%	3,69%	143.720	100,00%	3,06%

Fuente: ISTAC. Elaboración: Observatorio Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TURISTAS ALOJADOS EN TENERIFE 2017- 2024*



(*) Estimación del mes de diciembre, ya que a fecha de 10 de enero, no están publicados los datos.
Fuente: ISTAC y Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife.
Elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife



SANTACRUZ

II Área de Empleo,
Formación y Emprendimiento

02 Formación

02

La misión principal de la Sociedad de Desarrollo en materia de formación, es la mejora significativa de las competencias profesionales y personales de las personas desempleadas del municipio.

Área de Empleo, Formación y Emprendimiento

Formación

A continuación, trasladamos las principales acciones y proyectos de formación desarrollados a lo largo del año 2024.

Formación genérica

Objetivo general: Firmar acuerdos de colaboración con distintas entidades y profesionales de la formación para la puesta en marcha de planes formativos específicos que amplíen la oferta formativa del municipio y que contribuyan a mejorar la cualificación profesional y personal de los habitantes del municipio.

Se impartieron acciones formativas en modalidad presencial, sumando un total de horas de formación. Todas las acciones fueron impartidas en el Centro Municipal de Formación y Empleo de Santa Cruz de Tenerife y el alumnado participante fue de personas.

Las **14 acciones formativas** implementadas fueron:

- Búsqueda de empleo. Proyecto Cerrando la brecha digital
- Teje Carnival 2024
- Taller de arte floral
- Atención al cliente: cómo lograr un mayor impacto
- Borda, remienda y personaliza tu ropa y complementos
- Certificado digital
- Diseña y vende tus propios productos textiles
- Aprende a arreglar tu ropa
- Marca personal y redes sociales: potenciando tu empleabilidad
- Marca personal y estrategias digitales: posiciona tu negocio
- Emplead@s al servicio del hogar familiar: conoce tus derechos
- Aprende a interpretar tú nómina
- Comunicación y colaboración: claves para el éxito profesional
- Contabilidad práctica para principiantes

Proyecto Teje el porvenir 2023



Programa de higiene y seguridad alimentaria

En octubre de 2024 se inició, en colaboración con un proveedor de formación seleccionado, el programa formativo de higiene y seguridad alimentaria. En este programa se imparte formación, tanto en modalidad presencial como en modalidad online, en dos especialidades:

- Manipulación de Alimentos.
- Gestión de alérgenos en hostelería y restauración.

Se impartieron **27 acciones formativas**, con un total de **244 horas y 124 participantes**.

Santa Cruz Form@

Desde hace varios años, el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife y la Sociedad de Desarrollo han apostado por la formación online. Así, durante los años 2020 y 2021 se puso en marcha la **plataforma municipal de formación Santa Cruz Form@**, en la que se ofertaron **250 cursos de autoaprendizaje**, de diferentes especialidades y gratuitos para todas las personas empadronadas en el municipio de Santa Cruz de Tenerife.

En diciembre de 2023 se inició de nuevo este servicio, poniendo a disposición de la ciudadanía una nueva plataforma Santa Cruz Form@, que estará activa hasta el 31 de diciembre de 2025 y cuyo objetivo es ofrecer formación online gratuita de

autoaprendizaje y autoevaluación, de gran interés y que cubra las necesidades formativas de la ciudadanía.

Santa Cruz Form@ tiene una oferta superior a los **300 cursos entre 20 y 100 horas**, distribuidas en las siguientes 20 familias profesionales:

- Administración y gestión
- Comercio y marketing
- Hostelería y turismo
- Artes gráficas
- Agraria
- Edificación y obra civil
- Electricidad y electrónica
- Energía y agua
- Imagen personal
- Imagen y sonido
- Industrias alimentarias
- Instalación y mantenimiento
- Fabricación mecánica
- Sanidad
- Seguridad y Medio ambiente
- Servicios socioculturales y a la comunidad: formación
- Transporte y mantenimiento de vehículos
- Informática y comunicaciones
- Idiomas: inglés, francés y alemán
- Soft Skills

Las personas que superan una acción formativa obtienen un diploma acreditativo de su formación.

Durante el año 2024, se han finalizado 414 cursos en la plataforma, con un total de 15.776 horas de duración.

Proyecto Teje Peques 2023

El proyecto “Teje Peques 2023” fue patrocinado por Fundación Canaria Cajasiete. Comenzó el 16 de octubre de 2023 y finalizó el 19 de febrero de 2024 y participaron **12 personas**.

Objetivos generales:

- Formación ocupacional para personas desempleadas en la especialidad de confección textil infantil y patronaje básico infantil.
- Fomento y apoyo a la creación de empresas en el municipio.
- Dotación de menaje y ropa infantil para personas con dificultades económicas.

El Proyecto “Teje Peques 2023” tuvo una duración total de **336 horas** y se incluyeron los siguientes contenidos:

- Taller de confección textil infantil (150 horas)
- Patronaje básico Infantil (50 horas)
- Competencias personales y sociales (30 horas)
- Taller de competencias digitales básicas (6 horas)
- Prácticas no laborales en empresas (100 horas)

Desde el 11 de enero al 19 de febrero de 2024, cinco alumnas hicieron las prácticas no laborales en las siguientes empresas del sector:

- La Trajería
- Todo Costura
- Ancoratex
- Smil3s.

Proyecto Teje Peques 2024

El proyecto “Teje Peques 2024” fue patrocinado por Fundación Canaria Cajasiete. Comenzó el 3 de junio de 2024 y finalizó el 11 de octubre de 2024 y participaron 13 personas desempleadas, en edad laboral.

Santa Cruz Form@



Objetivos generales:

- Formación ocupacional para personas desempleadas en la especialidad de confección textil infantil y patronaje básico infantil.
- Formación prelaboral en competencias personales y sociales.
- Dotación de menaje y ropa infantil para personas con dificultades económicas.

El Proyecto “Teje Peques 2024” tuvo una duración total de 336 horas y se incluyeron los siguientes contenidos:

- Taller de confección textil infantil (150 horas)
- Patronaje básico Infantil (50 horas)
- Competencias personales y sociales (30 horas)
- Taller de competencias digitales básicas (6 horas)
- Prácticas no laborales en empresas (100 horas)

El proyecto “Teje Peques 2024” finalizó con el módulo de 100 horas de prácticas no laborales en empresas. Este módulo se ofreció de manera opcional para el alumnado y finalmente lo realizaron 4, de los 13 participantes en el proyecto. Estas prácticas iniciaron el 19 de septiembre y finalizaron el 16 de octubre de 2024, en las siguientes empresas del sector:

- Ancoratex (1)
- La Trajería (2)
- Taller de costura Elisa de Abreu (1)

Proyecto Teje el porvenir 2024

El proyecto “Teje el Porvenir 2024” está financiado por la Fundación DISA, Fundación Enmasa y en tercer lugar y con una aportación de la Compañía de las Islas Occidentales.

El objetivo general del proyecto es la formación ocupacional en las especialidades de confección textil, patronaje básico y pintura sobre tela, así como la formación pre-laboral en competencias personales y sociales, competencias digitales básicas y formación complementaria en cápsulas de conocimiento, con fin de dotar de menaje, accesorios y ropa a centros de asistencia social.

El proyecto se imparte en el taller de confección textil del Centro Municipal de Formación y Empleo de Santa Cruz de Tenerife.

El alumnado participante son 13 personas desempleadas, en edad laboral.

El programa formativo del proyecto “Teje el Porvenir 2024” comenzó el 14 de octubre de 2024 y finalizará el 14 de marzo de 2025. Tiene una duración total de **465 horas** desglosadas en los siguientes módulos y sesiones formativas:

- Taller de confección textil (200 horas)
- Patronaje básico (50 horas)
- Pintura sobre tela (20 horas)
- Competencias personales y sociales (30 horas)
- Competencias digitales básicas (6 horas)



Foto Tejepeques 2024. Clausura



Foto Tejepeques 2024. Bienvenida

- Cápsulas de conocimiento (9 horas)
- Prácticas no laborales en empresas (150 horas) *Opcionales

El proyecto comenzó con el taller de confección textil y la formación en patronaje básico. A lo largo del desarrollo de estos módulos se han elaborado diferentes artículos de menaje, accesorios y ropa infantil, que se entregarán al IMAS (Instituto Municipal de Atención Social) al finalizar el proyecto.

El programa formativo se complementa con 9 horas de cápsulas de conocimiento, 6 horas de competencias digitales y 30 horas de competencias personales y sociales, con el objetivo de ofrecer a las personas participantes herramientas para un trabajo interno a nivel emocional y social. Se imparte formación en habilidades emocionales y sociales, como paso previo para la preparación de las personas participantes para la búsqueda activa de empleo.



Foto Foto Tejeporvenir 2024.1



Foto Foto Tejeporvenir 2024.2

Proyecto de Formación en Alternancia con el Empleo PFAE Enjoy Santa Cruz VI

El Proyecto de Formación en Alternancia con el Empleo, PFAE Enjoy Santa Cruz VI, es un programa público de empleo-formación, subvencionado por el Servicio Canario de Empleo. El objetivo general de este proyecto es cualificar profesionalmente a los 15 alumnos/as-trabajadores/as participantes, a través de la obtención del Certificado de Profesionalidad de “Promoción turística local e información al visitante”, de manera que adquieran las competencias profesionales relacionadas con el segmento económico al que hace referencia el objeto del mismo y con el fin de promocionar y comercializar destinos turísticos locales, gestionando servicios de información turística y participando en la creación, comercialización y gestión de productos y servicios turísticos del entorno local.

Además de recibir la formación del certificado de profesionalidad, el alumnado trabajador del proyecto Enjoy Santa Cruz VI recibe formación complementaria en Prevención de riesgos laborales, Sociedad de la información, Igualdad de oportunidades, Sensibilización medioambiental, Alemán turístico Francés turístico, Descubriendo Santa Cruz desde la perspectiva de la historia, Guía de ruta e interpretación del patrimonio, Rutas gastronómicas de Santa Cruz, Turismo accesible y Nuevas tecnologías en el sector turístico.

Todas las personas participantes tienen un contrato de formación y aprendizaje y combinan la formación teórico-práctica con el desarrollo de servicios de utilidad pública en las siguientes líneas de trabajo:

- LÍNEA 1: Servicios de información turística (Manual de buenas prácticas, oficina de turismo, Casa del Carnaval, información itinerante).
- LÍNEA 2: Rutas turísticas guiadas-autoguiadas por la ciudad.
- LÍNEA 3: Calidad de servicios y cliente misterioso.
- LÍNEA 4: Sistema integral de calidad turística en destino.
- LÍNEA 5: Gestión de incidencias en el espacio turístico: señalética, movilidad, mobiliario urbano, etc.
- LÍNEA 6: Santa Cruz Film Office.
- LÍNEA 7: Proyecto Degusta.
- LÍNEA 8: Eventos turísticos.
- LÍNEA 9: Informes, censos y actualización de datos de turismo



Foto PFAE Aula 1

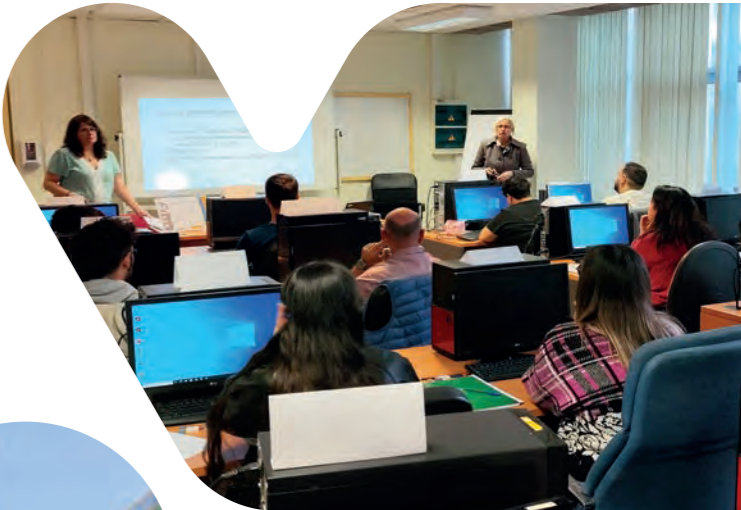


Foto PFAE Aula 2



Foto PFAE grupo completo



Foto PFAE Casa del Carnaval



Foto PFAE Cruceros

Foto PFAE Cruceros



Proyecto de Formación categoría de peones

Programa formativo en competencias claves. Convenio "Intervenciones en los barrios de Santa Cruz de Tenerife. Anualidades 2023-2024 y 2024-2025". Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.

Estos proyectos del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife están financiados mediante la convocatoria de subvención del Servicio Canario de Empleo, destinada al desarrollo de proyectos generadores de empleo en colaboración con las corporaciones locales municipales de la Comunidad autónoma de Canarias, en los que se incorporan planes de formación que mejoren la empleabilidad de los trabajadores/as participantes, dirigida a parados de larga duración.

Objetivos del proyecto:

- Revalorizar los espacios públicos en el ámbito urbano del municipio
- Mejorar la situación de empleabilidad del personal adscrito a la ejecución de los trabajos.
- Permitir el acceso a un salario a colectivos de personas desfavorecidas, muchas de ellas en situación de exclusión social
- Educar en valores al personal adscrito al Proyecto, en especial en lo referido con la igualdad de género y el respeto a las diversidades.

Durante el año 2024, se han ejecutado dos proyectos:

- Convocatoria 2023-2024: inició el 1 de diciembre de 2023 y finalizó el 15 de julio de 2024.
- Convocatoria 2024-2025: inició el 1 de diciembre de 2024 y finalizará el 15 de julio de 2025.

Las personas trabajadoras realizan trabajos de limpieza y trabajos de pintura y albañilería en los 5 distritos del municipio, al mismo tiempo que reciben preparación para la superación del examen de las competencias claves en matemáticas, lengua e inglés.

- En el proyecto 2023-2024 participaron un total de 108 personas en la categoría de peones/as.
- En el proyecto 2024-2025 participan 108 personas en la categoría de peones/as.

Un equipo de 7 docentes y 1 orientadora laboral, imparten la formación sobre competencias clave nivel 2 y nivel 3 (inglés, matemáticas y lengua), además de formación en igualdad de oportunidades, diversidad afectiva sexual y de género, prevención y gestión de conflictos, sensibilización ambiental, competencias digitales y orientación laboral.

Además, estos proyectos cuentan con oficiales, encargados, aparejadores y un técnico de prevención de riesgos laborales.

Ambos proyectos se organizan en grupos, dos por cada distrito de la ciudad, contando con un total de 10 grupos, que alternan la formación en el aula con el trabajo en la calle, con un peso del 40%-60% respectivamente.

En cuanto a los resultados de las pruebas de competencias claves nivel 2 y nivel 3, en el proyecto de la convocatoria 2023-2024, de los alumnos/as participantes en la Formación, se han presentado un total de 90 personas a las pruebas de Matemáticas e Inglés y 91 a Lengua de Nivel 2, mientras que a las pruebas de Nivel 3 de las tres materias se presentaron 86. Se exceptúan aquellos que estaban en situación de baja médica en ese momento.

En el Nivel 2 en la asignatura de Matemáticas, el porcentaje de aprobados ha sido el 84,44%; en la asignatura de Lengua ha sido el 76,92 % y en la asignatura de Inglés el 26,67%.

En el Nivel 3, en la asignatura de Matemáticas el total de aprobados ha sido el 79,06%; en la asignatura de Lengua ha sido el 62,79% y en Inglés ha sido el 5,81%. Las pruebas para el proyecto 2023/2024 se realizaron en el mes de junio de 2024.

En cuanto al proyecto de la convocatoria 2024/2025, las pruebas de Competencias clave se realizarán en el mes de junio y el proyecto finalizará el 15 de julio.



Proyecto Hello Europe prácticas Cáritas



Proyecto Hello Europe

Proyecto Hello Europe

Mediante el Acuerdo de Cooperación Transnacional para la implementación del proyecto "Hello Europe – Perspektiven entwickeln" como parte del programa ESF Plus, "JUVENTUS: Reforzar la movilidad para una Europa social", la entidad alemana Beschäftigungsförderung Göttingen (kAöR) y la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife S.A.U colaboran para mejorar las oportunidades de inserción de jóvenes alemanes al permitirles una experiencia en un país diferente al suyo,, adquiriendo experiencia profesional y nuevas habilidades además de competencias lingüísticas en lengua española.

La estancia del grupo de jóvenes tuvo lugar desde el día 11 de octubre hasta el 13 de diciembre de 2024. Formado por 11 jóvenes, 8 hombres y 3 mujeres de la ciudad de Göttingen, en Alemania.

Asistieron a un curso de español de 54 horas y actividades complementarias como visitas a museos y excursiones por la isla.

Además, realizaron prácticas no laborales desde el 21 de octubre hasta el 12 de diciembre en las empresas siguientes:

Sagrera Canaria, Zona Verde, Fundación Canaria Buen Samaritano, Cáritas Tenerife, Centros educativos de Tenerife, Centro hípico S.C., NK automoción, Asociación bienestar ambiental Abia, Hecansa y Premium Sneaker S.L. (Goods).

Formación Interna para los trabajadores y trabajadoras de la entidad.

La formación interna tiene como objetivo general dar respuesta a las necesidades de mejora de las competencias y cualificaciones de los trabajadores y trabajadoras de la empresa, permitiendo compatibilizar la mayor eficacia, eficiencia y mejora de la calidad de los servicios prestados con el desarrollo personal y profesional.
En la anualidad 2024 se realizaron 2 acciones formativas individuales:
Experto en Inteligencia Artificial aplicada al

Marketing digital, de 40 horas (modalidad online)
La responsabilidad contable y su exigencia por el tribunal de cuentas 2024 de 7 horas de duración. (modalidad presencial)

Además, un trabajador ha asistido a la acción formativa "EL ACOSO LABORAL", de 4 horas, incluida en el Plan de formación 2024 del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.

INDICADORES TOTALES DE ACCIONES REALIZADAS

	ACCIONES FORMATIVAS	TOTAL HORAS	ALUMNADO FINAL	HOMBRES	MUJERES
HIGIENE Y SEGURIDAD ALIMENTARIA	27	244	108	56	52
CONVENIO AYUNTAMIENTO PLD 23-24	80	3.600	104	67	37
PROYECTO "TEJE PEQUES 2024"	4	236	12	2	10
PROYECTO "TEJE EL PORVENIR 2024"	4	95	9	0	9
SANTA CRUZ FORM@	414	15.776	414	164	250
FORMACIÓN GENÉRICA	14	274	134	21	113
PROYECTO DE PROXIMIDAD Y ACOMPAÑAMIENTO SOCIOEDUCATIVO EN LOS SERVICIOS SOCIALES MUNICIPALES	16	615	73	7	66
PFAE ENJOY SANTA CRUZ VI	11	468	15	6	9
HELLO EUROPE	1	54	9	6	3
TOTALES	571	21.362	878	329	549

Foro ²⁰²⁴ Futuro Urbano

■ Estrategias de innovación y colaboración

Organiza:



Santa Cruz de Tenerife
AYUNTAMIENTO

SOCIEDAD
DE DESARROLLO

Colabora:

CABILDO  TENERIFE

tenerife!
despierta emociones

II Área de Empleo,
Formación y Emprendimiento

03
Servicio de
Intermediación
Laboral



Área de Empleo, Formación y Emprendimiento

Servicio de intermediación laboral

El servicio de intermediación laboral de la Agencia de Colocación de la Sociedad de Desarrollo (en adelante, "la Agencia") constituye un instrumento clave para enlazar las oportunidades de trabajo con las personas que buscan empleo o aspiran a mejorar su situación laboral, impulsando de esta forma la integración social mediante el empleo.

Para lograr la efectividad de este proceso, es esencial fundamentarse en información precisa y detallada, tanto en la descripción de los puestos de trabajo a cubrir como en la valoración de las capacidades profesionales de las personas candidatas. En este mecanismo interactúan tres actores principales: la empresa que presta el servicio de intermediación, la empresa que necesita cubrir las vacantes y los trabajadores que prestarán sus servicios en dichas empresas.

En España, este proceso está regulado por la Ley de Empleo, que lo reconoce como un servicio de carácter público, ofrecido tanto por los servicios públicos de empleo como por agencias de colocación autorizadas. Según el artículo 31 de la Ley de Empleo de 2015, la intermediación laboral se define como el *"...conjunto de acciones*

que tiene por objeto poner en contacto las ofertas de trabajo con los trabajadores que buscan un empleo, para su colocación."

En agosto de 2012 la Sociedad de Desarrollo fue autorizada por el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) como Agencia de Colocación con nº de autorización 05-00000010.

Es en el centro municipal de Empleo y Formación ubicado en el barrio de Ofra de la capital tinerfeña desde donde se prestan los servicios de la agencia caracterizándose por ser servicios gratuitos y universales.

Con el propósito de eliminar barreras entre las personas que se encuentran en la búsqueda de oportunidades laborales y el tejido empresarial, la Sociedad de Desarrollo desde la Agencia continúa apostando por su portal de empleo www.emplea-santacruz.com, siendo los servicios que se prestan los siguientes:

- Asesoramiento Empresarial
- Orientación Laboral
- Formación
- Intermediación Laboral

El entorno empresarial, caracterizado por su dinamismo y constante evolución, plantea necesidades diversas que demandan soluciones rápidas y eficaces. Entre estas, destaca la identificación de personal cualificado que garantice la continuidad operativa de las organizaciones. En este contexto, la intermediación laboral se configura como una herramienta clave, proporcionando una respuesta óptima para atender las demandas empresariales y fortaleciendo, a su vez, el mercado laboral.

Los servicios descritos se alinean con los principios constitucionales que garantizan la igualdad de oportunidades en el acceso al empleo y la prohibición de cualquier forma de discriminación. En respuesta a las necesidades de las personas en búsqueda activa de empleo, así como a la diversidad de recursos existentes en el ámbito de la intermediación laboral, la Agencia implementa un procedimiento simplificado que facilita el acceso directo a las ofertas laborales.

Desde la perspectiva empresarial, la disponibilidad de una plataforma en línea que permite la publicación de ofertas de empleo y el acceso a una base de datos de aproximadamente 50.000 profesionales registrados constituye un beneficio estratégico significativo. Esta herramienta no solo optimiza los costos administrativos asociados al proceso de contratación, sino que también incre-

menta la efectividad en la cobertura de vacantes, contribuyendo así a la mejora de la tasa de ocupación.

Las principales líneas de acción que componen el servicio de intermediación laboral de la Agencia son:

1. Prospección Laboral

La identificación y localización de las oportunidades laborales que genera el tejido productivo empresarial son las premisas vinculadas a esta línea de acción. Los canales utilizados para la prospección de oportunidades laborales incluyen:

- Participación en foros y eventos empresariales.
- Contacto directo con empresas.
- Búsqueda organizada a través de redes sociales como LinkedIn y Facebook.
- Utilización de bases de datos empresariales disponibles en la Sociedad de Desarrollo.



Job Dating

A continuación, relacionamos algunos de ellos:

V Edición Feria de Empleo-Job Dating

El 11 de abril tuvo lugar en el Centro Comercial Siam Mall la V Edición de la Feria de Empleo “Job Dating” organizada por Asociación de Dirección y Gestión de RRHH de Empresas Hoteleras, Extrahoteleras y de Otros Sectores de Canarias (GEHOCAN) junto con el Ayuntamiento de Adeje y el Centro Comercial Siam Mall.

Asistieron más de 5000 personas en situación de búsqueda de empleo así como, 50 empresas pertenecientes a la hostelería, comercio y servicios.

Conectar a empresas y profesionales en una jornada de orientación, selección y educación laboral fueron los objetivos que primaron en el desarrollo de este encuentro.



Talent&Job Feria Virtual de Empleo

III Feria Virtual de Empleo Universitario y de Formación Profesional Talent & Job

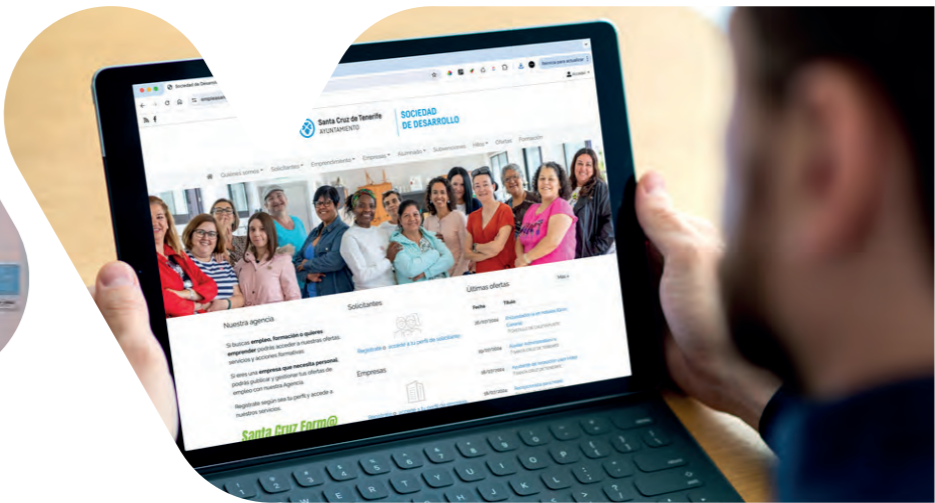
Esta feria virtual organizada por la Universidad de La Laguna y Caja Canarias tuvo lugar los días 18 y 19 de abril y tuvo como objetivo conectar el talento universitario y de formación profesional con las oportunidades y necesidades del mercado de trabajo.

El alumnado universitario y de formación profesional, público objetivo de la feria, pudo realizar evaluaciones de personalidad, de competencias digitales con el objetivo de ayudarles a conocerse mejor. La oportunidad de descubrir sus soft skills y prepararse para el mundo laboral fueron los objetivos principales de la feria así como, generar sinergias entre las empresas participantes.

En esta feria participaron 65 empresas que ofertaron 240 oportunidades laborales. También se llevaron a cabo 20 conferencias, diálogos y debates, en los que se puso foco a la importancia que puede jugar



Centro Municipal de formación y empleo



Accede a www.empleasantacruz.com



Foro Futuro Urbano, Futurama

aspectos como el voluntariado en la configuración del currículo del profesional, el emprendimiento como una opción de desarrollo profesional, o la perspectiva de un mercado de trabajo con visión global para los perfiles universitarios y de formación profesional.

Asamblea REDEL-Foro Futuro Urbano

La Sociedad de Desarrollo desempeña un papel clave en la transformación económica de Santa Cruz de Tenerife, enfocando sus esfuerzos en el fomento del empleo, el emprendimiento y el desarrollo turístico.

Los días 23 y 24 de octubre se celebró este encuentro con el objetivo de posicionar a Santa Cruz de Tenerife como referente en el uso de la gastronomía como motor de

desarrollo local. A través de experiencias, ponencias, y visitas guiadas, se analizaron el impacto de la gastronomía en el turismo, la economía local y la identidad cultural, destacando la colaboración entre el sector público y privado.

Conjuntamente se celebró la asamblea REDEL que promueve la innovación en las políticas de desarrollo económico y apoya iniciativas que fomenten la creación de empleo a través de la dinamización del comercio, la gastronomía y el turismo.

Encuentro Técnico para Empresas del Sector Audiovisual-Futugrama.

El sector audiovisual tiene una fuerte repercusión sobre el territorio. El primer gran efecto, lo conforma su influencia directa sobre la economía municipal. Tanto a través de la contratación directa de

personal, fundamentalmente figurantes y personal técnico de apoyo, como su capacidad para dinamizar y diversificar las economías locales, dado su elevado efecto multiplicador. Asimismo, esta actividad atrae a lo largo de todo el año a equipos de trabajo, lo cual incrementa la demanda turística.

Es por lo anteriormente expuesto que la Sociedad de Desarrollo apostó por organizar el “Encuentro Técnico con Empresas del Sector Audiovisual-Futugrama” que tuvo lugar el pasado 26 de noviembre en el Hotel Iberostar Heritage Grand Mencey.

Este evento responde a una serie de necesidades estratégicas para la Sociedad de Desarrollo:

- **Impulsar la empleabilidad en el sector audiovisual** local, identificando nichos de trabajo en los que se pueda generar empleo sostenible.
- **Promover el intercambio de conocimientos y buenas prácticas** mediante el encuentro de técnicos y profesionales del sector audiovisual.
- **Crear un entorno propicio** para el intercambio, la formación y el desarrollo de proyectos audiovisuales en un marco internacional.
- **Validar** con el sector audiovisual las prioridades de futuros proyectos de la Sociedad de Desarrollo.

2. Gestión de Ofertas de Empleo

La gestión de los procesos de selección de personal que lleva a cabo la Agencia se realiza íntegramente a través del portal alojado en la página **www.empleasanta-cruz.com**. Tanto las empresas que necesitan cubrir vacantes como las personas en situación de búsqueda activa de empleo o mejora de empleo han de realizar su registro en dicho portal.

Cabe destacar que el procedimiento que implica la gestión de las ofertas de trabajo está formado por las siguientes etapas:

Análisis de las ofertas de empleo y captación de profesionales.

Tras la captación de la oferta de trabajo se lleva a cabo un doble análisis para localizar a los profesionales que participarán en el proceso de selección:

- **Auto-candidatura:** son aquellos profesionales en búsqueda activa de empleo o en situación de querer mejorar su situación laboral que han solicitado participar en una oportunidad laboral directamente a través de la oferta de trabajo publicada en el portal de empleo.
- **Búsqueda-sondeo:** Se realiza una explotación de datos del portal con el objetivo de localizar profesionales que cumplan los requisitos exigidos por parte del cliente-empresa. Se procede a contactar con estas personas y se les informa de la oferta de trabajo solici-

tándoles que manifiesten si tienen interés y disponibilidad para participar en los procesos de selección.

Cruce demanda-oferta

El servicio de intermediación laboral evalúa las competencias personales y profesionales de los candidatos para determinar su idoneidad para un puesto específico. A través de este servicio, se facilita la conexión entre profesionales que cumplen con los requisitos y las empresas que buscan profesionales candidatos con esas características.

Derivación de profesionales a las empresas:

El portal de empleo coordina el envío de las personas candidatas que desean participar en los procesos de selección de personal de las empresas que colaboran con la Agencia. Las empresas pueden revisar los perfiles propuestos y continuar con el proceso de selección de acuerdo a sus propios criterios.

3. Asesoramiento básico en materia de recursos humanos

Este servicio proporciona asistencia especializada a las empresas que necesitan adaptar los perfiles de sus puestos vacantes para optimizar la eficiencia y el rendimiento de su personal. Tanto las empresas como los posibles empleados deben comprender y adaptarse a los constantes cambios en la legislación laboral.

4. Asesoramiento en materia de fomento a la contratación

La Agencia asegura una comunicación continua con las empresas, proporcionándoles información actualizada sobre las medidas y convocatorias vigentes destinadas a fomentar la contratación de personal.

Con el objetivo de ofrecer este servicio de manera eficiente, se realiza un seguimiento constante y detallado de todas las convocatorias, subvenciones y bonificaciones disponibles, garantizando así su alineación con las iniciativas dirigidas a la promoción activa del empleo.

5. Programa de Incentivos Publicitarios para empresas socialmente responsables con la formación y el empleo

La intermediación laboral constituye un componente esencial de la responsabilidad social corporativa de las unidades de negocio. En este sentido, resulta fundamental que las empresas cuenten con incentivos que les permitan destacar su contribución al desarrollo social de la ciudad, no solo en términos del volumen de contrataciones realizadas, sino también en relación con la calidad de los empleos generados y la consolidación de los puestos de trabajo. Mediante la puesta en marcha del Programa de Incentivos Publicitarios la Sociedad de Desarrollo en cumplimiento de su misión asume el compromiso de otorgar visibilidad y reconocimiento público a aquellas empresas que han depositado su

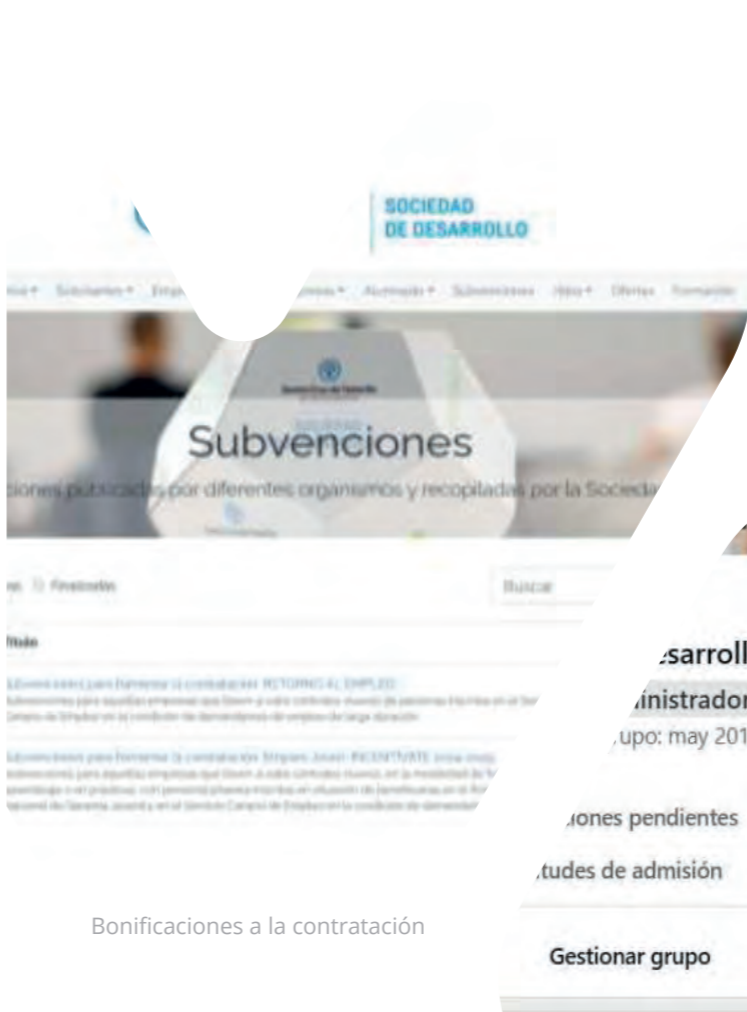
confianza en la Agencia para la gestión de sus procesos de selección de personal, como muestra de su compromiso con la mejora de la calidad de éstos así como, los puestos de trabajo que consolidan.

El Programa de Incentivos Publicitarios incluye:

- Diploma de empresa colaboradora.
- Menció n en notas de prensa.
- Difusión en redes sociales.
- Promoción en la página de fans de Facebook de la Agencia de Colocación.
- Menció n en la memoria anual de la Sociedad de Desarrollo.

Además, en el caso de aquellas empresas que gestionen sus procesos de selección de personal con nuestra entidad accederán no sólo a los incentivos publicitarios mencionados anteriormente sino que además:

- Recibirán un Distintivo como Empresa Socialmente Responsable con el Empleo.
- Podrán acceder a nuestros espacios para que las empresas o profesionales puedan colocar su material promocional.
- Les incluiremos en nuestra red de LinkedIn de “Empresas y Profesionales Socialmente Responsables con el Empleo”.





Encuentro Técnico Intermediación



Ofertas de empleo en Santa Cruz Impulsa

En el ejercicio 2024 han sido las siguientes:

- ACCIÓN LABORAL
- ADÁN Y RODRÍGUEZ ASESORES S.L.
- ADOLFO BELTRAN OCAÑA
- AEROMÉDICA CANARIAS S.L.U.
- AGUAS CUMBRES DE ABONA
- AMIANTO TRABAJOS Y CONSTRUCCIONES, S.L.
- ANA FEAGAS HERNÁNDEZ
- ARM GAMA BLANCA
- ASOCIACIÓN INSERTA EMPLEO
- ATLANTA VISION S.L.U.
- AUTEIMA CANARIAS, S.L.
- BE ENERGY PART
- BELIA CANARIAS SL
- CANARED S.L.
- CANARIAS TABACO VENDING S.L
- CANARIAS VERDE CÉSPED ARTIFICIAL S.L.
- CANARY CONCRETE S.A.
- CURTIS SINAPSIS

- DEPENDCARE S.L.
- ECATAR CANARIAS, S.L.U.
- ECOBAC GROUP CANARIAS
- ELSACORT S.L.
- ESPUMAS TENERIFE S.L.
- EURO TOUR EXPRESS S.L.
- EUROFINS MAS CONTROL S.L.U.
- EVA RODRÍGUEZ LORENZO
- FAROBAG
- FEEDCAN DISTRIBUCIONES S.L.U.
- LA FLORISTERIA
- FRANCISCO JOSÉ GUIANCE DEL PINO
- FRIOGAR S.L.
- FUNDACION CANARIA DE JUVENTUD
- FUNDACIÓN CANARIA NOVAVIDA
- GRUPO CAECIAS S.L.U.
- GRUPO FLY LUXURY
- HARTFORD INTERCENCIÓN SOCIAL, CULTURAL Y EDUCATIVA

- HENKO SHOWROOM S.L.
- HOME2BOOK
- ICOD SERVICIOS EXPRESS S.L.
- ILVIS ENRIQUE ROJAS YSAAC
- IN SIDE LOGISTICS CANARIAS, S.L.
- INMOVALE, S.L.
- INNOVACIÓN DIGITAL EDUCATIVA,SL
- JOSÉ ALEJANDRO MARTÍN VAQUERO
- JOSE ANTONIO ARVELO LUTZARDO
- KATIUSKA MARTINEZ BRACHO
- KRASS FOOD S.L.
- LA TARTERÍA
- LA TIJERA DE FANNY
- LEE HECHT HARRISON, S.L.U.
- MARIA CANDELARIA MEDINA CRUZ
- MARIANA OLALDE
- MONTELONGO ASESORES S.L.
- MUTUA BALEAR, MUTUA COLABORADORA CON LA SEGURIDAD SOCIAL Nº 183
- MUTUA DE ACCIDENTES DE CANARIAS
- NOELIA LUIS CENTENO
- NOGAL STUDIOS S.L.
- OCON CANARIA DE TRANSPORTES
- OPTIMIZA GESTORES DOCUMENTALES S.L.
- PELUQUERÍA Y ESTÉTICA MARISA
- PRICEWATERHOUSECOOPERS DIGITAL TECHNOLOGY SERVICES, S.L.U.
- PROSEGUR SOLUCIONES INTEGRALES DE SEGURIDAD ESPAÑA, S.L.
- PRYSMA PRODUCTOS Y MATERIALES S.L.U
- PULIDO BECERRA MARIA ISABEL
- PULIDO Y CERVERA, SOCIEDAD CIVIL PROFESIONAL
- RANDSTAD CONSULTORES Y SOLUCIONES DE RECURSOS HUMANOS, S.L.U.
- REPUESTOS ANDRÉS S.L.
- REPUESTOS URUGUAY S.A.

- RESA ATLANTIC S.L.U.
- ROQUELINA OLANO LLANES
- SANTACRUCERA DE AGUAS S.L.
- SERLIN GLOBAL S.L.U.
- SMART MOTION SOCIEDAD CIVIL
- STANDING CANARIAS SL
- SUÁREZ Y SUÁREZ S.L.
- TALLER DE ISA
- TALLER TODO COSTURA
- TALLER YANIRA TORRES
- TALLERES FRANCISCO GARCIA MARTÍN, S.L.U.
- TENEDIESEL INYECCIÓN, S.L.
- TENERIFEWE 1998 S.L.U.
- TERMINALES CANARIOS S.L.
- TODO INCLUIDO EN GAFAS OPTICAS S.L.
- TRANSPORTES INTEGRALES FLAX
- TRANSPORTES ITAICO S.L.
- VANESSA SANTANA JUSTO
- VIVIANE UZUM
- WE ARE CONTRACT CANARIAS S.L.U.
- ZONA DE DÍA S.L.U.

6. Posicionamiento en redes sociales

En un mundo cada vez más digitalizado, contar con una sólida presencia en redes sociales es fundamental para establecer credibilidad, generar confianza y construir relaciones duraderas con clientes actuales y potenciales. Además, las redes sociales permiten ampliar el alcance más allá de las fronteras locales, creando un efecto positivo en la proyección y visibilidad de los servicios que presta la Agencia.

Como parte de nuestra estrategia de marketing digital centrada en la intermediación laboral, la Agencia refuerza su integración en el tejido empresarial a través de su perfil en Facebook: **@AgenciaColocacionSCTFE**.

A través de este canal, se comparten recursos y servicios gratuitos y universales en áreas clave como la formación, el empleo y el emprendimiento, ofrecidos por la Agencia.

También, se destacan los procesos de selección de personal que se gestionan, conectando a empresas y talento de manera eficiente.

La dinamización y el contenido estratégico de este perfil no solo mejoran la visibilidad de los servicios de la Agencia, sino que también consolidan su posicionamiento como referente en el ámbito de la intermediación laboral ejerciendo un efecto positivo de arrastre.

Además, administramos el grupo de Facebook **“A Menos de Seis Grados de Separación”** en la que se comparte:

- Ofertas de trabajo
- Noticias vinculadas al empleo.
- Formación gratuita

Este grupo también facilita la interacción y seguimiento de los participantes en los proyectos integrales de empleo gestionados por la Agencia, lo que permite detectar su progreso en la búsqueda de empleo y su inserción en el mercado laboral una vez finalizan los programas.



Accede a Agencia de Colocación de la Sociedad de Desarrollo de SC de TFE

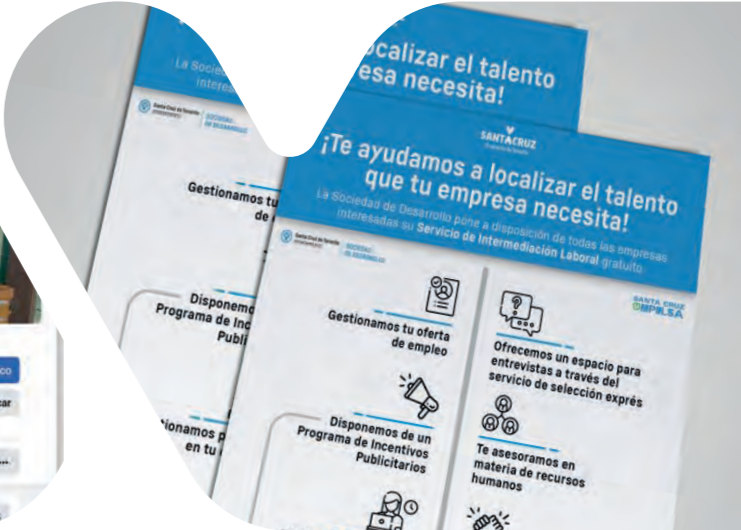
Continúa la tendencia positiva de crecimiento de este grupo en cuanto al número de suscriptores se refiere.

En cuanto a la segmentación por edad y sexo de las personas suscriptoras cabe señalar que los datos reflejan una proporción mayor de las mujeres sobre los hombres y mayor número comprendido entre edades comprendidas entre 45 y 54 años.

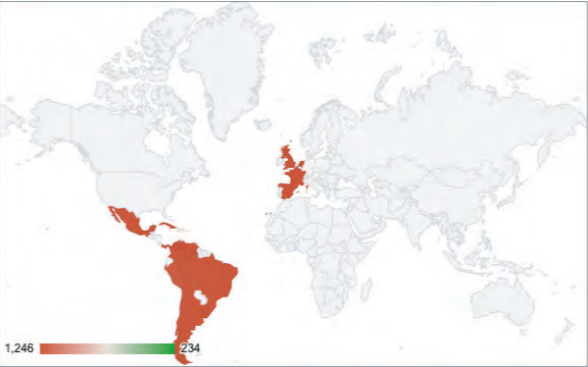
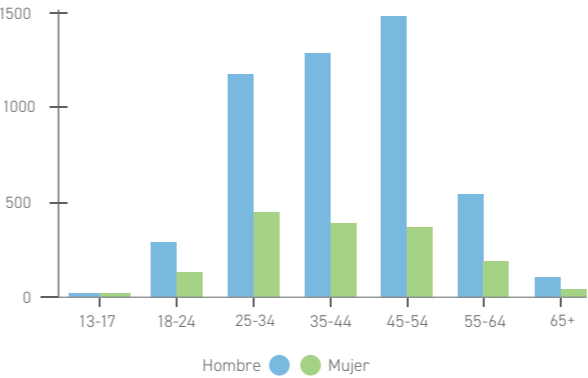


Accede a Agencia de Colocación de la Sociedad de Desarrollo de SC de TFE

Programa Incentivos Publicitarios



DISTRIBUCIÓN ENTRE EDAD Y SEXO



Indicadores

Los indicadores del servicio de intermediación laboral de la Agencia durante el ejercicio 2024 han sido los siguientes:

INDICADORES DEL SERVICIO DE INTERMEDIACIÓN 2023	Total
Número de Ofertas de Empleo captadas y gestionadas por la Agencia de Colocación	290
Número de Puestos de Trabajo captados y gestionados por la Agencia de Colocación	514
Número de Candidatos/s enviados/as a las Ofertas de Empleo	2362
Número de inserciones laborales informadas intermediadas por la Agencia de Colocación	89
Número de empresas usuarias del Servicio de Intermediación de la Agencia de Colocación	136
Porcentaje de empresas que han gestionado por primera vez una oferta de empleo con la Agencia de Colocación	23%

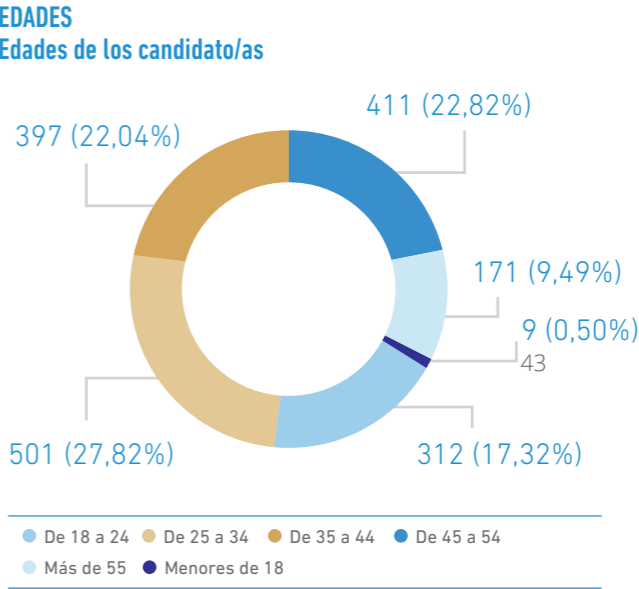
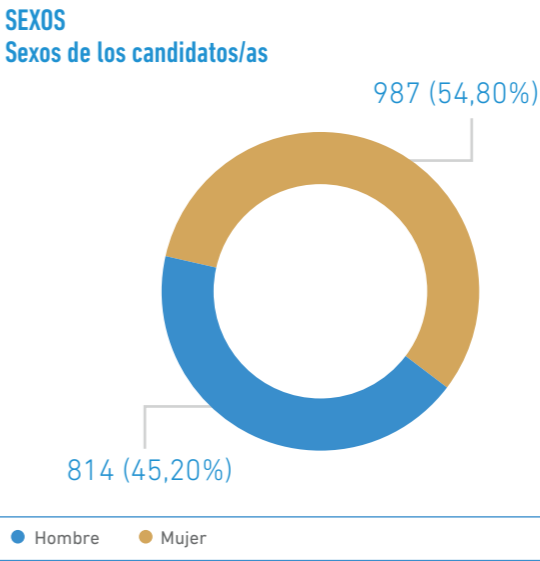
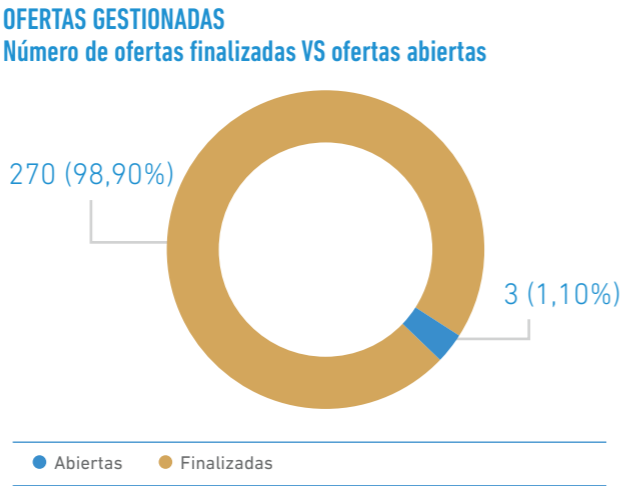
En términos generales el porcentaje de inserción informada por parte de las empresas en relación a los puestos de trabajo gestionados durante este ejercicio estuvo en torno al 17,32%.

Es importante aclarar que este servicio gratuito de intermediación laboral no tiene la exclusividad en la gestión de las ofertas de trabajo de las empresas, dado que éstas utilizan varias fuentes de reclutamiento de personas candidatas para sus procesos de selección.

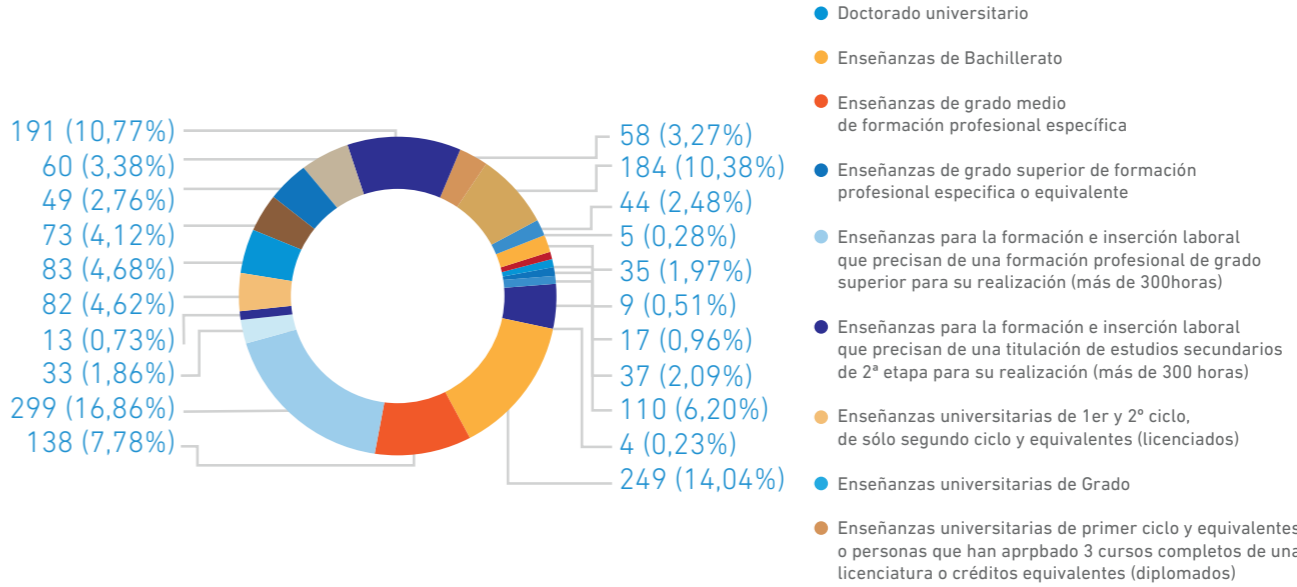
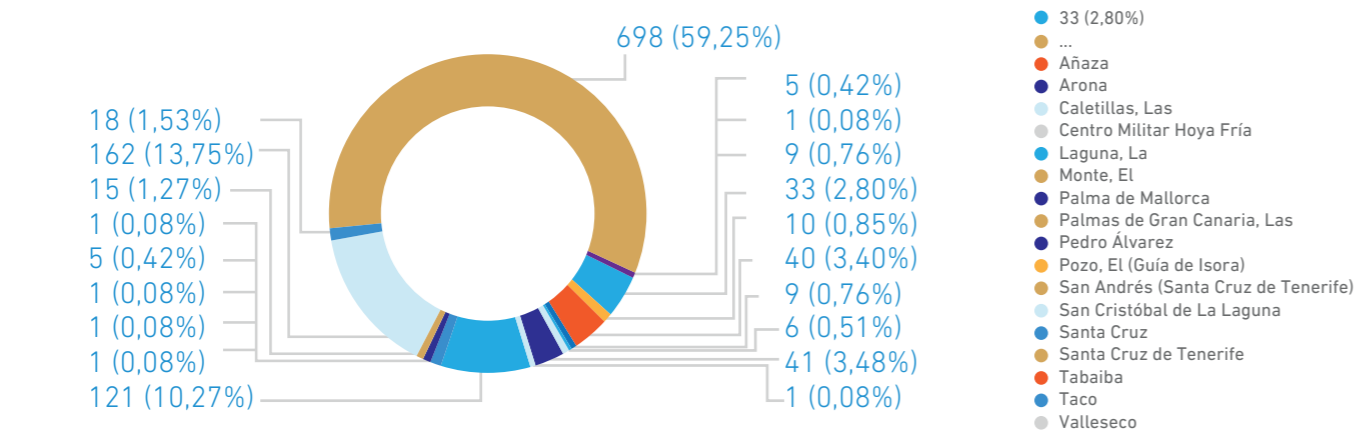
La gestión de las oportunidades laborales que se lleva a cabo desde el servicio de intermediación se fundamenta en eficiencia y eficacia, esto es, se gestionan las

ofertas en un plazo entre 24 y 48 horas salvo otras fechas solicitadas por parte de los clientes empresas así como, únicamente se preseleccionan profesionales que se ajustan al perfil requerido.

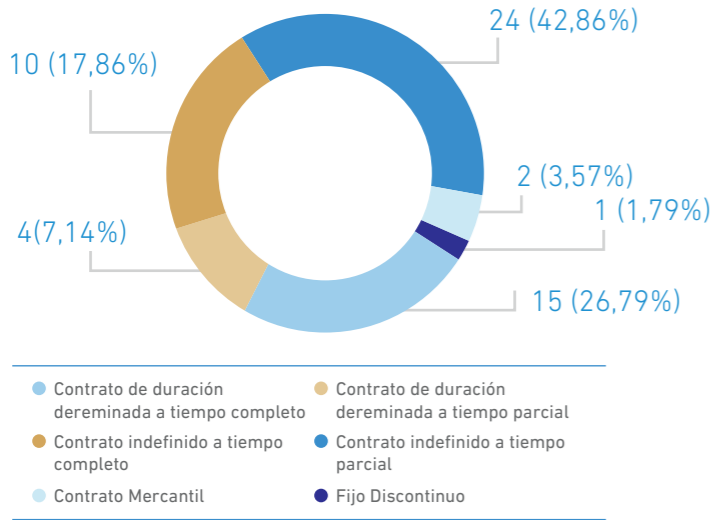
Por último, compartimos varios gráficos que demuestran el desempeño en las tareas vinculadas a este servicio y que están extraídos de la explotación de datos que nos permite nuestro portal de empleo www.empleasantacruz.com.



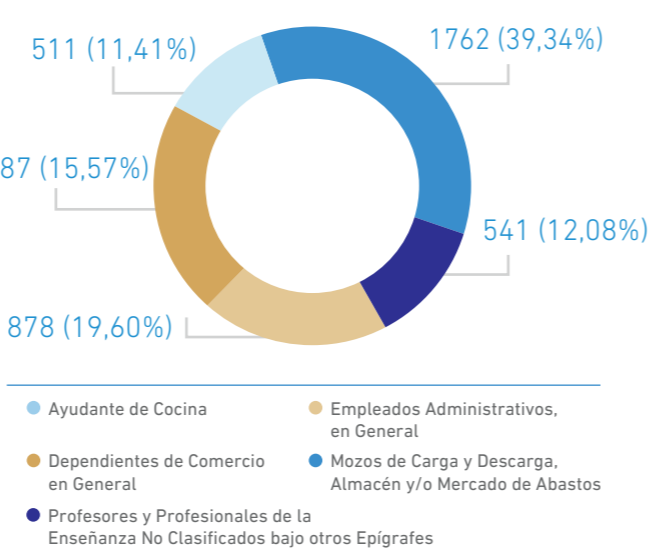
LOCALIDADES
Las 15 localidades más comunes de residencia



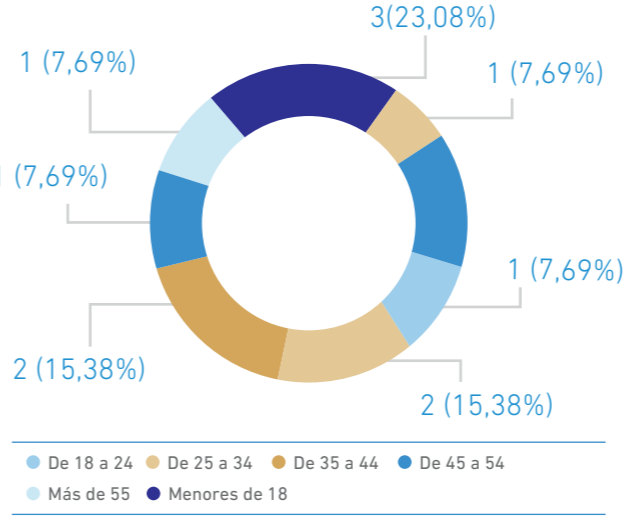
TIPOS DE CONTRATOS
Tipos de contratos realizados



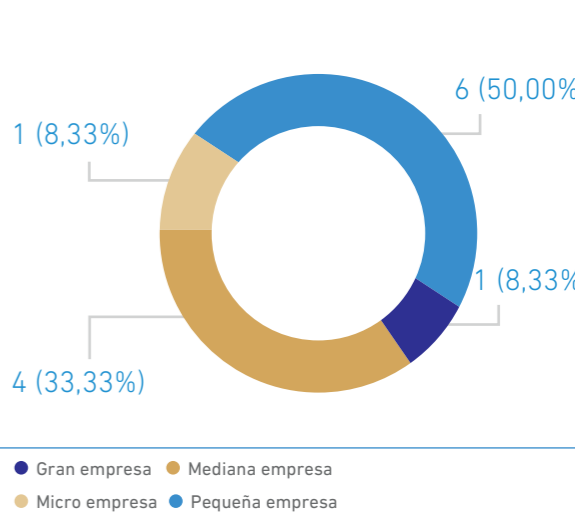
OCUPACIONES
Las 5 ocupaciones más ofertadas

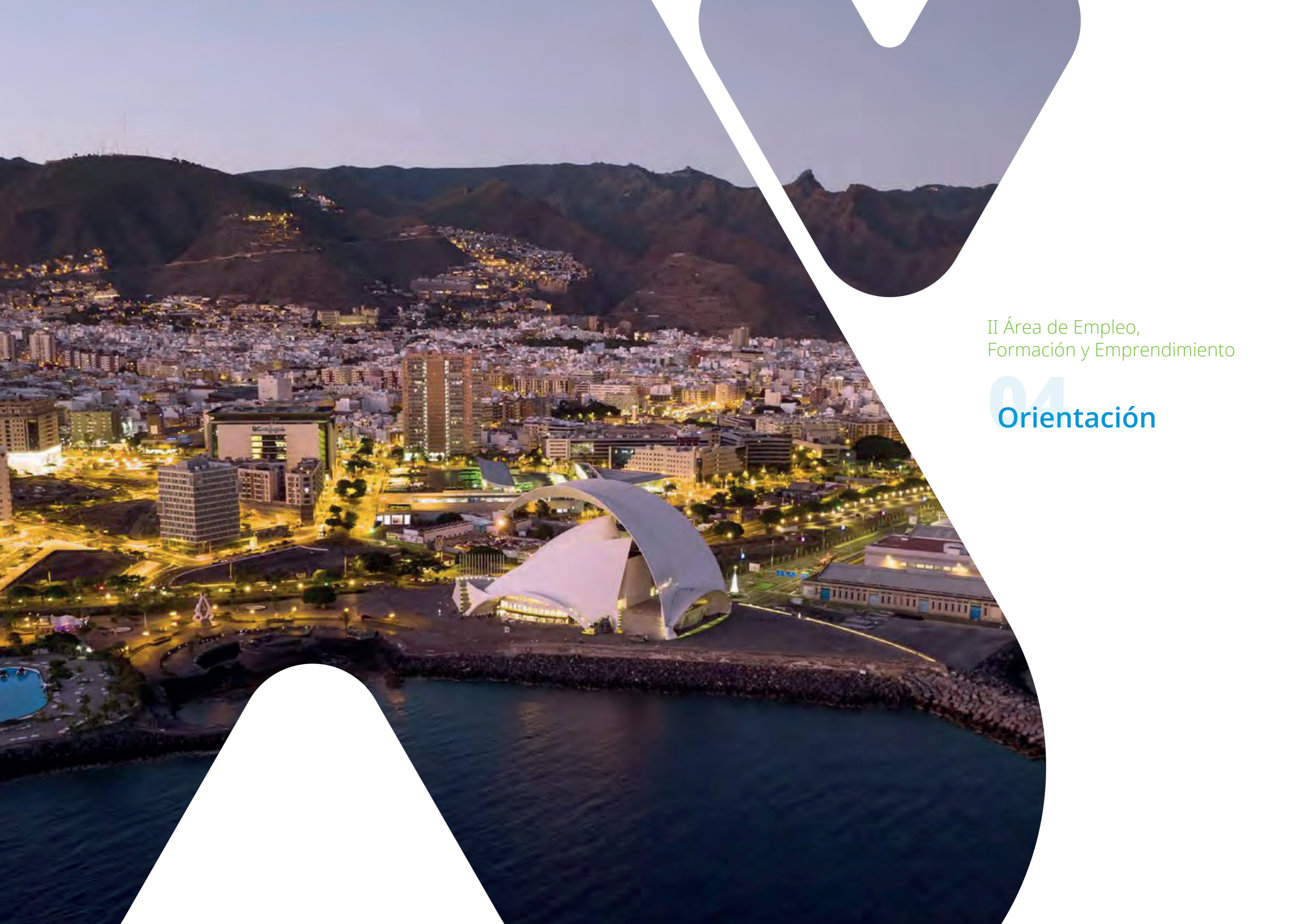


SECTORES
Sectores de las empresas



CATEGORÍAS
Categorías de las empresas





II Área de Empleo,
Formación y Emprendimiento

04 Orientación

Área de Empleo, Formación y Emprendimiento

Orientación profesional

En 2024 el Servicio de Asesoramiento Laboral de la Agencia de Colocación de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz mantuvo su enfoque predominante, volviéndose a centrar en la prestación de atención presencial, tanto a nivel individual como grupal, aunque se mantuvieron los servicios en línea de forma voluntaria para las personas que así lo hubieran demandado, y que, poco a poco, se han vuelto menos frecuentes debido a un aumento en la demanda de servicios presenciales.

La integración de la metodología de Itinerarios Individuales de Inserción Laboral presenciales (I.I.I.) ha sido fundamental en la estrategia del servicio, y se han convertido en el eje central de las actividades del servicio, ofreciendo a los usuarios un plan personalizado que combina orientación individualizada, talleres de desarrollo de habilidades y apoyo continuo para la búsqueda activa de empleo, con el objetivo de facilitar su activación para el empleo, y su integración en el mercado laboral, asegurando una atención integral y de calidad.

Tutorización individual

El servicio de orientación de la Agencia de Colocación ha retomado la lógica de funcionamiento habitual en el nuevo centro municipal en relación a los servicios de atención y orientación laboral, dando así continuidad a nuestro servicio de forma global e integral, en una respuesta que se adapta a las necesidades de las personas.

La atención a las personas se realiza desde una perspectiva altamente flexible, individual, personalizada y adaptada a las necesidades y demandas de las personas, tratando de aportar una respuesta de calidad técnica, humanizada y profesional. En este marco, se ha implementado un sistema de seguimiento más riguroso para garantizar la efectividad de las tutorizaciones individuales, incluyendo evaluaciones periódicas para medir los progresos y ajustar los itinerarios cuando ha sido necesario.

Además, se incorporaron nuevas temáticas de trabajo en el desarrollo de las tutorías, incorporando herramientas para la gestión del tiempo en el proceso de búsqueda de empleo o estrategias de hábitos saludables para mejorar la resiliencia de algunas personas que se mantienen en desempleo de forma prolongada.

Los servicios de asesoramiento laboral, que brindan apoyo personalizado para la búsqueda de empleo y el desarrollo profesional a través de asesoramiento, capacitación e información de recursos, han experimentado cambios significativos, sobre todo después de la pandemia.

Cápsulas del conocimiento

Desde el servicio de orientación se impartió el **Programa anual de Cápsulas del Conocimiento**, sesiones grupales presenciales de formación diseñadas para la mejora de la empleabilidad.

El programa de formación tuvo como objetivo dotar de habilidades, conocimientos básicos e instrumentos técnicos para realizar una búsqueda exitosa de empleo, a través de una metodología flexible y sesiones de corta duración.

Nuestras sesiones formativas ofrecieron cada día un contenido diferenciado, impartándose de lunes a jueves en el mismo horario (09:00 horas), y repitiéndose aquellas más demandadas en el mes natural, dotándolas así de una flexibilidad capaz de adaptarse a circunstancias y necesidades particulares.

Los contenidos programados han sido diversos y adaptados a los cambios y necesidades detectadas desde el servicio de asesoramiento laboral; desde aspectos básicos de informática para el empleo, como elemento formativo central, hasta los más complejos, como redes sociales para la búsqueda de empleo.

Es relevante destacar que los contenidos de este año 2024, se han enriquecido con nuevas guías y presentaciones adaptadas a las nuevas posibilidades del Centro Municipal de Formación y Empleo (pantallas digitales, conexiones en línea, aulas flexibles, etc.).

El programa ha complementado el trabajo del servicio de asesoramiento laboral dentro de la Agencia de Colocación, viniendo a reforzar el carácter integral de este servicio municipal; con esta formación la agencia ofrece un valor añadido porque trabaja con las personas aspectos clave en su búsqueda de empleo y sus competencias personales (soft skills), mejorando sus condiciones de empleabilidad de forma positiva. Los contenidos de las cápsulas que se han impartido en 2024 has sido los siguientes:

- Descubre la Informática I
- Descubre la informática II
- Mi currículum
- Cómo y dónde buscar
- Tienes una entrevista; prepárate
- LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok y tu búsqueda de empleo
- Las 7 claves de tu nómina y tu contrato
- Tienes experiencia laboral pero no el título: te guiamos para conseguirlo
- ¿Hablamos de FP?

ITINERARIOS INDIVIDUALES DE ORIENTACIÓN E INSERCIÓN LABORAL

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
Número de personas atendidas	6	5	7	7	10	12	6	4	6	9	13	10	95
Número de sesiones realizadas	7	7	11	8	15	14	11	7	6	13	13	12	124

RELACIÓN DE CÁPSULA DEL CONOCIMIENTO

	Nº CÁPSULAS	HOMBRES	MUJERES	FINALIZADOS
Informática I	11	20	29	49
Informática II	11	21	45	66
Mi Currículum	9	10	32	42
Cómo y dónde buscar	12	12	30	42
Tienes una entrevista; prepárate	11	10	36	46
LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok y empleo	11	19	57	76
Las 7 claves de tu nómina y tu contrato	11	15	33	48
Tienes experiencia laboral pero no el título	10	12	26	38
¿Hablamos de FP?	8	6	10	16
TOTALES ENERO-DICIEMBRE 2024	94	125	298	423

Jornadas Técnicas de Empleo



Jornadas Técnicas de Empleo





II Área de Empleo,
Formación y Emprendimiento

05 Emprendimiento

05

El emprendimiento y la consolidación empresarial constituyen un eje esencial para el crecimiento económico de Santa Cruz de Tenerife. Por ello, resulta fundamental fortalecer el ecosistema emprendedor local, propiciando un entorno favorable para el desarrollo y maduración de nuevas iniciativas empresariales. La colaboración y el respaldo continuo a las pequeñas y medianas empresas son esenciales, ya que estas desempeñan un papel clave en la generación de empleo y riqueza en la ciudad.

Área de Empleo, Formación y Emprendimiento

Asesoramiento empresarial

El servicio de asesoramiento a emprendedores y empresas estructura un itinerario de apoyo adaptado a sus capacidades y necesidades, abordando cuestiones como el proceso de constitución, trámites administrativos y viabilidad del negocio, cada persona ha recibido el servicio solicitado, desde un acompañamiento personalizado en el desarrollo de su idea empresarial, resolviendo dudas y orientando en aspectos clave para la materialización de sus proyectos hasta financiación para el proyecto.

Datos del Servicio

Durante el año 2024, este servicio ha proporcionado asesoramiento y apoyo a un total de 160 personas. De este conjunto, 87 han sido mujeres, lo que refleja un importante interés y participación femenina en el ámbito emprendedor.

El perfil emprendedor femenino destaca por tener de 30 a 40 años y ser una persona cualificada a través de estudios (ya sean profesionales o universitarios). El masculino, aunque más disperso, presenta un incremento de personas cualificadas en el intervalo de 35 a 45 años.

Entre las actividades más consultadas destaca la restauración y peluquerías y centros de belleza, actividades profesionales de docencia y psicología y la elaboración de pan y otras masas horneadas.



En función de las necesidades detectadas, se han realizado diversas acciones, entre las que destacan:

- **Elaboración de planes de empresa:** Se han desarrollado 16 planes que incluyen el modelo de negocio y el análisis de viabilidad económico-financiera de los proyectos.
- **Microcréditos:** A través del convenio con Microbank (Caixabank), se ha facilitado el acceso a financiación sin aval, guiando a los solicitantes en la tramitación y evaluación de la viabilidad de sus iniciativas. En 2024, se han presentado 13 solicitudes.
- **Pago único (SEPE):** Se ha gestionado la solicitud de capitalización del desempleo para su inversión en nuevos negocios, con 3 tramitaciones realizadas.
- **Altas de autónomos y creación de sociedades:** Desde el Punto de Atención al Emprendedor (PAE), se ha facilitado el alta de 11 nuevos emprendedores, agilizando el proceso de constitución empresarial.
- **Tramitación de subvenciones:** Se ha brindado información y asistencia en la gestión de ayudas vinculadas al autoempleo y al impulso de la actividad emprendedora.

De las personas asesoradas, un 7% ya constituida, demandó instrumentos de financiación. Un 16% del resto creó actividad económica tras el asesoramiento.

También se ha trabajado en el fomento del espíritu emprendedor, impartiendo charlas en diferentes Programas de Formación en Alternancia con el Empleo y Empleo y otros cursos formativos como Teje El Porvenir y para colectivos profesionales, como el Colegio de Psicología de Santa Cruz de Tenerife.

Con estas acciones, el que servicio de asesoramiento a emprendedores y empresas de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife reafirma su compromiso con el fortalecimiento del tejido empresarial y la creación de un entorno propicio para la generación de nuevas oportunidades de negocio en la ciudad.

Colaboración con el Polo Digital de Málaga para la creación de un Hub en Santa Cruz de Tenerife

El Polo Nacional de Contenidos Digitales de Málaga es un ecosistema de innovación especializado en la industria del videojuego, los contenidos digitales y las tecnologías emergentes. Su objetivo es fomentar el emprendimiento, la formación y la incubación de proyectos innovadores dentro de estos sectores, proporcionando a startups y empresas un entorno con recursos avanzados, asesoramiento especializado y oportunidades de networking.

Siguiendo este modelo de éxito, la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, a través del Ayuntamiento, ha trabajado durante 2024 en el desarrollo de un proyecto para la instalación de un Hub del Polo Digital en la ciudad. Este espacio tendrá el mismo enfoque que el de Málaga, sirviendo como punto de referencia para el impulso del sector tecnológico y audiovisual en la isla.

Actualmente, el proyecto está en fase de búsqueda de financiación para su puesta en marcha. La materialización de esta iniciativa supondrá una oportunidad clave para la diversificación económica de Santa Cruz de Tenerife, atrayendo talento, promoviendo la creación de empleo en el sector digital y posicionando a la ciudad como un nodo de innovación en la industria de los contenidos digitales.



III Área de Comercio,
Eventos y Turismo

06
Turismo



Área de Comercio,
Eventos y Turismo

Turismo

En el municipio, de 211 359 habitantes, conviven las actividades administrativas, comerciales, culturales y logísticas con una oferta turística en crecimiento, estructurada en torno al turismo urbano, el turismo de cruceros y las visitas vinculadas a eventos, compras, restauración, cultura y naturaleza.

Santa Cruz es una ciudad que concentra servicios de alto valor añadido y cuenta con una oferta complementaria que responde tanto a la demanda excursionista como a estancias de corta duración, especialmente entre quienes se alojan en otros puntos de la isla de Tenerife.

El destino presenta una notable concentración de recursos culturales y patrimoniales, así como una agenda estable de eventos y actividades que dinamizan la ciudad durante todo el año. Esto refuerza su posición como capital cultural y punto de encuentro para residentes y visitantes, con una notable afluencia durante celebraciones de alto impacto como el Carnaval, declarado Fiesta de Interés Turístico Internacional.

Modelo turístico de Santa Cruz de Tenerife

El modelo turístico definido en el Plan estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 apuesta por un destino de calidad, competitivo y mejor preparado que contribuya a mejorar la calidad de vida de los residentes y visitantes, y permita satisfacer a un turismo cada vez más experimentado.

Santa Cruz de Tenerife es un destino urbano-cultural multiproducto con acceso al mar que ofrece una experiencia completa para sus visitantes, combinando naturaleza cultura y ocio, y que gracias a aspectos clave como su capitalidad, la conectividad, el Carnaval, la Reserva de la biosfera de Anaga y el alto potencial de infraestructuras de Patrimonio Cultural, su oferta alojativa y su amplia oferta comercial y gastronómica lo posicionan como punto de partida para explorar la isla de Tenerife y otras islas del archipiélago canario.

06

Santa Cruz de Tenerife es capital administrativa de la isla de Tenerife y una de las dos capitales de Canarias, constituye un destino turístico urbano y cultural en el contexto de Tenerife y del conjunto del archipiélago canario.

Su localización estratégica en el noreste de la isla, su condición de centro urbano de referencia y su proximidad al puerto la configuran como un nodo clave para la entrada y distribución de flujos turísticos en el conjunto del archipiélago.

En este sentido, este modelo se propone con la finalidad de posicionar a Santa Cruz de Tenerife como destino turístico atractivo, diferenciado y de calidad, a la vez que más equitativo y sostenible que permita potenciar la rentabilidad económica con la conservación de la identidad y el patrimonio cultural, natural e histórico de la ciudad y alcanzar los objetivos estratégicos formulados.

Sociedad de Desarrollo como ente gestor del destino turístico

La Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife desempeña un papel clave como órgano técnico y estratégico en la gobernanza turística del municipio planificando, gestionando y promocionando el destino turístico.

Su misión es coordinar las diferentes iniciativas públicas y privadas para garantizar un desarrollo turístico sostenible del municipio, canalizando los esfuerzos conjuntos de la administración pública, el tejido empresarial y otros agentes locales para consolidar un modelo turístico equilibrado y alineado con los principios de sostenibilidad, cohesión social y competitividad.

La Sociedad de Desarrollo lidera la elaboración e implementación de planes y líneas de acción a medio y largo plazo, con una orientación clara hacia la diversificación de la oferta turística, la mejora continua de los servicios, la innovación en la gestión, la adaptación a las tendencias emergentes del sector y

favoreciendo la convivencia sostenible entre residentes y visitantes.

Datos clave sobre la actividad turística en Santa Cruz

En términos de actividad turística, Santa Cruz ha experimentado un crecimiento en los últimos años, destacándose no solo por la calidad de su oferta, sino también por la diversificación de su mercado turístico. En 2024, la ciudad recibió cerca de 134 000 turistas a través de sus oficinas de información, mientras que el puerto de Santa Cruz de Tenerife gestionó más de 300 escalas de cruceros, un segmento clave que sigue mostrando una tendencia ascendente. A estos datos se suman los miles de visitantes que participaron en eventos de gran relevancia, como el Carnaval, los festivales de cine y música, y otras actividades culturales que posicionan a la ciudad como un destino multiproducto.

Principales segmentos de turistas de Santa Cruz de Tenerife

Santa Cruz de Tenerife recibió aproximadamente 3,4 millones de visitantes en el año 2024 realizando un gasto total estimado de 152 millones de euros.

Para entender mejor a los turistas que visitan el municipio, a grandes rasgos, se pueden agrupar en tres tipos:

- **Cruceristas**, que llegan a bordo de un crucero al puerto de Santa Cruz y

deciden visitar la ciudad, al no decantarse por excursiones organizadas que los dirigen a otros lugares de la isla.

- **Excursionistas**, que visitan Santa Cruz para realizar una excursión de un día para conocer su cultura, patrimonio e historia, así como realizar compras y degustar su gastronomía.
- **Alojados en hoteles y establecimientos turísticos** de Santa Cruz cuya ubicación les sirve no solo para conocer la ciudad sino como punto de partida para explorar el resto de la isla.

Cruceristas

Santa Cruz de Tenerife actúa tanto como puerto base donde los pasajeros inician o finalizan su viaje, lo que implica operaciones de embarque y desembarque, así como una mayor demanda de alojamientos, transporte y servicios complementarios. Como puerto de escala, la ciudad es una parada temporal dentro de un itinerario de crucero, lo que permite a los pasajeros explorar la ciudad durante unas horas y convirtiéndose en una herramienta para dinamizar la actividad comercial y turística local.

En 2024, visitaron la ciudad 680 353 cruceristas, lo que supone un 19,6% más que la anualidad anterior, que vinieron en 590 barcos, lo que supuso un 10,3% más de cruceros atracados en el puerto de Santa Cruz que en la anualidad 2023. .

Excursionistas

Santa Cruz se ha consolidado como una parada obligatoria en cualquier itinerario de Tenerife, siendo la segunda visita más importante de la isla después del Parque Nacional del Teide.

Los excursionistas llegan a la capital en transporte público, excursiones organizadas o vehículos de alquiler, disfrutando de una jornada en la ciudad antes de regresar a su alojamiento. En esta anualidad 2024, Santa Cruz recibió 2 528 736 visitantes de este perfil.

Alojados

Santa Cruz de Tenerife dispone de 20 hoteles y 2679 plazas hoteleras (fuente ISTAC), con una oferta que permite atender distintos perfiles de viajeros. La ciudad mantiene una tasa de ocupación hotelera estable a lo largo del año, situada en 2024 en 58,8%, lo que representa 1,8 puntos porcentuales más que en 2023, favorecida por su clima, su oferta de ocio y cultura, y su papel como centro de negocios.

A lo largo del año 2024, se alojaron en los hoteles de la ciudad 261 230 personas, lo que supone un 4,7% más que el año anterior. La tipología de visitantes que eligen alojarse en la capital es diversa, destacando los siguientes perfiles:

- **Turistas vacacionales**, que eligen Santa Cruz como base para su estancia en la isla.
- **Turismo de negocios y MICE**, de

- profesionales que asisten a congresos, ferias y reuniones en la ciudad.
- **Profesionales de estancia temporal de proyectos específicos** en sectores como la tecnología, la producción audiovisual, la sanidad o la administración pública.
 - **Tripulaciones y personal del sector marítimo** que pernoctan en la ciudad.

Tipos de proyectos y acciones ejecutadas

Durante el año 2024, la Sociedad de Desarrollo ha llevado a cabo una amplia variedad de acciones y proyectos vinculados a la gestión turística del municipio. Estas intervenciones responden a diferentes tipologías, en función de su naturaleza, alcance y objetivos, y se enmarcan dentro de una estrategia global orientada al desarrollo sostenible y competitivo del destino Santa Cruz de Tenerife. Los principales tipos de proyectos y acciones ejecutadas son:

- **Acciones estratégicas para la gestión del destino.** Comprende actividades orientadas a la planificación, coordinación y desarrollo de herramientas de gobernanza turística, así como al diseño de iniciativas que desarrollen adecuadamente el destino a medio y largo plazo.
- **Acciones de promoción y marketing.** Incluyen iniciativas destinadas al posicionamiento del destino mediante campañas, presencia

- en ferias, marketing digital y acciones de comunicación.
- **Acciones de mejora de infraestructuras.** Se refieren a intervenciones que inciden en la mejora de espacios públicos y equipamientos turísticos, así como en la adecuación de entornos urbanos con alto valor turístico para favorecer una mejor experiencia del visitante y del residente.
 - **Acciones de prestación de servicios.** Abarcan servicios de atención e información al turista, dinamización en destino, gestión de puntos de interés y otras acciones que inciden directamente en la calidad de la experiencia turística.
 - **Acciones relacionadas con la sostenibilidad y la accesibilidad.** Engloban actuaciones encaminadas a integrar criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica en la gestión del destino, así como medidas específicas para garantizar la accesibilidad universal en los productos y servicios turísticos.
 - **Acciones de digitalización.** Recogen iniciativas dirigidas a incorporar herramientas tecnológicas en los procesos de promoción, gestión y atención turística, mejorando la eficiencia, la personalización y la recopilación de datos para la toma de decisiones.
- Las principales acciones y proyecto desarrollados en el ámbito turístico en esta anualidad 2024 han sido:

Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027

Santa Cruz de Tenerife cuenta con una hoja de ruta definida en su Plan Estratégico de Turismo para el periodo 2023-2027, diseñado para guiar el desarrollo del turismo en la capital. Este plan establece las bases para transformar el modelo turístico del municipio, alineándose con tendencias globales hacia un turismo más sostenible, digital y de calidad.

Misión

La misión del Plan Estratégico de Turismo es ofrecer a la sociedad y al tejido empresarial turístico de Santa Cruz de Tenerife un destino diferenciado, basado en la calidad, la digitalización, la innovación y la sostenibilidad como pilares para el posicionamiento del destino y de una oferta mejorada, atractiva y diferenciada adaptada a las necesidades de las empresas y los visitantes de forma cercana y personalizada.

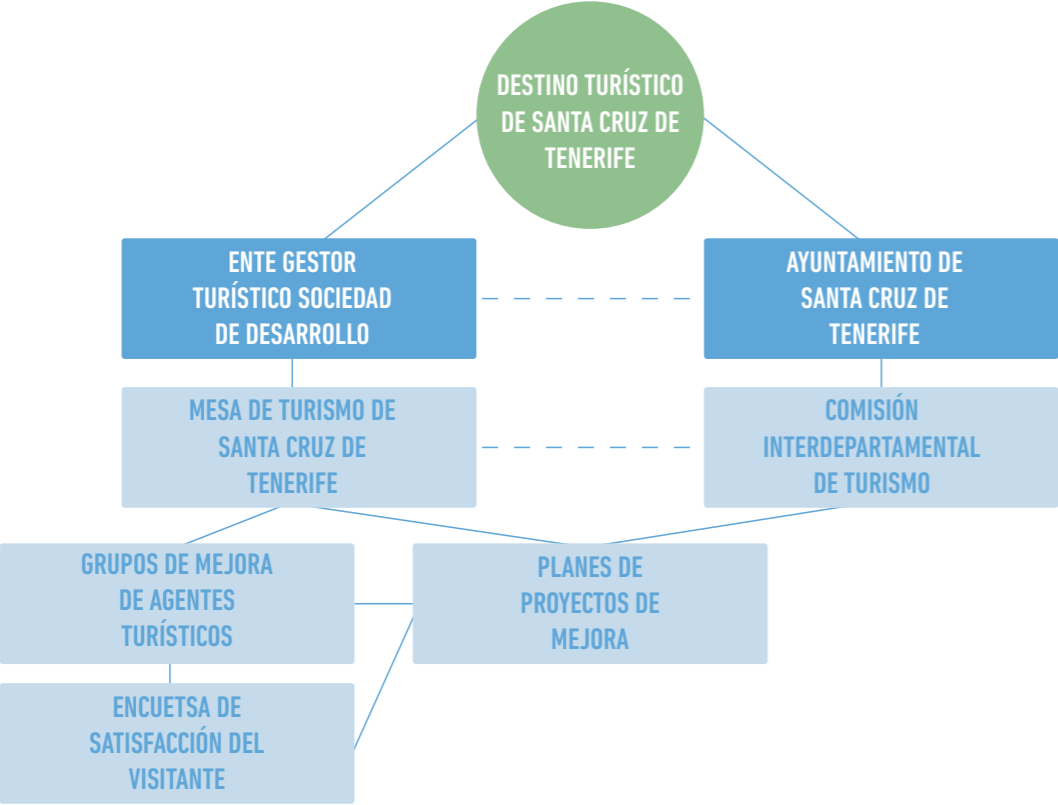
Visión

El plan aspira a potenciar la competitividad y profesionalización del destino Santa Cruz de Tenerife a través de la dotación y mejora de los espacios públicos, las infraestructuras turísticas y el desarrollo de una oferta mejorada, atractiva y diferencial como una estrategia única y sostenible para el desarrollo económico y social de Santa Cruz de Tenerife.

Estructura y ejes estratégicos del plan

- El Plan Estratégico de Turismo se articula en torno a seis ejes de actuación:
- Excelencia Turística: Calidad, Innovación, Tecnología y Digitalización
 - Competitividad y profesionalización turística
 - Producto y Marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
 - Gobernanza del destino
 - Inteligencia Turística
 - Sostenibilidad turística
- El plan estratégico de turismo se aprobó por Decreto de fecha 17/06/2024 dictado por la Concejalía de Gobierno del Área de Planificación Estratégica, Sostenibilidad Ambiental y Servicios Públicos.
- Descarga aquí el Plan estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027*
- Gobernanza turística en Santa Cruz de Tenerife**
- La gestión del destino turístico en Santa Cruz de Tenerife se basa en un modelo de gobernanza colaborativa, donde la cooperación entre el sector público y privado es clave para el desarrollo sostenible del destino. Para ello, se han establecido espacios de diálogo y coordinación que permiten alinear estrategias y optimizar la toma de decisiones en materia turística.

Esquema de gobernanza del destino:



Mesa de Turismo de Santa Cruz de Tenerife

La Mesa de Turismo de Santa Cruz de Tenerife es un órgano consultivo, que se reúne al menos dos veces al año, donde se dan cita representantes del sector turístico público y privado. En esta anualidad se convocaron sendas sesiones el 28 de mayo y 14 de noviembre de 2024.

Su objetivo principal es analizar la situación del turismo en la ciudad, definir prioridades y plantear acciones estratégicas para mejorar la competitividad del destino. Este foro permite a los diferentes agentes del sector expresar sus

necesidades, aportar propuestas, analizar las distintas acciones que se llevan a cabo y contribuir activamente en la planificación turística.

Comisión interdepartamental de turismo

Desde esta anualidad 2024, Santa Cruz cuenta con una Comisión interdepartamental de turismo, un órgano interno del Ayuntamiento que garantiza la transversalidad en la gestión turística, creado mediante del decreto de alcaldía 2024/58 de fecha 20 de mayo de 2024.

Esta comisión reúne a distintas concejalías y áreas municipales para coordinar acciones

relacionadas con el turismo, asegurando que las diferentes actuaciones de las distintas áreas estén alineadas con los objetivos estratégicos del destino.

Entre sus primeras funciones está la realización del seguimiento del plan de acción de destino turístico inteligente o afrontar los retos que plantea el turismo de cruceros en la ciudad.

Grupos de mejora del destino turístico

Los grupos de mejora son espacios para el conocimiento y el debate que permiten la participación de los agentes clave en la cadena de valor en distintas áreas de mejora del destino turístico. Las empresas, instituciones, servicios o recursos turísticos que participan en estos grupos son a su

vez los que pertenecen al sistema de calidad turística y que tienen posibilidad de participar activamente en la gestión del destino a través de los siguientes grupos de mejora que se encuentran en funcionamiento.

- **Grupo de mejora de turismo MICE**, en el que los hoteles y espacios para congresos participan de la gestión que se realiza desde la Santa Cruz Convention Bureau.
- **Grupo de mejora de promoción y marketing turístico**, para que todas las empresas y recursos de la cadena de valor turística del municipio conozcan de primera mano las acciones de promoción turística que se llevan a cabo y participen en su planifica



Reunión de la Mesa de Turismo en noviembre de 2023



Destino Turístico Inteligente (DTI)

Santa Cruz de Tenerife se encuentra en el Nivel III de la metodología de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), un reconocimiento otorgado por la Secretaría de Estado de Turismo que destaca el compromiso del municipio con un modelo turístico innovador y sostenible.

El enfoque de DTI se estructura en torno a cinco ejes principales de trabajo:

- **Gobernanza:** fomenta la cooperación entre entidades públicas y privadas para una gestión eficiente y participativa del turismo.
- **Innovación:** incorpora soluciones creativas que mejoran la competitividad y adaptabilidad del destino.
- **Tecnología:** utiliza infraestructuras tecnológicas avanzadas para optimizar la experiencia turística y la gestión de recursos.
- **Sostenibilidad:** promueve prácticas responsables que aseguran la conservación del entorno y el bienestar de la comunidad local.
- **Accesibilidad:** garantiza que todos los visitantes, independientemente de sus capacidades, puedan disfrutar plenamente de la oferta turística.

Santa Cruz comenzó su proceso de conversión en DTI a finales de 2022, realizando un diagnóstico, en el que obtuvo una puntuación media de todos los

ejes de 48,9%, por encima de la media del resto de destinos que se sitúa en 40,5%. A partir de ese diagnóstico se trabajó con un plan de acción DTI, de carácter bianual que finaliza en este 2024, y que habrá que evaluar a principios de 2025 para ver el incremento logrado de este indicador global, fruto de la implementación de algunas de las 185 acciones de mejora que se han trabajado.

Calidad turística

Santa Cruz de Tenerife forma parte del Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos (SICTED) desde el año 2020, demostrando desde entonces un firme compromiso con la excelencia turística.

El SICTED es una iniciativa promovida por la Secretaría de Estado de Turismo de España, cuyo objetivo es mejorar la calidad de los destinos turísticos - participan más de 250 destinos del territorio nacional- mediante un enfoque homogéneo en los servicios ofrecidos al visitante y basado en un modelo de gestión integral de colaboración público-privada que involucra a los distintos agentes turísticos locales, promoviendo la mejora continua y la competitividad sostenible del destino.

Además, se trabaja en la distinción SICTED de los servicios turísticos del municipio, llegando este 2024 a la cifra de 57 servicios turísticos con este reconocimiento, siendo una garantía de calidad que posiciona a Santa Cruz de Tenerife en el mapa turístico como un destino comprometido con la excelencia, la sostenibilidad y la satisfacción del visitante.



Entrega de los distintivos SICTED realizada en el Salón de Plenos del Ayuntamiento del 20 de septiembre de 2024

Oficinas de Turismo de Santa Cruz de Tenerife

Las oficinas de turismo son un servicio importante para una ciudad como Santa Cruz de Tenerife, que recibe anualmente más de tres millones de visitantes. Estas oficinas tienen como objetivo proporcionar información detallada y actualizada sobre la oferta turística, cultural y comercial de la ciudad, mejorando la experiencia del visitante y facilitando su estancia en el destino, así como aportando información de interés al residente. Además, cumplen un papel fundamental al reconducir y redirigir los flujos de visitantes procurando dar información actualizada y ampliada sobre zonas a visitar y desaconsejar visitas a lugares que puedan encontrarse cerrados o en mal estado por condiciones climatológicas adversas o puntos que estén congestionados por superar capacidad máxima de carga turística en ciertas zonas.

La Sociedad de Desarrollo trabaja de forma continua para mejorar dicha atención al visitante, trabajando actualmente en la ampliación de la red de oficinas de turismo por diferentes partes de la ciudad con el fin de mejorar la accesibilidad y cobertura de estos servicios.

ALGUNOS DE LOS PRINCIPALES INDICADORES DEL SICTED EN EL DESTINO SANTA CRUZ DE TENERIFE SON LOS SIGUIENTES:

INDICADOR	2024
Número de servicios turísticos con el distintivo de calidad turística	57
Número de servicios turísticos adheridos	79
Número de oficios representados	18
Satisfacción media de los visitantes (sobre 5)	4.56
Asesoramientos individuales realizados a los servicios turísticos	123
Sesiones formativas realizadas por los servicios turísticos	71
Puesto en el ranking de eficacia de la comunidad autónoma	1º
Puesto en el ranking de eficacia a nivel nacional	7º
Premios SICTED recibidos por el destino	2

Ver las empresas y servicios turísticos con el distintivo de calidad turística.

Oficina de turismo del Palacio de Carta

Uno de los puntos neurálgicos de la atención turística en Santa Cruz de Tenerife es la oficina ubicada en el Palacio de Carta. Este emblemático edificio histórico ha sido rehabilitado y convertido en un moderno centro de atención turística que combina la historia de la ciudad con la más avanzada tecnología en información y promoción del destino. La oficina de turismo en el Palacio de Carta ofrece:

- **Atención personalizada en varios idiomas.**
- **Información sobre rutas turísticas, eventos y actividades.**
- **Asesoramiento sobre transporte y movilidad en la ciudad.**
- **Material promocional y contenidos digitales.**

Las oficinas de turismo de Santa Cruz de Tenerife no solo ofrecen información, sino que también actúan como centros dinamizadores del turismo local, conectando a los visitantes con la oferta turística.

Punto de información turística de atención a cruceros

Santa Cruz de Tenerife es uno de los principales puertos de cruceros a nivel nacional y recibe cada año a miles de cruceristas que hacen escala en la ciudad.

Para atender a este perfil de visitante, desde la Sociedad de Desarrollo se prestan servicios de información turística en la salida del puerto, con un punto de

atención específico y personal capacitado para orientar a este tipo de viajeros sobre las mejores opciones durante su corta estancia en la ciudad.

Principales indicadores de las oficinas de turismo

Durante el ejercicio 2024 se han atendido en el municipio de Santa Cruz a través de las oficinas de turismo a un total de 133.768 personas.

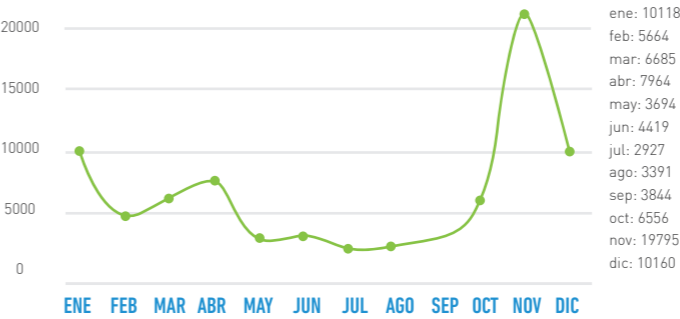
- 85.217 personas en la Oficina de turismo del Palacio de Carta
- 48.551 personas en el Punto de información turística de atención a cruceros

INDICADOR	OFICINA PALACIO DE CARTA	PTO INFO CRUCEROS
Enero	10118	3868
Febrero	5664	2605
Marzo	6685	6943
Abril	7964	4496
Mayo	3694	1078
Junio	4419	520
Julio	2927	1750
Agosto	3391	0
Septiembre	3844	2081
Octubre	6556	9
Noviembre	19795	10482
Diciembre	10160	14719
TOTALES	85217	48551

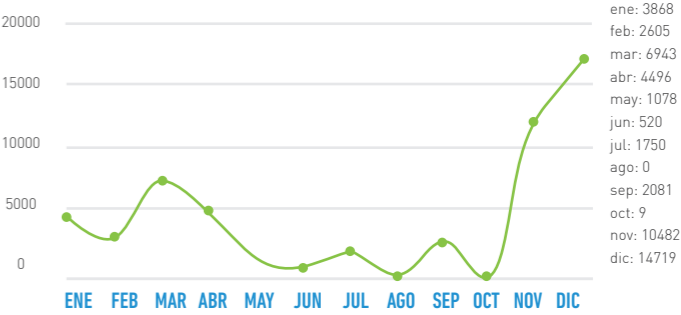


Palacio de Carta

TOTAL PAX / MES PALACIO DE CARTA



TOTAL PAX / MES PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ATENCIÓN A CRUCEROS



Rutas turísticas

Las rutas turísticas desarrolladas por la Sociedad de Desarrollo ofrecen a visitantes y residentes la oportunidad de explorar la ciudad de manera gratuita, con recorridos guiados a pie que parten desde la oficina de turismo ubicada en el histórico Palacio de Carta.

Entre las rutas destacadas se encuentra la ruta histórica por Santa Cruz de Tenerife, donde un guía oficial acompaña a los participantes a través de los principales atractivos de la ciudad, desvelando su historia y patrimonio.

Las rutas realizadas en el año 2024 ascendieron a un total de 226 con un total de 2726 personas acompañadas en los diferentes recorridos por los guías turísticos homologados por el Gobierno de Canarias con los que cuenta el servicio de información turística de la Sociedad de Desarrollo.

Rutas de Sensibilización Turística para residentes

En el año 2024, Sociedad de Desarrollo puso en marcha un proyecto denominado Rutas de Sensibilización Turística en Santa Cruz de Tenerife que se desarrolló todos los domingos desde octubre hasta noviembre de 2024. Para una ciudad como Santa Cruz, capital de una isla turística que recibe una gran cantidad de visitantes al año, poder desarrollar proyectos que busquen poner en valor y acentuar el conocimiento y, por tanto, el respeto y cuidado sobre el patrimonio natural y cultural e histórico de la ciudad es de vital importancia, de manera que la población local sea participe de forma activa del cuidado, siendo prescriptores del destino con un mensaje que busca un turismo más sostenible, más respetuoso y que tenga como principal objetivo disfrutar del entorno generando la menor de las huellas.

Se ofrecieron 8 rutas turísticas de diferente temática con el objetivo de aumentar la sensibilización de los residentes sobre el patrimonio cultural, histórico y natural de

Santa Cruz de Tenerife. Esta iniciativa comenzó en el mes de octubre coincidiendo con el inicio del proyecto Domingos en Santa Cruz, participando un total de 139 personas.

Las rutas de sensibilización turística fueron llevadas a cabo por guías turísticos homologados por el Gobierno de Canarias

a través de la Asociación Profesional de Guías de Turismo de Tenerife (APIT), en una clara apuesta por calidad del contenido e itinerario de las rutas y de cara a poner en valor el trabajo de los guías profesionales homologados que operan en Canarias.

NÚMERO DE RUTA REALIZADAS

2024	RHª (ESP)	RHª (ING)	PALACIO (ESP)	PALACIO (ING)	RBª (ESP)	TOTAL RUTAS
Enero	9	5	3	1	2	20
Febrero	4	3	0	0	1	8
Marzo	1	2	1	0	0	4
Abril	1	1	1	1	0	4
Mayo	14	2	5	0	3	24
Junio	23	4	3	0	4	34
Julio	19	0	0	0	4	23
Agosto	X	X	X	X	X	0
Septiembre	14	11	0	0	3	28
Octubre	17	5	0	0	3	25
Noviembre	15	13	0	0	2	30
Diciembre	12	11	0	0	3	26
TOTALES	129	57	13	2	25	

NÚMERO PAX / RUTA

2024	RHª (ESP)	RHª (ING)	PALACIO (ESP)	PALACIO (ING)	RBª (ESP)	TOTAL PAX
Enero	74	38	6	1	26	145
Febrero	29	12	0	0	1	42
Marzo	6	34	2	0	0	42
Abril	5	1	23	25	0	54
Mayo	102	3	32	0	24	161
Junio	391	71	32	0	91	585
Julio	240	0	0	0	41	281
Agosto	X	X	X	X	X	0
Septiembre	180	11	0	0	21	212
Octubre	246	86	0	0	24	356
Noviembre	202	261	0	0	21	484
Diciembre	170	168	0	0	26	364
TOTALES	1645	685	95	26	275	





Infografía oficina Intercambiador

Nueva oficina de turismo de Intercambiador de Transporte

Durante 2024 se avanzó en el diseño del proyecto técnico de obra para la creación de una nueva Oficina de Información Turística en el Intercambiador de Transportes de Santa Cruz de Tenerife. Esta actuación, contemplada dentro del Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos, financiado con fondos Next Generation, cuenta con un presupuesto de inversión de 371.224,39 euros y se concibe como una infraestructura clave para mejorar la atención a los visitantes que acceden a la ciudad a través de los principales nodos de transporte público de la isla.

El diseño del proyecto se orientó a integrar soluciones funcionales, sostenibles, accesibles y tecnológicamente avanzadas que permitan ofrecer un servicio de calidad a turistas y excursionistas. La futura oficina servirá como punto

estratégico de información, especialmente para quienes llegan desde otros municipios de la isla en transporte público, reforzando así la red de atención turística de la capital y alineándose con los objetivos de mejora de la experiencia del visitante definidos en la estrategia turística municipal.

Marketing y Promoción Turística

La promoción turística de Santa Cruz de Tenerife es un eje fundamental para su desarrollo como destino de referencia, con una estrategia enfocada en la digitalización y la innovación. A través de campañas de marketing permanentes y en coordinación con Turismo de Tenerife y el Gobierno de Canarias, la ciudad refuerza su presencia en mercados clave y adapta su mensaje a las nuevas tendencias del sector.

Marca turística de Santa Cruz

Santa Cruz de Tenerife cuenta, desde 2016, con una marca ciudad bajo el lema "Santa Cruz, el corazón de Tenerife". La marca ciudad refuerza el concepto de capital de la isla, generando relato sobre la centralidad, de diálogo, de interacción, la naturaleza y lo urbano, destacando el papel como el kilómetro 0 de Tenerife.

La marca "Santa Cruz, el corazón de Tenerife" ha sido fundamental para posicionar a la ciudad como un destino atractivo tanto para el turismo como para la inversión, destacando su papel central en la isla y su compromiso con la calidad de vida, la cultura y el desarrollo sostenible. Esto se plasma en distintas campañas reputacionales del destino así como una presencia activa en las redes sociales a través de las cuentas de **Instagram y Facebook de "El Corazón de Tenerife"**

Campaña de Co-Marketing con Agencias de Viajes Online (OTAs)

El dinámico panorama del sector turístico, caracterizado por la creciente adopción de las Agencias de Viajes Online (OTAs) y plataformas especializadas por parte de los viajeros en la planificación y contratación de sus experiencias, impulsó a la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife a implementar una campaña digital.

Esta iniciativa se concibió para robustecer el posicionamiento estratégico de Santa Cruz y la visibilidad en el ecosistema

digital, donde se concentra una parte sustancial de la demanda turística, con el objetivo de captar la atención de viajeros potenciales y estimular su alojamiento en la capital, diferenciando y reposicionando Santa Cruz como un destino de turismo urbano de calidad.

Los objetivos estratégicos de esta campaña incluyeron la potenciación de la marca de ciudad en las plataformas digitales y la expansión de la red de actores comerciales para la venta del destino. Adicionalmente, se buscó optimizar la reputación online, generar un incremento en los beneficios para los agentes locales y servicios turísticos, y lograr una eficiencia económica respecto a las campañas de marketing y publicidad tradicionales.

Dirigida a turistas potenciales en mercados emisores con una marcada preferencia por la adquisición online de paquetes vacacionales, la campaña abarcó segmentos regionales, nacionales e internacionales, en consonancia con los principales mercados generadores de turismo para la capital. La ejecución de esta campaña de 9 meses de publicación online, precedida por un mes de planificación, se inició en julio de 2024 y tiene prevista su finalización en marzo de 2025, demostrando un desempeño excepcionalmente positivo desde sus fases preliminares.

De hecho, en los primeros seis meses, se superaron varios de los Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) de visibilidad estimados para la totalidad del periodo, lo que evidenció una excelente recepción por parte de los usuarios y una optimización altamente efectiva de las audiencias y la inversión.

El rendimiento general de la campaña programática (Display & Video 360) fue notablemente sólido, superando los 28.2 millones de impresiones en todos los mercados, con un total de 21,345 clics y un Click Through Rate (CTR) promedio del 0.08%. En este contexto, la creatividad centrada en "Naturaleza" generó el mayor impacto y volumen de clics, seguida por "Cultura" y "Playa", siendo "Carnaval" también destacable a pesar de su menor periodo de actividad. La campaña nos dejó claro que las piezas creativas que estuvieron menos tiempo en rotación, como Carnaval, Naturaleza y Cultura, generaron un interés y un rendimiento superiores, con Carnaval destacando particularmente por su impresionante eficacia en un período de activación bastante limitado.

En el mercado nacional, superamos los 7.7 millones de impresiones y generamos 6,776 clics, alcanzando un CTR medio del 0.09%. Eso, sin duda, nos colocó como el mercado más eficiente en este indicador. TripAdvisor y Kayak, se llevaron la palma en volumen de impresiones, mientras que las audiencias personalizadas de Binter y WeGo, destacaron por su altísima afinidad y una segmentación increíblemente eficaz.

El mercado alemán, por su parte, también nos regaló resultados muy robustos, con más de 6.7 millones de impresiones y 4,399 clics, lo que se tradujo en un CTR del 0.07%. De manera similar, TripAdvisor y Kayak lideraron en volumen de impresiones, y, WeGo y las audiencias similares a Binter registraron los mejores CTRs, confirmando una vez más su valor.

En lo que respecta al mercado francés, fueron de más de 8.2 millones de impresiones y 6,080 clics, manteniendo un CTR del 0.07%. TripAdvisor, Kayak y Edreams fueron los grandes protagonistas en volumen de impresiones, y sí, de nuevo, WeGo y Binter presentaron los mejores CTRs.

Finalmente, el mercado del Reino Unido no se quedó atrás, superando los 5.4 millones de impresiones, generando 4,090 clics y un CTR del 0.07%. TripAdvisor, Kayak y SkyScanner se destacaron en volumen de impresiones, y, como ya hemos visto, WeGo y las audiencias similares de Binter obtuvieron los mejores CTRs, lo cual refuerza nuestra creencia en la calidad de esas segmentaciones.

Un verdadero punto de inflexión fue la inclusión de eDreams en nuestra estrategia a partir de septiembre. Fue un acierto rotundo que impulsó la superación de los objetivos de impresiones en España y el Reino Unido. En España, alcanzamos unas impresionantes 437,304 impresiones, superando el objetivo en un 115.65%, y en el Reino Unido, llegamos a 307,277, cumpliendo el 102.43% de lo previsto, todo ello con un CTR medio muy, muy positivo del 0.33% en ambos mercados.

Este enfoque estratégico con eDreams, además, nos aportó información cualitativa de muchísimo valor sobre el perfil de nuestro turista en Santa Cruz de Tenerife. Nos dimos cuenta de mejoras significativas en la tasa de venta, la duración media de la estancia y, lo más importante, el gasto estimado. Comparado con el año anterior, las búsquedas aumentaron un 4%, y un 12% más de viajeros eligieron nuestra capital. Eso, por supuesto, significa una mejor tasa de venta. La media de días de estancia también creció, superando ya los 5 días, y las noches reservadas se incrementaron en un 14%.

Sumando resultados tangibles, la presencia en el slider principal y el blog personalizado de Canariasviaja.com generó unos resultados directos que podemos cuantificar: más de 4,000€ de facturación directa proveniente de los clics en el banner, y una visibilidad altísima con 876,000 impresiones en la página de inicio. Las Audiencias de Binter, son una apuesta segura, exhibiendo consistentemente los mejores CTRs en nuestras campañas abiertas y consolidándose, de lejos, como una de las estrategias digitales más eficaces.

Sumando resultados tangibles, la presencia en el slider principal y el blog personalizado de Canariasviaja.com generó unos resultados directos que podemos cuantificar: más de 4,000€ de facturación directa proveniente de los clics en el banner, y una visibilidad altísima con 876,000 impresiones en la página de inicio. Las Audiencias de Binter, son una apuesta segura, exhibiendo consistentemente los mejores CTRs en nuestras campañas abiertas y consolidándose, de lejos, como una de las estrategias digitales más eficaces.

Resumiendo podemos confirmar que todas las OTAs superaron las impresiones que habíamos comprometido, con el mercado español destacando especialmente por su CTR superior. Aunque, la verdad es que, en general, todos los mercados mostraron resultados muy buenos en cuanto a impresiones y clics totales.

Promoción Campaña Degusta Santa Cruz en Binter

Santa Cruz de Tenerife se promociona por segundo año consecutivo en San Sebastián Gastronomika, una de las ferias gastronómicas más importantes a nivel nacional, celebrada del 7 al 9 de octubre de 2024. La Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, a través de su proyecto "Degusta Santa Cruz Anaga Smart Destination", buscaba generar un impacto significativo tanto entre el público general como entre los profesionales del sector gastronómico.

Aprovechando el público objetivo que asiste a esta relevante feria gastronómica, se ideó y ejecutó una acción de co-branding pionera en colaboración con la aerolínea Binter. El objetivo era ofrecer una experiencia diferenciada y visibilizar la marca "Degusta Santa Cruz", logrando una cobertura mediática y promoción en redes sociales de la experiencia a bordo.

En un sentido más amplio, la campaña también buscaba potenciar las sinergias y contribuir de forma significativa a la conciencia y comercialización de todas las actividades relacionadas con la gastronomía. Se pretendía mostrar y promocionar los productos de Anaga, fortaleciendo la economía local y los productos de kilómetro 0.

Así la iniciativa se llevó a cabo en un vuelo seleccionado de Binter con destino a San Sebastián el 6 de octubre de 2024, previo y paralelamente a la celebración de la feria. Durante el vuelo, el chef Alberto Margallo del Restaurante San Sebastián 57,



miembro del Club Degusta Santa Cruz, preparó un menú degustación exclusivo con productos de Anaga y vinos locales, explicando los platos a los pasajeros. Esta novedosa acción permitió alcanzar a reconocidos periodistas, críticos gastronómicos y al público en general que viajaba a la feria por su interés en la gastronomía.

El menú se sirvió en una caja de degustación personalizada de elaboraciones hechas con productos de KM0 con información de Degusta Santa Cruz y un código QR que enlazaba a un video promocional en la plataforma Binter Onboard. La campaña contó con una amplia cobertura audiovisual, incluyendo la captura de momentos clave del evento y la producción de un video promocional distribuido en dos formatos, además de más de 30 fotografías de alta calidad. Para reforzar la imagen de marca "Degusta Santa Cruz" y sus objetivos, se diseñaron

elementos promocionales personalizados, como etiquetas adhesivas, tarjetas QR, la personalización de la chaquetilla del chef y banners digitales.

La difusión de la campaña tuvo un alcance notable en redes sociales, con Instagram Ads logrando 356.454 cuentas alcanzadas y 1.264.432 impresiones. En Facebook Ads, se obtuvieron 1.031 clics y un CTR del 0,08%, priorizando la expansión del alcance. Además, un publirreportaje de un minuto fue emitido en Antena 3 Canarias, bajo el formato "Noticias de Empresa", asegurando una amplia cobertura regional y destacando el valor de la gastronomía local y de "Degusta Santa Cruz".

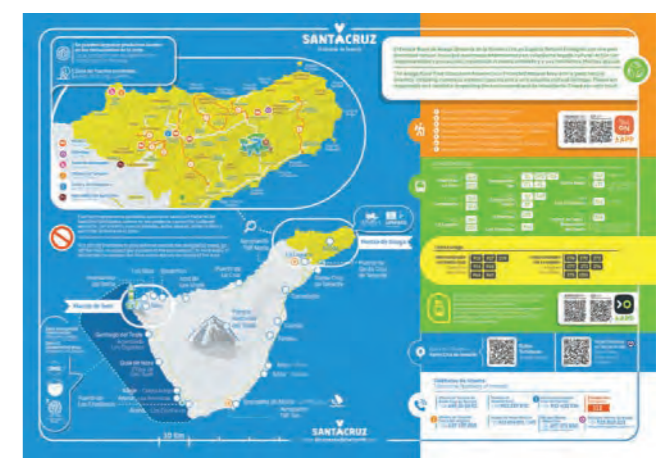
La coordinación integral del evento, desde la logística de vuelo hasta el catering y la presentación del menú, fue fundamental para el éxito, asegurando la coherencia y la calidad de la experiencia de co-branding. Los resultados obtenidos confirmaron el éxito de la campaña, superando los objetivos planteados y consolidando la visibilidad de la marca "Degusta Santa Cruz" en el mercado local y nacional.

Producción de material audiovisual y mapas

En este 2024 se ha realizado la producción de vídeos para la promoción de la imagen general del destino Santa Cruz de Tenerife como un referente de calidad turística y sostenibilidad. Estas piezas promocionales audiovisuales han mostrado a nuestra ciudad desde la perspectiva de un destino que ofrece calidad certificada, remarcando las características diferenciales de los productos.

Se han producido varias piezas, un video largo de promoción de Santa Cruz de Tenerife como destino turístico de calidad, en distintas variantes, con subtítulos o en inglés; y piezas de un minuto orientados a distintas temáticas y formatos: gastronomía, MICE, carnaval, eventos, hoteles y cruceros.

Igualmente, se diseñó y produjo un nuevo plano turístico tipo A3 propio de la Sociedad de Desarrollo para usar principalmente en las oficinas de turismo de la ciudad siendo una herramienta fundamental demandada por el visitante a la hora de planificar su visita.



Descarga el mapa de Santa Cruz en PDF

Presencia en ferias

La promoción de Santa Cruz no se lleva a cabo de manera aislada, sino que forma parte de una estrategia coordinada con los organismos insulares y autonómicos. La ciudad colabora con Turismo de Tenerife y el Gobierno de Canarias en acciones de promoción conjunta, participando en ferias internacionales, campañas de publicidad digital y acciones de marketing dirigidas a mercados estratégicos.

Balance de Santa Cruz de Tenerife en Fitur 2024

La Feria Internacional de Turismo (Fitur) se ha reafirmado, una vez más, como el gran termómetro de las tendencias del sector. Para Santa Cruz de Tenerife, y en particular para la Sociedad de Desarrollo como entidad con las competencias turísticas municipales, esta edición de Fitur 2024 ha sido una oportunidad estratégica ineludible. No solo ha permitido conocer las novedades y las acciones de otros destinos, sino también, y fundamentalmente, generar alianzas clave y posicionar a la capital tinerfeña en el panorama nacional e internacional. Nuestra presencia en esta importante cita ferial se ha articulado en torno a una agenda de trabajo intensiva y bien definida, alineada con los objetivos del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027.

La principal apuesta de este año ha sido la generación de alianzas para la consolidación del turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) en Santa Cruz, reconociendo su potencial como motor de desarrollo económico y la

necesidad de posicionarnos en este segmento de alto valor.

Se han llevado a cabo citas clave como la reunión con el Spain Convention Bureau para abordar nuestra adhesión y explorar oportunidades de promoción del turismo MICE en Santa Cruz, incluyendo la posibilidad de acoger un encuentro anual de destinos. Este enfoque se complementa con el ya operativo Santa Cruz Tenerife Convention Bureau, lanzado en abril, que ofrece asesoramiento gratuito a profesionales del sector.

También hemos hecho hincapié en el desarrollo de actuaciones especializadas en promoción turística, principalmente a través de las OTAs. Prueba de ello se han mantenido reuniones con actores relevantes como Viajes El Corte Inglés o con eDreams Odigeo, reforzando nuestra alianza de campañas con OTAs en la búsqueda de mejorar el posicionamiento desarrollado en los últimos años.

La mejora del posicionamiento digital de la ciudad ha sido un eje central, conscientes de que el turista actual investiga y conoce el destino antes de llegar. En este sentido, Santa Cruz de Tenerife está firmemente comprometida con el desarrollo de proyectos tecnológicos de referencia para consolidarse como un DTI.

Nuestra activa participación y conexión con Segittur, la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas y entidad impulsora de la metodología DTI en España, ha sido clave. Hemos asistido a una reunión con los técnicos gestores del programa, que nos



Premio SICTED

ayuda a desarrollar e implementar las estrategia local alineada con el trabajo que se lleva a cabo en este sentido a nivel nacional. para la consolidación de la transformación digital del destino.

Se suman también a la agenda de esta línea de digitalización e innovación las reuniones con empresas de desarrollo tecnológico y de sistemas de digitalización, enfocadas en la optimización de las oficinas de información turística y la señalización turística inteligente. El objetivo es crear una cultura innovadora e impulsar la digitalización de nuestras empresas turísticas de servicios y del propio patrimonio, a la par que se refuerza la generación y acceso a datos de interés turístico a nivel municipal. Nuestra pertenencia a la red de DTI nos permite acceder a información y estudios de mercado especializados, fortaleciendo nuestro conocimiento y posicionamiento.

Un momento de especial orgullo para la Sociedad de Desarrollo y para toda Santa Cruz de Tenerife ha sido la **ceremonia de los XIV Premios SICTED**, organizados por

la Secretaría de Estado de Turismo. La capital tinerfeña ha sido galardonada con tres importantes premios, que certifican el trabajo y la dedicación a la excelencia turística: **Primer Premio SICTED al Mejor Plan de Mejora de Servicio Turístico 2024 por el "Plan de Accesibilidad Casa del Carnaval"**. Este reconocimiento subraya el compromiso con la creación de un destino más inclusivo. Un **segundo Primer Premio SICTED al Mejor Proyecto de Mejora de Destino por el proyecto "Implementación en la estrategia del Turismo MICE para Santa Cruz de Tenerife"**, como consolidación a nuestra visión de referente en el turismo de congresos y eventos. Y finalmente un **Segundo Premio SICTED al Mejor Proyecto de Mejora de Destino por el "Proyecto Gastro Hotel Weeks Santa Cruz de Tenerife"**, que no hace otra cosa que destacar la puesta en valor de nuestra rica gastronomía local y la colaboración con el sector hotelero.

Estos galardones no solo son un sello de calidad que nos posiciona en el mapa turístico, sino que también realzan el

esfuerzo del personal técnico de la Sociedad de Desarrollo y la colaboración público-privada.

En otra línea de participación, la apuesta por los grandes eventos se erige como un pilar fundamental en la estrategia de promoción turística de Santa Cruz, impulsando el posicionamiento de la ciudad a nivel internacional y la atracción de visitantes más allá del ocio tradicional.

Un claro ejemplo de esta estrategia se ha vivido en Fitur con la presentación del concierto de Ed Sheeran en Tenerife, una cita histórica que ha batido récords de venta de entradas en tan solo 10 minutos y que solo tendría dos paradas en España, siendo la capital tinerfeña una de ellas.

La presencia de figuras como el viceconsejero del Gobierno de Canarias, la consejera de Empleo y Turismo, la presidenta y el vicepresidente del Cabildo

de Tenerife, el alcalde de Santa Cruz de Tenerife, y nuestra concejala delegada de Sociedad de Desarrollo en la presentación de este evento, subraya la trascendencia que los grandes festivales y conciertos tienen para el destino.

Estos eventos no solo asocian la marca Santa Cruz de Tenerife con artistas de talla mundial, sino que también actúan como un potente tractor económico, dinamizando otros sectores como la cultura y el comercio. Se ha constatado que el 34% de los asistentes al concierto de Ed Sheeran provienen de fuera de la isla, con ventas de entradas en 45 provincias españolas y numerosos países europeos, evidenciando el interés turístico que despierta. En definitiva, la ciudad busca consolidar estos eventos de talla mundial para proyectar su imagen, atraer nuevos perfiles de turistas y reforzar su capacidad como destino versátil y de vanguardia.

En definitiva, Fitur 2024 ha marcado un hito para Santa Cruz de Tenerife, consolidando su compromiso con la

excelencia, la sostenibilidad y la innovación, sentando las bases para un futuro turístico vibrante y de crecimiento sostenido.

Marketing y Promoción Turística

El sector de la restauración se ha convertido en un sector clave en la economía de Santa Cruz de Tenerife, no solo por su capacidad para generar empleo y dinamizar la actividad comercial, sino también por su papel en la promoción turística de la ciudad.

En este contexto, el municipio lleva varios años impulsando el Club de Producto "Degusta Santa Cruz" - accesible en la web www.degustasantacruz.com-, que surge como una iniciativa público-privada destinada a estimular y promover los establecimientos gastronómicos de la capital, así como la cocina local y los productos canarios. Este club busca resaltar la identidad culinaria de Santa Cruz, vinculando la gastronomía con el territorio de Anaga y sus singulares características.

El club de producto cuenta con 321 establecimientos, incluyendo restaurantes, cafeterías, bares, gastrobares, cervecerías, panaderías, heladerías, pastelerías, tascas, gastrotascas, beach clubs, terrazas, rooftops, locales de comida para llevar y catering.

Como parte de su estrategia de posicionamiento, "Degusta Santa Cruz", se ha desarrollado un plan de trabajo que incluye la participación activa en ferias gastronómicas de relevancia. En Madrid

Fusión, celebrada del 29 al 31 de enero de 2024, cinco profesionales gastronómicos de la capital promocionaron la ciudad a través de elaboraciones con productos típicos de Anaga.

Asimismo, en San Sebastián Gastronomika, que tuvo lugar del 7 al 9 de octubre de 2024, se presentó el proyecto "Degusta Santa Cruz Anaga Smart Destination", promocionando la gastronomía de la capital tinerfeña y el producto local. Igualmente se participó GastroCanarias, que tuvo lugar en el Recinto Ferial de la capital tinerfeña del 21 al 23 de mayo, donde Santa Cruz participó activamente con un stand en el que se programaron una treintena de actividades para poner en valor la gastronomía, sus productores, la amplia variedad de establecimientos del destino.

La estrategia de "Degusta Santa Cruz" se aborda desde una perspectiva transversal, integrando el desarrollo local junto con el comercio y el turismo. Esta visión garantiza que toda la cadena de valor gastronómica se vea fortalecida, desde los productores locales hasta los restauradores, promoviendo una economía sostenible y una identidad cultural arraigada en los sabores y tradiciones del municipio.



Rueda de prensa

Bus turístico

El bus turístico, es un servicio estandarizado que está presente en los principales destinos turísticos del mundo. El servicio permite subir y bajar del autobús y tren, realiza un recorrido por la ciudad de forma que el visitante pueda tener una experiencia turística, permitiéndole conocer los principales lugares de interés de la ciudad, ya que su sistema de audio-guías facilita toda la información cultural e histórica de cada localización.

En este 2024, se han realizado informes técnicos, diseño del servicio, viabilidad económica y trámites para la implantación del bus turístico en la ciudad mediante un procedimiento de concesión demanial, estando prevista su entrada en funcionamiento el próximo año 2025.

Bus turístico

Santa Cruz Film Office

Santa Cruz de Tenerife se ha consolidado como un escenario privilegiado para la industria audiovisual gracias a su diversidad paisajística, su clima excepcional y el compromiso de la ciudad con la atracción de producciones cinematográficas y publicitarias. Santa Cruz cuenta con una combinación única de escenarios naturales y urbanos, lo que permite que las producciones encuentren una gran variedad de localizaciones en un solo destino, además de contar con infraestructuras, servicios y un sector audiovisual local de primer nivel. La Santa Cruz Film Office es un servicio que presta la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife para facilitar, promover y atraer rodajes al municipio, posicionando a Santa Cruz como un plató de cine al aire libre y generando un impacto positivo en la economía y la imagen de la ciudad.

Facilidades y servicios para las producciones

Desde Santa Cruz Film Office se ofrecen los siguientes servicios:

- Orientación sobre la gestión de permisos de rodaje en espacios públicos.
- Enlace entre las productoras y las secciones del Ayuntamiento.
- Asesoramiento logístico y técnico a productoras.
- Conexión con proveedores locales.
- Apoyo en la selección de localizaciones.

Impacto en la ciudad e indicadores clave

La presencia de rodajes en Santa Cruz no solo contribuye a la promoción de la ciudad a nivel internacional, sino que también genera empleo y oportunidades. La presencia de rodajes en Santa Cruz contribuye a la diversificación de la economía local y promociona la ciudad a nivel nacional e internacional entre los equipos técnicos que conforman los rodajes como lugar donde poder desarrollar nuevos proyectos audiovisuales. A esto se suma la

contratación de figurantes y técnicos locales, la demanda de alojamientos, restauración, logística de transporte y el refuerzo de otros sectores.

En el ejercicio 2024 se han gestionado en la ciudad de Santa Cruz de Tenerife numerosas peticiones para trabajos audiovisuales, el número asciende a 93 trabajos realizados por el sector audiovisual. Estos trabajos audiovisuales desarrollados en la ciudad han supuesto que finales de



SC Film Office-Foto rodaje 1
SC Film Office-Foto rodaje 2



Rodaje audiovisual



2024, el número de contratos relacionados con este ámbito ascendieron a más de 8.900 puestos de trabajo, cifra que pone de manifiesto que la industria audiovisual se ha instalado en Canarias y tiene tendencia a seguir manteniendo niveles de contratación importantes para el municipio. Desglosando la información estos 93 trabajos se traducen en:

- **1 concurso de cortos en vía pública**
- **1 cortometraje pospuesto en fecha y pendiente de realizar.**
- **10 largometrajes (1 cancela y 2 posponen rodaje)**
- **3 programa de televisión**
- **13 series (1 cancela)**
- **3 sesiones de vídeo**
- **39 sesiones de fotos (4 cancelan)**
- **23 spot publicitarios.**

En el año 2024 se ha visto un claro incremento de la cantidad de series rodadas respecto a otros años pasados. Productoras que han elegido al municipio como lugar donde rodar parte de las escenas de los proyectos que vienen a Canarias, concretamente Tenerife y que se prevé que sigan trabajando en Santa Cruz para otros proyectos. El municipio ofrece, dentro de la isla de Tenerife, la localización ciudad contemporánea y barrio, además de playa y naturaleza. Santa Cruz es para muchos proyectos una localización imprescindible para que funcione la isla de Tenerife como lugar seleccionado para rodar.



Santa Cruz Convention Bureau

El turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions) es un segmento importante para el desarrollo económico de Santa Cruz de Tenerife, atrayendo eventos, congresos y reuniones de negocio que dinamizan sectores como la hostelería, el comercio y los servicios.

La Sociedad de Desarrollo del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife ha puesto en marcha la Oficina MICE con el objetivo de consolidar la capital como un destino competitivo para eventos profesionales.

Este proyecto estratégico ha sido posible gracias a la financiación obtenida a través de la convocatoria extraordinaria de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos, enmarcada en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia impulsado por la Unión Europea Next Generation EU.

Iniciado el 28 de marzo de 2024, este contrato representa una acción conjunta y coordinada entre el Área de Planificación Estratégica del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife y el Área de Turismo de la Sociedad de Desarrollo. El objetivo primordial de esta colaboración es consolidar a la capital tinerfeña como un destino de primer nivel, plenamente competitivo y preparado para acoger una amplia gama de eventos profesionales. Este segmento fomenta la generación de

empleo cualificado y fortalece el posicionamiento de marca del destino en el ámbito global.

Así, el Santa Cruz Convention Bureau (SCTCB) nace para posicionar a la capital tinerfeña como un destino de referencia en el turismo MICE ofreciendo los siguientes servicios:

- Asesoramiento personalizado a empresas y entidades interesadas en organizar eventos en Santa Cruz.
- Búsqueda de sedes y espacios adaptados a las necesidades de cada evento, incluyendo hoteles, centros de convenciones y espacios singulares.
- Coordinación con proveedores locales para garantizar una logística que demanda un congreso.
- Promoción del destino en ferias y encuentros internacionales especializados en turismo de negocios.

En este contexto estratégico, la Oficina MICE de la Sociedad de Desarrollo ha asumido un rol central, liderando acciones clave para la detección de nuevas oportunidades de negocio, la atracción de eventos de gran envergadura, la generación de sinergias institucionales y la promoción activa del destino. Todas estas iniciativas se alinean estrictamente con los objetivos de sostenibilidad y transformación recogidos tanto en los marcos de planificación nacionales como en los locales, buscando un desarrollo turístico responsable y de futuro.

Indicadores clave de la Santa Cruz Convention Bureau

Asistencia y participación en ferias. En el ámbito de la promoción y comercialización, el SCTCB ha participado activamente en ferias internacionales clave del sector. Durante 2024, asistió presencialmente a IFTM Top Resa en París (del 17 al 19 de septiembre) y a IBTM World en Barcelona (del 19 al 21 de noviembre). En estas citas, se llevaron a cabo más de treinta reuniones con operadores del sector, se asistió a ponencias especializadas y se realizó un seguimiento individualizado de los contactos, fortaleciendo la imagen de Santa Cruz como un destino preparado para eventos de primer nivel. La ciudad refuerza así su posicionamiento como un destino competitivo y sostenible en el panorama MICE internacional, destacando su conectividad, infraestructuras de calidad y entorno privilegiado.

INDICADOR	IFTM Top Resa	IBTM World
Nº de reuniones personales	15	17
Asistencia ponencias especializadas	3	1
Seguimiento de contactos	9	11
Mercados impactados	Francia, Reino Unido y Andorra	Nacional, Europa, Oriente Medio y África, Nórdico y Reino Unido

Asistencia y Participación en Eventos y Foros Profesionales

La Oficina MICE también amplió su red de contactos y detectó oportunidades al participar en eventos y foros profesionales, como "The Ultimate Tenerife Experience" (11 de julio), la "IV Convención Turespaña" (del 1 al 3 de octubre) y el "Tourism Innovation Summit" (del 23 al 25 de octubre). En estas citas, se realizaron treinta y dos reuniones y se asistió a treinta y una ponencias, generando once contactos de interés estratégico. Además, se contactó con veinticuatro agentes del sector MICE y se llevaron a cabo trece reuniones comerciales para dar a conocer el SCTCB y fomentar sinergias de colaboración.

EVENTO FORO	Nº REUNIONES	ASISTENCIA PONENCIAS	SEGUIMIENTO CONTACTOS
Total	32	31	11
(hasta dic. 2024)			
The Ultimante Tenerife Experience (UTE)	18	3	9
IV Convención Turespaña	10	12	-
Tourism Innovation Summit (TIS)	4	10	2



Tenerife Ultimate Experience

Redes sociales y comunicación

En el ámbito digital, se está desarrollando una página web específica para promocionar Santa Cruz de Tenerife como destino MICE, que busca aumentar la visibilidad global de la ciudad, facilitar la planificación de eventos y promover su infraestructura. Se ha definido la metodología para elaborar la propuesta funcional y el contenido para las secciones, incluyendo fichas técnicas de sedes y alojamientos. En redes sociales, la Oficina MICE creó una cuenta en LinkedIn en noviembre de 2024 para compartir contenido con agentes del sector, logrando cuarenta y ocho visualizaciones de página y cinco nuevos seguidores en solo ocho publicaciones, que generaron más de 534 impresiones y nueve reacciones. Se elaboran informes mensuales de métricas para evaluar el rendimiento y ajustar la estrategia de contenido.

INDICADOR	CANTIDAD
Creación de cuenta en LinkedIn	Sí
Publicaciones en LinkedIn	8
Visualizaciones de la página en LinkedIn	48
Nuevos seguidores en LinkedIn	5
Impresiones de las publicaciones en LinkedIn	+534
Reacciones a las publicaciones en LinkedIn	9



Brand Board MICE

La comunicación y el material promocional han sido fundamentales, con la elaboración de un Plan de Comunicación y un "Brandboard" que define la identidad visual del SCTCB. Se ha producido un tríptico ("Santa Cruz de Tenerife, Tu destino MICE") utilizado en ferias y reuniones, tarjetas de visita con códigos QR que redirigen a material digital, y una "Guía MICE" detallada en español e inglés, que incluye información sobre sedes, alojamientos y servicios profesionales. Además, la Oficina MICE ha actuado como gabinete de prensa, redactando notas de prensa y reportajes para difundir su actividad y la del municipio en medios de comunicación y en la web del Ayuntamiento/Sociedad de Desarrollo.

Servicios para la Organización de Congresos en Santa Cruz de Tenerife

La Oficina MICE también ha prestado servicios de apoyo logístico y receptivo para la organización de diversos eventos en Santa Cruz de Tenerife a lo largo de 2024. Entre ellos, se brindó soporte para la "Noche de las Telecomunicaciones 2024", las "III Jornadas de Optometría de Canarias", eventos de la "Naviera Azamara", "NG112 & AI DAYS", el "Congreso Nacional de Contratación Pública", el "Congreso Masonería" (2025), el "XLVIII Congreso Nacional de Nefrología Pediátrica" (2025), el "XIV Congreso Internacional AEDyR" (2025) y el "Congreso CONAIF 2025". Los servicios ofrecidos incluyen ayuda para la búsqueda de alojamiento, tramitación de permisos, merchandising, catering, material audiovisual y propuestas de actividades para los asistentes, con el fin de dar a conocer la ciudad. Se ha creado

una base de datos para registrar todos los servicios proporcionados, incluyendo detalles, clientes, fechas y valoraciones, lo que es clave para la gestión de calidad y la mejora continua.

INDICADOR	CANTIDAD
Nº total de reuniones para la prospección y presentación de candidaturas	10
Nº de contactos institucionales realizados	28
Nº de candidaturas presentadas	2
Nº de eventos a los que se prestó soporte logístico en 2024	9

Para el impulso del SCTCB, se busca la creación y dinamización de una comunidad profesional local a través del "Club de Producto MICE", fomentando la colaboración público-privada para potenciar la competitividad del destino y captar nuevos mercados. También se ha propuesto una Jornada Anual de networking para reunir a agentes del sector, presentar el SCTCB y sus servicios. La Oficina MICE mantiene una estrecha coordinación con entidades públicas y privadas a nivel local y supramunicipal, incluyendo organismos turísticos, asociaciones sectoriales y operadores especializados, para asegurar la coherencia de las acciones y establecer sinergias.

Finalmente, para el seguimiento y análisis de la actividad MICE, se ha iniciado la elaboración de un cuadro de mando integral, alimentado por bases de datos de eventos potenciales, calendario de eventos, candidaturas y agentes del sector. Los trabajos se han alineado con el SICTED, obteniendo el distintivo de "Compromiso

de Calidad Turística" en diciembre de 2024, lo que reconoce el esfuerzo y el compromiso con la calidad y mejora continua de los servicios turísticos. Se ha impulsado un Grupo de Mejora del Turismo MICE, conformado por representantes del sector local, para validar las acciones promocionales y comerciales, fortaleciendo la coordinación público-privada.

La Oficina MICE también ha realizado un diagnóstico estratégico de la situación actual del segmento MICE en Santa Cruz de Tenerife, incluyendo análisis de oferta, demanda y benchmarking con destinos referentes. Todas estas acciones son gestionadas con un control y seguimiento riguroso, a través de reuniones técnicas, planes de trabajo y elaboración de informes mensuales.

Todas las acciones y estrategias puestas en marcha durante 2024, incluyendo la planificación de Fam Trips, el desarrollo de la plataforma web y la dinamización del Club de Producto MICE, continuarán y se intensificarán a lo largo del año 2025. El

objetivo es asegurar la continuidad en el tiempo de estas iniciativas, buscando una consolidación definitiva del segmento MICE en el municipio y posicionando a Santa Cruz de Tenerife como un referente clave en el turismo de reuniones y eventos a nivel nacional e internacional.

Carnaval turístico y productos asociados

Productos turísticos del carnaval

El Carnaval de Santa Cruz de Tenerife está reforzando notablemente su proyección turística, contando con el respaldo y la activa participación de los principales operadores del sector. La Sociedad de Desarrollo, en colaboración con el Organismo Autónomo de Fiestas y el sector turístico, ha impulsado y comercializado diversos productos turísticos clave para promover la visita y el conocimiento de esta emblemática celebración, una actividad que viene realizando desde 2017 con el fin de potenciar la fiesta y sus beneficios económicos para la ciudad.

La estrategia de comercialización de estos productos busca consolidar la posición del Carnaval como un atractivo turístico de primer nivel y fomentar la lealtad de los operadores. Grandes turoperadores como TUI y Mundiplan han desempeñado un papel crucial en la distribución de las entradas, facilitando la llegada de visitantes y fortaleciendo la proyección del Carnaval



Material en IFTM

tanto a nivel nacional como internacional. Esta colaboración no solo atrae a un mayor número de turistas, sino que también genera un impacto económico positivo y significativo para la economía local, beneficiando directamente a sectores fundamentales como la hostelería, la restauración y el comercio.

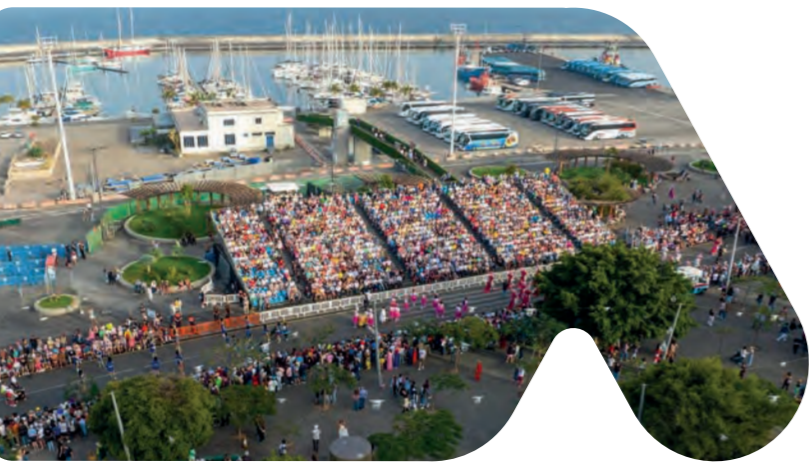
La actividad de promoción turística y comercialización del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife se fundamenta en sólidos indicadores que justifican su inversión y desarrollo continuo. Esta celebración no es solo un evento cultural, sino un motor económico de gran calibre para la isla. Anualmente, el Carnaval atrae a más de 200.000 asistentes durante sus días principales, lo que se traduce en una ocupación hotelera cercana al 100% y una significativa generación de empleo temporal en sectores clave como la hostelería, la restauración, el transporte y el comercio minorista. Este impacto económico y de afluencia masiva valida la necesidad de estrategias de comercialización efectivas.

La demanda de productos turísticos específicos del Carnaval ha sido extraordinaria. En eventos clave como la Gala de la Reina, Ritmo y Armonía y el Coso, se han agotado aproximadamente 2.000 plazas. Para el Carnaval de 2024 se han dispuesto 1.500 asientos en gradas para cada uno de los eventos principales (Ritmo y Armonía y Coso), además de plazas específicas para la Gala de la Reina con 80 plazas de categoría VIP.

La implementación y comercialización de las gradas para eventos clave del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife, como el Concurso de Comparsas Ritmo y Armonía y el Coso Apoteosis, responde a una estrategia clara de la Sociedad de Desarrollo para convertir la fiesta en un producto turístico aún más atractivo y accesible para visitantes. Estas gradas, ubicadas estratégicamente en la Avenida de la Constitución, ofrecen una experiencia premium y diferenciada, esencial para el público objetivo de turistas, excursionistas y cruceristas.



Grada turística Carnaval 2024



Grada turística Carnaval 2024

El atractivo de este producto radica en varios factores. Primero, garantiza un asiento reservado y numerado en una zona privilegiada, eliminando la necesidad de competir por un espacio en las calles y permitiendo a los asistentes disfrutar del espectáculo con comodidad y seguridad. Esta comodidad se complementa con servicios exclusivos como aseos cercanos de uso exclusivo, un espacio vallado para mayor seguridad y una zona gastronómica. Además, se ofrece un servicio de azafatas y taquillas de venta para facilitar la experiencia al usuario. Para los cruceristas, el acceso exclusivo desde el muelle mediante una nueva pasarela de cruceros es un valor añadido significativo, agilizando su llegada y salida.

Estas gradas no solo facilitan la visualización de los eventos principales, sino que también actúan como una herramienta para ordenar el flujo de visitantes y proporcionar una experiencia más controlada y de mayor calidad. Al ofrecer este producto, se busca transformar la visión local del Carnaval y dirigir acciones específicas para su disfrute

entre visitantes, diversificando la oferta turística de Santa Cruz de Tenerife y ampliando las actividades culturales de la ciudad. Representan una oportunidad directa para que miles de potenciales clientes y consumidores se sumerjan en la vibrante atmósfera del Carnaval, generando un "efecto llamada" que se traduce en un considerable ingreso económico para diversos sectores de la ciudad. En definitiva, las gradas se conciben como un producto turístico diseñado para maximizar el disfrute del Carnaval, atraer a un público internacional y consolidar la reputación de la fiesta como un evento de primer nivel.

Estratégicamente, la Sociedad de Desarrollo ha logrado consolidar una colaboración robusta con operadores turísticos de renombre, como TUI y Mundiplan. Esto garantiza una distribución efectiva y la llegada de visitantes. La gestión de los eventos se apoya en empresas especializadas, que aportan a través de concesiones de licitación pública personal cualificado para control de acceso en gradas con atención de idiomas, español, inglés y francés.

La actividad está firmemente alineada con las directrices estratégicas. La comercialización de productos del Carnaval ha sido una constante desde 2017, y esta acción se enmarca en el Eje 3 "Promoción y Marketing del Destino" del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife, dentro del programa "Carnaval Turístico". El reconocimiento del Carnaval como Fiesta de Interés Turístico Internacional proporciona una base sólida para su proyección y justificación.

La Casa del Carnaval

El Carnaval de Santa Cruz de Tenerife es una de las celebraciones más importantes y reconocidas a nivel internacional, declarada Fiesta de Interés Turístico Internacional.

Para preservar y compartir su historia, esencia y evolución, se creó la Casa del Carnaval, un espacio dedicado a esta festividad, donde visitantes y residentes pueden conocer de cerca la magia que envuelve la fiesta más emblemática de la ciudad.

Un espacio dedicado al Carnaval

La Casa del Carnaval que abrió sus puertas el 28 de junio de 2017, se ha convertido hoy en día un lugar de referencia para todos aquellos que desean descubrir el legado del Carnaval de Santa Cruz de

Tenerife.

Hay que destacar que la Casa del Carnaval no solo es un centro expositivo, sino también un punto de encuentro para la ciudadanía y un atractivo turístico. Miles de personas visitan cada año este espacio, contribuyendo a la promoción del Carnaval como una seña de identidad de Santa Cruz de Tenerife.

Casa del Carnaval: consolidación, participación y mejora continua en 2024

La Casa del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife ha consolidado en 2024 su posición como centro cultural, patrimonial y turístico de referencia, con un total de 29.225 visitantes. Esta cifra supone un incremento del 17,5% respecto al año anterior, consolidando una tendencia al alza que sitúa el acumulado desde su apertura en 2017 en 147.291 personas.

EVOLUCIÓN DE VISITANTES (2017-2024)

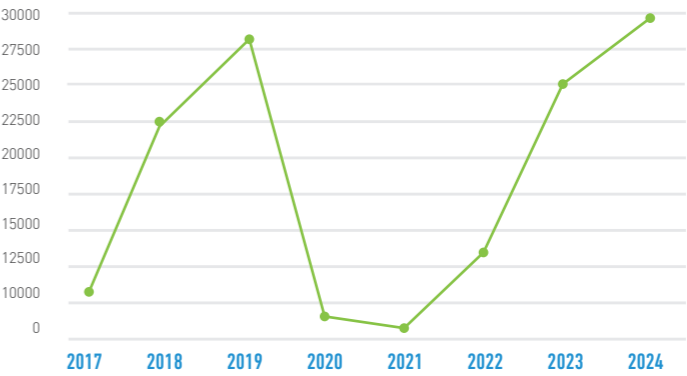


Figura 1. Evolución del número total de visitantes a la Casa del Carnaval entre 2017 y 2024. Fuente: Sociedad de Desarrollo.

Servicio de visitas guiadas y autoguiadas

El programa de visitas guiadas y autoguiadas se lleva a cabo todo el año en este espacio.

A través del programa Turitop, permite realizar reservas previamente en la modalidad de entrada general, visita educativa o visita guiada, sin excluir la posibilidad de que el propio personal de la Casa del Carnaval pueda realizar la reserva in situ.

Actualmente el servicio se ofrece en franjas de horarios y aforo limitado de acuerdo a la normativa que esté vigente en cada momento. Asimismo, el programa de Turitop sirve como plataforma en el que generar nuevos servicios asociados a actividades de la Casa del Carnaval, como los talleres o las charlas o mesas redondas de las exposiciones temporales, de modo que el visitante puede acceder para su registro de manera intuitiva a través de la página web www.casacarnavalsantacruz.com en el

apartado entradas de manera remota.

En relación a las visitas guiadas particulares, de centros educativos y asociaciones, fruto de las acciones de comercialización con terceros y promoción específica del programa de la Casa del Carnaval, con lo referente a visitas guiadas nos han visitado en total 3690 personas, a través de 204 rutas. Mayoritariamente han sido de colegios e institutos que a sabiendas de la fecha del carnaval, quieren pasarse antes por aquí para así entender mejor cómo funciona dicha festividad. Las visitas guiadas se pueden realizar bien con el personal de la Casa del Carnaval o bien con el sistema de audioguías (inglés, español, francés y subtitulada). Ambas opciones son gratuitas y fomentan el conocimiento sobre la historia y cultura del patrimonio del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife.

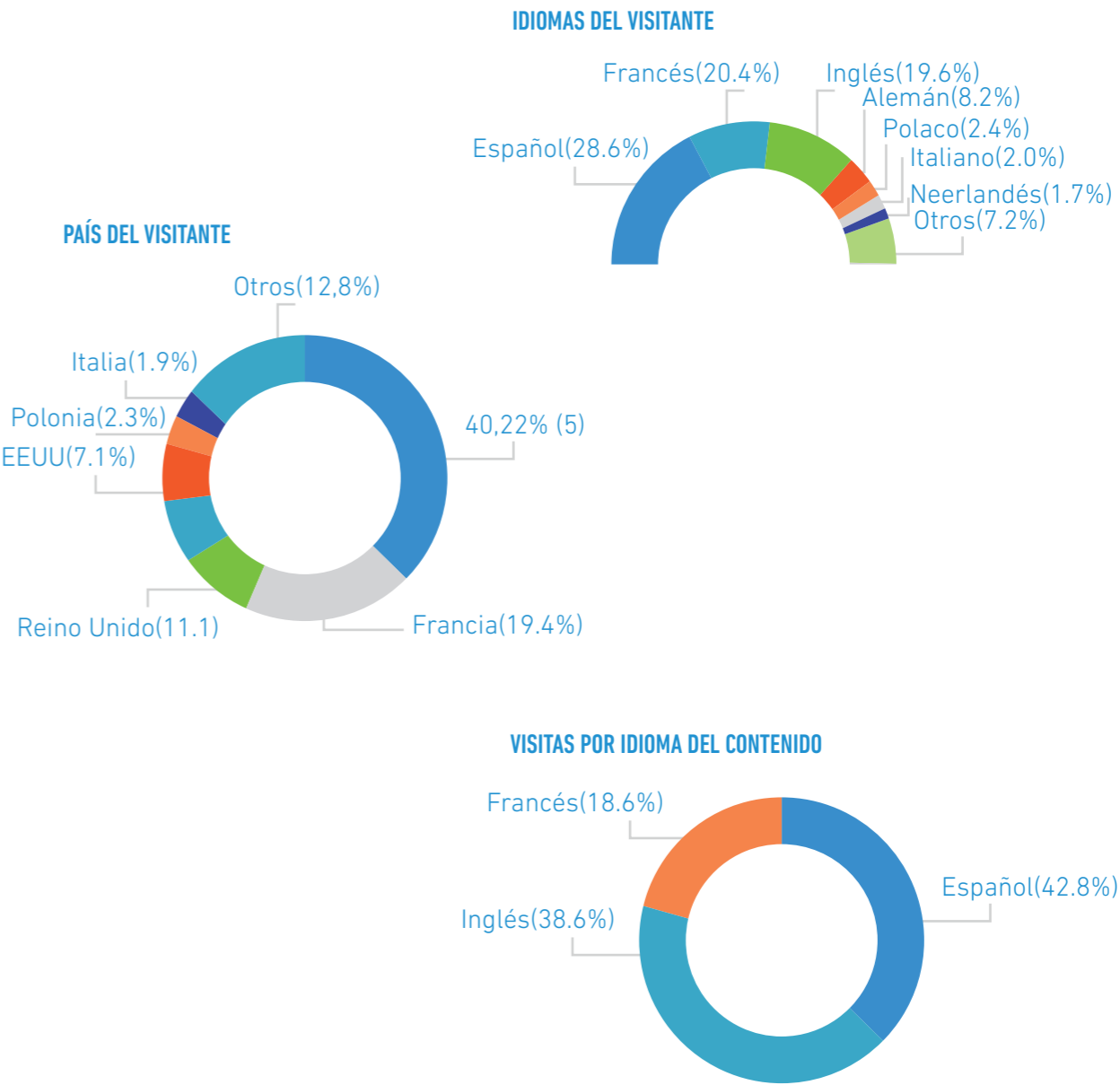
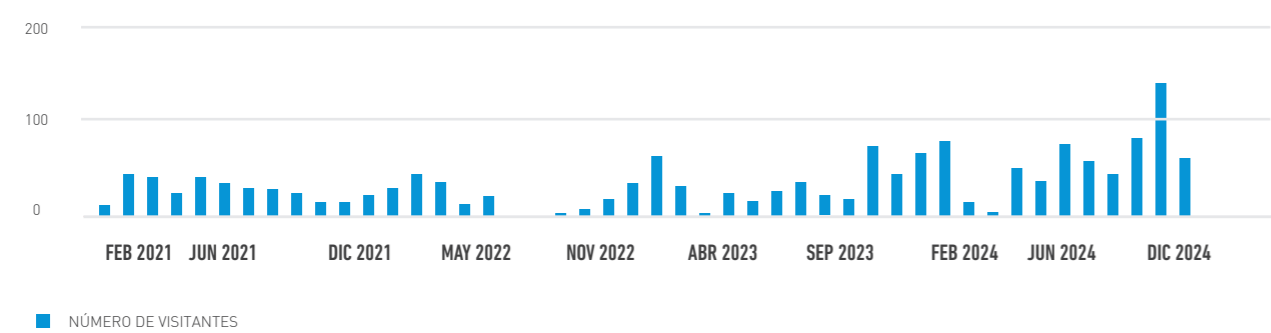
Desde su estreno el 26 de febrero de 2021 hasta 31 de diciembre de 2024, se han utilizado 1725 veces, de las cuales 739 se escucharon en español, 665 en inglés y 321 en francés.

En la gráfica anterior podemos apreciar el número de visitantes que han utilizado la audioguía para visitar la Casa del Carnaval. Noviembre de 2024 fue el mes que más usaron el sistema de audioguía con respecto al resto de años.

Además, en la gráfica anterior se puede ver que el visitante que más usa la audioguía proviene de “España”, por lo que el idioma

que predomina es el “español”. Por primera vez vemos que, seguido de España, encontramos que predomina Francia , como el segundo que más utiliza la audioguía, seguido de otros como Reino Unido, Alemania, Estados Unidos o Polonia y cuanto al idioma que predomina en segunda posición es el “inglés”, lo cual es normal dado que es el idioma que más se habla en todo el mundo.

VISITAS POR MES / INFORME WIFIMUSEUM



Perfil del visitante y atención al público

Durante el año, la distribución del público ha sido la siguiente: 11.564 visitantes extranjeros, 9.718 procedentes de otras comunidades autónomas y 7.943 residentes canarios. De estos últimos, 4.978 eran vecinos y vecinas de Santa Cruz.

Un servicio esencial que se ofrece en la Casa del Carnaval es la información al visitante. Este punto de atención permite a los visitantes acceder fácilmente a detalles relevantes sobre la historia, programación y otros aspectos de la fiesta, convirtiéndose en una herramienta fundamental para su disfrute.

Un servicio esencial ofrecido en la Casa del Carnaval es la información a las personas visitantes. Este punto de atención permite que accedan fácilmente a detalles relevantes sobre la historia, la programación y otros aspectos de la fiesta, convirtiéndose en una herramienta fundamental para su disfrute.

El equipo del servicio atendió diariamente consultas presenciales, telefónicas y por correo electrónico, con un incremento superior a los 200 correos consulta respecto a 2023, destacando los meses de enero y octubre por la programación de talleres. Las temáticas más demandadas fueron el horario, el tipo de visitas y las actividades relacionadas con el Carnaval.

El servicio de atención incluyó además asesoramiento turístico, con entrega de mapas y recomendaciones. Se han mantenido 1.240 reseñas en Google con

una valoración media de 4,6 estrellas, destacando el trato del personal, la calidad de las exposiciones y la gratuidad de la entrada.

Gestión del espacio y mantenimiento

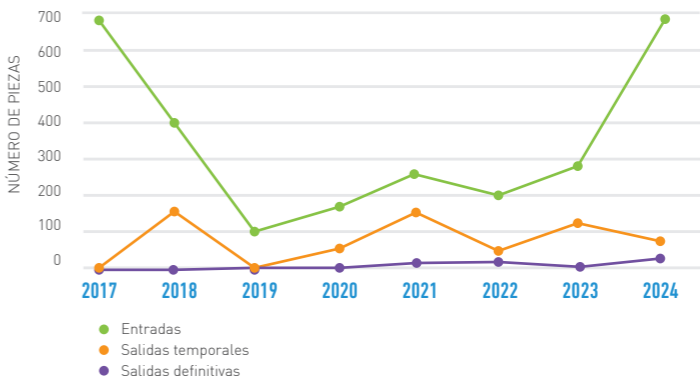
El equipo operativo garantizó el cumplimiento del horario de apertura de lunes a domingo, de 10:00 a 18:30, aplicando protocolos actualizados en encendido y apagado de equipos, control de incidencias y gestión del patrimonio. En 2024 se registraron 16 incidencias, lo que supone una mejora respecto al año anterior, con una notable reducción de los casos graves, que pasaron de tres a dos. El 52% de los incidentes fueron leves, el 27% moderados y el 20% graves. El sistema de incidencias incluye categorización por gravedad y control detallado del seguimiento y resolución.

Patrimonio y conservación

En 2024 se incorporaron 688 piezas nuevas al inventario del museo, todas ellas fruto de cesiones de particulares, especialmente agrupaciones del Carnaval. Estas se distribuyeron entre trajes (46), premios (28), carteles (4) y documentos diversos (610). Destacan la colección de DVDs del documental La Murga, ópera popular y el cartel anunciador del Carnaval 2025, obra de Rewa Udoji. La Casa del Carnaval gestiona tres inventarios principales: general, de exposiciones temporales y de carteles.

Cabe destacar que 2024 superado, con la excepción de 2017 año apertura, a todos

ESTADÍSTICA DE PIEZAS TOTALES POR AÑOS (2017-2024)



los año de apertura con el número más elevado de piezas que han entrado cedidas al espacio, ya bien sea de carácter temporal como permanente.

Exposiciones y programación cultural

A lo largo del año se llevaron a cabo cuatro exposiciones temporales, cada una cuidadosamente planificada y ejecutada en torno a diversas temáticas de interés:

La Magia tras el Disfraz (Sala Polivalente): Una exploración del emblemático concurso de disfraces del Carnaval.

Lírica y tradición (Sala Suspi): Una retrospectiva sobre la rica historia de las rondallas carnavaleras.

Canción de la Risa (Sala Polivalente): Una muestra dedicada al humor y la sátira presentes en la fiesta.

Afilarmónica Nifú-Nifá (Sala Suspi): Una exposición en homenaje a la trayectoria de esta reconocida agrupación.

Para evaluar la recepción y el impacto de cada una de estas exposiciones, se implementaron encuestas tanto presenciales como a través de códigos QR, permitiendo recabar la opinión del público asistente.

Actividades complementarias y participación

Se organizaron talleres y actividades para público infantil, incluyendo las campañas de Navidad, Halloween y Carnaval. Las actividades fueron promocionadas en redes sociales y en el espacio físico, con un notable incremento de participación en diciembre. En paralelo, se mantuvo la colaboración con entidades culturales y turísticas, reforzando el papel de la Casa como nodo dinamizador del destino Santa Cruz.

En lo que respecta a los talleres, en 2024 se realizaron 28 diferentes actividades en los que participaron un total de 328 personas, desarrollados en fechas especiales como Navidad, Fiestas de Mayo, Época estival del verano, Carnaval, Halloween y durante los grandes eventos de ciudad como Plenilunio. Se propusieron actividades temáticas como talleres de creación de trajes de Reina o Rey del Carnaval para muñecas Barbie y de realización de carteles de Carnaval. Adicionalmente, se llevó a cabo un taller especial de diseño del cartel del Carnaval 2025 "Secretos de África" para conmemorar el Plenilunio 2024.

En cuanto a los eventos que en el espacio

se desarrollan cabe señalar que La Casa del Carnaval, además de un museo donde poder disfrutar y conocer la historia del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife, se presenta como un espacio donde realizar eventos o actos. Cuando estas acciones se dan, la Casa del Carnaval realiza un seguimiento del evento, realizando una estadística con información sobre los asistentes, fecha, hora y motivo principal de la acción.

En el año 2024, hemos realizado un total de 59 eventos/actividades, que pasan desde las presentaciones de las fantasías de los diferentes grupos del carnaval, la grabación de programas de radio y televisión, como actos de entregas de premios, asambleas de colectivos y ONG ´s, entre otras.

MES	Nº EVENTOS	DURACIÓN APROX. (HORAS)	Nº PAX
Enero	13	24	560
Febrero	11	16	233
Marzo	0	0	0
Abril	1	2	150
Mayo	0	0	0
Junio	2	4,5	61
Julio	3	3	0
Agosto	3	3	0
Septiembre	1	3,5	40
Octubre	11	9	160
Noviembre	3	4	76
Diciembre	11	14	124
TOTALES	59	83	1404

Merchandising y material promocional

Este pasado año se llevó a cabo la renovación del material divulgativo con 5.000 nuevos folletos en tres idiomas, se actualizó el stock de planos turísticos y se dotó de recursos técnicos al personal (ordenadores, iPad, máquinas expendedoras, etc.).

Espacio Sostenible y accesibilidad

La Casa del Carnaval ha establecido diversos planes con motivo de mejora y seguimiento de la accesibilidad. Este punto en un museo es esencial, ya que promueve la igualdad y la no discriminación, cumple con las leyes y regulaciones, amplía la audiencia, refleja una responsabilidad social y ética, mejora la reputación, enfatiza la importancia de una experiencia enriquecedora para todos los visitantes y fomenta la innovación y creatividad en el diseño de exposiciones y servicios del museo.

En la fase inicial de implantación se procedió a evaluar y analizar las necesidades del espacio para ser accesibles, y para ello lo dividimos en las diferentes categorías. La información recopilada en este proceso sirvió de base sólida para la toma de decisiones y la planificación estratégica del museo, con el objetivo final de mantener su relevancia y accesibilidad para todos los visitantes y la comunidad en general.

Alguna de las acciones llevadas a cabo son las siguientes:

- **Señalización de espacio accesible:** es necesaria para informar y orientar a las personas sobre la disponibilidad y ubicación de áreas diseñadas para ser accesibles para aquellos con discapacidades, promoviendo la inclusión y facilitando su uso.
- **Silla de ruedas:** garantiza la accesibilidad a personas con movilidad reducida. Esto les permite disfrutar plenamente de las exposiciones y facilita su experiencia en el museo, promoviendo la inclusión y el acceso equitativo a la cultura y el arte.
- **Pictograma de cambiapañales en el baño:** Este pictograma es importante para que los padres y cuidadores puedan identificar fácilmente dónde pueden realizar esta actividad cuando están en un lugar público
- **Carteles a diferentes tipos de relieve para las personas con ceguera o dificultad visual :** Los carteles a relieve son importantes en un museo porque proporcionan accesibilidad a personas con discapacidad visual o con problemas de visión. Estos carteles permiten que estas personas puedan acceder a la información sobre las obras de arte, exhibiciones o características del museo a través del sentido del tacto

Premio del plan de mejora SICTED

En el mes de diciembre, gracias a los esfuerzos realizados por todo el equipo de la Casa del Carnaval de Sociedad de Desarrollo hemos logrado el 1º premio del Plan de mejora SICTED. Sistema de Calidad Turística SICTED El SICTED es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovido por la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR), con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), que trabaja con Servicios turísticos de hasta 36 oficios diferentes, con el objetivo último de mejorar la experiencia y satisfacción del turista.

Un proyecto de continuidad

La Casa del Carnaval ha demostrado en 2024 una mejora integral en su gestión, tanto en lo cuantitativo como en lo cualitativo. El incremento de visitantes, la alta valoración del público, la diversidad de las exposiciones y el refuerzo de los protocolos operativos, patrimoniales y promocionales reflejan el esfuerzo de la Sociedad de Desarrollo. Las actuaciones previstas para los próximos años seguirán centradas en consolidar su papel como centro cultural especializado, inclusivo y referente del patrimonio intangible del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife.

Participación en organizaciones y trabajo colaborativo

Santa Cruz de Tenerife, en este año 2024, formó parte y participó de forma activa y participativa en importantes redes turísticas nacionales e internacionales, lo que permite posicionar el destino y acceder a iniciativas estratégicas de innovación, formación y promoción turística.

Spain Convention Bureau

La Spain Convention Bureau es una red que agrupa a los principales destinos de turismo de congresos en España. La pertenencia a esta entidad permite a Santa Cruz de Tenerife participar en iniciativas de promoción y captación de eventos MICE, así como beneficiarse de estudios de mercado, estrategias de desarrollo en este segmento y potenciar proyectos colaborativos con otros convention bureau de diferentes ciudades.

ONU Turismo

Como entidad vinculada a la ONU Turismo, Santa Cruz de Tenerife se alinea con las políticas globales de turismo sostenible, innovación y digitalización.

A través de esta red, la ciudad accede a programas internacionales de formación, intercambio de conocimientos y mejores prácticas en el sector turístico.

Red Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI)

Santa Cruz de Tenerife forma parte de la Red DTI, un modelo de gestión basado en la digitalización, sostenibilidad, tecnología, la accesibilidad y la gobernanza. Esta participación permite implementar estrategias innovadoras que mejoran la experiencia del turista, optimizan la gestión del destino, fomentan un turismo más eficiente y responsable y acceder a fuentes de financiación específicas que benefician al destino.

Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED)

Santa Cruz de Tenerife forma parte del SICTED, un proyecto dirigido a mejorar la calidad de los destinos turísticos, en el que participan más de 250 destinos de referencia.

Turismo de Tenerife

La colaboración con Turismo de Tenerife ha sido constante a lo largo del año, plasmándose en acciones conjuntas orientadas a la promoción del destino, como la participación en ferias especializadas, la coordinación para realización de press trips y otras acciones de marketing, así como la participación en la Mesa insular de DTI. Del mismo modo, se ha trabajado de forma coordinada en el impulso de segmentos estratégicos como el turismo MICE o el sector audiovisual, con el objetivo de reforzar el posicionamiento de Santa Cruz dentro de la oferta global de la isla.

La actividad turística desarrollada en 2024 refleja el compromiso de la Sociedad de Desarrollo con una gestión del destino basada en criterios de sostenibilidad, calidad e innovación. Las actuaciones ejecutadas han contribuido a reforzar el posicionamiento de Santa Cruz de Tenerife como una capital dinámica, acogedora y bien conectada, capaz de adaptarse a las nuevas demandas del sector y de generar valor tanto para la ciudadanía como para quienes nos visitan.



III Área de Comercio,
Eventos y Turismo

07
Comercio
y Eventos



Área de Comercio,
Eventos y Turismo

Comercio y eventos

Dinamización comercial e impulso al consumo

Se trata de un conjunto diverso de acciones celebradas en diferentes áreas comerciales urbanas, con el objeto de movilizar a potenciales clientes hacia los establecimientos comerciales y de restauración, vinculadas a su vez con el ocio y disfrute de la ciudad y del municipio.

Se trata de un conjunto diverso de acciones celebradas en diferentes espacios públicos de relevancia comercial, y de interés turístico, con el objeto de movilizar a potenciales clientes hacia los establecimientos comerciales y de restauración, vinculadas a su vez con el ocio y disfrute de la ciudad y del municipio.

Entre sus objetivos destacan:

- Crear un espacio público más dinámico
- Aumentar la oferta de ocio en la capital
- Acercar la ciudadanía a los comercios.

En 2024, como novedad, se diseñaron dos nuevos proyectos de dinamización y

promoción urbana: los programas Hola Domingo y Disfruta en los Distritos.

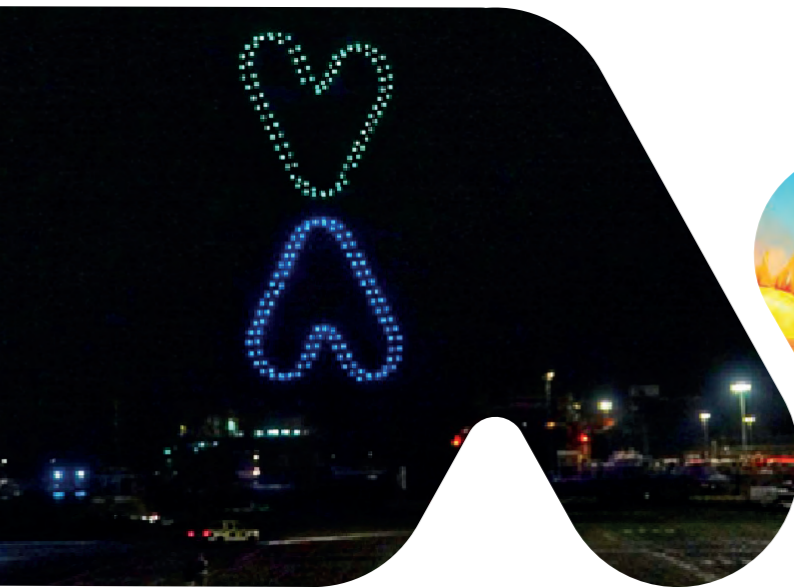
A continuación, se resumen algunas de las acciones celebradas:

1. Plenilunio Santa Cruz 4, 5 y 6 de octubre

La decimosexta edición de Plenilunio comenzó el viernes 4 de octubre a las 20:30 horas en la avenida marítima con un espectáculo con más de 220 drones que continuó con un concierto a cargo de la Orquesta Filarmónica de Tenerife en la plaza de La Candelaria. Los asistentes pudieron contemplar en el cielo figuras como conchas, estrellas y caballitos de mar, además de otras formas de animales marinos y que tuvieron su punto álgido cuando los drones formaron en el cielo capitalino figuras como los corazones de la marca ciudad, edificios emblemáticos como el Auditorio o el imagotipo de Plenilunio.

07

Las acciones contempladas en esta línea de actuación son el fruto del esfuerzo de muchos agentes territoriales que de algún modo u otro guardan relación con la dinamización socioeconómica del municipio. Tienen su origen en el consenso y la colaboración entre distintas administraciones públicas junto al tejido empresarial y entidades privadas.



Inauguración de Plenilunio con espectáculo de drones en el cielo de Santa Cruz

Además, una vez concluido el espectáculo de drones, la Orquesta Filarmónica de Tenerife arrancó con un concierto en la plaza de La Candelaria que cautivó al público presente y en el que interpretaron temas como Carros de fuego, More than you know, Played Alive (The Bongo Song), Piratas del Caribe o One more time. Estuvo dirigida por José Antonio Cubas y con los solistas Antonella Vega y Altahay de la Guardia.

Como complemento al acto inaugural, el Museo de Naturaleza y Arqueología (MUNA) amplió su horario de apertura hasta las 21:00 horas y ofreció tres visitas guiadas y especializadas a diferentes ámbitos expositivos. Estas visitas gratuitas se mantuvieron durante el fin de semana con tres pases diferentes a lo largo de cada día.

Además, el Tenerife Espacio de las Artes (TEA), abrió sus puertas hasta las 20:00



Imagen campaña Plenilunio

horas poniendo a disposición de los interesados exposiciones como 'Dos que se cruzan', sobre la obra de Óscar Domínguez, y 'Dulces sueños', de Carlos Rivero. La oferta del TEA se complementó el sábado 5 y domingo 6 con visitas guiadas gratuitas, talleres y la proyección de la película El método Farrer, de Esther Morente.

El viernes también participó en la programación especial de Plenilunio el Museo Municipal de Bellas Artes de Santa Cruz de Tenerife, que amplió su horario durante todo ese fin de semana hasta las 22:00 horas. Además, el viernes también acogió el Concierto Romanza de Plenilunio, organizado por profesores del Conservatorio Superior de Música de Canarias en el marco de Tenerife Viola Masterclass.

La segunda jornada de la décimosexta edición de Plenilunio arrancó el sábado 5, a las 11:00 horas, con un acto inaugural en el parque García Sanabria.

La programación de Plenilunio de ese sábado se desarrolló en diecisiete emplazamientos diferentes. Así, en el parque García Sanabria tuvo lugar el tradicional mercadillo Le Good Market, que contó con espacios dedicados a la gastronomía, actuaciones musicales y juegos infantiles y permaneció abierto hasta las 00:00 horas. Mientras, en el parque Bulevar los más pequeños pudieron disfrutar de 11:00 a 20:00 horas de una ludoteca hinchable, a la que también le acompañaron talleres en inglés, de 11:30 a 18:45 horas, impartidos por la Academia Kids and Us.

La plaza del Príncipe contó con una macro ludoteca infantil de 11:00 a 20:00 horas y un mercadillo tradicional de los artesanos de Santa Cruz (Artefe), que se desarrolló en el mismo horario, al que se le sumaron el Black & White Market, que se ubicó en la alameda del Duque Santa Elena, de 11:00 a 00:00 horas.

En la explanada peatonal de la avenida Marítima se celebró el festival deportivo juvenil Chicharro, con la colaboración de la concejalía de Educación y Juventud, que combinó diferentes disciplinas y la mejor música urbana. Se trató de una programación con multitud de actividades como la Fitness Race Santa Cruz, que abrió este espacio de 11:00 a 13:00 horas, con una segunda edición ese mismo día de 15:00 a 17:00 horas.

De manera paralela, los amantes del baloncesto pudieron participar, de 11:00 a 13:00 horas, en los entrenamientos y exhibiciones que se realizaron y en el torneo 3x3 que se jugó de 15:00 a 18:00

horas. Asimismo, en Chicharro también hubo espacio para el CrossFit, a través de la competición "F2F 2k24" que se celebró en la avenida Marítima, de 18:00 a 20:00 horas, así como para otros deportes como el "parkour", con un amplio programa de actividades de 11:00 a 18:00 horas, o el "surf skate", de 11:00 a 18:00 horas.

Además, la Fit Zone acogió clases de zumba, de 11:00 a 11:30 horas, de gbox de 11:30 a 12:00 horas o de pilates de 12:00 a 12:30 horas, mientras que la de Gtraining tuvo lugar de 12:15 a 12:45 horas y movilidad y estiramientos de 13:30 a 14:00 horas, que tuvo un segundo pase de 16:00 a 16:45 horas.

El festival juvenil se complementó con un show de graffiti de 11:00 a 13:00 horas, de la mano de Erik Air, y una exposición de su obra de 13:00 a 20:00 horas. Además, los asistentes también pudieron aprender todos los detalles sobre el arte de manejar los platos gracias al taller de Dj que ofreció Pimienta Selectora, de 18:30 a 18:45 horas.

El cierre del sábado del festival Chicharro estuvo protagonizado por la música urbana con las actuaciones, en la plaza de La Candelaria, de Pimienta Selectora, de 20:00 a 21:15 horas; Sara Socas, de 21:20 a 22:10 horas, y Lass Suga, de 22:15 a 22:55 horas, siendo Bejo el encargado de poner el broche de oro con una actuación de 23:00 a 00:00 horas. El domingo, este espacio volvió a acoger actividades deportivas y lúdicas para público juvenil de 11:00 a 20:00 horas, con talleres, exhibiciones y competiciones.

Además, la música continuó en el Mercado de Nuestra Señora de África, de 19:00 a 00:00 horas, con las actuaciones de Dúo Adaggio & Álvaro Flores con Gabi Betancourt, La Magia Humorística de XeraX, Dúo Adaggio, Miss Music Band y Morocho & Latin Brothers.

Durante ese sábado, el Museo Militar Regional de Canarias abrió sus puertas a partir de las 12:00 horas con una serie de actividades que incluyeron el relevo de guardia a las 12:15 horas, una recreación de la II Guerra Mundial Recon25 a las 13:00 horas, un encuentro de airsoft a las 17:00 horas, una recreación histórica del ataque inglés en el siglo XVIII a las 18:00 horas y un concierto de la Banda municipal de Música. Además hubo actividades paralelas con música y una amplia oferta de talleres, como tiro con arco, modelismo y exhibiciones de la Bripac.

Por su parte, la sede de Capitanía General acogió a las 12:00 horas una actuación de la unidad de música del Mando de Canarias. Además, abrió al público su emblemático Salón del Trono.

El MUNA permitió el acceso gratuito de 9:00 a 19:00 horas. En este segundo día de Plenilunio continuaron las visitas a la exposición temporal sobre el Correillo La Palma, que esta vez tuvo lugar a las 11:30, 12:30, 17:00 y 18:00 horas. Además hubo una serie de visitas guiadas sobre el ámbito funerario guanche a las 10:00 y 11:00.

En el TEA, además de sus exposiciones permanentes, los asistentes pudieron

disfrutar de actividades especiales como la Biblioteca de Arte, a las 10:00 horas; nuevas visitas guiadas a la exposición de Óscar Domínguez, a las 12:00 y 17:00 horas; una visita al Aula Industrial, también a las 12:00 horas, y un taller sobre Bienal Contemporánea impartido por el colectivo Al'Akhawat, a las 18:00 horas. Además, a las 19:00 horas, el Cine TEA repitió la proyección de “El método Farrer”.

Para quienes prefirieron el teatro, el cementerio de San Rafael y San Roque albergó la representación teatral “Doblo-nes para la eternidad”, de Burka Teatro, una ruta teatralizada por el patrimonio histórico de la ciudad a las 17:00, 20:00 y 22:00 horas.

Por la noche, la obra “N’importe quoi” completó la programación cultural del día, en el Teatro Guimerá. La compañía Leandre Clown presentó esta propuesta, dentro del Festival Internacional Clownbaret 2024, a las 20:00 horas.

Actuaciones itinerantes en las zonas de restauración y pasacalles

Las zonas de restauración de las principales vías de la ciudad también contaron con actuaciones itinerantes en acústico, con el objetivo de amenizar los servicios de almuerzo y cena en una iniciativa conocida como “Acoustiland” y que tuvieron lugar el sábado.

Así, a las 14:00 horas, Pixie Dixieland llevó el jazz interpretado por instrumentos de viento a la plaza Weyler, mientras que Celso Sax actuó de manera simultánea en



Cartel promocional de artistas

la plaza Ireneo González y la violinista Ana Obando en la plaza de San Francisco. De forma paralela, la diversión de 101 Brass Band amenizó la calle La Noria y Guachipandixie acercó su propuesta a la avenida de Anaga.

Estas actuaciones itinerantes continuaron a partir de las 15:00 horas con la música de Manu Sax en la plaza Weyler, mientras que Pixie Dixieland se trasladó a la calle La Noria. La violinista Ana Obando animó con sus interpretaciones la plaza Ireneo González y Guachipandixie actuó en la plaza de San Francisco, mientras que la avenida de Anaga vibró con notas de 101 Brass Band.

En el momento de la cena, a partir de las 20:30 horas, volvió la música itinerante a las zonas de restauración del centro con Dorina Violín en la plaza Weyler y Manu Sax en la plaza Ireneo González. Asimismo, Celso Sax actuó en la plaza de San Francisco y Diamond Show combinó violín y acrobacias en la avenida de Anaga, mientras Flamenco Fusión llevó una propuesta ligada a las raíces españolas hasta la calle La Noria.

De la misma manera, a las 21:30 horas Flamenco Fusión actuó en la plaza Weyler y Celso Sax en la plaza Ireneo González, mientras que Diamond Show llevó su propuesta a la plaza de San Francisco y Manu Sax a la calle La Noria y Dorina Violin fue la encargada de poner la nota musical en la avenida de Anaga.

Por otra parte, las calles Castillo y Valentín Sanz, así como la plaza de La Candelaria, fueron testigo, el sábado, de un pasacalle

inaugural a partir de las 13:00 horas y que llevó por título Fantasía Espacial. Durante la tarde, se repitió el recorrido con una propuesta basada en el océano, llamada Fantasía Oceánica, a partir de las 18:00 horas. El domingo 6 de octubre, estas mismas zonas acogieron los pasacalles Pandora Fantasy, a las 12:30 horas, y Fantasía Circense, a las 17:30 horas.

La programación de Plenilunio para el domingo 6 de octubre, la protagonizó el tradicional mercadillo Le Good Market en el parque García Sanabria, que hasta las 20:00 horas contó con espacios dedicados a la gastronomía, actuaciones musicales y juegos infantiles. Paralelamente, de 11:00 a 20:00 horas, el parque Bulevar albergó también de 11:00 a 20:00 horas una ludoteca hinchable a la que también le acompañarán talleres en inglés, de 11:30 a 17:15 horas, impartidos por la Academia Kids and Us.

La plaza del Príncipe contó con una macro-ludoteca infantil, de 11:00 a 20:00 horas, y un mercadillo tradicional de los artesanos de Santa Cruz (Artefe) que se desarrollará en el mismo horario. Mercadillo al que se le sumó el Black & White Market, que se ubicó en la Alameda del Duque Santa Elena, y que pudo visitarse de 11:00 a 20:00 horas.

Chicharro rock repitió su programación deportiva en la explanada peatonal de la avenida Marítima, con actividades como la fitness race, cross training o street basketball, entre otras. El festival deportivo juvenil cerró con una exhibición de academias de baile de 18:00 a 19:00 horas.

El MUNA permitió el acceso gratuito de 10:00 a 17:00 horas y dos visitas guiadas, con dos pases cada una, a la exposición temporal, El Humo del Progreso, y al ámbito funerario guanche.

El TEA abrió sus puertas de 10:00 a 20:00 horas para que los asistentes pudieran disfrutar de actividades especiales como la Biblioteca de Arte de 10:00 a 14:00 horas y de 16:00 a 20:00 horas; una nueva visita guiada a la exposición de Óscar Domínguez a las 12:00 y 17:00 horas; y una visita guiada a la exposición Dulces Sueños, de Carlos Rivero a las 12:00 horas. Además, a las 19:00 horas, el Cine TEA repitió la proyección de El método Farrer.

Los amantes del teatro pudieron disfrutar en el cementerio de San Rafael y San Roque, que albergó la representación teatral ‘Doblones para la eternidad’ de Burka Teatro, una ruta teatralizada por el patrimonio histórico de la ciudad a las 16:30 y 18:30 horas. Por su parte, el Museo municipal de Santa Cruz mantuvo su horario especial Plenilunio de 10:00 a 22:00 horas.

Por su parte, la Casa del Carnaval abrió sus puertas de 10:00 a 19:30 horas, donde continuó con su oferta de actividades como la visita guiada ‘Carnavalízate’ con pases a las 12:00 y 16:00 horas; el taller de manualidades ‘Diseña tu Cartel Anunciador del Carnaval’ con pases a las 16:00 y 16:30 horas, y, por último, el taller ‘Viste a tu Barbie de reina del Carnaval’ que se celebró a las 17:00 horas.

Asimismo, las calles del municipio contaron con dinamización itinerante a través del pasacalle Pandora Fantasy, a las 12:30 horas, y Fantasía Circense, a las 17:30 horas, que recorrieron las calles Castillo, Valentín Sanz, y la plaza de la Candelaria.

Plenilunio Santa Cruz estuvo organizado por la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife y contó con el patrocinio de Promotur Turismo de Canarias (Gobierno de Canarias), financiado a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, dentro de los Fondos Next Generation EU. Además, también tuvo el apoyo de Hospiten, Worten, Fuente Alta, Mutua Tinerfeña y Cajasiete

1.Valoración del público asistente al Plenilunio

- **Valoración general:** El 87% de las 750 personas encuestadas dieron al evento una puntuación de 5 o 6 sobre 6, mostrando una valoración muy positiva.
- **Asistencia previa:** El 74% de los asistentes había estado en ediciones anteriores de Plenilunio, y el 54% eran residentes en Santa Cruz de Tenerife.
- **Gasto y participación:** El gasto fue mayor el viernes por la tarde y el sábado por la mañana, además de que la mayoría de las personas asistentes en este último tramo horario pasaron el día entero en el evento.

- **Motivación por edad:**

- 30-45 años: Acudieron principalmente por los eventos infantiles.

- Menores de 30 y mayores de 45: Acudieron por el ambiente general del evento.

2. Programa Hola Domingo

Programa piloto diseñado para fomentar la actividad económica, comercial y de ocio en la zona de gran afluencia turística de Santa Cruz durante varios domingos desde el mes de octubre y de noviembre de 2024. Esta iniciativa buscaba impulsar la economía local desde una perspectiva global, beneficiando a sectores como el comercio, la restauración y otros servicios.

Creado a partir de un proceso participativo, en el que se realizaron consultas al sector, Hola Domingo amplió el concepto de dinamización comercial hacia el de promoción urbana, impulsando actividades tractoras multitemáticas de carácter internacional, nacional y/o local complementadas con otras como los Bono Consumo Domingos o actividades lúdicas y de ocio en la ciudad, favoreciendo así la socioeconomía de las zonas de actuación.

Así, el programa combinó actividades de animación comercial (actividades tractoras y sensibilización turística), con la estimulación del comercio (Bono Consumo Domingos), activación económica (comunicación estratégica de la agenda de la ciudad) y la promoción comercial (comunicación integral del proyecto).

En cuanto al Bono Consumo Domingo, cada Bono tuvo un valor de 25 € en el cual el consumidor tuvo un descuento del 70 %. Cada viernes, anterior a la celebración del Hola Domingo, se abrió la compra de bonos pudiéndose canjear únicamente el Domingo. Se pudieron canjear en establecimientos comerciales de la zona de gran afluencia turística adheridos a esta campaña.



Imagen campaña bono consumo Domingo

La programación en cuanto a las actividades de los Hola Domingo fue la siguiente:

- **Domingo 6 de octubre de 2024.** Plenilunio Santa Cruz
- **Domingo 13 de octubre de 2024.** Festival Internacional Clown FIC
- **Domingo 20 de octubre de 2024.** Canarias Surf Film Festival
- **Domingo 27 de octubre de 2024.** Festival Internacional del Cómic y la Ilustración de Tenerife. Se reforzó el Festival ese día con pasacalles de los Vengadores.
- **Domingo 3 de noviembre de 2024.** Halloween Santa Cruz y Clásica Regional. Se realizó un evento de dinamización comercial dirigido al público familiar.

- **Domingo 17 de noviembre de 2024.**

X Media Maratón Internacional de Santa Cruz de Tenerife: En este evento se reforzó la dinamización con 2 pasacalles recorriendo diversas vías del centro y una actuación musical en la plaza Candelaria compuesta por 100 Energía Bloko.

En cuanto a Halloween Santa Cruz, el primer domingo de noviembre se organizó

en la zona de gran afluencia turística un evento, bajo esta temática, consistente en una experiencia lúdica con ludotecas infantiles en las plazas del Príncipe y Alameda del Duque de Santa Elena, talleres infantiles tematizados, pasacalles teatralizados que interactuaron con el público asistente recorriendo diversas vías comerciales.

Paralelamente se organizó una campaña de premios por compras y consumiciones

Cartel Hola Domingo Halloween



Talleres infantiles plaza del Príncipe



Personajes disfrazados de Halloween



realizadas en esa jornada, en establecimientos comerciales y de restauración con el objetivo de potenciar las compras.

El evento contó con la asistencia de 917 niños y niñas que participaron en los talleres infantiles organizados.

3.Programa Disfruta en los Distritos

Nuevo programa de dinamización y activación socioeconómica promovido por la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, en colaboración con los cinco Distritos de la ciudad, tuvo como objetivos dinamizar y activar el tejido socioeconómico de los Distritos de Santa Cruz de Tenerife, a través de la generación de experiencias únicas en las zonas de mayor concentración comercial y/o espacios distintivos de los mismos.

La iniciativa se dirigió principalmente a residentes de cada uno de los Distritos, de otras zonas del municipio, de otras zonas de la isla de Tenerife y visitantes. Las actuaciones puestas en marcha fueron las siguiente

- Distrito Centro-Ifara: **Plenilunio**, del 4 al 6 de octubre de 2024. (comentado ya en el punto 1 de este apartado).
- Distrito Ofra-Costa Sur: **Día del Comercio**, del 1 al 16 de noviembre de 2024, teniendo lugar el evento final el sábado 16 de noviembre en la explanada

- da Parking González Campos en Ofra.
- Distrito Anaga: **Mercadillo de las Tradiciones de Anaga**, en San Andrés, el 23 de noviembre de 2024.
 - Distrito Suroeste: **Ruta del Bocadillozo**, del 26 de noviembre al 19 de diciembre de 2024.
 - Distrito Salud-La Salle: **Feria Gastronómica de tapas y vino**, Parque La Granja, el 30 de noviembre de 2024.

3.1. Día del Comercio en Ofra

Esta experiencia contempló diferentes actuaciones dirigidas a potenciar las compras en los establecimientos comerciales y de restauración localizados principalmente en la Avenida Príncipes de España entre los centros comerciales Los Príncipes y Yumbo y alrededores.

Se diseñó una jornada de ambiente festivo y familiar que impulsó el reconocimiento y la importancia del tejido empresarial local del Distrito, premiando el compromiso y la fidelización de los residentes de la zona con el comercio cercano y ofreciendo una alternativa de ocio y entretenimiento diferente y atractiva.

Contempló diferentes actuaciones dirigidas a potenciar las compras en los establecimientos comerciales y de restauración localizados principalmente en la Avenida Príncipes de España entre los centros comerciales Los Príncipes y Yumbo y alrededores.

El desarrollo de esta experiencia en el Distrito de Ofra-Costa Sur tuvo los siguientes objetivos, todos ellos alcanzados satisfactoriamente:

- Reconocer y homenajear la labor realizada por los comerciantes locales del Distrito de Ofra-Costa Sur.
- Fomentar el desarrollo económico del Distrito, a través del consumo de producto local y favorecer el incremento de las ventas.
- Impulsar la fidelización de clientes.
- Dinamizar el Distrito de Ofra-Costa Sur.
- Atraer visitantes del resto del Municipio y de fuera del mismo.
- Posicionar el Día del Comercio de Santa Cruz de Tenerife como evento referente de ámbito cultural, económico y de ocio de Santa Cruz de Tenerife.
- Fomentar la participación de diferentes agentes involucrados: Distrito, agentes territoriales, productores, artesanos, etc.

- Aumentar la visibilidad de los comerciantes locales.

Acciones:

- Campaña de sorteo por compras o consumiciones realizadas en empresas ubicadas en el Distrito, del 1 al 15 de noviembre.
- Realización de actuaciones en puntos de interés de la zona comercial: se incluyeron actividades y sorpresas para los visitantes, una semana antes del evento, promocionando el evento, dinamizando la zona comercial y el comercio cercano.
- Organización y ejecución del evento Día del Comercio, el sábado 16 de noviembre, en la zona de aparcamiento de la calle Maestro Estany (trasera del Centro Comercial Los Príncipes, en Ofra) contemplando actividades de animación infantil, muestra comercial con la participación de empresas de la zona,



Imagen campaña día del comercio: Distrito Ofra Costa Sur



Grupo actuando en el parking anexo al Centro Comercial Los Príncipes



Público asistente al evento

- entrevistas en directo a comerciantes, área de entretenimiento para toda la familia y actividades itinerantes. Una jornada donde tanto vecinos como visitantes formaron parte de esta iniciativa con la que se buscaba premiar el compromiso y la fidelización de los residentes de la zona con el tejido comercial cercano. Una jornada en la que el entretenimiento y la diversión estuvieron presentes en diferentes rincones del distrito.
- Entrega de premios a comercios reconocidos por su trayectoria en el Distrito, en concreto se entregaron placas conmemorativas a los responsables del Centro Comercial Yumbo, Centro Comercial Los Príncipes, Multitienda Montse y Estética en mis manos.

En esta primera edición participaron 61 empresas, de los cuales 52 participaron en la campaña “Premiamos tus compras”, 6 empresas participaron en stand expositivos en la Muestra Comercial del evento Día del Comercio (16 de noviembre) y 3 empresas comerciales fueron galardonadas en el evento.

3.2. Mercadillo de las Tradiciones de Anaga

El 23 de noviembre de 2024 se celebró en San Andrés una nueva edición de este mercadillo, un evento ya reconocido en el municipio con gran relevancia para el desarrollo del comercio y de los producto-

res y artesanos locales, que permitió resaltar las tradiciones y la cultura de la zona de Anaga.

Creado con el fin de potenciar el desarrollo del producto local y de promover, preservar y difundir la cultura y las tradiciones canarias, este mercadillo es una actividad con un impacto importante, capaz de atraer a un significativo número de visitantes.

Este evento incluyó una zona expositiva de productos y servicios y otra zona contemplando un programa de dinamización con actividades para el público infantil y otras actividades interactivas dirigidas a personas de todas las edades. En concreto se desarrolló en el entorno Infobox, Avenida Pedro Schwartz y Plaza Ramón Guillermo Cruz Cabrera, en horario de 10:00 a 17:00 horas.

Contó con un total de 15 espacios expositivos entre los que hubo venta de productos locales y artesanía contando además con



Actuación grupo folklórico en el templo de San Andrés



Carpas de expositores



Imagen campaña ruta del Bocadillazo: Distrito Suroeste

Imagen para incentivar a la participación

la participación de diferentes recursos de la zona como asociaciones o las oficinas de la Reserva de la Biosfera, del Parque Rural de Anaga y la Fundación Santa Cruz Sostenible. Se estimó la presencia de 1130 personas al evento.

3.3. Ruta gastronómica: Ruta del Bocadillazo en el Distrito Suroeste.

La "Ruta del Bocadillazo" fue una iniciativa pionera que se realizó desde el 26 de noviembre hasta el 19 de diciembre de 2024 y se centró en la promoción de bocadillos a través de una ruta gastronómica en la que participaron 40 establecimientos del Distrito Suroeste. Esta ruta buscó dinamizar la oferta gastronómica local, destacando la creatividad y diversidad de los bocadillos presentados por los participantes. La actividad no solo fomentó el consumo en estos locales, sino que también resaltó la importancia de los productos locales y la gastronomía de la

zona. Los participantes pudieron disfrutar de una experiencia culinaria variada, mientras los establecimientos ganaron visibilidad y promocionaron sus especialidades cuyos ingredientes fueron de libre elección y se sirvieron al precio de 3,00 € (bebida no incluida).

Para ello, se diseñó una web app que sirvió de soporte de promoción y difusión de dicha Ruta y contuvo diversos espacios como:

- Espacio genérico de presentación de la Ruta con información genérica de esta iniciativa de dinamización y con un mapa con la geolocalización de todos los establecimientos participantes.
- Espacio individual para cada uno de los establecimientos participantes en dicha Ruta, y en los que se recogió dirección, logo, horarios, e-mail, redes sociales y fotografía de "los Bocadillazos".

- Integración de módulo de sistema de valoración de establecimientos participantes.
- Sistema de validación de votos con geolocalización del usuario/a.

Se registraron 1103 personas en la web app promocional de la ruta realizando 985 valoraciones, datos que ponen de relieve el interés que residentes y visitantes han mostrado por conocer las diferentes propuestas gastronómicas que han estado disponibles en los locales del distrito Suroeste de Santa Cruz.

Los establecimientos ganadores fueron Delicias Maru, Cafetería Alisios y Cafetería Petiazul. Además se premió la fidelidad a la ruta, otorgando a tres consumidores, a través de un sorteo realizado por medio de la web app diseñada para la ocasión, 3 cheques regalo a canjear en los establecimientos

3.4. Feria Gastronómica de Tapas y Vinos en el Distrito Salud - La Salle.

El parque La Granja acogió el 30 de noviembre la Feria Gastronómica de Tapas y Vinos, desde las 18:00 hasta las 00:00 horas. Para ello, la Sociedad de Desarrollo y el Distrito Salud-La Salle estuvieron meses trabajando en la planificación y gestión de esta Feria que tuvo como objetivos:

- Reconocer la importancia de la cultura y tradiciones vinícolas y gastronómicas del municipio.
- Posicionar la identidad cultural y gastronómica del municipio entre los visitantes de la Feria.
- Fomentar el desarrollo económico del Distrito, en menor escala, y del Municipio en mayor escala, a través del consumo de producto local.
- Dinamizar el Distrito Salud-La Salle.
- Atraer visitantes del resto del Municipio y de fuera del mismo.
- Posicionar la Feria Gastronómica como evento referente de ámbito cultural de Santa Cruz de Tenerife.
- Fomentar la participación de diferentes agentes involucrados: Distrito, agentes territoriales, productores, bodegas, comercios, locales de restauración, etc.

El evento contó con 23 stands dedicados a la gastronomía local, donde se pudo disfrutar tanto de vinos de Tenerife como de diferentes tipos de tapas elaboradas por cada uno de los establecimientos participantes.

Esta feria se complementó con actuaciones musicales en directo a cargo de DJ Dalva, los Troveros de Asieta, Los Lola y Picoco's Band, desde las 18:00 a 00:00 horas.

Entre los expositores participaron dieciséis empresas: Américo On Tour, Balance Comidas y Catering, Kocora Café, Cevi-boom (Ceviche Peruano), 2 Grados Centí-grados, Bar Cafetería 2023, Pastelería Zamacois, Quickveg, La Herradura, Tajogai-

te by Enrique Gómez, García Bar, La Gata Flora, La Cocina de Mi patio, La Kacharra, Restaurante el Pulpete y La Relinda.

También participaron las Denominaciones de Origen con algunas de sus bodegas:

- D.O. Abona: bodega Cumbres de Abona, bodega Mencey Chasna, bodega Lagar de Chasna y bodega Reverón.
- D.O. Valle de Güímar: bodega La Vera.
- D.O. Valle de La Orotava: bodega La Viñita, bodega Atlante, bodega La Haya, bodega Arautava.
- D.O. Tacoronte-Acentejo: bodegas insulares de Tenerife (Viña Norte).
- D.O.P. Islas Canarias: bodega Gallo & Quíquere Wine Tenerife y bodegas Ferrera.

Se vendieron más de 2000 copas de vino durante el evento.

La Feria Gastronómica de Tapas y Vinos contó también con un concurso fotográfico en el que pudieron participar aquellas personas que se hicieron una fotografía en el photocall del evento y la publicaron en el instagram de la Sociedad de Desarrollo, entrando así en un sorteo con premios como cenas, lotes de productos gourmet y vinos de Tenerife.

Concierto de música



Público asistente a la Feria gastronómica





Cartel promocional Final Eurocopa 2024

4. Otras acciones de dinamiza-
ción realizadas:

4.1. Retransmisión en directo
de la final de la Eurocopa 2024

El 14 de julio la Sociedad de Desarrollo procedió a la instalación de una pantalla gigante en la plaza del Príncipe para la retransmisión en directo de la final de la Eurocopa de fútbol que enfrentó a España contra Inglaterra y que se celebró en el Olympiastadion de Berlín. Final que ganó la selección española.

De esta manera, Santa Cruz contó con una pantalla LED de 6x4 metros y una pantalla secundaria en la zona infantil para complementar el visionado. A partir de las 19:00 horas, los miles de asistentes pudieron

disfrutar de animación previa al partido, creando un ambiente festivo y familiar. La plaza del Príncipe, situada en el corazón de la capital, se transformó en el epicentro de la emoción futbolística, ofreciendo una experiencia inolvidable para todos los aficionados, viéndose beneficiados de esta acción también el sector comercial y de la restauración localizados en los alrededores.

4.2. Ruta de escaparates de
Navidad

La ruta se desarrolló desde el 11 de diciembre de 2024 hasta el 5 de enero de 2025, registrándose este año un récord de inscripción con 99 comercios participantes y tuvo entre

algunos de sus objetivos:

- Dinamizar el pequeño y mediano comercio del municipio.
- Destacar el esfuerzo y la creatividad de los comercios en la decoración de sus escaparates durante la Navidad.
- Convertir los escaparates en un atractivo para residentes y turistas.

Por parte de la ciudadanía se registraron 1189 personas en la web app diseñada para la ocasión y que sirvió de soporte promocional de la Ruta, contabilizando 981 valoraciones. Estos datos demuestran la expectación por esta iniciativa que ha permitido poner en valor la creatividad de casi un centenar de comercios de la capital tinerfeña.

Los establecimientos ganadores fueron Leticia Estudio de Imagen, ubicado en la calle Méndez Núñez, Osjmuel Salón de Belleza y Bazar Tesi, ambos ubicados en la avenida de Los Majuelos, recibiendo cada uno distinciones. Además, se realizó un sorteo entre las personas que valoraron los escaparates desde la web app de la ruta, entregándose tres cheques regalo a tres personas a canjear en alguno de los establecimientos participantes.



Imagen campaña ruta de escaparates

5. Acciones directas con aso-
ciaciones de comerciantes

5.1. Bonos Consumo Santa
Cruz 2024.

La 4ª edición, impulsada de nuevo por la Federación de Áreas Urbanas de Canarias (FAUCA), volvió a convertirse en un proyecto de apoyo directo al sector comercial y estuvo dirigida, como en anteriores ediciones, a dinamizar la actividad económica del municipio mediante el fomento del consumo. Además, contribuyó a ayudar a la ciudadanía a la adquisición de bienes y servicios realizados en las pequeñas y medianas empresas del municipio.

El 13 de junio se abrió la venta y canje de los Bonos Consumo Santa Cruz, fecha en la que se pudieron adquirir tanto los Bonos Consumo Comercio y Restauración como los de a calle La Rosa, a través de la página web www.bonoconsumosantacruz.com.



Escaparate participante en la ruta

Se pusieron a la venta 25 500 Bonos Consumo Comercio y Restauración (Bono General) distribuidos entre los 5 Distritos y 5332 para la calle La Rosa. Los de Comercio y Restauración tuvieron un precio de 15 euros, mientras que los de La Rosa se pudieron comprar por 6,25 euros, siendo el valor de ambos de 25 €.

A partir del 10 de septiembre todos los bonos comprados se pudieron canjear sin la restricción de Distritos en aquellos establecimientos que aún tenían saldo. El límite de canje para todos los Distritos fue de 4 000 €. Los establecimientos de la calle la Rosa, se vieron beneficiados al final del programa de un límite de canje de 8 000 €, inicialmente fue de 6 000€.

El programa se extendió hasta el 17 de noviembre y se gestionó, básicamente, a través de:

- Promoción y difusión a través de páginas webs, notas de prensa, envío de mensajes a las bases de datos de establecimientos comerciales y de asociaciones de comerciantes, mercados y federaciones.
- Derivación de consultas a la entidad impulsora del proyecto por parte de las empresas y personas físicas.
- Gestión de Comisiones de seguimiento para una óptima implantación y progreso.

En los Bonos generales participaron 380 establecimientos, más 7500 personas compraron al menos un bono y el porcentaje de canje fue del 97,9 %. En

los Bonos calle la Rosa el porcentaje de canje fue del 96,2 %, participando más de 20 establecimientos.

Una edición más los `Bonos Consumo Santa Cruz´, fueron una de las mejores medidas de apoyo de la economía local puesto que:

- Repercutió tanto en el consumo de las familias como en la actividad empresarial.
- Generó un efecto multiplicador directo e inducido sobre la economía local y por lo tanto ha multiplicado el importe aportado por el Ayuntamiento.
- Tuvo efectos sobre el tejido empresarial de todos los distritos impactando prácticamente sobre todo el conjunto de la economía

Los beneficios para la ciudadanía y para el tejido empresarial han sido efectivos:

- Desde la perspectiva de la demanda aportó a las familias la posibilidad de tener un importe gratuito sobre sus compras.
- Desde la oferta, el tejido empresarial santacrucero contó con el impacto de la aportación municipal a los bonos consumo y de la aportación que debió hacer toda persona interesada. Este impacto directo sobre la economía local arrastró al resto de actividades económicas en cada uno de los 5 distritos.

5.2. Asociación Zona Centro

5.2.1. Programa de Actividades de Dinamización Comercial en Zona Centro

Desde la última semana de noviembre, coincidiendo con la campaña del Black Friday y Navidades hasta el día Reyes, se desarrolló un amplio programa de actividades de dinamización en diferentes ubicaciones de la zona Centro.

Se instalaron diferentes puntos de entrega de flores de Pascua, por compras durante la semana del Black Week Santa Cruz, photocalls decorativos, pasacalles con personajes infantiles, puntos de empaquetado de regalos en diferentes puntos de la zona comercial y se habilitaron espacios expositivos en vía pública para que las empresas pudiesen instalar algún elemento decorativo por fuera del mismo potenciando la ambientación de las vías comerciales, actividades complementadas con

pasacalles de grupos musicales.

Desde el servicio de comercio se prestó asistencia técnica para la tramitación de los permisos de ocupación en espacios públicos para la celebración de estas acciones, en el marco de las campañas Black Week Santa Cruz y Navidad-Reyes 2024/25, con la finalidad de animar y fidelizar a los clientes de la zona comercial.

5.2.2. Gala XXX Aniversario de la Asociación Zona Centro.

Organizado por la Asociación de Empresarios Zona Centro Santa Cruz, la Sociedad de Desarrollo colaboró con este evento celebrado el 24 de septiembre de 2024 en el Casino de Santa Cruz de Tenerife dentro de las acciones dirigidas al apoyo del asociacionismo comercial y del convenio de colaboración aún vigente entre ambas entidades. Se apoyó esta iniciativa mediante la gestión de permisos y de la logística necesaria. Participaron 65 asistentes.



Imagen campaña bonos consumo

5.2.3. Instalación de Hilo musical navideño en vías comerciales

En el marco de la campaña Navidad-Reyes 2024/25, se gestionó la instalación de un hilo musical navideño en diversas vías comerciales seleccionadas con el objetivo de potenciar el ambiente de compras y consumo. Se instalaron en tramos de las calles Castillo, Bethencourt Alfonso, Valentín Sanz y Pérez Galdós. Desde el 15 de diciembre de 2024 hasta el 6 de enero de 2025.

5.2.4. Parking público gratuito

Con motivo de las campañas de Navidad-Reyes y de Rebajas, y con el objeto de facilitar las compras, se habilitó desde el 28 de diciembre de 2024 hasta el 26 de enero

de 2025, conjuntamente con la Autoridad Portuaria, un aparcamiento provisional y gratuito en la explanada del puerto santacruzero, frente a la Plaza de España, de 3.700 m², estando disponible las 24 horas.

6. Apoyo a acciones y eventos de dinamización de terceros

Las iniciativas de dinamización tienen efectos directos e indirectos sobre la economía local. Muchas de ellas son promovidas por terceros (agentes públicos y/o privados). Por ello, la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife y a través de una comisión interna de valoración de proyectos, analiza, apoya y promueve aquellas iniciativas de mayor impacto alineadas con su objeto social y sus objetivos programáticos. A continuación, se detalla relación de los mismos:

PROYECTO	HORARIOS	UBICACIONES Y ACTIVIDADES
Premios Más Mujer	6 de marzo	Teatro Guimerá
Día del Cómic gratis	10 de junio	C/ Ramón y Cajal
Ritmos del Mundo	6 de julio	Recinto Ferial de Santa Cruz
Festival de Jazz 2024	Del 5 al 27 de julio	Diversos espacios de Santa Cruz
Premios Gastronomía DA 2024	15 de julio	Auditorio El Sauzal
Concierto Aventura 2024	13 de septiembre	Puerto de Santa Cruz
CIFF Market 2024	Del 10 al 18 de octubre	Hotel Mencey
Premios Click & Roll 2024	13 de noviembre	Espacio Cultural CajaCanarias
Premios Tribuna 2024	20 de noviembre	Espacio Cultural CajaCanarias
Concierto de Navidad 2024	25 de diciembre	Puerto de Santa Cruz
Gastro Navidad Market Fest	Del 14 de diciembre al 6 de enero de 2025	Plaza de España

Digitalización e innovación.

1. Primer Foro de Comercio de Santa Cruz, Estrategia y Digitalización

Este foro, al que asistieron más de 100 personas relacionadas con el sector comercial, se realizó en la sede de Presidencia del Gobierno de Canarias, y en el mismo se presentó el Plan Director de Comercio de Santa Cruz de Tenerife para el periodo 2023-2028. El Foro contó con diversas ponencias, entre las que se encontraban las líneas de financiación de Destino Comercial Inteligente, a cargo del director general de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias y las líneas de trabajo en materia de digitalización comercial, a cargo del Ayuntamiento de Santa Cruz.

La jornada concluyó con una mesa de debate sobre la digitalización del comercio en la que participaron la consejera delegada de la Sociedad de Desarrollo, el director general de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias; la rectora magnífica de la Universidad Europea de Canarias; y el presidente del grupo Valora.

2. Foro Futuro Urbano: Estrategias de innovación y colaboración

El 23 de octubre se organizó en el TEA este foro con la participación de Redel (Red de Entidades para el Desarrollo Local) y la colaboración del Cabildo Insular de Tenerife. Se centró en el Plan Director de Santa

Cruz de Tenerife 2023-2028 y reunió a expertos y actores clave del sector para discutir tendencias, experiencias y buenas prácticas en planificación estratégica comercial y urbana. Poniendo en valor el conocimiento sobre innovación en la dinamización urbana y comercial. Además, el foro contó con la participación del clúster Inco-LAB.

El número de asistentes fue 78 y en el mismo se trataron temas como la innovación, colaboración y evaluación del impacto en la dinamización urbana y sobre las estrategias para la economía urbana, optimización de recursos y dinamización del emprendimiento.

3. Portal del comercio local www.santacruzcomercio.com

Se trata de un servicio de apoyo al tejido comercial, que sirve de soporte de comercialización, promoción, dinamización y de comunicación de la oferta comercial y de servicios empresariales del municipio, aportando valor a todas las zonas comerciales del municipio y ofreciendo durante todo el año información general de la ciudad.

La web se divide en diversas secciones: Zonas comerciales, directorio comercial, agenda de ciudad, campañas comerciales, noticias y un espacio para profesionales con información de interés sobre agencia de colocación, escalas de cruceros, forma-

ción, cómo abrir un comercio, informes y estudios, etc.

Actualmente se publicitan un total de 1489 empresas en el directorio comercial.

Entre las tareas más significativas que se llevaron a cabo desde el servicio de comercio en relación con la web han sido: revisiones de registros, verificación y validación de los datos publicados, incorporación de comercios, gestión del banco de imágenes, seguimiento, captación de nuevas empresas, actualización de las bases de datos de las empresas y resolución de incidencias.

Entre sus objetivos destacan:

- Poner en valor el comercio del municipio y las iniciativas de promoción y dinamización comercial.
- Mejorar la competitividad de las empresas.
- Fortalecer la red asociativa.
- Ofrecer un canal gratuito de comercialización de productos y servicios.
- Generar un canal de comunicación con el sector comercial y los agentes relacionados.

La web fue visitada por 170 000 usuarios con 302 000 páginas vistas, lo que implica un 47,82% y un 56% más que el año anterior respectivamente

Tabla: Comercios por zonas comerciales:

ZONAS COMERCIALES	NÚMERO DE EMPRESAS	PESO POR ZONA %
Centro	424	28%
Rambla	137	9%
El Toscal	124	8%
La Salud – Avenida Venezuela	122	8%
El Estadio	98	7%
Mercado	97	6%
La Gallega – El Sobradillo	90	6%
Cabo Llanos – Avenida Tres de Mayo	87	6%
La Salle	58	4%
Salamanca	50	3%
Añaza	45	3%
Ofra – Avenida Príncipes de España	37	2%
Anaga	21	1%
Valle Inclán Azorín	2	0%
Fuera de las zonas comerciales	97	7%
TOTAL	1489	100%

Tabla: Comercios por categorías:

TIPO DE ACTIVIDAD	NÚMERO DE EMPRESAS	PESO POR ZONA %
Moda, deportes y complementos	415	28,5%
Salud, belleza y estética	372	25%
Alimentación	163	11%
Servicios	169	11%
Hogar, decoración y bricolaje	142	10%
Electrónica, informática y telefonía	112	8%
Llibrerías y papelerías	47	3%
Jugueterías, ludotecas y artículos de fiesta	38	3%
Otros comercios	31	2%
TOTALES	1489	100%

Promoción y marketing comercial

1. Campañas Comerciales

Relación de campañas:

1. Día del Padre.
2. Día del Libro.
3. Día de la Madre.
4. Rebajas.
5. Vuelta al Cole.
6. Halloween Santa Cruz.
7. Navidad-Reyes.



Campaña día del padre



Campaña día del libro



Campaña día de la madre



Campaña vuelta al cole



Campaña rebajas



Campaña Halloween



Campaña Navidad

2. Acciones de promoción comercial: Black Week Santa Cruz

Se trata de la 8ª edición de una campaña dirigida a la promoción de la oferta comercial durante el mes de noviembre, teniendo como punto álgido la última semana del mes coincidiendo el viernes 29 con la celebración a nivel mundial del acontecimiento Black Friday, donde miles de tiendas de todo el mundo ofrecen descuentos.

Bajo los slogans “Santa Cruz is the new black - El Comercio de Santa Cruz lo tiene todo”, participaron un total de 308 empresas, en su mayoría comercios, además de restauración y otros servicios, que publicaron sus descuentos y promociones a través de la web **www.santacruzescomercio.com**.

Entre sus objetivos destacaron:

- Aprovechar el potencial del acontecimiento ‘Black Friday’ amplificando la promoción del pequeño comercio de Santa Cruz.
- Agrupar la oferta comercial del municipio por categorías, mediante la adhesión al espacio web mencionado en el cual se creó una etiqueta específica y así facilitó la información de los descuentos que ofreció cada empresa y con ello las compras.
- Ampliar el concepto de ‘Black Friday’, ofreciendo a los consumidores la posibilidad de adelantar sus compras de navidad y realizarlas en varios días.
- Promover las compras poniendo en valor la oferta comercial de la capital otorgando visibilidad a la marca ‘Santa Cruz’.

Como medios de difusión se utilizó: landing page <https://santacruzescomercio.com/black-week-2024>, cartelería A3 y A4, bolsas, soportes de exterior, prensa, radio, televisión, Facebook e Instagram, Spotify Ads, Tik Tok, Google Ads-Display, Display & Video 360.

Valoración del impacto de Black Week Santa Cruz.

Al finalizar la campaña se realizaron encuestas de satisfacción a los participantes destacando los siguientes resultados:

- Casi el 75% de las empresas participantes eran negocios con menos de 5 empleados.
- Más de la mitad reconoce que no es la primera vez que participa en campañas de la Sociedad de Desarrollo y casi un 75 % califica de muy buena la organización completa de la misma.
- Más del 60% de los encuestados califica como “Muy buena” la promoción de la campaña que se realizó tanto en televisión, digital, exterior y radio.
- Más del 54% considera que obtuvo más clientes gracias a la campaña y un 92% participaría de iniciativas similares.

Desarrollo comercial

Concentra el resto de actuaciones de naturaleza no relacionadas con el marketing o la dinamización comercial y cuyo objetivo está vinculado al desarrollo del tejido comercial a través de diversas actuaciones estratégicas.



Cartel campaña revitalización calle de La Rosa

1. Urbanismo comercial

Se trata de una línea de actuación que se basa principalmente en aquellas actuaciones dirigidas a la regeneración comercial de las vías comerciales objeto de intervención urbanística, colaborando en las fases de desarrollo y de finalización de obras. En este sentido la actuación más destacada de 2024 fue la elaboración y ejecución del plan de revitalización de la calle de la Rosa con motivo de las obras que llevan ejecutando en la citada vía desde el año pasado.

- Bono consumo calle de La Rosa: Se emitieron 5332 bonos específicos para los comercios, la restauración y otros servicios de la mencionada calle. Mientras que para los establecimientos del resto del municipio el límite de canje de bonos se situó en 4000 €, para los



Black Week Santa Cruz / Campaña Navidad

negocios de esta vía y alrededores, afectados por las obras fue inicialmente de 6000 €, ampliándose posteriormente a 8000 €. Por otro lado, mientras que la aportación municipal para las otras categorías de bonos fue del 40% (excepto para los Bonos Consumo Domingo) para los negocios afectados por las obras de esta calle fue del 75%.

- Monitorización del tejido comercial: Censo de los establecimientos de la zona afectada antes, durante y después de las obras, con objeto de conocer el impacto que genera la misma y ayudar de esta manera a diseñar actuaciones específicas que minimicen el impacto.
- Promoción y publicidad: Refuerzo de la señalización a través de lonas informativas en las vallas de la obra indicando la señalización de los establecimientos ubicados en la calle y que al mismo tiempo orienten a los transeúntes.
- Marketing digital: Realización de una campaña digital que puso en valor a la vía, además de informar de que los negocios seguían abiertos.
- Exterior: Circuito de soportes publicitarios en vía urbana (mupis) con iluminación en la zona de gran afluencia turística.

2. Colaboración Público Privada: Mesa y comisiones de comercio

El 14 de mayo de 2024 se constituyó la Mesa de Comercio de Santa Cruz de Tenerife. La Mesa se configuró como un lugar de interacción y cooperación público-privado orientado al desarrollo del sector comercial del municipio. Esta colaboración es esencial para incrementar la eficiencia y la calidad en la gestión pública relacionada con el comercio. Tiene como objeto reforzar la gobernanza del sector, a través de la información y el asesoramiento de agentes claves para el desarrollo socioeconómico del sector comercial en el municipio.

Para fortalecer aún más la eficacia de la Mesa de Comercio y abordar de manera más efectiva las diversas temáticas que afectan al sector, se crean las comisiones de comercio, que trataron asuntos específicos e integraron puntualmente a otros actores.



Constitución de la mesa de comercio

A la sesión constitutiva de la Mesa asistieron representantes de 13 entidades:

1. Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias.
2. Consejería de Comercio y Apoyo a la Empresa del Cabildo Insular de Tenerife.
3. Confederación Provincial de Empresarios de Santa Cruz de Tenerife (CEOE-Tenerife).
4. Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife.
5. Federación de Áreas Urbanas de Canarias (FAUCA).
6. Asociación de Empresarios Zona Centro Santa Cruz.
7. Asociación Empresarial de Restauración y Ocio de Santa Cruz de Tenerife (AERO).
8. Asociación de Empresarios, Comerciantes y Profesionales el Estadio.
9. Asociación de Empresarios, Comerciantes y Profesionales Parque Recreativo.
10. Asociación de Supermercados de Canarias (ASUICAN).
11. Asociación Canaria de Medianas y Grandes Empresas de Distribución (ASODISCAN).
12. Mercado de Nuestra Señora de África.
13. Mercado La Abejera

Nº de Comisiones de comercio organizadas: 4.

Nº asistentes: 44.

Fechas de realización y temas tratados:

- 29 de octubre: Dinamización comercial.
- 18 de noviembre: Gestión de residuos y regulación de terrazas.
- 27 de noviembre: Movilidad y previsión de seguridad en campaña de Navidad.
- 11 de diciembre: Carril bici.

Servicio de atención al comerciante

La entidad municipal posee un servicio de atención al comerciante que prestó asesoramiento y asistencia de forma personalizada a empresarios, comerciantes y asociaciones de comerciantes, en materias de diversa índole tales como: web de comercio, bonos consumo, eventos, subvenciones, etc. Así, durante el año 2024 se atendieron cerca de 30 consultas. Actualmente se gestiona una base de datos con 1266 inputs, empresas usuarias del servicio.

Una de las principales líneas de trabajo de este servicio fue la colaboración con el tejido asociativo comercial en cuanto a la gestión y trámites administrativos para la realización de acciones de dinamización comercial.

Este servicio se enmarca dentro del proyecto Plan para la Promoción Económica de Santa Cruz de Tenerife del Servicio Canario de Empleo.

Otras actuaciones de interés: proyectos subvencionados

1. Proyecto Plan de Transformación del Comercio de las Zonas Comerciales Rambla y Salamanca.

Se trata de un proyecto piloto dirigido a revitalizar dos áreas comerciales urbanas claves en Santa Cruz de Tenerife: la zona Rambla y la zona Salamanca. Estas zonas no solo son motores económicos esenciales para la ciudad, sino que también son valiosos espacios culturales y sociales, siendo seleccionadas por su relevancia comercial y cultural, así como por su potencial para convertirse en centros de innovación y sostenibilidad en el comercio local, favoreciendo el desarrollo económico, social y medioambiental de estas áreas.

Entre sus objetivos está mejorar la competitividad y atractivo del comercio local en las citadas zonas, si bien, algunas de las acciones propuestas podrían beneficiar también a establecimientos comerciales del resto del municipio.

Las acciones a desarrollar en 2025 son, principalmente: Creación de una oficina técnica, puesta en marcha de Diagnósticos del punto de venta (formación), Plan de acción-operativo en las zonas de actuación, programa para reactivar la apertura de locales vacíos, rutas guiadas histórico comerciales, rutas de escaparates y gastronómicas y servicio de mentorías especializadas sobre la digitalización del pequeño comercio. El proyecto fue subvencionado por la

Dirección General de Comercio y Consumo dentro de la convocatoria, para el año 2024, para la concesión de subvenciones a las líneas para la transformación del sector comercial con el objetivo de convertir Canarias en un Destino Comercial Inteligente, cofinanciadas por la Unión Europea en el marco del Programa FEDER Canarias 2021-2027.

2. Proyecto "Domingos en Santa Cruz: Dinamización Halloween y Evaluación de Proyectos Piloto en el ámbito del sector comercial".

Se elaboró un proyecto consistente en la realización de un estudio de evaluación de proyectos piloto en el ámbito del sector comercial y también la organización y ejecución de un evento de dinamización urbana Hola Domingo: Halloween.

La primera parte tuvo como objetivo analizar el impacto socioeconómico de las iniciativas de dinamización comercial implementadas en programas piloto del ámbito comercial en 2024 mientras que la segunda parte consistió en la organización de un evento temático que dinamizó la zona de gran afluencia turística de Santa Cruz de Tenerife, fomentando la actividad comercial durante el mes de noviembre, conectando directamente con los objetivos de fortalecer la economía local, incentivar el comercio y promocionar Santa Cruz como un destino turístico y comercial clave.

Este proyecto finalmente fue subvencionado por la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias.

tecno
lógica²⁴
grupocanaauto

III Área de Comercio,
Eventos y Turismo

08
Tecnológica
Santa Cruz





Tecnológica Santa Cruz - Grupo Canaauto

tecnológica²⁴
del 12 al 17 de marzo

La IA, la realidad virtual, y las tendencias en comunicación digital centrarán esta edición que se desarrollará en el Teatro Guimerá y en Tenerife Espacio de las Artes (TEA Tenerife)

La decimotercera edición de “Tecnológica Santa Cruz - Grupo Canaauto” tendrá lugar del 12 al 17 de marzo en el Teatro Guimerá y en Tenerife Espacio de las Artes (TEA Tenerife) y en ella se abordarán las principales tendencias de las Tecnologías de la Información y la Comunicación de la mano de casi una quincena de expertos de diversos campos del conocimiento.

Esta iniciativa, por la que ya han pasado más de un centenar de ponentes a lo largo de su historia y que se trata del evento TIC más longevo de España, se centrará en temáticas como la inteligencia artificial, la realidad aumentada y virtual, robótica, la comunicación y las últimas tendencias en tecnología, y se complementará con una amplia programación paralela con un evento de charlas sobre fracaso empresarial y superación, un evento dedicado a la comunidad educativa, un hackatón, además del tradicional evento dedicado a la cultura asiática, el k-pop y los videojuegos que tendrá lugar durante el fin de semana.

En este sentido, esta decimotercera edición de “Tecnológica Santa Cruz - Grupo Canaauto” presenta numerosas novedades entre las que sobresalen que tendrá lugar

de martes a domingo y en el que se celebrarán diversos eventos paralelos, y que se complementarán con actividades previas como concursos de videojuegos, competiciones online y podcasts, entre otros.

De esta manera, el martes 12 de marzo de 9:00 a 15:00, en la Sala de Conferencias de Tenerife Espacio de las Artes (TEA Tenerife), se llevará a cabo el Foro Impulsa tu empresa con tecnologías emergentes, donde se incluirán ponencias sobre Inteligencia Artificial, Blockchain, Big Data, Realidad Virtual y Aumentada, así como No Code.

Por su parte, el miércoles de 19:00 a 22:00 horas, en el patio central de Tenerife Espacio de las Artes (TEA Tenerife), tendrá lugar el evento de charlas sobre fracaso empresarial, denominado “TecnoFight by Tecnológica Santa Cruz - Grupo Canaauto” un evento diferente e innovador que pretende inspirar a las personas a seguir adelante con sus proyectos en el ámbito tecnológico a pesar de los desafíos a los que se enfrentaron en sus emprendimientos. Como parte de la estrategia de dinamización previa al evento, se lanzarán cuatro podcasts y se llevarán a cabo entrevistas, brindando a los participantes un adelanto exclusivo de las temáticas clave que se abordarán.

Ya para el jueves 14 de marzo, de 11:00 a 13:00 horas, el Teatro Guimerá acogerá el evento dedicado a la comunidad educativa, mientras que de 17:00 a 21:00 horas se celebrarán las tradicionales conferencias, germen del evento en sí, a cargo de ponentes nacionales e internacionales.

Para el fin de semana, el Tenerife Espacio de las Artes (TEA Tenerife) acogerá otro de los eventos paralelos, denominado "Tecno-Play by Tecnológica Santa Cruz - Grupo Canaauto" y que se prolongará del viernes 15 al domingo 17 de marzo. De esta manera, este evento estará centrado en el mundo de los videojuegos y cultura asiática, y en el que se sucederán competiciones de videojuegos, muestras de artistas digitales, juegos de mesa, realidad virtual, máquinas arcade, partidas simultáneas de ajedrez y bailes k-pop, entre otros, cuyo acceso será libre hasta completar aforo y que tendrá lugar el viernes de 17:00 a 21:00 horas, el sábado de 11:00 a 21:00 horas, y el domingo de 11:00 a 20:00 horas. Además, la jornada del domingo se cerrará con el concierto gratuito del grupo británico de k-pop ATTI.

En esta ocasión, la jornada de mañana de "Tecnológica Santa Cruz - Grupo Canaauto" estará conducida por la presentadora y editora de informativos de Radio Televisión Canaria, Marta Modino.

Otra de las novedades de esta edición de Tecnológica Santa Cruz será el Hackatón que tendrá lugar durante el sábado y domingo en Tenerife Espacio de las Artes (TEA Tenerife), cuyo nombre es TecnoHack y que se desarrollará en diferentes salas de este enclave capitalino y que contará

con píldoras formativas, mentorías, etc. Se trata de un encuentro de estudiantes cuyo objetivo es el desarrollo colaborativo de software. El resultado del trabajo de los equipos tendrá que ser una solución que promueva la sostenibilidad medioambiental y contribuya a la transformación de Santa Cruz de Tenerife.

Las entradas para esta edición de "Tecnológica Santa Cruz - Grupo Canaauto" ya se encuentran disponibles en la página web www.tecnologicasantacruz.com donde se podrá ampliar información de la programación, el amplio panel de ponentes y los eventos paralelos que componen esta decimotercera edición.

Tecnológica Santa Cruz - Grupo Canaauto está organizado por la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife y cuenta con el patrocinio de Promotur Turismo de Canarias (Gobierno de Canarias), financiado a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, dentro de los Fondos Next Generation EU.

Grupo Canaauto da nombre a Tecnológica en este 2024. Son concesionario oficial de BMW, MINI y BMW Motorrad para la provincia de Santa Cruz de Tenerife así como para Canarias de Jaguar, Land Rover y de MG, entre otras marcas.

Igualmente, cuenta con el patrocinio en categoría Oro de Worten, Mutua Tinerfeña y Corte Inglés, en la modalidad de Plata Hospiten, en la modalidad bronce Fuente

Alta y la alianza estratégica de la Universidad Europea de Canarias.

Programa y ponentes de la jornada del jueves 14 de marzo

La sesión matinal de "Tecnológica Santa Cruz - Grupo Canaauto", que tendrá lugar en el Teatro Guimerá, comenzará a las 11:00 horas con la ponencia del jefe de área de Desarrollo del Grupo DISA, Jonathan Clemente, al que proseguirá, a las 11:30 horas, la responsable de desarrollo de negocio de Tomaticket, Lorena Heredia,

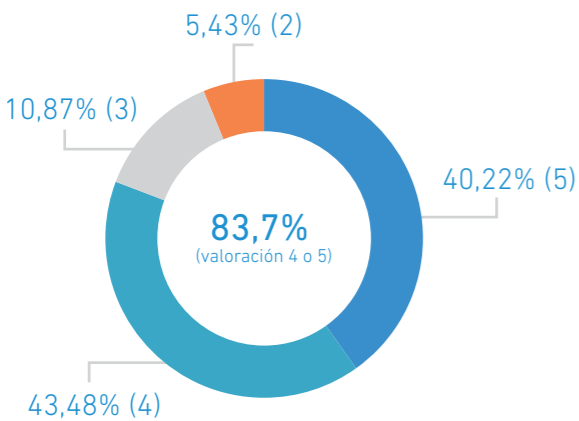
mientras que a las 11:50 horas subirá al escenario Angélica García, CG supervisor and Technical Development B-Water Studios. Igualmente, a las 12:10 horas tendrá lugar la ponencia de divulgación del Instituto Astrofísico de Canarias, mientras que el director de Eviden Canarias Grupo ATOS, José Manuel Rodríguez Macías, en combinación con la Universidad Europea de Canarias, cerrará esta sesión matinal a las 12:30 horas.

Por su parte, la sesión de tarde, más orientada al entretenimiento, contará con las intervenciones de periodistas, divulgadores, y profesionales del ámbito digital,

Varias imágenes de Tecnológica 2024



TECNOLÓGICA 2024 | VALORACIÓN DEL PÚBLICO ASISTENTE



Escala del 1 al 5
Fuente y elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

tendrá lugar en el Teatro Guimerá, se prolongará entre las 17:00 y las 21:00 horas y cuyas entradas se pueden adquirir en la web www.tecnologicasantacruz.com.

De esta manera, esta sesión de tarde contará con una decena de ponencias a cargo de diferentes expertos del mundo digital en el que se abordarán las principales tendencias de la comunicación y las tecnologías y donde también habrá espacio para la música. En este sentido, esta sesión arrancará con la ponencia del Country Manager de Google Cloud, Isaac Hernández, a partir de las 17:10 horas. Es el hombre en quien ha confiado el gigante Google para desarrollar y dirigir la estrategia de la división de la compañía enfocada a empresas en España y Portugal. Es Ingeniero de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid.

Asimismo, a partir de las 17:30 horas intervendrá la subdirectora de elDiario.es y corresponsal internacional con base en

Reino Unido, María Ramírez, quien trabaja en elDiario.es desde 2018, ha sido redactora jefa de Internacional y Desalambre, y directora de Estrategia; fue corresponsal de El Mundo en Nueva York y en Bruselas, y reportera política de Univision en Estados Unidos. Además ha sido co-fundadora de El Español y Politibot y ha colaborado con el Washington Post, Nieman Reports y el Atlantic, así como ha cursado estudios en Nieman fellow en la Universidad de Harvard.

Por su parte, a las 17:45 horas, está prevista la ponencia del divulgador de Inteligencia Artificial, Carlos Santana. Es graduado en ingeniería informática, profesor y creador del canal de Youtube Dot CSV, que cuenta con más de 750 mil suscriptores. También es profesor de Machine Learning & Data Science en la Escuela de Organización Industrial.

A continuación proseguirá el Físico, ingeniero, doctor en física de partículas y divulgador científico español, Javier Santallalla, a las 18:05 horas. Su carrera académica y profesional comenzó con la ingeniería de telecomunicaciones que lo llevó a trabajar con el Centro Nacional de Estudios Espaciales en Francia y el CIEMAT, durante lo cual completó la carrera de física, culminando con un doctorado en la participación en el equipo que descubrió el bosón de Higgs en la Organización Europea para la Investigación Nuclear (CERN). Igualmente, a las 18:30 horas intervendrá Pedro Aznar, Director de Applesfera, medio líder en español sobre Apple, desde 2006. También es responsable de proyectos de innovación como Engineering Manager en Sabadell Digital by Banc Sabadell.

A las 18:50 horas, el explorador del Metaverso e Inteligencia Artificial y cofundador de Imascono y vicepresidente de CEAJE, Pedro Lozano, acercará al público a las nuevas tendencias tecnológicas. Su estudio de tecnologías creativas está especializado en Realidad Extendida y el Metaverso. Entre sus clientes destacan algunas de las principales empresas a nivel internacional como Telefónica Disney Star Wars Coca-Cola o Samsung. A nivel personal y profesional ha recibido múltiples reconocimientos tanto a nivel nacional como internacional siendo incluido en la lista de '42 millennial españoles a los que seguir la pista' por la Revista Emprendedores.

Asimismo a las 19:15 horas será el turno de Marta Peirano, escritora y periodista española, colaboradora de El País y Radio Nacional de España, especialista en la intersección entre tecnología y poder. Ha publicado varios libros sobre derechos digitales, ciberseguridad y privacidad, y sobre tecnología, capitalismo y crisis climática. Su TEDx sobre privacidad ha superado el millón de visitas. Ha co-dirigido los festivales Copyfight sobre modelos alternativos de Propiedad Intelectual y es la

TECNOLÓGICA 2024 | RELACIÓN DEL TOTAL DE CHARLAS QUE HAN INFLUENCIADO EN CADA UNO DE LOS OBJETIVOS



Fuente y elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife



Varias imágenes de Tecnológica 2024

fundadora de la HackHackers Berlín y Cryptoparty Berlín.

Seguiría el físico y neurocientífico, Mariano Sigman, intervendrá a las 19:35 horas. Globalmente reconocido con más de 150 publicaciones en revistas científicas de renombre. Sigman ofrece insights profundos en la intersección de la inteligencia artificial (IA) y la neurociencia, abordando la relación entre IA y la esencia humana. Sus charlas exploran cómo la IA está redefiniendo nuestra comprensión de lo que significa ser humano, desde un enfoque histórico hasta las perspectivas futuras y de cómo enfrentarnos y sacar partido a esta tecnología.

Esta sesión de tarde se complementará con la conferencia de la copresidenta del Órgano Consultivo de Alto Nivel sobre Inteligencia Artificial de la ONU y ex Secretaria de Estado de Digitalización e IA, Carme Artigas y cerrará la jornada la popu-

lar cantante Cristina Ramos, quien ofrecerá un pequeño concierto al público asistente a Tecnológica Santa Cruz.

En esta ocasión, la jornada de tarde de “Tecnológica Santa Cruz - Grupo Canaauto” estará conducida por la periodista de Televisión Canaria, Marta Rodríguez. Licenciada en Periodismo y diplomada en Turismo, se ha especializado en información política, sin dejar de lado la de interés general, ha dirigido el programa Parlamento y, actualmente, copresenta el informativo matinal de Televisión Canaria, Buenos Días Canarias.

Más del 80% de los asistentes califican la última edición de Tecnológica Santa Cruz como “muy buena”

Más del 60% de los asistentes afirma que el encuentro les ha influenciado en su desarrollo académico o laboral

El Ayuntamiento de Santa Cruz, a través de la Sociedad de Desarrollo, ha elaborado un informe pionero en el que se recoge la percepción de los asistentes de la última edición de Tecnológica Santa Cruz. Este estudio nace con el objetivo de conocer la valoración general del encuentro, así como su capacidad de influencia. De él, se desprende que más del 80% de los asistentes califican la convocatoria de 2024 como excepcional. Además, más del 60% afirma que la Tecnológica le ha influenciado en su desarrollo laboral o académico.

El alcalde de Santa Cruz de Tenerife, José Manuel Bermúdez, asegura que “los datos de este análisis son un reflejo del trabajo

que durante años venimos desarrollando para impulsar eventos en los que la formación tecnológica se posiciona como el principal objetivo, fomentando que nuestro empresariado y toda la sociedad santacruzera pueda acceder a las principales novedades del sector y aplicarlas de manera correcta en sus negocios o en sus vidas personales”.

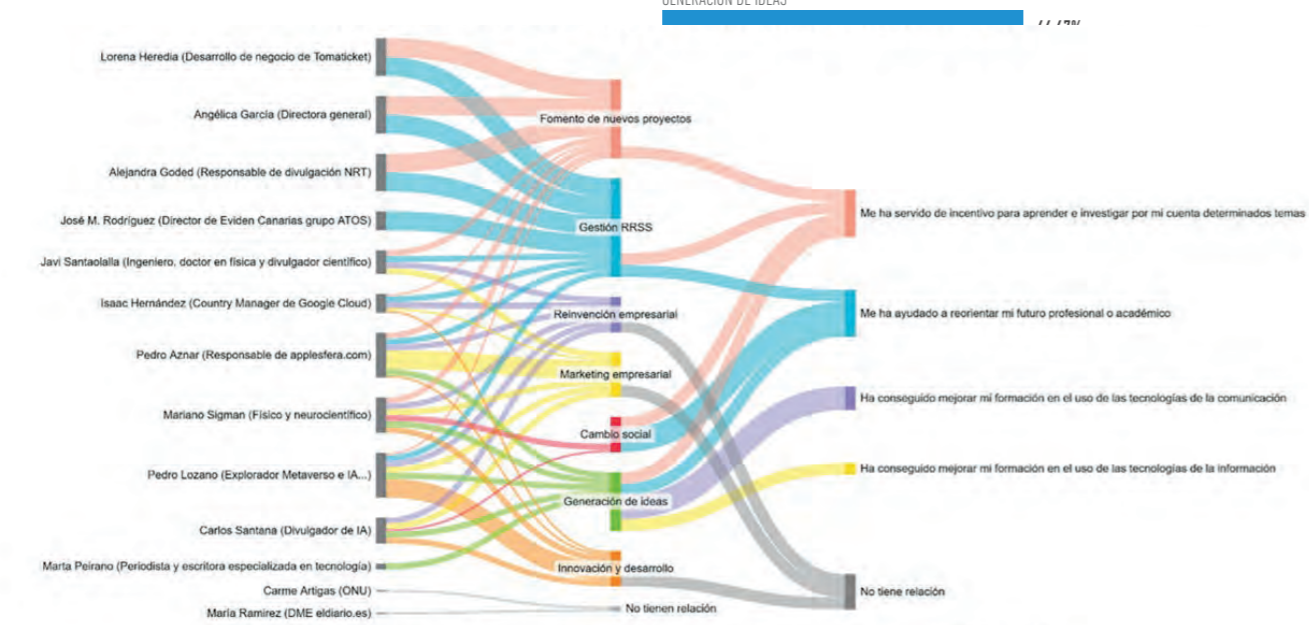
En palabras de la consejera delegada de la Sociedad de Desarrollo, Carmen Pérez, “este estudio pone de relieve la necesidad de continuar apostando por espacios de trabajo donde la innovación y la tecnología sean los principales ejes de acción”. “Estos datos son solo un impulso para continuar trabajando en futuras ediciones, en las que trataremos de ofrecer una programación que pueda ser más influyente para el futuro laboral y personal de las personas que asistan”, añade.

El análisis realizado estudia las correlaciones entre las valoraciones de las charlas por parte de las personas asistentes y el impacto en los objetivos, intentando conocer cómo ha influido Tecnológica en el público. Con esto se ha descubierto que todos los objetivos perseguidos tienen relación estadística con las charlas. Concretamente, entre éstos, destaca el fomento de nuevos proyectos y la mejora de conocimientos en la gestión de redes sociales, algo en lo que el 57,1% de las charlas, según la opinión del público, ha tenido un impacto. Tras éste, sigue la mejora en conocimientos de marketing empresarial, con un 42,9% de las charlas; la ayuda en la generación y desarrollo de nuevas ideas, con un 35,7%, y por último, el impulso para un cambio social, con un 14,3%.

En general, el conjunto de las charlas que conformaron el evento tuvo una gran aceptación, ya que el 62% de los asistentes a la jornada de mañana y el 73% de la jornada de tarde ha valorado estas ponencias por encima del 3, en una escala total de 5 puntos.

Tecnológica no solo impactó positivamente en los usuarios durante su desarrollo, sino que el 50% afirma que el evento les ha servido como incentivo para aprender e investigar por su cuenta en determinados temas. De esta manera, se presenta como uno de los principales eventos para la mejora de la formación en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación (44,18%).

CORRELACIONES SIGNIFICATIVAS ENTRE LA ASISTENCIA A LAS PONENTIAS Y LA VALORACIÓN DEL IMPACTO EN LAS PERSONAS ASISTENTES Y LA INFLUENCIA EN LOS OBJETIVOS DE TECNOLÓGICA SANTA CRUZ 2024



Fuente y elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife





Tecnológica 2024

Este informe, elaborado con el ánimo de mejorar la experiencia en futuras ediciones, también recogió diferentes propuestas, entre las que destacan la duración, la coincidencia de los contenidos o la falta de espacios de networking. “Seguiremos haciendo evolucionar a Tecnológica para que se adapte de la mejor manera a las necesidades que tiene el público objetivo del evento”, asegura Carmen Pérez.

Para más información y poder ver todas las ponencias está disponible la página oficial en www.tecnologicasantacruz.com.

Tecnológica Santa Cruz - Grupo Canaauto fue organizado por la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife y contó con el patrocinio de Promotur Turismo de Canarias (Gobierno de Canarias), financia-

do a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, dentro de los Fondos Next Generation EU.

Grupo Canaauto dio nombre a Tecnológica. Son concesionario oficial de BMW, MINI y BMW Motorrad para la provincia de Santa Cruz de Tenerife así como para Canarias de Jaguar, Land Rover y de MG, entre otras marcas.

Igualmente, contó con el patrocinio en categoría Oro de Worten, Mutua Tinerfeña, El Corte Inglés y Última Informática, en la modalidad de Plata Hospiten, en la modalidad bronce Fuente Alta y la alianza estratégica de la Universidad Europea de Canarias.





IV Área de Servicios
Técnicos

09 Financiación Externa



Área Servicios Técnicos

Financiación Externa

La unidad de Financiación Externa ha llevado a cabo una labor continua de recopilación de información sobre convocatorias de ayudas y subvenciones de interés para la Sociedad de Desarrollo, el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife y sus entidades dependientes. Esta labor incluye la localización de proyectos de interés a nivel europeo, a los que se podría sumar el municipio a través de sus múltiples instituciones.

Información sobre ayudas y subvenciones obtenidas a través de la sociedad de desarrollo

Durante el ejercicio de 2024, Financiación Externa ha trabajado en la obtención de financiación para proyectos de emprendimiento, formación, empleo, promoción turística y comercio.

Los objetivos principales de Financiación Externa son:

- **Obtención de ingresos públicos** para la Sociedad de Desarrollo y el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.
- **Buscar y aprovechar** todas las líneas de subvenciones y ayudas que benefician al municipio.
- **Asistir en el diseño y presentación** de proyectos a convocatorias públicas.

Las acciones que se llevan a cabo desde Financiación Externa incluyen:

- **Seguimiento y análisis** de las líneas de ayudas y subvenciones disponibles.
- Actualizar del apartado de ayudas y subvenciones de la web de la Sociedad de Desarrollo y el envío de alertas por correo: <http://www.sociedad-desarrollo.com/subvenciones-y-ayudas/default.ht>
- **Apoyo al resto de las áreas** en la tramitación de subvenciones, con asistencia sobre normativa, formularios y redacción de propuestas.
- **Realización de trámites administrativos** con el ayuntamiento y otras entidades públicas, preparando la solicitud de subvenciones y ayudas.
- **Búsqueda de socios** para proyectos de cooperación.
- **Localización y tramitación** de la adhesión a proyectos promovidos por otras entidades que encajen con la planificación de la Sociedad y del Ayuntamiento, incluyendo proyectos cofinanciados por la Unión Europea.

Durante 2024, se ha promovido la participación en varias convocatorias de las diferentes Administraciones Públicas, tanto para la participación directa de la Sociedad de Desarrollo como a través del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.

A LO LARGO DEL EJERCICIO 2024 SE HA PROMOVIDO LA PARTICIPACIÓN EN LOS SIGUIENTES PROYECTOS:

PROGRAMA	PROYECTO	ENTIDAD BENEFICIARIO	SUBVENCIÓN (€)
PRODAE 2024	PLAN PARA LA PROMOCIÓN ECONÓMICA DE S/C TENERIFE	SOCIEDAD DE DESARROLLO	150.000,00
CONVOCATORIA DE PATROCINIO DESTINADOS A ENTIDADES PÚBLICAS PARA EVENTOS PRESENCIALES QUE GENEREN UN RETORNO PUBLICITARIO	PLENILUNIO 2024	SOCIEDAD DE DESARROLLO	75.000,00
CONVOCATORIA DE PROYECTOS DE FORMACIÓN EN ALTERNANCIA	PFAE ENJOY SANTA CRUZ VI	SOCIEDAD DE DESARROLLO	356.697,00
CONVOCATORIA DE PROYECTOS DE FORMACIÓN EN ALTERNANCIA GARANTÍA JUVENIL	PFAE GJ ENJOY SANTA CRUZ VI	SOCIEDAD DE DESARROLLO	371.152,27
PROGRAMAS EXPERIMENTALES	RECICLAB 2	AYUNTAMIENTO SANTA CRUZ DE TENERIFE	220.800,00
DESTINO COMERCIAL INTELIGENTE	PLAN TRANSFORMACIÓN COMERCIO ZONAS COMERCIALES RAMBLA Y SALAMANCA	SOCIEDAD DE DESARROLLO	479.000,00
SUBVENCIÓN ESPECÍFICA DG COMERCIO	DINAMIZACIÓN HALLOWEEN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS PILOTO EN EL ÁMBITO DEL SECTOR COMERCIAL	SOCIEDAD DE DESARROLLO	60.000,00
TOTAL			1.712.649,27



Vistas de Santa Cruz de Tenerife

A LO LARGO DEL AÑO SE HAN OBTENIDO APROBACIÓN DE ALGUNAS SOLICITUDES DE SUBVENCIÓN PRESENTADAS:

PROGRAMA	PROYECTO	SUBVENCIÓN (€)
PRODAE 2024	PLAN PARA LA PROMOCIÓN ECONÓMICA DE S/C TENERIFE	123.000,00
PROGRAMAS EXPERIMENTALES	RECICLAB 2	220.800,00
DESTINO COMERCIAL INTELIGENTE	PLAN TRANSFORMACIÓN COMERCIAL ZONAS COMERCIALES RAMBLA Y SALAMANCA	
SUBVENCIONES ESPECÍFICA DG COMERCIO	DINAMIZACIÓN HALLOWEEN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS PILOTO EN EL ÁMBITO DEL SECTOR COMERCIAL	479.000,00
CONVOCATORIA DE PATROCINIOS, DESTINADOS A ENTIDADES PÚBLICAS PARA EVENTOS PRESENCIALES QUE GENEREN UN RETORNO PUBLICITARIO	TECNOLÓGICA 2024	60.000,00
	PLENILUNIO 2024	39.750,00
	PFAE ENJOY SANTA CRUZ VII	75.000,00
TOTAL		356.697,00

LA OBTENCIÓN DE DICHA FINANCIACIÓN HA PERMITIDO GESTIONAR LOS PROYECTOS SIGUIENTES:

PROGRAMA	PROYECTO	SUBVENCIÓN (€)
PRODAE 2023	PLAN PARA LA PROMOCIÓN ECONÓMICA DE S/C TENERIFE	123.000,00
PFAE 2023	ENJOY SANTA CRUZ VI	350.572,20
PROGRAMAS EXPERIMENTALES	RECICLAB	220.800,00
CONVOCATORIA DE PATROCINIOS, DESTINADOS A ENTIDADES PÚBLICAS PARA EVENTOS PRESENCIALES QUE GENEREN UN RETORNO PUBLICITARIO	TECNOLÓGICA 2024	39.750,00
	PLENILUNIO 2024	
DESTINO COMERCIAL INTELIGENTE	PLAN TRANSFORMACIÓN COMERCIO ZONAS COMERCIALES RAMBLA Y SALAMANCA	479.000,00
SUBVENCIÓN ESPECÍFICA DG COMERCIO	DINAMIZACIÓN HALLOWEEN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS PILOTO EN EL ÁMBITO DEL SECTOR COMERCIAL	60.000,00
TOTAL		1.348.122,20

Información pública

Portal de transparencia de Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

Además, Financiación Externa se encarga de la actualización del portal de transparencia de la entidad, situando a la Sociedad de Desarrollo entre las entidades más valoradas por su nivel de transparencia en Canarias. Se puede consultar esta información en los siguientes enlaces:

- <https://transparenciacanarias.org/evaluacion/puntuaciones/>
- https://www.santacruzdetenerife.es/gobiernoabierto/transparencia/index.php?id=transparencia_sociedaddesarrollo

Plataforma de contratación pública y audiencia de cuentas

Desde 2021, Financiación Externa también gestiona la rendición de cuentas de la entidad, cumplimentando la información requerida por la Audiencia de Cuentas y registrando los contratos menores en la plataforma de contratación del Estado.



Mapa de Transparencia de Canarias



Portal de Transparencia de Canarias



IV Área de Servicios
Técnicos

10

Observatorio Socioeconómico

Área servicios técnicos

Observatorio Socioeconómico de Santa Cruz de Tenerife

El Observatorio Socioeconómico de Santa Cruz de Tenerife es la única entidad municipal en Canarias dedicada específicamente a la investigación y análisis de datos. Desde su creación a principios de siglo, su principal misión ha sido ofrecer a todos los actores, tanto públicos como privados, el acceso al conocimiento más completo y preciso, con el objetivo de apoyar la toma de decisiones informadas y acertadas.

En línea con este propósito, y con el compromiso de cumplir con su misión, en el año 2024 se ha llevado a cabo una serie de actividades y trabajos técnicos para generar conocimiento relevante y actualizado.

Trabajo técnico

- Búsqueda de nuevas fuentes de información
- Búsqueda de nuevos informes o documentación relevante y actual sobre la realidad municipal
- Mejora continua en procedimientos, metodologías y herramientas informática que permita mejorar el trabajo y los procedimientos que se realizan
- Coordinación en la recogida anual de información y su actualización
- Cuadros de mando y seguimiento de la realidad socioeconómica del municipio
- Generación de alianzas con otras entidades proveedoras de datos y/o análisis

Justificaciones

- Elaboración de informes técnicos y memorias de actividad
- Apoyo a la realización de justificación de las convocatorias de proyectos
- Informes de valoración de proyectos y campañas realizadas por la Sociedad de Desarrollo

Argumentario / difusión

- Apoyo a la creación de notas de prensa para la difusión de información coyuntural relevante para la ciudadanía
- Divulgación del conocimiento a través presentaciones internas o externas, envío periódico de información relevantes y publicaciones de temas concretos, para el mejor conocimiento del municipio

Apoyo tecnológico

- Resolución de problemas a terceras personas en el uso de software genérico o especializado en el análisis de datos.

Este trabajo ha dado lugar a la difusión de conocimiento general a través de los diversos canales internos y externos disponibles en la Sociedad de Desarrollo, siguiendo un calendario de publicaciones establecido, principalmente de consumo interno. Entre ellos, destacar:

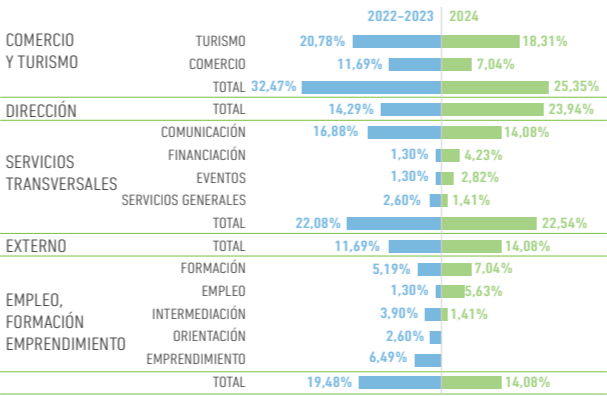
- **Indicadores de coyuntura del mercado laboral,** elaborados mensualmente desde el año 2005, con la finalidad de poder acceder al mayor número posible de personas y agentes potencialmente interesados, usando principalmente como instrumento la nota de prensa, publicándose los primeros días del mes. Entre las características más destacadas de estos análisis son la rapidez, sencillez y la elaboración de predicciones a corto plazo, bastantes precisas sobre los próximos periodos.
- **Perfil del paro en Santa Cruz.** Cuadro semestral de indicadores que busca tener una foto fija de la situación de la persona en paro en el municipio.
- **Valoración de eventos en 2024.** Tanto de la campaña Bonos Consumo SC, como Plenilunio o Tecnológica, entre los más destacados, donde a partir de la recogida de información de todos los agentes implicados en cada uno de los eventos, se ha analizado la información para poder no solo valorar los mismos, sino para poder mejorar en ediciones posteriores o eventos similares.

Además, se han atendido a 71 solicitudes de información a lo largo de todo el año, con el objetivo de apoyar a cualquier persona o entidad interesada, tanto de carácter interno como externo a la Sociedad de Desarrollo, recibidas en el Observatorio.

Principalmente las peticiones de información han provenido del resto de áreas y unidades de la propia entidad, concretamente el 86% de ellas, destacando como en años anteriores, el área de Comercio y Turismo, junto con peticiones para Dirección, entre las más numerosas, y que concentran cada una, aproximadamente el 25% del total de peticiones. A continuación, se encuentra el servicio de Comunicación, con el 22% del total. Finalmente, el área de Empleo, Formación y Emprendimiento, concentrando prácticamente, el 15%. Desagregándolas según su finalidad, los principales esfuerzos se dividieron esencialmente; por un lado, en generar conocimiento para los distintos proyectos técnicos que se desarrollaron en la Sociedad de Desarrollo (fundamentalmente en las áreas de Formación, Empleo y Emprendimiento y en el área de Comercio y Turismo) y por otro, en difundir a través de los distintos canales (principalmente a través de la unidad de comunicación de la Sociedad de Desarrollo), conocimiento e información socioeconómica de la realidad general o específica del municipio.

Respecto a las peticiones externas, destacar el trabajo que se ha realizado con el Instituto Municipal de Atención Social (IMAS), concretamente en el apoyo técnico al “Diagnóstico sobre la situación de la población extranjera y de origen extranjero”, presentado a finales de año.

OBSERVATORIO SOCIOECONÓMICO, DISTRIBUCIÓN DE LAS PETICIONES DE INFORMACIÓN SEGÚN ORIGEN Y AÑO



Fuente: Servicio Canario de Empleo. Elaboración: Observatorio Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

A lo largo de este 2024, el Observatorio ha tenido la oportunidad de participar en diversas acciones con otras entidades, permitiendo dar a conocer el trabajo que se realiza en el mismo, así como poder aportar la experiencia del equipo en procesos de mejora.

A finales del mes de marzo, se colaboró en las “IV Jornadas de Consultoría de la Facultad de Ciencias Sociales 2024”, donde se expuso al alumnado de sociología de la Universidad de La Laguna, una presentación sobre “La enorme relevancia de la perspectiva sociológica dentro de los centros de análisis e investigación públicos en Canarias”.

En septiembre, se participó en un ciclo de webinars sobre Observatorios Urbanos, realizado a nivel nacional por la Red de Entidades de Desarrollo Local (REDEL), donde se presentó la charla titulada “Estadística de Población Activa Registrada (EPA-Reg) en Canarias y su utilidad en entidades locales”.

En octubre, el Observatorio Socioeconómico fue invitado a formar parte del Panel de Usuarios de Estadísticas de Turismo, convocada por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC) y cuyos objetivos son los de establecer una comunicación directa y eficiente entre las personas usuarias de las estadísticas turísticas y el ISTAC. Durante en su primera sesión, se presentaron las estadísticas turísticas y se discutió sobre nuevas necesidades y propuestas para el sector. En esta misma línea, se ha confirmado la presencia del Observatorio en 2025, a los paneles de personas expertas de Comercio y Empleo.

Asimismo, el Observatorio fue invitado por el Servicio Canario de Empleo a participar en las jornadas de la Feria de Empleo de Canarias, tanto en Las Palmas de Gran Canaria (18 de octubre), como en Santa Cruz de Tenerife (13 de noviembre). En ellas, se realizó una presentación conjunta con el ISTAC, titulada “Decisiones con datos: planificación de las políticas de empleo a escala municipal y submunicipal”, donde se presentaron casos de buenas prácticas en el análisis del mercado laboral a escala municipal.



V Anexos

11

Anexo eventos
y proyectos
transversales

Anexos

Eventos y proyectos transversales

II Muestra de Profesiones de Santa Cruz

El pasado 12 de abril de 2024 la Sociedad de Desarrollo organizó la segunda edición de la Muestra de Profesiones, en adelante, la Muestra. Tuvo lugar en el Centro Municipal de Formación y Empleo.

El objetivo principal de la Muestra consistió en acercar prioritariamente a la población activa de los centros educativos, a las familias y a la ciudadanía en general, la oferta formativa de ocupaciones con proyección en el mercado laboral así como, se les hizo partícipes de diferentes actividades de formación y empleo. Concretamente se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Muestra representativa de las profesiones que tienen mayor proyección en el mercado de trabajo y sin embargo, no están tan demandadas por el alumnado.
- Visibilización de las ofertas formativas vinculadas a la Formación Profesional y Formación para el Empleo.
- Charlas y talleres vinculadas a orientación vocacional y empleabilidad.
- Coordinación en la recogida anual de información y su actualización
- Actividades de orientación destinadas a las familias y otros prescriptores de formación para el público objetivo (Alumnado de 2º ciclo de la ESO y Bachillerato).



Participaron los siguientes centros o entidades de formación:

CIFP César Manrique
CIFP Virgen de Candelaria
IES El Sobradillo
IES San Matías
IES San Andrés
IFPMP Santa Cruz de Tenerife
IES Mencey Acaymo
IES Tegueste
CEAD Santa Cruz de Tenerife Mercedes Pinto
CPEIPS Hogar Escuela María Auxiliadora
CPFP CEP Formación
CPFP Hotel Escuela Santa Cruz
CPFP Abad Serrador
CPFPED Jean Henry Dunant
Consejería de Educación Gobierno de Canarias
FEMETE

Los centros y entidades educativas informaron al público asistente de su oferta de enseñanzas de formación profesional, concretamente de las siguientes familias profesionales: Electricidad y electrónica, Informática y comunicaciones, Hostelería, Sanidad, Marítima-pesquera, Química, Agraria, Madera, mueble y corcho, Administración y gestión, Comercio y marketing, administración y gestión.

Durante la Muestra, se programaron actividades en cada una de las carpas expositivas, además de charlas en el escenario central, como por ejemplo: “Importancia de las profesiones sanitarias para el cuidado de la población” por el CFPED Jean Henry Dunant; “La Nueva FP” por la Dirección General de Formación Profesional y Enseñanzas de Régimen

Especial del Gobierno de Canarias; “Sistemas Microinformáticos y Redes” y “Cocina y Gastronomía” por el CEIPS Hogar Escuela María Auxiliadora o FP Dual Grado Superior de Administración y Finanzas” por el IES San Andrés.

Además de estas charlas, en cada una de las carpas de los centros educativos, se realizaron actividades prácticas relacionadas con las enseñanzas, como talleres de composición de plantas en macetas y talla de madera, del IES El Sobradillo; Reanimación cardiopulmonar en personas y mascotas por el CFPED Jean Henry Dunant; Diagnóstico y mantenimiento preventivo de vehículos por FEMETE; Magia líquida por el IES Tegueste; Canarias en el mundo asiático y el Tesoro de las salesianas por el CEIPS Hogar Escuela María Auxiliadora; Bajo el mar y Trata de arrancarlo del IFPMP, Taller de impresión en directo con técnica de sublimación y técnica DFT por el CIFP Virgen de Candelaria, Taller del uso del TPV del CEAD Santa Cruz Mercedes Pinto; Taller Cuida tu salud bucodental del CEP Formación entre otros.

Los asistentes a la Muestra fueron el alumnado de bachillerato y 4º de la ESO de diferentes centros del municipio, además de personas desempleadas y familias. Asistieron unas 450 personas.

• **Proyecto Proximidad y acompañamiento socioeducativo en los servicios sociales municipales. convocatoria 2022. (ejecución 2024-2025)**

Este proyecto, promovido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, tiene como meta la mejora de los servicios de



II Muestra de Profesiones



II Muestra de Profesiones

bienestar social en el municipio de Santa Cruz de Tenerife y está financiado mediante convocatoria de subvenciones directas del Cabildo Insular de Tenerife a los ayuntamientos de la isla de Tenerife destinadas a apoyar proyectos que contribuyan a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible a nivel local, así como a la diversificación de la estructura productiva insular

Se planteó este proyecto para dar respuesta a la alarmante situación de exclusión que vive un alto porcentaje de la población del municipio. Esta iniciativa, por un lado, favorecerá la capacitación y mejora de la empleabilidad de las personas participantes en el proyecto, no solo de las que se contratarán por el mismo, sino de todas aquellas que se formarán inicialmente.

Por otra parte, los equipos profesionales que se conforman en cada zona, mejorarán la atención socio-educativa en los servicios comunitarios municipales, permitiendo desarrollar una orientación laboral más ajustada a cada perfil y un acompaña-

miento individualizado en cada proceso de inserción.

Objetivo general:

Puesta en marcha de un servicio para la mejora de la atención socio-educativa y de empleo en los servicios sociales comunitarios municipales presentes en los cinco distritos del municipio de Santa Cruz de Tenerife, contribuyendo así a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible a nivel local y a la diversificación de la estructura productiva insular.

Objetivos específicos:

1. Llevar a cabo acciones de mejora de la empleabilidad de personas que se encuentren en situación de vulnerabilidad social y promoción de la inserción laboral (ODS 10).
2. Contribuir mediante la intervención socioeducativa a la superación de las situaciones de vulnerabilidad de la población objeto de intervención, desarrollando planes de intervención

- personalizados con actividades concretas que generen cambios en aras de la superación de los indicadores de vulnerabilidad detectados. (ODS 1 y 10).
- Garantizar acciones preventivas para disminuir factores de riesgo, y evitar el mantenimiento de situaciones de vulnerabilidad o el agravamiento de las consecuencias de la crisis económica y sanitaria en las familias más desfavorecidas (ODS 1 y 10).
 - Promover la autonomía, el bienestar y el pleno desarrollo de las personas en su entorno más próximo, potenciando sus capacidades y los recursos personales, familiares y del contexto cercano (ODS 10).
 - Actividades de orientación destinadas a las familias y otros prescriptores de formación para el público objetivo (Alumnado de 2º ciclo de la ESO y Bachillerato).

El proyecto se divide en varias fases: selección, orientación, formación, y seguimiento.

Respecto a la fase de formación, la meta fue la cualificación y recualificación profesional para mejorar la empleabilidad y aumentar las posibilidades de inserción laboral.

Mediante este proyecto, se ha cualificado y recualificado a 74 personas de los siguientes perfiles:

PERFIL	Nº PARTICIPANTES EN LA FASE FORMATIVA
Orientador/a Laboral (proximidad)	10
Orientador/a Laboral (jóvenes)	8
Orientador/a Laboral (→55 años)	10
Prosector/a	8
Educador/a Social	12
Integrador/a Social	12
Auxiliar Administrativo/a	14

La totalidad de las personas participantes en el proyecto realizaron un itinerario formativo de 110 horas, 15 en formación complementaria transversal (Sensibilización medioambiental, Igualdad de oportunidades, Derechos y obligaciones laborales) 30 horas en competencias blandas (Asertividad y escucha activa, Adaptación al cambio, Creatividad, Habilidades de comunicación y resolución de conflictos, Habilidades de negociación, Planificación, organización y gestión del tiempo, trabajo en equipo y Gestión del estrés) y 65 horas en competencias profesionalizadoras según cada perfil profesional. Además, los 3 miembros del equipo de coordinación también recibieron formación transversal.

La Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife ha gestionado el plan formativo de las personas participantes, que inició en julio de 2024 y finalizó en agosto de 2024. De las 74 personas participantes, 35 de ellas fueron contratadas. Estas personas contratadas forman parte de los equipos de zona de los servicios sociales comunitarios. Estos equipos están realizando una intervención socioeducativa a nivel individual y grupal con personas usuarias de los servicios sociales municipales, desde una perspectiva interdisciplinar, la cual finalizará en abril de 2025.

En el mes de septiembre se inicia la fase de trabajo de orientación laboral del proyecto vinculada al trabajo con las personas atendidas en los servicios sociales municipales.

Las dieciocho orientadoras laborales, iniciaron en el mes de septiembre una preparación técnica que las vincula a la filosofía y formas de trabajo del servicio de orientación laboral de la Sociedad de Desarrollo.

A partir del mes de octubre iniciaron el trabajo de atención directa a las personas derivadas por las trabajadoras sociales del IMAS derivadas desde las siete unidades de trabajo social, a saber:

- Ofra
- Gladiolos
- Barranco Grande
- Añaza
- Salud
- La Salle
- San Andrés

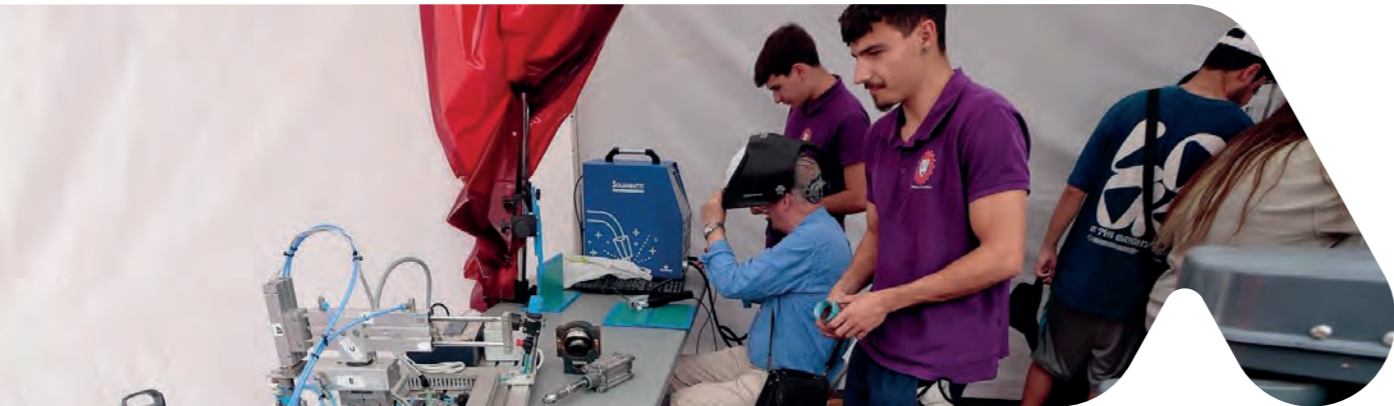
Las tareas que han desarrollado han sido las siguientes:

Atención a usuarios de Servicios Sociales.

- Entrevista en profundidad (Diagnóstico de Empleabilidad)
- Itinerarios Personalizados de Empleabilidad.
- Tutorías de acompañamiento.
- Talleres de Empleo

Hasta el mes de diciembre los datos de atención recogidos son los siguientes:

LÍNEA DE TRABAJO	PROXIMIDAD	<30	>50
Personas atendidas	105	36	43
Personas realizadas	210	85	82



II Muestra de Profesiones



Foro Técnico de Empleabilidad Puerto de la Cruz

I Foro Técnico de Empleo del Puerto de la Cruz.

El 8 de febrero de 2024 se celebró el I Foro Técnico de Empleo dirigido a Orientadores/as Laborales, Técnicos/as de Empleo y Prospectores/as organizado por la Red de Empleabilidad Municipal del Puerto de la Cruz en el Mercado Municipal del Puerto de la Cruz al que asistieron más de 90 profesionales del ámbito del empleo.

La Sociedad de Desarrollo participó con la charla “El decálogo de la prospección” en la que se abordaron las claves principales para el desempeño óptimo de las labores de intermediación y contacto con las empresas.

Jornadas de Orientación y Empleo de la Cámara de Comercio: verdades y mitos

La Cámara de Comercio de Santa Cruz de

Tenerife organizó el 24 de abril de 2024 las Jornadas de Orientación y Empleo: verdades y mitos en las que la Sociedad de Desarrollo participó con la ponencia “Agencias de colocación y sus funciones en la Búsqueda Activa de Empleo”.

Estas jornadas tuvieron como objetivo dar a conocer diferentes recursos de empleo y una visión práctica a través de las empresas que participaron, de lo que se valora en los procesos de selección. El público objetivo fue principalmente, personal técnico y personas que se encontraban en proceso de búsqueda de empleo.

II Feria de Formación y Empleo Plataforma Sumando Construimos

El 25 de abril se celebró esta feria de empleo en su segunda edición en el Centro Integrado de Formación Profesional César Manrique y Parque de Las Delicias de Ofra. Fue organizada por el Distrito Ofra

Costa-Sur junto con las entidades que pertenecemos a la Mesa Técnica de Formación y Empleo de la Plataforma Sumando Construimos. Se trató de una acción de interés formativo, laboral y empresarial, dirigido prioritariamente a personas desempleadas de larga duración con dificultad de acceso al mercado laboral y en riesgo de exclusión social, sin excluir a cualquier otro colectivo interesado en mejorar su empleabilidad y/o contactar con ofertantes de empleo.

En CIFP César Manrique se llevaron a cabo charlas profesionales así como, talleres relacionados como la búsqueda de empleo a través de las redes sociales, tips para mejorar el curriculum vitae o cómo afrontar una entrevista de selección de personal, entre otros.

En el Parque Las Delicias se encontraban empresas vinculadas a la formación y a la orientación con el objetivo de acercar a todas las personas asistentes su cartera de servicios gratuitos.

Las entidades participantes fueron el Servicio Canario de Empleo, la agencia de la Sociedad de Desarrollo, Cámara de Comercio de Santa Cruz, la Fundación Laboral de la Construcción, Fundación Adecco, Grupo Sifu, CIFP César Manrique, CIFP Los Gladiolos, CIFP Las Indias, CEAD Mercedes Pinto, Ecce.Edu, CEPA Farola de Santa Cruz, Barrios por el Empleo: Juntos más fuertes, Inserta Empleo: Grupo Social ONCE, Asociación de Hemofilia de Santa Cruz de Tenerife (AHETE) y la Asociación Domitila.



Cartel Feria de Empleo de Canarias

También participaron empresas que compartieron información sobre cómo acceder a sus procesos de selección de personal, detallando los requisitos, etapas y oportunidades, como fueron:

- Caser Grupo Helvética
- Woden
- Clece
- Ilunion Lavanderías
- Europa Ikea Ventajón
- Mitie
- Wajala
- Grupo Iberostar

Encuentros Red Técnica de Empleo

La Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, dinamizó en el año 2024 la Red Técnica de Empleo de Tenerife, una

red local de agentes de empleo que surgió a raíz de las Jornadas Técnicas de Empleo de 2017 y 2019 que recoge entre sus conclusiones, la importancia de desarrollar “encuentros técnicos y espacios de diálogo de forma habitual, que generen sistemas de trabajo basados en protocolos” (Conclusiones II Jornadas Técnicas de empleo 2019).

La Red Técnica de Empleo de Tenerife da continuidad, forma y contenido al trabajo colaborativo que se lleva realizando desde el año 2017, y que se han mantenido también a lo largo de este 2024 permitiendo seguir avanzando en marcha de acuerdos y actuaciones. El Red Café se diseña como ejemplo de encuentro técnico desde y para la Red:

Red Café: Encuentro de la Red Técnica de Empleo de Tenerife

El 19 de abril de 2024 en el Museo de la Naturaleza y Arqueología, la Sociedad de Desarrollo participó en el encuentro técnico **"Red Café"**, organizado por la Red Técnica de Empleo de Tenerife de la que forma parte.

Este encuentro, que forma parte de una serie de reuniones técnicas que la Red viene realizando, tuvo como objetivo principal fomentar la colaboración y participación entre los profesionales del sector del empleo en Tenerife.

A través del intercambio de ideas y experiencias, se buscó impulsar el diseño de acciones conjuntas que contribuyan a mejorar la empleabilidad y el desarrollo

económico de la isla y trazar un mapa de ruta de la Red a través de una metodología participativa.

En el encuentro participaron técnicos y técnicas de más de veintisiete entidades del ámbito del empleo y de diferente naturaleza, desde administraciones públicas hasta organizaciones del Tercer Sector.

Encuentro Open Space en Candelaria

El 25 de noviembre de 2024 tuvo lugar en el Centro Tecnológico de Candelaria (CTCAN) un encuentro diseñado para generar ideas y soluciones duraderas que mejoren el trabajo en red y fortalezcan la colaboración entre instituciones, entidades y empresas. Este evento tuvo como objetivos principales reflexionar sobre el concepto de "itinerario compartido" y cómo implementarlo de manera práctica, analizar estrategias para gestionar el trabajo colaborativo de forma eficiente y proponer acciones concretas que permitan cambiar la mentalidad institucional para fomentar una cooperación interinstitucional efectiva.

Durante la jornada, se abordaron diversas temáticas clave como el establecimiento de los primeros pasos hacia la creación de itinerarios compartidos sólidos, la importancia de trabajar más allá de los indicadores para promover una colaboración efectiva a pesar de las limitaciones métricas y el diseño de estrategias para avanzar desde la sensibilización hacia una colaboración real con las empresas.

Además, se presentó una actualización

sobre las principales novedades de las políticas activas de empleo planteadas por el Gobierno, con un análisis de su impacto en el ámbito local y su posible influencia en las dinámicas colaborativas entre entidades.

Este encuentro permitió identificar prioridades y estrategias para optimizar el trabajo en red, formular propuestas concretas para el diseño e implementación de itinerarios compartidos y desarrollar recomendaciones dirigidas a sensibilizar y movilizar a las empresas hacia una colaboración más efectiva.

En definitiva, la jornada representó un paso importante hacia la mejora del trabajo colaborativo, poniendo el foco en fortalecer las relaciones entre los distintos actores implicados y en avanzar hacia soluciones duraderas y prácticas.

I Feria de Empleo 13-14 de noviembre

La **Feria de Emple@ de Canarias**, organizada por el Servicio Canario de Empleo, se realizó en las 2 capitales canarias, siendo en Santa Cruz de Tenerife, los días 13 y 14 de noviembre de 2024 en el Parque García Sanabria.

La Feria de Emple@ de Canarias tuvo como objetivo conectar a empresas, entidades y organismos con el talento local, además de ponencias, presentaciones para el empleo, el emprendimiento y liderazgo.

El Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife a través de la Sociedad de Desarrollo fue co-organizadora de la Feria, y contó con un stand informativo para dar a conocer los proyectos y servicios de formación, empleo y emprendimiento



Red Café 2024



Open Space Candelaria



Feria SCE Stand 2



V Anexos

12
Anexo
datos prensa

12

Las noticias de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz ofrecen una visión completa de las iniciativas del Ayuntamiento por parte de su agencia de desarrollo local, destacando un fuerte enfoque en la promoción económica y turística.

Anexos

Datos prensa

Se detallan numerosas campañas de dinamización comercial, como los exitosos **"Bonos Consumo"** y diversas **"Rutas" gastronómicas y de escaparates**, especialmente durante la temporada navideña. Además, se observa un esfuerzo continuo en generación de empleo mediante ferias, programas de formación y gestión de ofertas laborales, lo que ha llevado a una reducción notable

del desempleo. La ciudad también se posiciona como un destino turístico de calidad, invirtiendo en eventos culturales, festivales y la mejora de infraestructuras, además de participar en ferias internacionales para atraer visitantes y congresos.

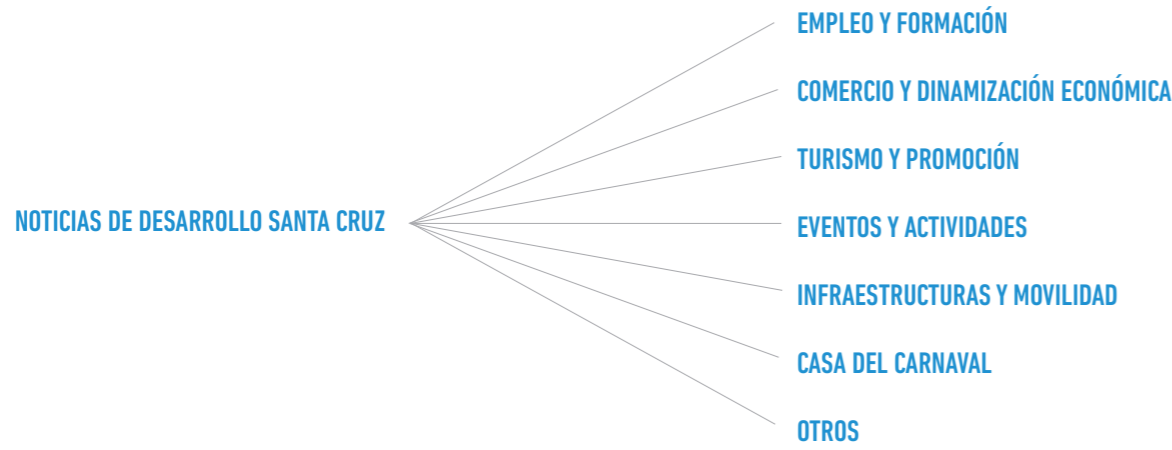
Son un total de **198 comunicaciones durante 2024.**

TEMÁTICA	Nº NOTAS DE PRENSA
Turismo	57
Comercio	60
Gastronomía	19
Empleo	39
Formación	30
Emprendimiento	17
Eventos	83



En conjunto, la distribución de las notas de prensa por temáticas ilustra una estrategia de desarrollo integral para Santa Cruz, donde la promoción económica (Comercio, Turismo, Gastronomía) y el fomento del

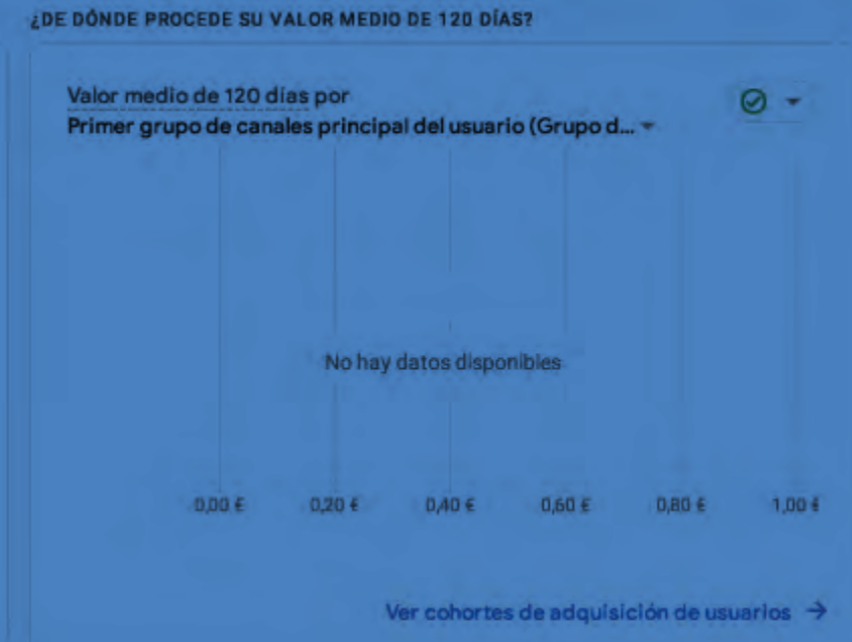
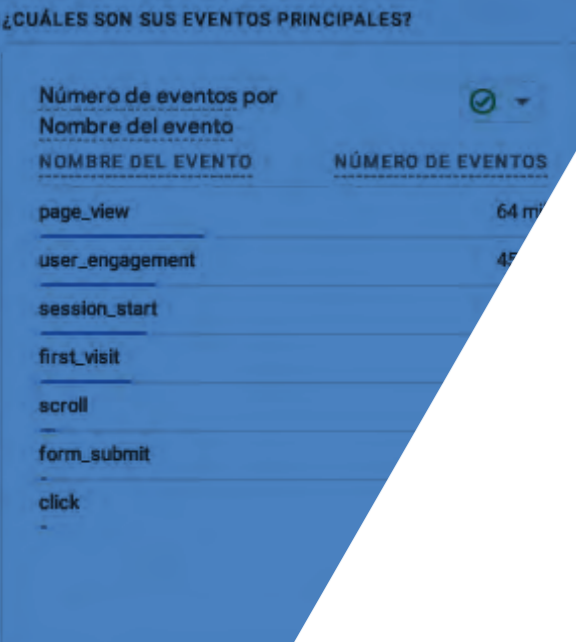
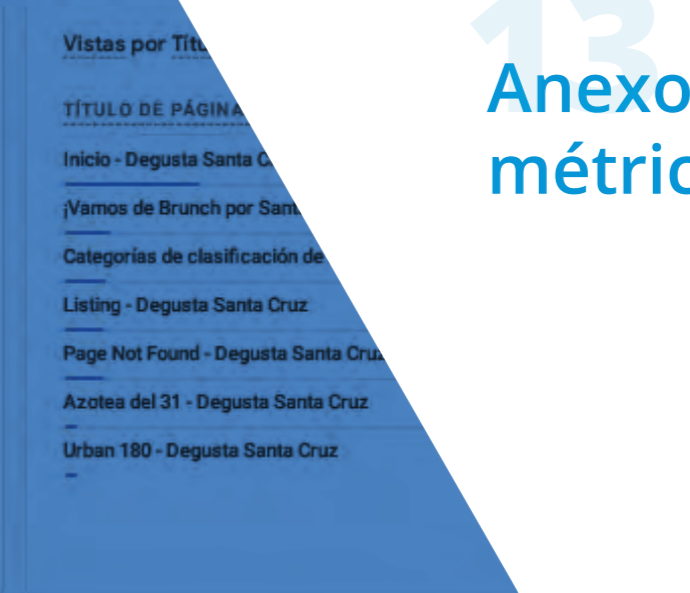
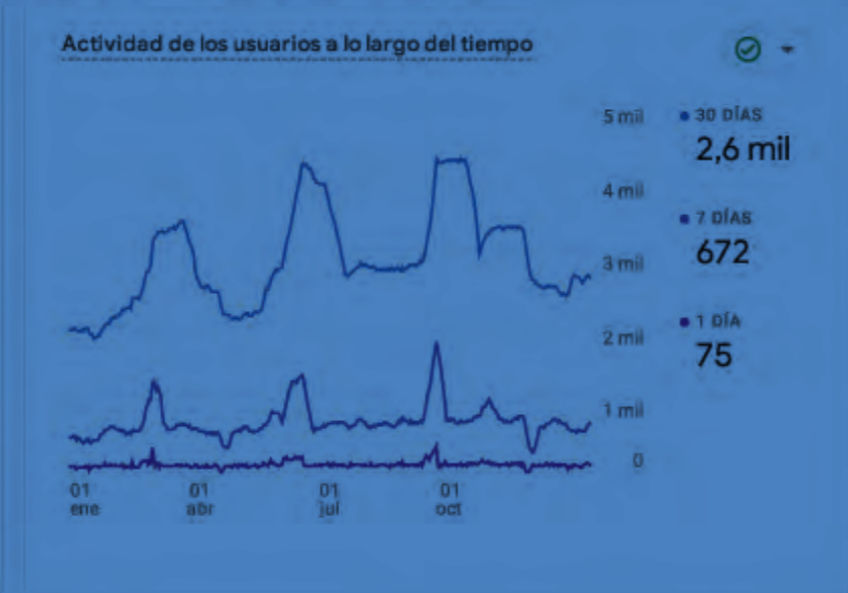
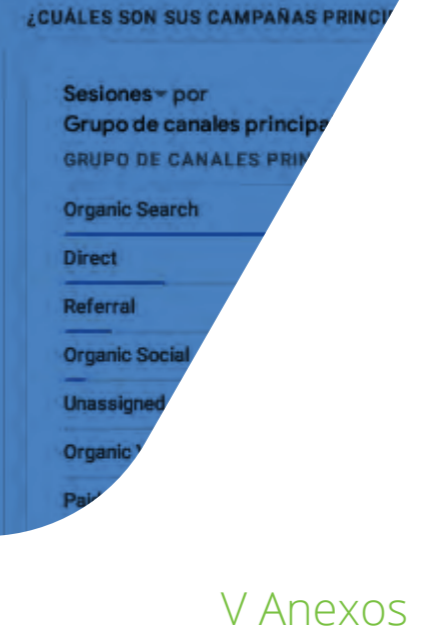
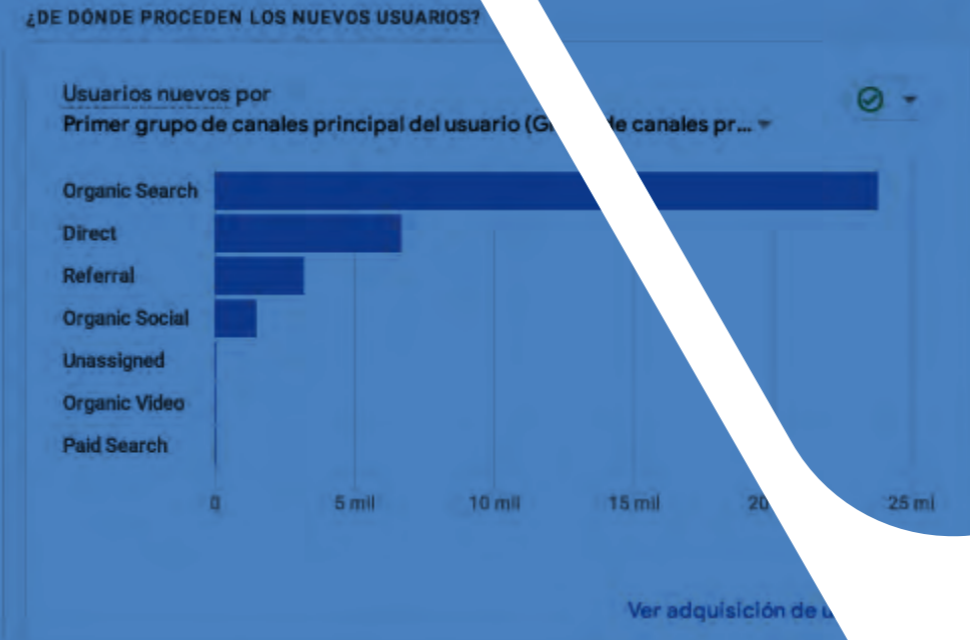
empleo y la mejora de las competencias (Empleo, Formación, Emprendimiento) se apoyan mutuamente y a menudo se canalizan a través de una nutrida agenda de Eventos.



Temas Principales:

- **Promoción del Turismo y Posicionamiento del Destino:** Un tema recurrente es el esfuerzo continuo de Santa Cruz por fortalecer su posición como destino turístico, abarcando diversos nichos.
- **Dinamización del Comercio Local y Consumo:** Se destacan numerosas iniciativas y campañas para impulsar la actividad comercial, especialmente en periodos clave como la Navidad.
- **Fomento del Empleo y la Formación:** La Sociedad de Desarrollo juega un papel activo en la gestión de ofertas de empleo, la organización de programas de formación y la reducción del desempleo.
- **Promoción de la Cultura y Eventos:** Se informa sobre una variedad de eventos culturales, festivales y actividades para dinamizar la vida en la ciudad y atraer visitantes.
- **Mejora de la Calidad Turística y Servicios:** Hay un enfoque en la mejora de la calidad de los servicios turísticos y la adaptación a las nuevas tendencias y demandas.

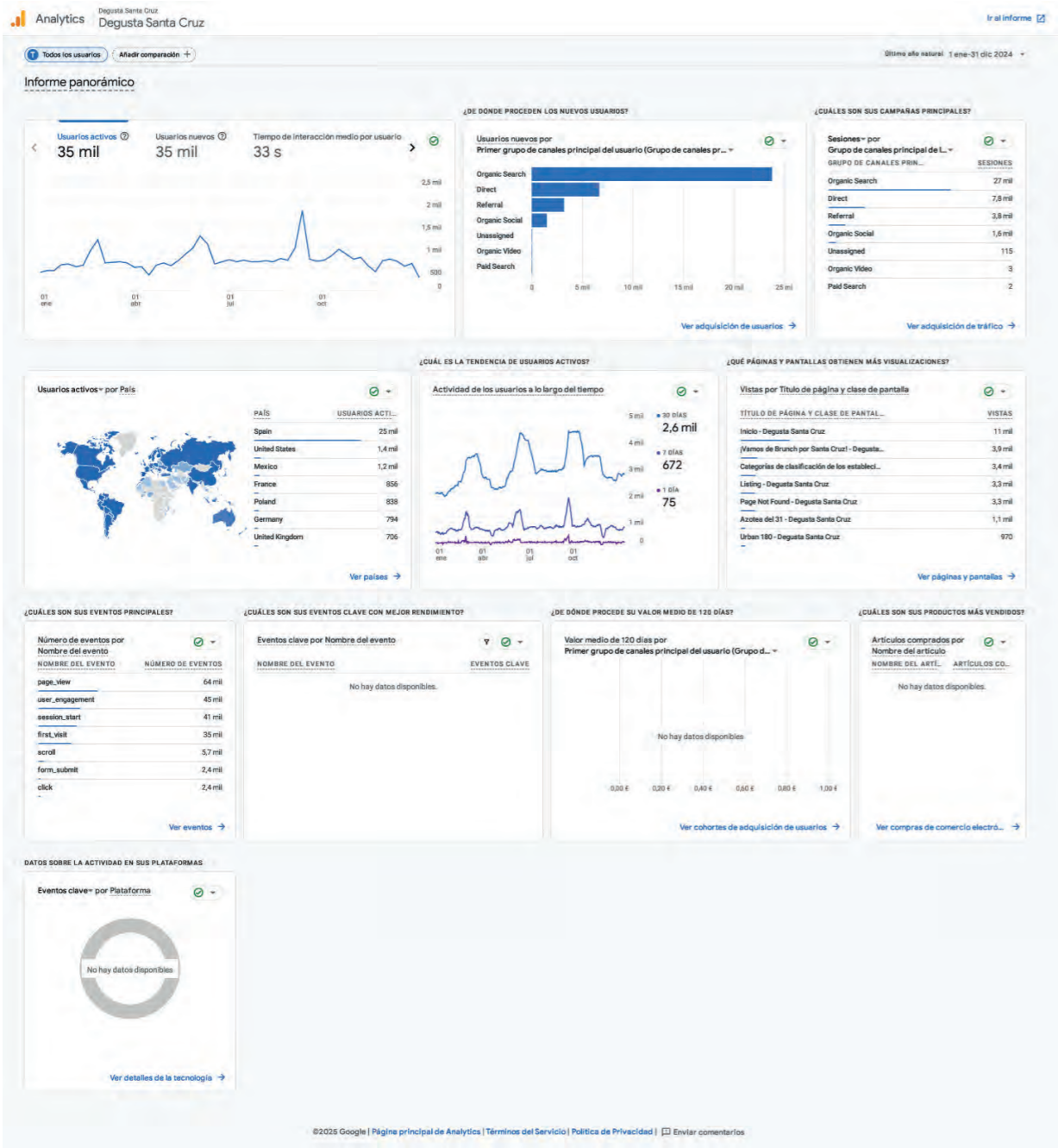
Informe panorámico

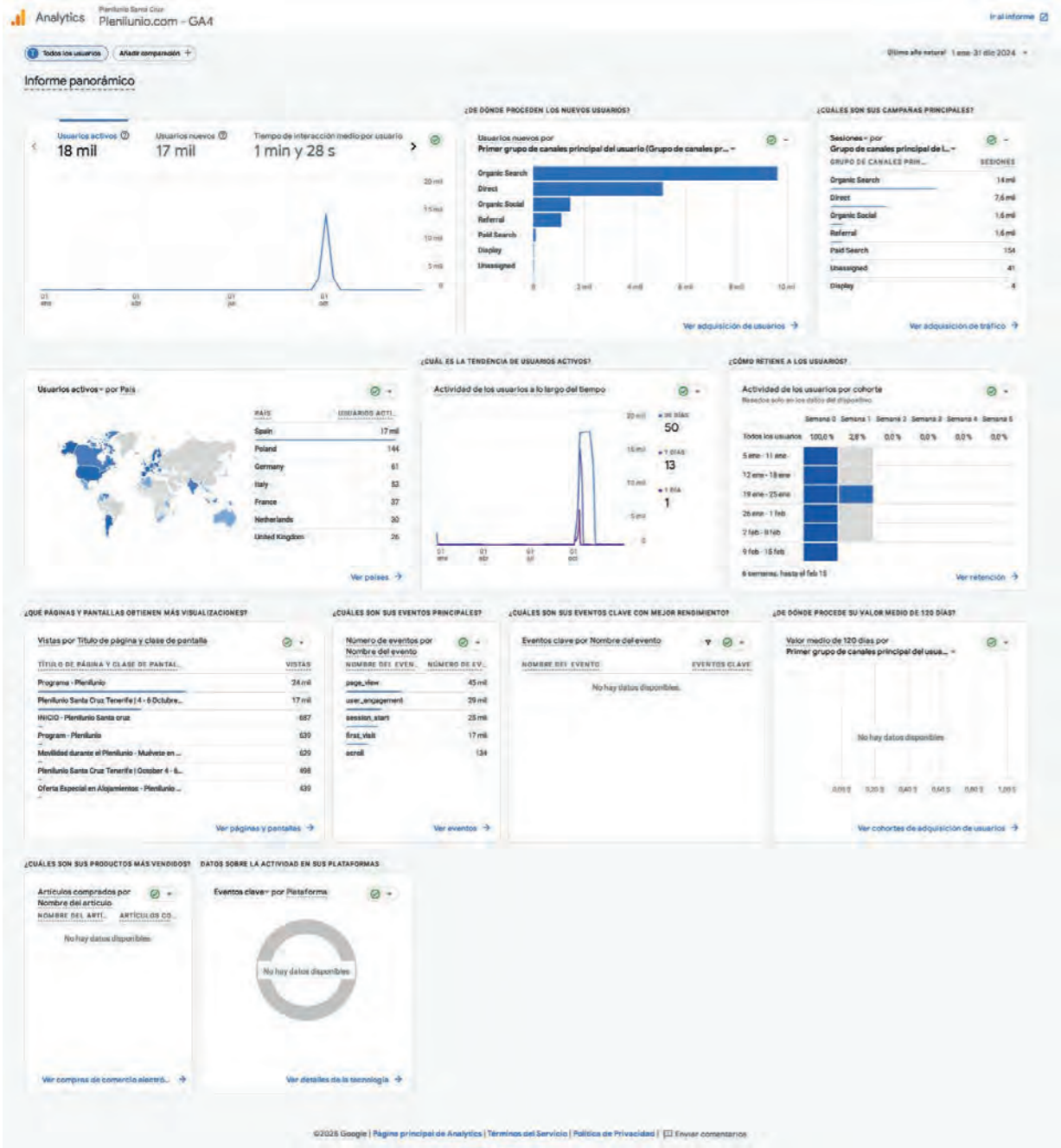


V Anexos

13

Anexo métricas web





DATOS PÁGINA WEB

www.tecnologicasantacruz.com

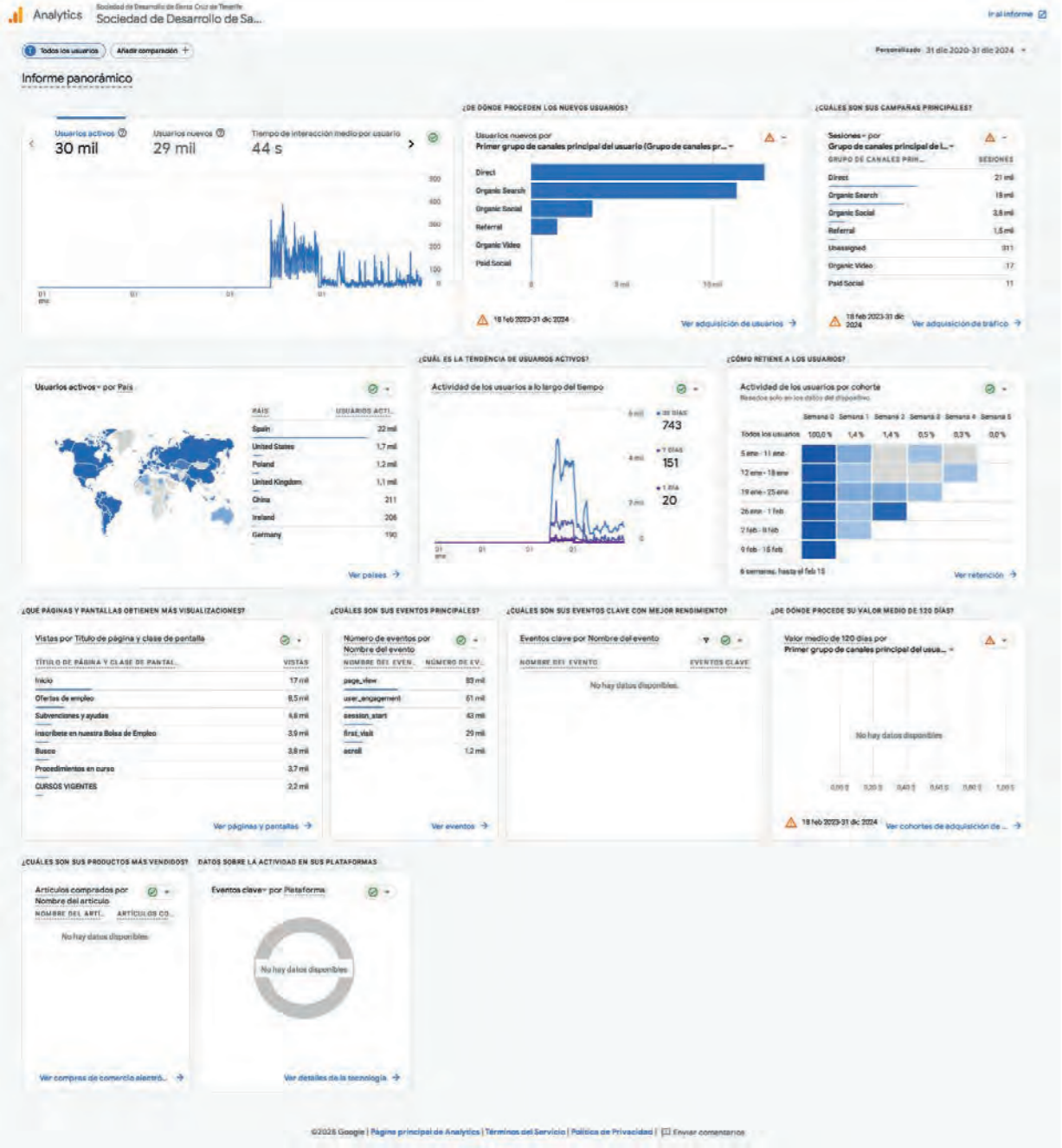
jft



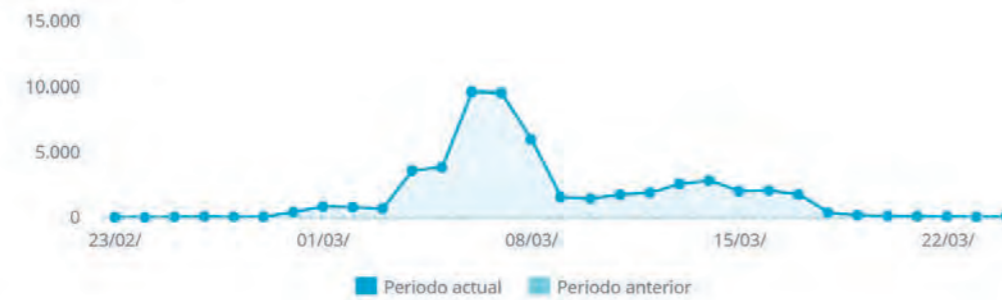
© Juan José Fuentes Tabares S.L.U. 2024

23/02/2024 - 24/03/2024	
FECHA	VISITANTES
23/02/2024	50
24/02/2024	40
25/02/2024	67
26/02/2024	112
27/02/2024	68
28/02/2024	75
29/02/2024	708
01/03/2024	825
02/03/2024	505
03/03/2024	898
04/03/2024	3.566
05/03/2024	3.776
06/03/2024	9.330
07/03/2024	9.315
08/03/2024	5.817
09/03/2024	1.523
10/03/2024	1.407
11/03/2024	1.668
12/03/2024	1.821
13/03/2024	2.417
14/03/2024	2.572
15/03/2024	1.895
16/03/2024	1.992
17/03/2024	1.666
18/03/2024	383
19/03/2024	188
20/03/2024	170
21/03/2024	107
22/03/2024	114
23/03/2024	87
24/03/2024	80
Total	32.890

© Juan José Fuentes Tabares S.L.U. 2024



DATOS PÁGINA WEB
www.tecnologicasantacruz.com

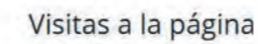


© Juan José Fuentes Tabares S.L.U. 2024
© Juan José Fuentes Tabares S.L.U. 2024

FECHA	23/02/2024 - 24/02/2024
	SESIONES
23/02/2024	52
24/02/2024	41
25/02/2024	72
26/02/2024	117
27/02/2024	73
28/02/2024	80
29/02/2024	437
01/03/2024	809
02/03/2024	823
03/03/2024	797
04/03/2024	1,635
05/03/2024	2,872
06/03/2024	6,646
07/03/2024	6,554
08/03/2024	6,013
09/03/2024	1,585
10/03/2024	1,452
11/03/2024	1,772
12/03/2024	1,929
13/03/2024	2,605
14/03/2024	2,895
15/03/2024	2,040
16/03/2024	3,091
17/03/2024	1,790
18/03/2024	386
19/03/2024	197
20/03/2024	141
21/03/2024	117
22/03/2024	115
23/03/2024	36
24/03/2024	93
Total	55,285

© Juan José Fuentes Tabares S.L.U. 2024

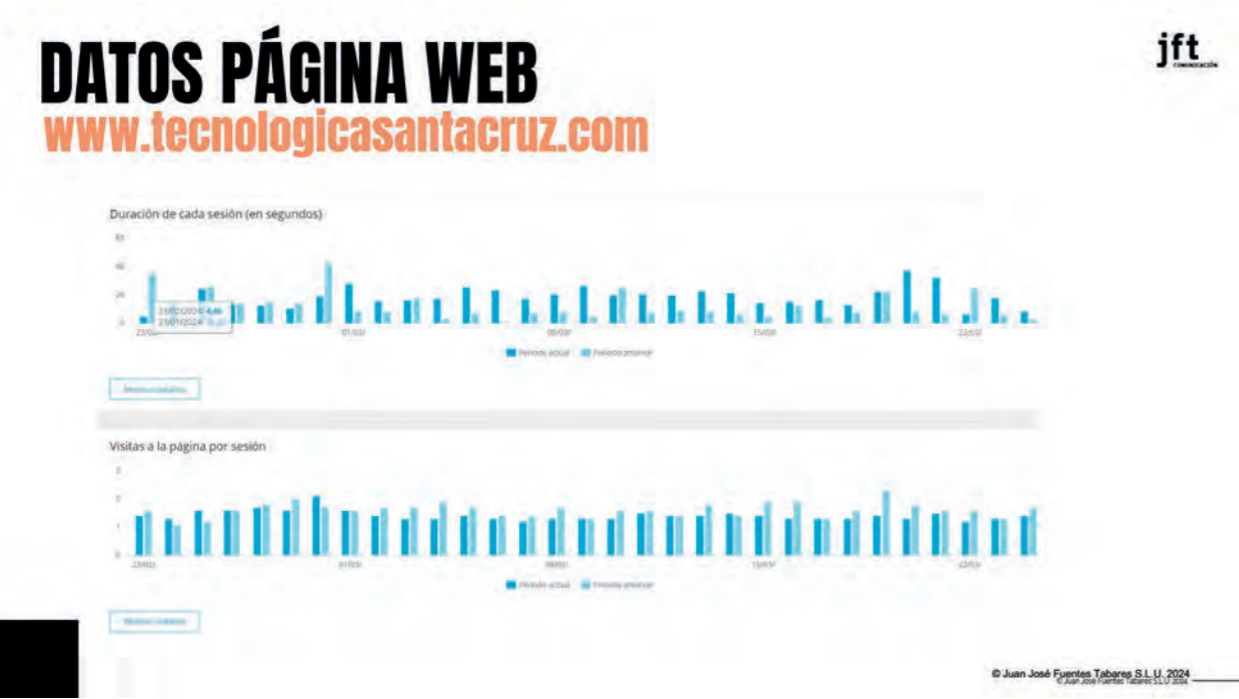
DATOS PÁGINA WEB
www.tecnologicasantacruz.com



© Juan José Fuentes Tabares S.L.U. 2024

FECHA	23/02/2024 - 24/03/2024	VISITAS
23/02/2024		56
24/02/2024		55
25/02/2024		117
26/02/2024		150
27/02/2024		124
28/02/2024		129
29/02/2024		107
01/03/2024		1.357
02/03/2024		1.112
03/03/2024		916
04/03/2024		4.550
05/03/2024		5.548
06/03/2024		12.528
07/03/2024		11.512
08/03/2024		7.794
09/03/2024		2.070
10/03/2024		1.876
11/03/2024		2.604
12/03/2024		2.711
13/03/2024		3.665
14/03/2024		4.155
15/03/2024		2.780
16/03/2024		2.769
17/03/2024		2.299
18/03/2024		432
19/03/2024		276
20/03/2024		188
21/03/2024		174
22/03/2024		129
23/03/2024		110
24/03/2024		132
Total		73.149

© Juan José Fuentes Tabares S.L.U. 2024



Memoria **ANUAL** 2024



Santa Cruz de Tenerife
AYUNTAMIENTO

**SOCIEDAD
DE DESARROLLO**

Plaza Víctimas del Terrorismo, nº1
38003 Santa Cruz de Tenerife
922 533 353
www.sociedad-desarrollo.com