

SOCIEDAD DE DESARROLLO  
MEMORIA ANUAL  
2022



Santa Cruz de Tenerife  
AYUNTAMIENTO

# CONTENIDO

## I INTRODUCCIÓN

01 Introducción Socioeconómica de Santa Cruz de Tenerife .....	5
--	---

## II ÁREA DE EMPLEO, FORMACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

02 Formación .....	11
03 Intermediación Laboral .....	27
04 Orientación .....	51
05 Emprendimiento .....	57

## III ÁREA DE TURISMO, COMERCIO Y EVENTOS

06 Turismo .....	75
07 Comercio y Eventos.....	97
08 Tecnológica Santa Cruz.....	127

## IV ÁREA SERVICIOS TÉCNICOS

09 Financiación Externa .....	133
10 Observatorio Socioeconómico.....	139
11 Gestión de Patrocinios y Proyectos de Cooperación .....	145



Introducción

# Introducción Socioeconómica 01

# 01 Introducción Socioeconómica

**La economía española durante el 2022 consolida la evolución registrada a lo largo del periodo anterior, con una mejoría respecto a los periodos prepandemia (2019), aun cuando, el contexto internacional ha estado muy marcado por las repercusiones de la invasión de Rusia en Ucrania a principios de año, la crisis de suministros y la enorme inflación, como factores claves.**

En este entorno, Canarias ha podido mantener una tasa de crecimiento importante respecto al resto del país, debido a su especialización turística y por lo tanto, la apertura y la vuelta a la normalidad en estos primeros años después de la pandemia, están teniendo un impulso importante para retomar los niveles, e incluso superarlos, respecto a 2019. Así, esta región lidera el crecimiento económico en España, por CCAA con un 9,8% y seguirá siéndolo junto con el resto de territorios turísticos en el primer semestre de 2023.

Como elemento diferenciador de estos años, tras el COVID19, la incertidumbre ha estado presente en todos estos años y seguirá estando en 2023, aunque posiblemente más ligada a las tensiones geopolíticas mundiales y sus repercusiones sobre la economía, así como las secuelas de la inflación persistente y las medidas de los bancos centrales para controlarla.

En el caso de Santa Cruz de Tenerife, el comportamiento ha sido también positivo al igual que en el conjunto de la economía canaria. En este sentido, el mercado laboral santacrucero, como principal reflejo de la evolución de la economía municipal, muestra como a partir del segundo semestre del año, el paro ha bajado por debajo de la barrera psicológica de las 21 000 personas, registrando en el último mes del año, un número de personas que busca empleo en el Servicio Canario de Empleo de 20 206 residentes en Santa Cruz. Esto suponen los mejores datos desde principios del año 2009.

Santa Cruz, es uno de los motores del crecimiento de Tenerife, concentrando el 25% de las empresas de Tenerife y prácticamente 4 de cada 10 puestos de trabajo de toda la isla.

Esta magnífica evolución del mercado laboral santacrucero no debe ocultar los problemas

que sigue teniendo el territorio, al igual que ocurre de manera prácticamente similar en el resto de Canarias, donde 6 de cada 10 personas en paro, tienen más de 45 años y de ellas, la mitad llevan más de un año sin trabajar. Además, la mitad de la población en paro en el municipio, tiene una educación primaria o inferior, como obstáculo importante para poder entrar en el mercado laboral.

El empleador principal de cualquier territorio, lo constituyen las empresas ubicadas en ella. En este contexto, el tejido empresarial de Santa Cruz, registró 6932 empresas, principalmente pequeñas y microempresas, que suponen más de 8 de cada 10 del total. Esto representa un 1,3% más que en 2021, sin embargo, todavía no se han alcanzado las 7014 empresas que habían registradas en la Seguridad Social en el 2019. No obstante, la desagregación del comportamiento del paro, según el último sector de actividad de la persona, permite observar como todos los sectores han descendido, no solo con respecto al 2021, sino frente al año prepandemia, lo que permite concluir que el ligero descenso de las empresas no ha afectado al mercado laboral.

Es importante señalar en este punto, como la actividad comercial y la restauración son actividades que concentran a más de 3 de cada 10 contratos que se generan tanto en Santa Cruz, como en el conjunto de Tenerife. Así, su importancia en la creación del empleo es fundamental.

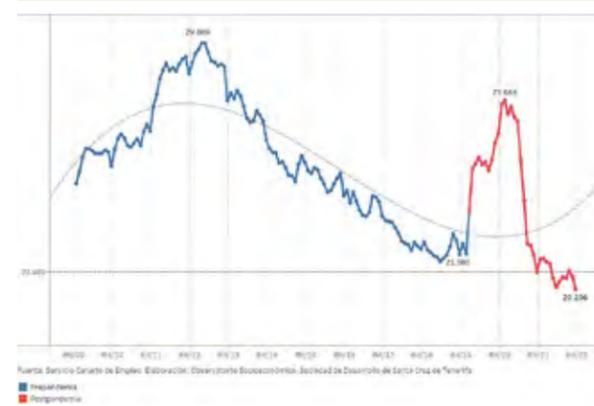
Como ya se ha mencionado, la actividad turística es el elemento diferenciador de Canarias respecto al resto de territorio del país. En el caso de Santa Cruz, aun no siendo un territorio con un peso importante de oferta alojativa, la importancia de esta actividad en la economía chicharrera es significativa, dejando los cerca de 2,3 millones de turistas que visitan la ciudad, alrededor de 100 millones de euros en 2022 en gasto directo, siendo el segundo destino más visitado por los turistas alojado en Tenerife, después del Teide. Respecto

a su evolución, aun cuando todavía no ha alcanzado los niveles prepandemia, fundamentalmente por la lenta recuperación del turista crucerista (frente al resto de tipología de turistas con la que cuenta Santa Cruz, es decir, respecto al turista alojado y excursionista), se registra lo largo del año 2022, como ha ido mejorando sus datos, alcanzando a partir de mitad del año, ya valores mejores que en 2019.

A continuación se presenta en esta memoria, todas las actuaciones llevadas a cabo a lo largo de este 2022, con el objetivo, llevado a cabo desde el primer momento de la pandemia, de apoyar con todos los recursos disponibles, a los grupos y colectivos que más han ido padeciendo las consecuencias de esta crisis y al mismo tiempo, generar acciones y estrategias que apoyen la recuperación de la economía municipal.



EVOLUCIÓN DEL PARO REGISTRADO EN SANTA CRUZ DE TENERIFE. 2010 - 2022



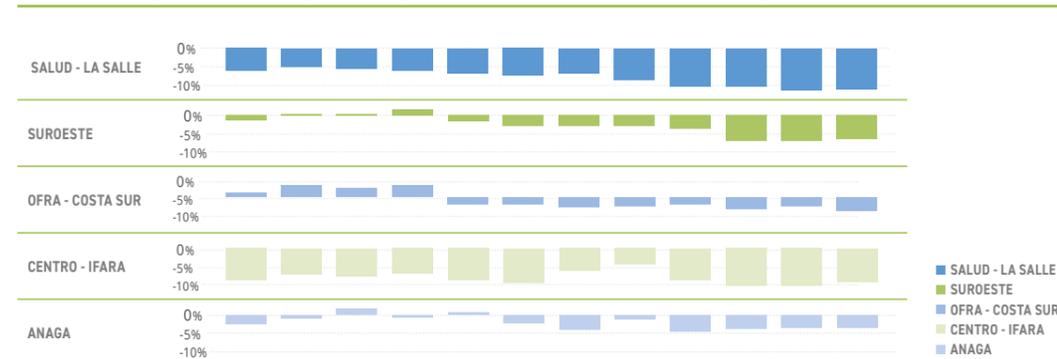
DISTRIBUCIÓN DEL PESO DE LAS PRINCIPALES OCUPACIONES CONTRATADAS EN TENERIFE. 2019, 2022 Y 2022

Ocupación	2019	2021	2022
Camareros asalariados	16,31 %	11,01 %	15,24 %
Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares	12,220 %	10,22 %	11,39 %
Vendedores en tiendas y almacenes	7,28 %	7,78 %	7,86 %
Ayudantes de cocina	3,40 %	2,65 %	3,56 %
Cocineros asalariados	3,41 %	2,72 %	3,39 %
Peones de las industrias manufactureras	2,48 %	2,75 %	2,43 %
Empleados administrativos con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes	1,94 %	2,35 %	2,13 %
Monitores de actividades recreativas y de entretenimiento	1,91 %	1,87 %	2,09 %
Albañiles	2,01 %	2,60 %	1,96 %
Peones del transporte de mercancías y descargadores	2,16 %	2,88 %	1,84 %
Peones de la construcción de edificios	1,86 %	2,47 %	1,76 %
Otro personal de limpieza	1,71 %	1,32 %	1,71 %
Actores	0,50 %	0,73 %	1,68 %
Peones agrícolas en huertas, invernaderos, viveros y jardines	1,66 %	1,86 %	1,45 %
Vigilantes de seguridad y similares habilitados para ir armados	0,84 %	1,04 %	1,11 %
Conductores asalariados de automóviles, taxis y furgonetas	1,07 %	1,12 %	1,09 %
Empleados administrativos sin tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes	0,97 %	1,15 %	1,07 %
Conductores asalariados de camiones	0,94 %	1,06 %	1,05 %
Compositores, músicos y cantantes	1,74 %	0,71 %	0,99 %
Técnicos de grabación audiovisual	0,48 %	0,98 %	0,99 %
Otras ocupaciones	35,11 %	40,72 %	35,21 %
<b>Total general</b>	<b>30,40%   69,60%</b>	<b>24,16%   75,84%</b>	<b>30,06%   69,94%</b>

■ Comercio y Restauración ■ Resto

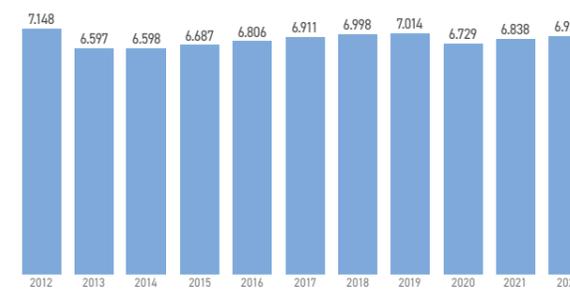
Fuente: SCE. Elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife.

EVOLUCIÓN DE LA VARIACIÓN INTERANUAL DEL PARO REGISTRADO EN SANTA CRUZ DE TENERIFE SEGÚN DISTRITOS 2021



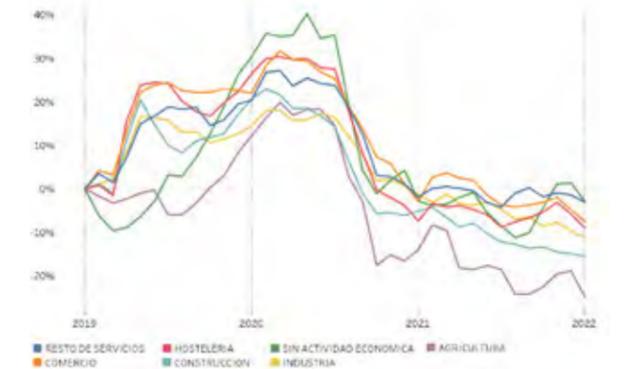
Fuente: Servicio Canario de Empleo. Elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife.

EVOLUCIÓN DE LAS EMPRESAS INSCRITAS EN LA SEGURIDAD SOCIAL EN SANTA CRUZ DE TENERIFE



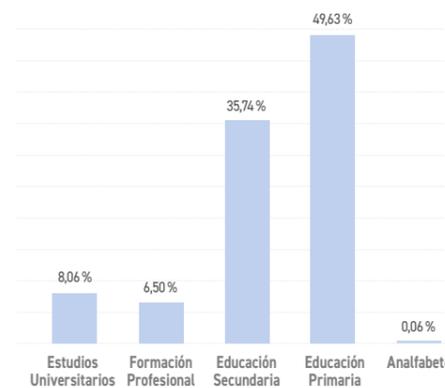
Fuente: ISTAC. Elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife.

EVOLUCIÓN COMPARADA DEL PARO EN SANTA CRUZ, SEGUN EL SECTOR DE ACTIVIDAD DONDE HA TRABAJADO LA PERSONA 2019 - 2022 (ÍNDICE 100: DIC 2019)



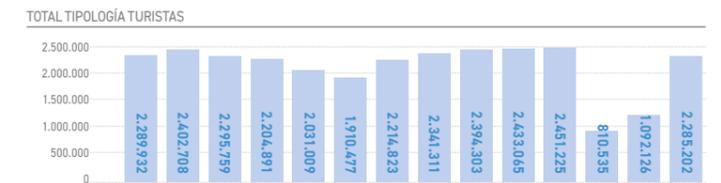
Fuente: SCE. Elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife.

DISTRIBUCIÓN DEL PARO REGISTRADO EN SANTA CRUZ, SEGÚN ESTUDIOS 2022



Fuente: SCE. Elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife.

EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN SANTA CRUZ 2009 - 2022



Datos provisionales: El gasto es el estimado por el Observatorio Socioeconómico. Fuente: ISTAC. Elaboración: Observatorio Socioeconómico de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife.

EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN SANTA CRUZ, POR TRIMESTRES

Categoría	Trimestre	2019			2021			2022		
		TURISTAS	Var.(%) interanual	Var.(%) respecto 2019	TURISTAS	Var.(%) interanual	Var.(%) respecto a 2019	TURISTAS	Var.(%) interanual	Var.(%) respecto a 2019
Alojados	T1	66.614		0,00%	23.605	-57,72%	-64,56%	54.074	129,08%	-18,82%
	T2	50.544		0,00%	36.816	-27,16%	-36,55%	55.513	50,78%	9,83%
	T3	48.717		0,000%	46.354	215,74%	-4,85%	55.530	19,80%	13,98%
	T4	63.399		0,00%	62.872	150,66%	-0,83%	73.199	16,43%	15,46%
	<b>Total</b>	<b>229.274</b>		<b>0,00%</b>	<b>169.647</b>	<b>77,48%</b>	<b>-26,01%</b>	<b>238.316</b>	<b>40,48%</b>	<b>3,94%</b>
Excursionistas	T1	419.844		0,00%	60.006	-83,08%	-85,71%	360.672	501,06%	-14,09%
	T2	417.311		0,00%	112.176	62,99,41%	-73,12%	409.346	264,91%	-1,91%
	T3	444.781		0,00%	265.093	129,77%	-40,40%	448.528	69,20%	0,84%
	T4	422.644		0,00%	353.351	324,08%	-16,40%	432.770	22,48%	2,40%
	<b>Total</b>	<b>1.704.581</b>		<b>0,00%</b>	<b>790.625</b>	<b>42,44%</b>	<b>-53,62%</b>	<b>1.651.317</b>	<b>108,86%</b>	<b>-3,12%</b>
Crucevistas	T1	204.423		0,00%	15.383	-89,78%	-92,47%	98.711	541,68%	-51,71%
	T2	75.189		0,00%	22.875		-69,58%	47.635	108,24%	-36,65%
	T3	22.628		0,00%	105		-99,54%	21.103	19,998,00%	-6,74%
	T4	215.130		0,00%	93.490	896,10%	-56,54%	228.121	144,01%	6,04%
	<b>Total</b>	<b>517.371</b>		<b>0,00%</b>	<b>131.853</b>	<b>-17,53%</b>	<b>-74,51%</b>	<b>395.569</b>	<b>200,01%</b>	<b>-23,54%</b>
<b>Total general</b>	<b>2.451.225</b>		<b>0,00%</b>	<b>1.092.126</b>	<b>34,74%</b>	<b>-55,45%</b>	<b>2.285.202</b>	<b>109,24%</b>	<b>-6,77%</b>	

Datos provisionales / Fuente: ISTAC. Elaboración: Observatorio Socioeconómico. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife



|| Área de Empleo,  
Formación y Emprendimiento

## Formación 02

## 02 Formación

**La misión principal de la Sociedad de Desarrollo en materia de empleo es ser responsable de diseñar y ejecutar las políticas activas destinadas a lograr una mejora significativa de las tasas de empleo en el municipio, somos Agencia de Colocación por el Servicio Público de Empleo Estatal. Este servicio es elemento potenciador de las diferentes acciones que en materia de empleo, formación y servicios al emprendimiento y empresas ya se venían desarrollando en nuestra entidad.**

A continuación, trasladaremos las acciones que se llevan a cabo desde el área de empleo, formación y emprendimiento.

### ► 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.

**Principales resultados:** Se han impartido doce (12) acciones formativas con trescientas treinta y cinco (335 horas), en modalidad presencial en las instalaciones del Centro Municipal de Formación y Empleo. El número de personas que han finalizado estas acciones fue de ciento cuarenta y siete (147).

Las temáticas han sido muy variadas:

- Arreglos y adaptaciones en prendas de vestir y ropa de hogar
- Primeros auxilios en el trabajo
- Las claves de un escaparate de éxito
- Teje Carnaval
- Las 4 A del arte de vender
- Iniciación al Word y Excel
- Fórmate como auxiliar de comercio
- Iniciación a la lengua de signos
- Habilidades de comunicación en el ámbito laboral
- Inglés fácil para el comercio
- Aprende a confeccionar alpargatas
- Nivel básico de prevención en construcción

### ► Teje el porvenir 2021-2022

El Proyecto "Teje el Porvenir 2021-2022" estuvo financiado por la Fundación DISA, Fundación La Caixa y en tercer lugar y con

una aportación menor, por la Compañía de las Islas Occidentales, (C.I.O.).

El objetivo general del proyecto fue la formación ocupacional a personas desempleadas en las especialidades de confección textil, patronaje básico, tipos de tejidos, propiedades y utilidades y pintura sobre tela, así como fomentar y apoyar la creación de empresas en el municipio y dotar de artículos de menaje y ropa a Centros municipales de asistencia social.

El programa formativo del proyecto "Teje el Porvenir 2021-2022" comenzó el 15 de diciembre de 2021 y finalizó el 07 de junio de 2022. Participaron 12 personas. Tuvo una duración total de quinientas diez (510) horas, desglosadas en los siguientes módulos y sesiones formativas:

- Taller de confección textil (200 horas)
- Patronaje básico (50 horas)
- Tipos de tejidos, propiedades y utilidades (20 horas)
- Pintura sobre tela (15 horas)
- Promoción de tu producto y cálculo de costes (15 horas)
- Informática Básica (40 horas)
- Sensibilización hacia el emprendimiento (2,5 horas)
- Cápsulas de conocimiento (7,5 horas)
- Sesión de asesoramiento laboral (10 horas)
- Prácticas no laborales en empresas (150 horas)

Además, se realizaron las siguientes actividades complementarias:

- Master Class de Jorge González Santana (Fantasías de Carnaval)
- Visita al Museo Lercaro
- Visita a la empresa Pisaverde

- 1 / FORMACIÓN GENÉRICA. CURSO PRIMEROS AUXILIOS.
- 2 / TEJE EL PORVENIR 21-22. PINTURA SOBRE TELA.



1



2

Las empresas colaboradoras en las prácticas no laborales fueron:

- ▶ Ancoratex
- ▶ Elsacort
- ▶ Record
- ▶ Acreartemoda
- ▶ Farobag
- ▶ Parchetes

El Proyecto “Teje el Porvenir 2021-2022”, fue clausurado el 23 de junio de 2022. En el acto, celebrado en el Centro Municipal de Formación y Empleo se contó con la presencia del Alcalde de Santa Cruz de Tenerife, el Consejero Delegado de la Sociedad de Desarrollo y representantes de las empresas patrocinadoras, que entregaron los diplomas al alumnado y docentes del proyecto. También se contó con la presencia de los representantes de las empresas colaboradoras de las prácticas, los que recibieron una acreditación de participación. En el mismo acto se hizo entrega del material confeccionado a los Centros Municipales de Asistencia Social.

## ▶ Teje Peques 2022

El proyecto Teje Peques 2022 está patrocinado por Fundación Canaria Cajasiete. Comenzó en el mes de octubre de 2022 y finalizará en febrero de 2023. Participaron doce (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 2022” tiene una duración total de 310 horas y engloba los siguientes contenidos:

- ▶ Taller de Confección textil infantil (150 horas)
- ▶ Patronaje básico Infantil (50 horas)
- ▶ Sensibilización hacia el emprendimiento (2,5 horas)
- ▶ Cápsulas del conocimiento y sesiones de orientación laboral (7,5 horas)
- ▶ Prácticas no laborales en empresas (100 horas)

El programa formativo se complementará con una sesión formativa en emprendimiento, con el objetivo de que las personas participantes adquieran los conocimientos necesarios para trabajar por cuenta propia y conocer el tipo de empresa a constituir y los trámites necesarios para su constitución. También se ofrecerá al alumnado el servicio de asesoramiento laboral que ofrece la Sociedad de Desarrollo como Agencia de Colocación, en la que se incluye también la inscripción en la Bolsa de Empleo y asistencia a Cápsulas del Conocimiento.

Durante el mes de enero y febrero de 2023 las alumnas participantes realizarán las prácticas no laborales en las empresas Espumas Tenerife S.L., Taller de costura Yanira Torres, Farobag, Acreartemoda, Parchetes, Todo costura, Elsacort, Ancoratex y Taller de Isa.

## ▶ Proyecto de primera experiencia profesional en los servicios de Empleo, Formación, Turismo y Comercio de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

El proyecto comenzó en julio de 2022 y tendrá una duración de 12 meses, finalizando en julio de 2023.

Está financiado por la convocatoria de subvenciones destinadas a la financiación del «Programa de primera experiencia profesional en las administraciones públicas» de Canarias, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - financiado por la Unión Europea – Next Generation EU.

Las actuaciones se dividen en 3 líneas:

- ▶ **Línea Verde:** Se hace imprescindible fomentar dentro de la población, en todo su conjunto, actitudes y conductas que sean respetuosas con el entorno, ya no sólo en un ámbito más inmediato sino en uno más global.
- ▶ **Línea digital:** Las acciones formativas van orientadas a la transformación del tejido productivo y de la población en general en competencias digitales.
- ▶ **Línea general**

Objetivos:

- ▶ Fortalecer y promover los servicios de empleo y formación de la Sociedad de Desarrollo entre la población desempleada del municipio para la mejora de su empleabilidad.
- ▶ Diseñar e implementar un plan formativo profesionalizador cuyo objetivo sea la mejora de las competencias profesionales de la población desempleada.
- ▶ Impulsar el desarrollo de las competencias digitales básicas entre la población trabajadora (ocupada y/o desempleada) para reducir la brecha digital en el acceso a los recursos sociolaborales.
- ▶ Fomentar la sensibilización medioambiental entre la población del municipio para garantizar la transición hacia una sociedad más respetuosa con el Medio Ambiente.
- ▶ Facilitar un primer acceso al mercado laboral de las personas contratadas para la ejecución del proyecto como vía de adquisición de las competencias profesionales y personales propias de las ocupaciones desempeñadas.

1 / TEJE PEQUES 2022.

2 / PRIMERA EXPERIENCIA. CURSO  
AMPLÍA TUS CONOCIMIENTOS EN  
WORD. NIVEL INTERMEDIO.



1 / ENJOY V. PUNTO DE INFORMACIÓN  
EN CRUCEROS  
2 / RUTA HISTÓRICA



Las personas contratadas son desempleadas inscritas como demandantes de empleo en el Servicio Canario de Empleo, jóvenes mayores de 16 y menores de 30 años, que están en posesión de título universitario o de formación profesional de grado medio o superior, o títulos oficialmente reconocidos como equivalentes.

La contratación de estas personas se ha realizado en la modalidad de contrato en prácticas.

En este proyecto se han contratado diez (10) personas con los perfiles siguientes:

Orientador laboral, gestora de formación, dos docentes de sensibilización ambiental, dos docentes de competencias digitales básicas, técnica de turismo, técnico de comercio, periodista, gestora económica financiera.

En el Centro Municipal de Formación y Empleo se han venido desarrollando las acciones formativas en sensibilización medioambiental y de competencias digitales básicas, con la puesta de marcha de cursos, talleres y charlas. También se han impartido en centros educativos y asociaciones de mayores del municipio.

Hasta diciembre del 2022 se han impartido acciones formativas de las siguientes temáticas:

### Competencias digitales básicas

- Curso. Receta fácil para iniciarte en Word
- Curso. La fórmula básica para aprender Excel: Nivel 0
- Curso. Amplia tus conocimientos en Word: nivel intermedio
- Curso. Operaciones básicas de Excel: Nivel 1
- Taller. DNI electrónico, Sistema Clave y Certificado Digital
- Taller. Herramientas digitales para la integración en la diversidad
- Curso. Herramientas básicas de Power Point

- Taller. Seguridad y comportamiento responsable en el entorno digital. Nivel básico.
- Taller. Aprende a resolver problemas con tu ordenador
- Charla. Identidad y seguridad digital

Nº de cursos impartidos	Nº de horas impartidas:	Nº de participantes:
34	300	623

### Sensibilización medioambiental

- Charla. Conociendo los Objetivos de Desarrollo Sostenible
- Charla. Empleo verde profesiones y voluntariados ambientales
- Charla. Prevención de incendios forestales
- Charla. Ahorra recursos en tu negocio de restauración
- Taller: Reflexiclaje: Pienso, luego reciclo.
- Charla. Compostaje, una alternativa ante el derroche de alimentos
- Charla. Contaminación marina: cuidemos los océanos
- Taller. Construye tu propio huerto ecológico
- Charla. Ahorra recursos en tu negocio de restauración
- Charla. Abandono animal cero
- Taller. Nuestra basura puede ser abono
- Taller. ¿Dónde van tus residuos?
- Charla. Especies en peligro de extinción en Canarias
- Charla. Cómo contaminamos el planeta
- Taller. Animales exóticos: cuidados de conejos y roedores
- Taller. Reciclaje creativo: textil

Nº de cursos impartidos	Nº de horas impartidas:	Nº de participantes:
56	96	1.017

## ► Proyecto PFAE-Garantía juvenil. Enjoy Santa Cruz V

El PFAE-GJ Enjoy Santa Cruz es un programa público de empleo-formación destinado a personas jóvenes desempleadas, inscritas en el Sistema Nacional de Garantía Juvenil, con el objetivo de obtener el Certificado de Profesionalidad de nivel 3 en "Promoción turística local e información al visitante". El 22/2/2022 comenzó el Proyecto Enjoy Santa Cruz V que finalizará el 8/2/2023. Han participado quince (15 jóvenes).

El proyecto está financiado con una subvención destinada a la financiación de proyectos de Formación en Alternancia con el Empleo-Garantía Juvenil, cofinanciadas por el Programa Operativo de Empleo Juvenil 2014-2020, para el ejercicio 2021, convocadas por Resolución de la presidenta del Servicio Canario de Empleo, de 3 de agosto de 2021.

**Objetivo general:** cualificar profesionalmente al alumnado trabajador participante 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, 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, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.

Además de recibir la formación del certificado de profesionalidad, el alumnado trabajador del proyecto Enjoy Santa Cruz V ha recibido formación complementaria en Prevención de riesgos laborales, Fondo Social Europeo, Sociedad de la información, Igualdad de oportunidades, Sensibilización medioambiental, Técnicas de animación de rutas, Protocolo y comunicación, Lengua de signos, Marketing digital, Turismo accesible,

Dinamización turística y Alemán turístico.

Todos los participantes, recibieron formación teórico-práctica al mismo tiempo que se les realizó un contrato de formación y aprendizaje, mediante el cual desarrollaron servicios de utilidad pública e interés social relacionados con la especialidad del proyecto que se detallan a continuación:

- **Servicio 1:** Atención al público en oficinas de turismo de la ciudad y a cruceristas.
- **Servicio 2:** Información turística, itinerante y dinámica, en las calles de la ciudad.
- **Servicio 3:** Propuesta y desarrollo de rutas turísticas guiadas por la ciudad.
- **Servicio 4:** Inventario de los recursos turísticos de la zona de gran afluencia turística del municipio.
- **Servicio 5:** Catálogo de toda la oferta turística de Santa Cruz de Tenerife.
- **Servicio 6:** Recogida de incidencia en las señaléticas de los recursos turísticos.
- **Servicio 7:** Participación en eventos vinculados al área de turismo y comercio.
- **Servicio 8:** Gestión de información y promoción turística a través de las NNTT.
- **Servicio 9:** Diseño, promoción y comercialización de productos y Servicios turísticos.
- **Servicio 10:** Gestión de la plataforma de reserva para la realización de rutas turísticas por el municipio.
- **Servicio 11:** Gestión, control y organización de la oficina de información turística de Plaza de España y kiosco cruceros.
- **Servicio 12:** Gestión, valoración y evaluación de los Servicios turísticos.
- **Servicio 13:** Realización del manual de atención al turista, excursionista o visitante.

## ► Programa formativo en competencias claves. Convenio "Intervenciones en los barrios de Santa Cruz de Tenerife. Anualidades 2021/22 y 2022/23"

Estos proyectos del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife y 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 incorporen planes de formación que mejoren la empleabilidad de los trabajadores/as participantes, dirigida a parados de larga duración, en los ejercicios 2022 y 2023.

Las actividades formativas están supervisadas por el Área de Empleo, Formación y Emprendimiento de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife.

1 / ENJOY V RUTA FORMACIÓN PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN  
2 / CONVENIO 2022-2023 SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

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 2022, se han ejecutado dos proyectos: el primero, desde noviembre de 2021 a mayo de 2022 y el segundo comenzó en diciembre de 2022 y finalizará en julio de 2023.

Las personas trabajadoras realizan trabajos de limpieza y trabajos de pintura y albañilería en los cinco (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 2021/22 participaron un total de ochenta y cuatro personas (84) y en el 2022/23 participan ciento dos (102) personas en la categoría de peones. Además, estos pro-



yectos cuentan con oficiales, encargados y un aparejador.

Un equipo de seis (6) docentes y una orientadora laboral, imparten la formación sobre competencias clave 2 y 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. En el proyecto 2022-2023 el equipo está formado por siete (7) docentes y una orientadora laboral.

Ambos proyectos se organizaban en grupos, dos (2) 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 2021/2022, de las ochenta y cuatro (84) personas participantes en la Formación, se han presentado un total de setenta (70) a las pruebas de Matemáticas, y sesenta y nueve (69) a las de Lengua e Inglés de nivel 2. Han conseguido superar las tres (3) competencias clave de nivel N2 (Lengua, Matemáticas e Inglés) quince (15) personas, lo cual representa un 21,4 % del total del alumnado presentado. Mientras que, por otro lado, el total de treinta y nueve (39) personas participantes que se presentan a nivel 3, superan las tres materias un total de cinco (5) personas, lo que representa un 12,8 % de éxito.

Las pruebas para el proyecto 2022/2023 se realizarán en el mes de junio

### ► Proximidad y acompañamiento socioeducativo en los servicios sociales municipales

El presente proyecto, promovido por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, tiene

como meta la mejora de los servicios de bienestar social en el municipio de Santa Cruz de Tenerife y está financiado mediante convocatoria de subvenciones directas 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 conformarán 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 acompañamiento individualizado en cada proceso de inserción.

#### Objetivo general:

- Mejorar la atención socio-educativa en los servicios comunitarios municipales presentes en los 5 distritos del municipio de Santa Cruz de Tenerife

#### Objetivos específicos:

- O.E. 1 Cualificar y recualificar para la mejora de la empleabilidad a 33 profesionales (participantes y equipo coordinador) (Objetivos de Desarrollo sostenibles 10)
- O.E. 2 Reforzar a las 7 Unidades de Trabajo Social de Zona mediante equipos interdisciplinares de proximidad y acompañamiento (Objetivos de Desarrollo Sostenibles 1 y 10)
- O.E. 3 Impulsar acciones preventivas para disminuir factores de riesgo, evitar el mantenimiento de situaciones de vulnerabilidad

o el agravamiento de las consecuencias de la crisis económica y sanitaria en las familias (Objetivos de Desarrollo Sostenibles 1 y 10)

- O.E. 4 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 (Objetivos de Desarrollo Sostenibles 10)
- O.E. 5 Fomentar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres (Objetivos de Desarrollo Sostenibles 5)

Mediante este proyecto, se ha cualificado y recualificado a sesenta (60) personas, de las cuales se contratará a treinta (30) de ellas. Las personas contratadas formarán parte de los equipos de zona de los servicios sociales comunitarios. Estos equipos harán una intervención socioeducativa a nivel individual y grupal con personas usuarias de los servicios sociales municipales, desde una perspectiva interdisciplinar.

Las personas participantes en la formación se dividen en perfiles:

- Orientadores laborales (10)
- Educadores sociales (18)
- Integradores sociales (18)
- Auxiliares administrativos (14)

La Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife ha colaborado en la gestión del plan formativo de los participantes.

La totalidad de las personas participantes en el proyecto han realizado un itinerario formativo de ciento cincuenta y cinco (155) horas, quince (15) en formación complementaria transversal, cuarenta (40) horas en competencias blandas (soft skills) y cien (100) horas en competencias profesionalizadoras. Las acciones formativas comenzaron en el mes de noviembre de 2022 y terminaron el 2 de enero de 2023.

1 / CONVENIO 2021-2022 MATEMÁTICAS

2 / CONVENIO 2022-2023 SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL



### Formación complementaria transversal (15 h.)

- ▶ Sensibilización medioambiental: 5 horas
- ▶ Igualdad de oportunidades: 5 horas
- ▶ Derechos y obligaciones laborales: 5 horas

### Formación en competencias blandas (40 h.)

- ▶ 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
- ▶ Gestión del estrés

### Formación en competencias profesionalizadoras (100 horas)

La distribución de las acciones formativas por perfil profesional se configura de la siguiente manera:

- ▶ Auxiliares administrativos
- ▶ Marco normativo y planes de los servicios sociales municipales Funcionamiento de los servicios sociales municipales y coordinación con los recursos de empleo (20 horas).
- ▶ Atención al usuario/a (40 horas).
- ▶ Gestión de quejas y reclamaciones (40 horas).

### Orientadores laborales

- ▶ Marco normativo y planes de los servicios sociales municipales Funcionamiento de los servicios sociales municipales y coordinación con los recursos de empleo (20 horas).
- ▶ Atención a colectivos con especiales dificultades (40 horas).
- ▶ Orientación laboral y empleabilidad (40 horas).

### Educadores Sociales

- ▶ Marco normativo y planes de los servicios sociales municipales Funcionamiento de los servicios sociales municipales y coordinación con los recursos de empleo (20 horas).
- ▶ Atención a colectivos con especiales dificultades (40 horas).
- ▶ Formación socioeducativa en el ámbito de los servicios sociales (40 horas).

### Integradores Sociales

- ▶ Marco normativo y planes de los servicios sociales municipales Funcionamiento de los servicios sociales municipales y coordinación con los recursos de empleo (20 horas).
- ▶ Atención a colectivos con especiales dificultades (40 horas).
- ▶ Proximidad y acompañamiento de alta intensidad (40 horas).

### ▶ Encuentro Técnico de Formación e Innovación

Continuando la línea de colaboración con centros y empresas de formación, durante el año 2022, se celebró el 19 de mayo, el 4º Encuentro técnico de Formación e innovación, con la participación de los miembros del grupo motor, para debatir sobre tres temas principales: La Nueva Ley de Formación Profesional, la Reforma Laboral y los Nuevos Fondos Europeos. Oportunidades.

### ▶ Formación Interna para los trabajadores y trabajadoras de la entidad

**Objetivo general:** 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.

**Principales resultados:** En la anualidad 2022 se realizó una (1) acción de formación colectiva, denominada "Formación en competencias", de doce (12) horas de duración (6 sesiones de 2 horas de duración cada una) en modalidad online/streaming.

El objetivo de esta acción fue dotar a las personas participantes de las herramientas necesarias para que mejoren su comportamiento y rendimiento como profesionales y como equipo de trabajo.

### ▶ Proyecto santa Cruz Impulsa. Encuentro de entidades de formación

En el mes de enero la Sociedad de Desarrollo puso en marcha el proyecto piloto Santa Cruz Impulsa que generó un punto de cercanía y escucha de los diferentes sectores económicos generadores de empleo así como, pretendió propiciar un entorno de confianza que redundara en un incremento en el nivel de contratación en la capital de Canarias, así como, acercar al ciudadano chicharrero los recursos y servicios que fomentaran su nivel de empleabilidad.

En el marco de este proyecto, se realizaron varios encuentros tematizados, uno de los cuales, se celebró el 21 de junio con centros de formación radicados en la zona metropoli-

tana y en otros municipios de la isla. Con este encuentro se pretendió tener una visión sobre la situación del ámbito formativo mediante un proceso de escucha para generar una batería de medidas o ayudar a buscar soluciones que puedan mejorar las competencias de la ciudadanía chicharrera.

Las principales conclusiones que se generaron en el encuentro son las siguientes:

- ▶ Las entidades participantes consideran que los proyectos de empleo deben disponer de una serie de servicios mínimos: orientación, formación e intermediación, incluso, desde una perspectiva de itinerario personalizado. Al mismo tiempo, se solicita que haya más sinergias entre las Administraciones y el ecosistema de formación

1 / CONVENIO 2022-2023 RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

2 / ENCUENTRO TÉCNICO DE FORMACIÓN



- ▶ Entre las principales dificultades, los centros comentaron que existen muchas problemáticas por las exigencias de las entidades financiadoras, se da el caso de que las personas dejan de asistir, lo que supone una problemática a los centros de formación, ya que la Administración basa su financiación en personas que han finalizado. Por otra parte, es muy complicado encontrar a personal cualificado en ciertas temáticas novedosas
- ▶ Se incide en la importancia de la apuesta de la figura del prospector/a para tener un conocimiento previo del mercado laboral.
- ▶ Acerca de la formación dual, ésta va a suponer un cambio en la forma de hacer las cosas. Es una nueva fórmula positiva con conexión total con las empresas lo que supondrá un incremento de las posibilidades de inserción.
- ▶ Es importante la generación de mesas de diálogo con la Administración de manera más frecuente, que se apueste por la exploración de temáticas experimentales y es vital trabajar el dato (big data), como

- fórmula de solucionar problemas futuros.
- ▶ Es necesario, desde todos los ámbitos, explicar que el empleo no llega de manera inmediata y hay que dar pasos previos, existen muchos casos de personas que no se encuentran en un punto óptimo para lograr un empleo. Por ello, se solicita darle más valor a la formación.
  - ▶ En las cuestiones de licitaciones, contratos y/o subvenciones, debe tenerse en cuenta a las empresas y/o servicios de formación, debiendo dar más peso a la variable calidad que al precio.
  - ▶ Teniendo en cuenta que en las acciones formativas gratuitas, la tasa de abandono se incrementa, solicitan incrementar las exigencias, por ejemplo, una compensación o penalización a la persona beneficiaria.
  - ▶ Por último, los centros opinan que existen muchas problemáticas en el apartado de movilidad y se solicita que se faciliten más ayudas o se busquen alternativas, además tener en cuenta en las convocatorias el incremento de los costes y que no solo se base en el precio sino en su calidad.



1

1 / CONVENIO 22-23. LENGUA  
2 / PROYECTO IMAS



2

#### INDICADORES DEL SERVICIO DE FORMACIÓN 2022

	Total
Nº de horas de formación	4.918
Número de acciones formativas	206
Nº personas de participantes en las acciones formativas	1.981



|| Área de Empleo,  
Formación y Emprendimiento

## Servicio de intermediación laboral 03

## 03 Servicio de intermediación laboral

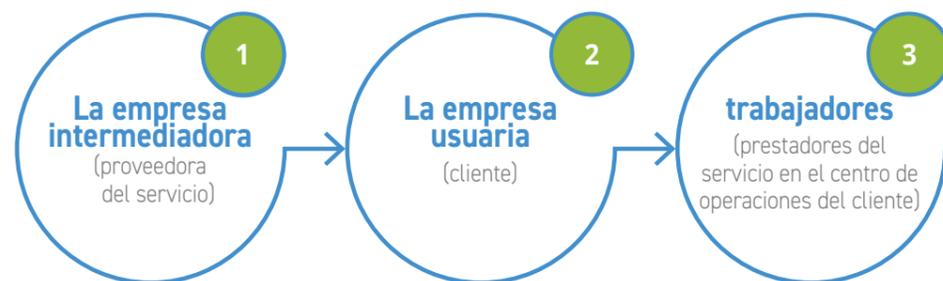
**La Ciudad de Santa Cruz de Tenerife continúa en un proceso de recuperación económica tras el descenso experimentado en 2020 por motivo de la crisis sanitaria COVID-19. Este hecho ocasiona que aparezcan nuevas oportunidades laborales, así como el restablecimiento de las existentes, para lo que hay que dotarse de todos los medios de forma que, de forma más ágil, rápida y eficaz, se puedan detectar las necesidades de la estructura productiva, así como de la población activa que busca un empleo o mejorar en el ámbito de las relaciones laborales. En este sentido, el servicio de intermediación laboral se muestra como un elemento clave a la hora de localizar más puestos de trabajo que se traduzcan en la inserción social a través del empleo de las personas desempleadas.**

Las empresas presentan muchas necesidades de diferente índole que deben ser atendidas de forma inmediata. Entre ellas, surge la de contar con personal cualificado que desempeñe el trabajo requerido para dar continuidad a su negocio.

Es primordial que la intermediación se nutra de información de calidad tanto para la correcta descripción del puesto de trabajo que va a ser cubierto así como, de las competencias profesionales que las personas candidatas ofrecen.

La intermediación laboral es la perfecta opción y una excelente herramienta para cubrir esta necesidad empresarial.

Son tres los actores que intervienen en este servicio:



Existen distintas empresas y entidades, públicas y privadas, que ofrecen este tipo de servicio. En España este proceso se rige a través de la Ley de Empleo que lo define como un servicio de carácter público que pueden llevar a cabo los servicios públicos de empleo y las agencias de colocación.

La Ley de Empleo de 2015, concretamente en el artículo 31, define *la Intermediación Laboral como "...conjunto de acciones que tiene por objeto poner en contacto las ofertas de trabajo con los trabajadores que buscan un empleo, para su colocación. La intermediación laboral tiene por finalidad proporcionar a los trabajadores un empleo adecuado a sus características y facilitar a los empleadores, los trabajadores más apropiados a sus requerimientos y necesidades. También se considerará intermediación laboral la actividad destinada a la recolocación de los trabajadores que resultaran excedentes en procesos de reestructuración empresarial, cuando aquella hubiera sido establecida o acordada con los trabajadores o sus representantes en los correspondientes planes sociales o programas de recolocación. Además, con independencia del agente que la realice, la intermediación laboral tiene la consideración de un servicio de carácter público."*

Desde agosto de 2012 la Sociedad de Desarrollo ha sido autorizada por el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) como Agencia de Colocación.

El número de autorización que habilita a la Sociedad de Desarrollo a interactuar como agencia de colocación concedido por el Ministerio de Empleo es el 05-00000010.

Es en el Centro Municipal de Empleo y Formación situado en la Calle Francisco García Talavera, 1, 38009, en el barrio de Miramar de la capital tinerfeña desde donde se prestan los servicios de la agencia.

Con el objetivo de eliminar distancias y barreras entre las personas que se encuentran en la búsqueda de oportunidades laborales y el tejido empresarial, la Sociedad de Desarrollo desde su agencia de colocación continúa apostando por su portal de empleo [www.empleasantacruz.com](http://www.empleasantacruz.com).

**SANTA CRUZ  
IMPULSA**

**talento de las Personas**



[empleasantacruz.com](http://empleasantacruz.com)

gestionofertas

Mediante este portal se propicia la universalidad y gratuidad en el acceso a los servicios que se prestan desde la agencia como son: el asesoramiento empresarial, orientación laboral, formación e intermediación laboral, que se rigen por los principios constitucionales de igualdad de oportunidades en el acceso al empleo y no discriminación, garantizándose la plena transparencia en el funcionamiento de los mismos.

Teniendo en cuenta la perspectiva de la población que busca incorporarse al mercado de trabajo ante la heterogeneidad de los recursos existentes en materia de intermediación, la Sociedad de Desarrollo ofrece simplificación en el procedimiento así como, la posibilidad de acceder a ofertas de empleo de diferente naturaleza en base a la distribución sectorial de la economía.

En cuanto a la perspectiva de las empresas la posibilidad de poder contar y acceder a una plataforma on line en la que pueden registrar sus ofertas de trabajo así como, poder dotarse de una única interlocución con más de 45 000 profesionales registrados, disminuye los costes de transacción e incrementa la tasa de ocupación.

Las líneas de trabajo que conforman el desempeño del servicio de intermediación laboral son los que a continuación se relacionan:

► **La Prospección** que se fundamenta en la localización y detección de las necesidades y oportunidades laborales que genera el tejido productivo empresarial. A través de esta línea de trabajo se puede detectar de forma inmediata la evolución del mercado de trabajo, los sectores que están generando demanda de personas trabajadoras, los perfiles y los requisitos demandados por las empresas en los

diferentes ámbitos de trabajo. La Sociedad de Desarrollo a través de su servicio de Observatorio Económico provee de información precisa en este aspecto.

► **La Gestión de ofertas de trabajo se realiza a través del portal de empleo [www.empleasantacruz.com](http://www.empleasantacruz.com)** Es relevante aclarar que los procesos de selección de personal que se gestionan pertenecen a empresas que no tienen porqué estar ubicadas en Santa Cruz. Este servicio es universal.

► **Asesoramiento en materia de Recursos Humanos:** servicio destinado a apoyar al tejido empresarial en la adecuación de puestos de trabajo para un mejor y más eficiente desarrollo de la actividad del profesional en el desempeño de sus tareas.

► **Asesoramiento en materia de Subvenciones y/o Bonificaciones a la Contratación:** a aquellas empresas que gestionan sus procesos de selección de personal con nuestro servicio de intermediación laboral se les mantiene informados de todas las medidas y convocatorias que fomenten e incentiven la contratación de personal.

► **Programa de Incentivos Publicitarios para empresas socialmente responsables con la formación y el empleo:** a través de este programa La Sociedad de Desarrollo reconoce y pone en valor a aquellas empresas que colaboran con la gestión de su personal con nuestra agencia de colocación.

► **Posicionamiento en redes sociales:** Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram son pilares importantes en el ámbito de nuestra estrategia de Marketing Digital vinculada al servicios de la intermediación laboral.

## Prospección Laboral

Debido a la invasión de Ucrania por parte de Rusia el contexto económico internacional se ha visto afectado no sólo por la crisis humanitaria acaecida sino también porque se ha producido la aceleración en la tendencia de ralentización económica mundial observada desde mitad de 2021, debido al incremento de la incertidumbre, además de acentuarse por la inflación generalizada que ha influido en las actividades productivas.

Según los datos publicados por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC) en cuanto a la Contabilidad Trimestral de Canarias el PIB regional, cuya cifra ascendió a 10 729 millones de euros para el primer trimestre de 2022, registró un descenso interperiódico de un 5,3%. Si bien, el PIB ha registrado un crecimiento de un 14,2% respecto al primer trimestre de 2021.

En lo que respecta al mercado de trabajo en Canarias, la Encuesta de Población Activa (EPA), reflejó que en el segundo trimestre de 2022, la población ocupada se incrementó en 28 100 personas respecto al trimestre anterior, y en 121 070 personas en términos interanuales. De acuerdo con esto, el número de personas ocupadas en el segundo trimestre del año creció un 14,6% en términos interanuales. En consecuencia, el número de personas en situación de desempleo en el segundo trimestre del año registró una caída interperiodica de 29 570 personas.

Teniendo en cuenta este contexto las acciones de captación o prospección de ofertas de empleo se han realizado a través de su participación en encuentros de recursos humanos, foros de empleo, encuentros empresariales,

puerta fría, así como a través de redes sociales principalmente a través de LinkedIn y Facebook.

Se relacionan a continuación estas acciones de captación de procesos de selección de personal:

### ► Proyecto Santa Cruz Impulsa

En el mes de enero la Sociedad de Desarrollo puso en marcha el **proyecto piloto Santa Cruz Impulsa** que generó un punto de cercanía y escucha de los diferentes sectores económicos generadores de empleo así como, pretendió propiciar un entorno de confianza que redundara en un incremento en el nivel de contratación en la capital de Canarias, así como, acercar al ciudadano chicharrero los recursos y servicios que fomentaran su nivel de empleabilidad.

Se consideraron objetivos específicos implícitos del proyecto Santa Cruz Impulsa los siguientes:

- Facilitar la interacción de la ciudadanía mediante la puesta en conocimiento de los servicios y recursos existentes del municipio, su funcionamiento y acceso a los mismos.
- Conectar con los agentes sociales y económicos que realicen acciones en el municipio facilitando el trabajo de tutorización, desarrollado en el marco de la orientación e intermediación laboral de La Sociedad o, incluso, de las entidades públicas-privadas que atienden a ciudadanos del municipio.
- Coordinación de las medidas desarrolladas y/o generadoras de empleo en el municipio para facilitar la información y/u orientación a la ciudadanía.

Estos objetivos se alcanzaron con la puesta en marcha de los siguientes encuentros:

- ▶ Presentación de Santa Cruz Impulsa con entidades sociales.
- ▶ Centros especiales de empleo de iniciativa empresarial.
- ▶ Centros de formación.
- ▶ Encuentro-Foro profesionales de la Orientación 2022.
- ▶ Encuentro con empresas.

A la presentación del proyecto acudieron diferentes actores económicos y sociales, permitiendo este espacio recuperar el contacto presencial y social entre las instituciones que se dedican al ámbito del empleo y la política social y, además, escuchar la opinión de una parte del público objetivo sobre la coordinación de actuaciones económicas y sociales.

- Acción Laboral
- Mensajeros de la Paz
- Asociación Cooperación Juvenil San Miguel
- Fundación Buen Samaritano
- Cruz Roja
- Ataretaco
- Fundación Centro de Solidaridad Islas Canarias
- Afes
- Fundación Don Bosco
- Nuevo Futuro
- Provienda
- Menores Ancheta
- Fundación Sonsoles Soriano
- Inama Centro Especial de Empleo
- Afamocan
- Cáritas
- Fundación Canaria Centro de la Familia
- Asociación Canaria de Centros Especiales de Empleo
- Asociación Rayuela
- Banco de Alimentos Tenerife
- Plena Inclusión Canaria
- Apanate
- Asociación Mujeres, Solidaridad Y Cooperación
- Atelsam

- Alis
- Fundación General de la Universidad de La Laguna
- Asociación Actúa
- Asociación por el desarrollo Social y el Empleo Adese

Este encuentro nace desde la necesidad de los equipos técnicos de la Sociedad de Desarrollo, entidad financiadora de este proyecto, y el Instituto Municipal de Atención Social (IMAS), que se suma a esta, en la que se considera que el trabajo conjunto entre ambas áreas incrementará la eficiencia tanto en la atención personalizada a la ciudadanía, así como para la obtención y gestión de fondos municipales u otros entes públicos o privados.

Vinculados directamente con el servicio de intermediación laboral cabe mencionar los encuentros con los Centros Especiales de empleo así como, el encuentro con empresas.

El primero tuvo como objetivo disponer de un mayor conocimiento de la red así como, se pudo compartir información de actualidad sobre los avances con las diferentes administraciones implicadas. Los centros especiales de empleo, en adelante CEE, son organizaciones empresariales, tanto de iniciativa privada como de iniciativa social, cuya misión es proporcionar fuentes de empleo, desarrollo, formación y capacitación a personas con discapacidad en nuestras islas. Estas personas, conforman un colectivo altamente vulnerable en el acceso al mercado laboral y se encuentra especialmente expuesto a situaciones de exclusión social. En este caso, se trabajó con la asociación de CEE de iniciativa empresarial.

Asistieron:

- CEE Sifu
- CEE Clhoe Textil
- CEE Afilados Tecnológicos Presidencia Accee
- CEE Ecolaboralis Vicepresidencia Accee
- CEE Serin Global
- CEE Drago Integral

- CEE Genser
- CEE Guayarmina Textil
- CEE Sumate
- CEE Integra
- CEE Eulen
- CEE Ocon Transporte
- CEE Sinpromi
- CEE Dkanaryas
- CEE Mitie
- CEE Abinche

Las principales conclusiones a las que se llegó con el desarrollo de este encuentro cabe destacar:

- ▶ Fomentar la incorporación al mercado laboral de personas con discapacidad inactivas, identificándolas en Servicios Sociales u otros servicios, y motivándolas a incorporarse en proyectos de cualificación y recualificación liderados por la Sociedad de Desarrollo en colaboración con los CEE.
- ▶ Crear campañas de promoción, dentro de los propios eventos organizados por la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, de los CEE entre la población y las empresas, invitando a consumir sus productos y servicios, dada su contribución social.
- ▶ Colaborar u organizar un encuentro anual

- 1 / SANTA CRUZ IMPULSA
- 2 / ENCUENTRO CON CEE
- 3 / ENCUENTRO CON EMPRESAS



con empresas centrado en la Responsabilidad Social Corporativa, con la participación activa de CEE y empresas de inserción.

El segundo encuentro vinculado a este servicio se realizó junto con la Universidad de La Laguna con el objetivo de escuchar, de primera mano, las principales necesidades y problemáticas que tienen para ejercer sus actividades del día a día, la unión de esfuerzos surge de las recientes noticias y múltiples peticiones empresariales sobre la falta de personas cualificadas para cubrir su demanda de talento.

Al encuentro asistieron:

- Academia Se Puede, S.L.
- Acinte
- Aei Asociación De Escuelas Infantiles de Canarias
- Applus Norcontrol, S.L.U.
- Ardentia Tenerife, S.L.
- Asociación Clúster Innovación Turística (Turisfera)
- Atecre S.a.
- Bakata Solutions S.L.
- Binhex Systems Solutions Sl.
- Bsj Servicios Jurídicos, S.L.P.U.
- Canary Zack S.L.
- Carla Coca Rosales
- Carmelo Salas Martín- Educon
- Casa Museo Cayetano Gómez Felipe
- Cash Converters
- Centro Infantil Nani
- Ceroges Integra Sl
- Clínica Dental Cándido
- Clínica La Cuesta
- Coelca Asiste
- Construcciones Y Reformas Dge
- Corporación Análisis Y Estrategias S.L.
- Cortes Exportaciones S.L.
- Desiree Jal Ladi
- Educon
- Emmasa
- Ersm Mediación Canarias S.L.
- Escuela Superior de Estudios Técnicos de Canarias Sl
- Estefanía Fuentes
- Estudio Aoid
- Eurofins Mas Control
- Femete

- Nieto García (Fresquito & Conritmo)
- Floresindom
- Fundación Mapfre
- Fundación Once - Inserta
- Fundación Tutelar Canaria Sonsoles Soriano
- Gatewaytic, S.L.
- Hammerhoj Design S.L.
- Instituto Tecnológico De Canarias
- Interactive Social Media
- Jose Yeray Santos Santana
- La Casa de los Balcones
- La Gaveta Producciones S.I.
- London School
- Manuel Naranjo Correduría de Seguros, S.L.
- Mapfre
- Noemi Melio Abogados
- On Blue Solution
- Open Canarias, S.L.
- Optica Rieu
- Peraza y Compañía
- Planificación Básica De Consultoría, S.L.U.
- Proyectos Simeón Gh, S.L.U.
- Rebeca Cureno
- Renta
- Sara Cuenca Gavilán (Ci Nanin)
- Schreiber de Canarias S.I.
- Servicios Dragointegral
- Sinérgico Global Consulting
- Tikitaka Futbolines
- Zona Franca de Santa Cruz de Tenerife

Las principales conclusiones a las que se llegó con el desarrollo de este encuentro son:

- Realizar prospección entre las empresas ubicadas en el municipio detectando las necesidades que pueden cubrirse mediante teletrabajo en los distintos niveles de cualificación, no solamente los especializados en tecnología (programadores, especialistas SEO, etc.). Existe una gran cantidad de puestos de trabajo que pueden ser cubiertos por población no especialista en tecnología, pero con unas competencias digitales intermedias (puestos de atención al cliente, secretariado virtual, etc.), que pueden ser transformadas en acciones

formativas, bien como acciones individuales o como parte de un itinerario.

- Realizar un diagnóstico exhaustivo de la situación laboral de las personas con discapacidad del municipio, con el fin de conocer con exactitud sus necesidades. A este respecto, y dadas las dificultades que tienen las empresas para captar candidaturas que cuenten con un certificado de discapacidad, es necesario conocer qué porcentaje del colectivo se encuentra inactiva.
- Crear una newsletter semanal que permita visibilizar todas las acciones de empleo y formación que se realicen en el municipio, en coordinación con las entidades de la red.

### ► Sesiones Informativas: Acción Laboral

El 23 de febrero acudimos a la sede de la empresa Acción Laboral atendiendo a su solicitud de acercar las posibilidades que nuestro portal de empleo ofrece a las personas activas en situación de desempleo que realizan formación en sus dependencias. Además de

ser un centro de formación son agencia de colocación sin ánimo de lucro reconocida por el Servicio Público de Empleo (SEPE) por lo que esta acción generó sinergias entre ambas empresas propiciando la gestión de nuevas oportunidades laborales.

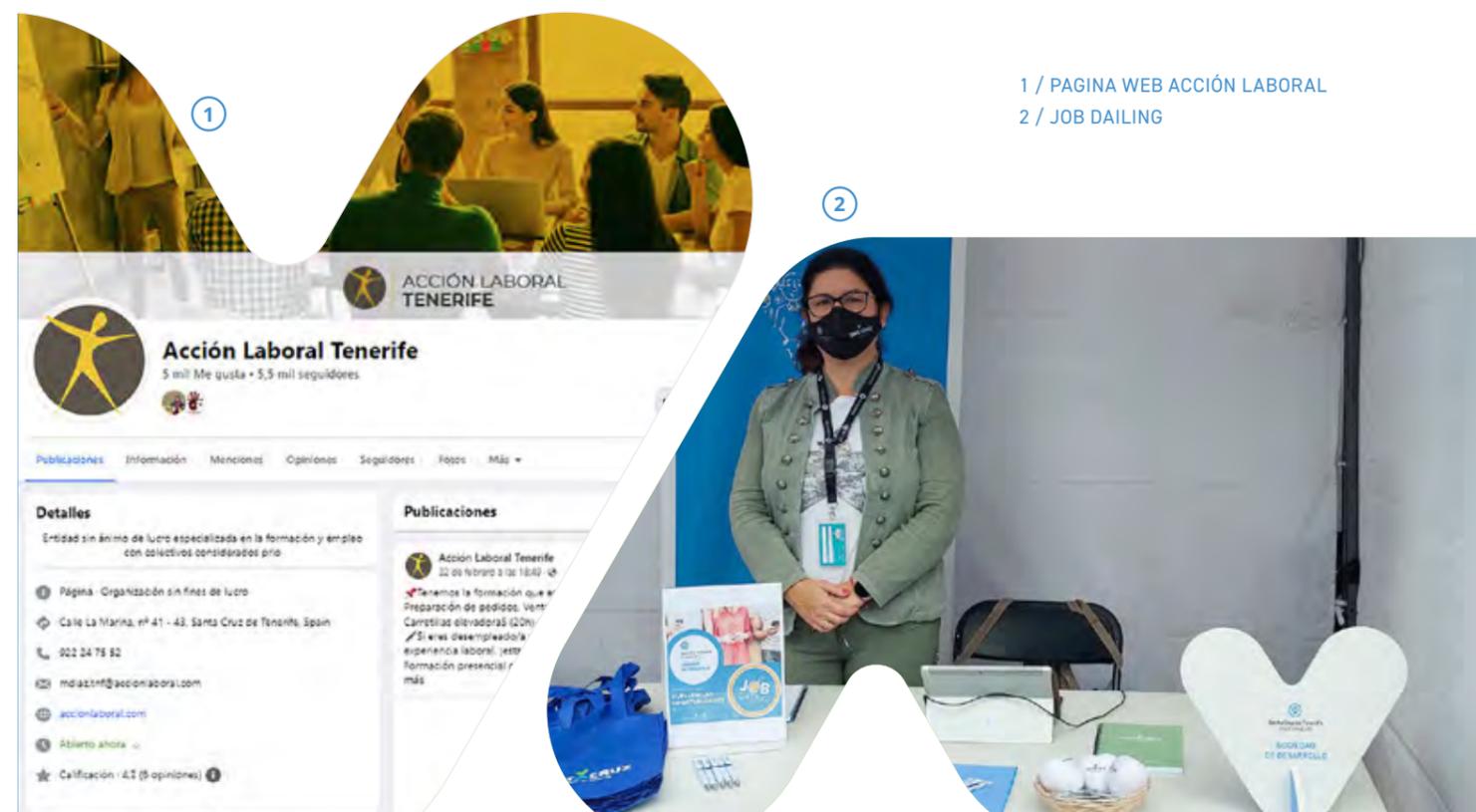
### ► Job Dating

El 10 de marzo tuvo lugar en el Centro Comercial Siam Mall la Feria de Empleo "Job Dating" organizada por Asociación de Dirección y Gestión de RRHH de Empresas Hoteleras, Extra-hoteleras y de Otros Sectores de Canarias (GEHOCAN) el Ayuntamiento de Adeje.

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 en el que el servicio de intermediación laboral contó con un stand.

### ► Feria de las Profesiones

Conocer las profesiones constituye uno de los pasos previos más importantes para elegir



estudios que impliquen la consecución de una oportunidad laboral una vez se obtenga el título profesional.

Los tipos de profesiones que existen son ocupaciones que necesitan de un previo conocimiento especializado, una capacitación educativa de buen nivel, control sobre el contenido del trabajo, entre otros.

Los días 7 y 8 de abril participamos en la Feria de las Profesiones iniciativa impulsada por el Instituto de Enseñanza Secundaria (IES) del Sobradillo con el respaldo del consistorio. Los objetivos específicos vinculados a esta feria fueron:

- Ofrecer instrumentos y herramientas para saber adaptarse e intentar solapar las vocaciones con las destrezas profesionales
- Propiciar la formación y capacitación de la población activa del municipio.
- Visibilizar los recursos y servicios gratuitos que presta la agencia de colocación de La Sociedad.

IES del Sobradillo presentó sus acciones formativas vinculadas a la familia profesional de Administración, Ciclos Formativos de Grado Medio en Administración y Gestión, así como Ciclos Formativos de Administración y Finanzas en modalidad DUAL y semipresencial; en la familia profesional de Agraria, ofrece Ciclos Formativos de Grado Básico en Agrojardinería, Ciclos de Grado Medio en Jardinería y Gestión Forestal en modalidad semipresencial, además de Ciclos de Grado Superior en Paisajismo y Gestión Forestal en modalidad DUAL, y este último también en modalidad semipresencial; y en la familia de Transporte y Mantenimiento de Vehículos, ofrece Ciclos Formativos de Grado Básico en Automoción, Ciclos de Grado Medio en Carrocería y Electromecánica en modalidad DUAL, además de Ciclos de Grado Superior en Automoción también en modalidad DUAL, y semipresencial.

También participaron en la feria los IES de Geneto y María Rosa Alonso.

Desde el IES de Geneto se imparte formación vinculada a la familia profesional de Madera mientras que el IES María Rosa Alonso ofrece la familia profesional de Sanidad.

### ➤ Feria Virtual de Empleo Universitario Talent & Job

Esta feria virtual organizada por la Universidad de La Laguna y Caja Canarias tuvo lugar los días 19 y 20 de mayo. Desde el stand virtual de la agencia de colocación se dieron a conocer los servicios gratuitos y universales que se prestan: orientación laboral, asesoramiento empresarial, formación e intermediación laboral.

El alumnado universitario, 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.

Además, se llevaron a cabo las siguientes conferencias:

- “Espíritu de superación en el trabajo y en la vida”
- “El trabajo en equipo como competencia profesional clave”
- “Claves de orientación para el empleo en educación superior”
- “Hazte voluntario/a y aporta valor a tu carrera profesional”
- “El curriculum que te ayuda a encontrar trabajo”
- “Nómadas digitales sin límites: nuevas formas de trabajar”
- “Cómo emprender desde la ULL”

- “Un viaje por las metodologías para emprender”
- “Emprender en un mundo en cambio”
- “Guía para encontrar trabajo con la ayuda del Servicio Canario de Empleo”
- “Cómo buscar empleo en Europa con EURES”

➤ Cómo te puede ayudar el Programa Integral de Cualificación y Empleo (PICE)

### ➤ Encuentro Anual de Recursos Humanos de Canarias

El pasado 16 de septiembre el servicio de intermediación de la Sociedad de Desarrollo

participó en el Encuentro Anual de Recursos Humanos de Canarias organizado por la Asociación de Dirección y Gestión de RRHH de Empresas Hoteleras (GEHOCAN).

Esta edición tuvo la colaboración del Ayuntamiento de Adeje y el Hotel GF Victoria así como, participaron más de 40 empresas patrocinadoras, más de 30 ponentes y casi 400 asistentes.

Cada año se dan cita empresas, profesionales, autoridades, entidades públicas y expertos de diferentes ámbitos y sectores con el fin de crear una unidad que aporte por la excelencia y el crecimiento profesional, económico y social de las islas.

- 1-3 / FERIA DE LAS PROFESIONES
- 2 / FERIA VIRTUAL DE EMPLEO UNIVERSITARIO
- 4 / ENCUENTRO DE RECURSOS HUMANOS



## ► Encuentros Técnicos de Agentes de Intermediación Laboral

A través de estos encuentros, que se iniciaron en el ejercicio 2020, el servicio de intermediación laboral continúa impulsando la línea estratégica de trabajo que tiene por objetivo la consolidación de una red de Agentes de Intermediación y Colocación.

Generar acciones conjuntas coordinadas así como, sinergias de trabajo y compartir metodologías de intervención para promover la inserción laboral de las personas activas en situación de desempleo es el objetivo que se persigue con estos encuentros.

Es importante poder dar una respuesta, tanto a las personas que se han visto abocadas a una situación de desempleo, como a las empresas que se han visto en la necesidad de adaptarse a un mercado duramente castigado por la crisis sanitaria y ahora la guerra de Ucrania.

En el ejercicio 2022 se han organizado cuatro encuentros:

- 2 de abril
- 28 de abril
- 12 de mayo
- 29 de septiembre

Han participado técnicos y técnicas representando a las siguientes empresas o instituciones:

- Ayuntamiento de Candelaria
- CIP Formación
- Cruz Roja Española
- Federación de Áreas Urbanas de Canarias (FAUCA)
- Federación Provincial de Empresas del Metal (FEMETE)
- Fundación Ataretaco
- Fundación Don Bosco
- Fundación Universidad de la Laguna
- Asociación de Recursos Humanos de Canarias

(GEHOCAN)

- INSERTA
- Servicio Canario de Empleo (SCE)
- Sociedad Insular para la Promoción de las Personas con Discapacidad (SINPROMI)
- Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

## ► Jornada: La Cualificación de las personas trabajadoras

En esta jornada organizada por el Servicio Integral de Formación en la Empresa (SIFE) de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) que tuvo lugar el 9 de noviembre, se trataron temas tan interesantes como la Formación Bonificada en las empresas y el procedimiento de Acreditación de Competencias Profesionales, entre otros.

Se contó con la participación de expertos en la materia como:

- D. Néstor Félix Pérez León, Director del Instituto Canario de las Cualificaciones Profesionales.



- D. Ignacio Lordán Álvarez. Técnico de la Subdirección de Formación.
- Dña. Montse Pereira, Directora de Personas y RSE en Grupo Valora.
- Dña. Ana Gallardo. Consultora y Mentora.

D. Emilio Duró Pamies, empresario, profesor y conferenciante dedicado a la consultoría y a la formación en el mundo de la empresa.

## ► V Salón de Empleo Portuario, Port2Empleo

Port2 Empleo es el único salón de empleo portuario de Canarias en la que se muestra, visibiliza y trabaja el futuro y presente de la economía azul y el empleo vinculado a ésta. Acercar el mundo laboral y la economía marítimo por-

tuario de arrastre que genera a la ciudadanía es su principal objetivo.

Desde el año 2018 hasta la actualidad La Factoría de Cohesión (FACOCIP) ha organizado 5 ediciones:

- 30 de noviembre de 2018
- 28 de noviembre de 2019
- 26 y 27 de noviembre de 2020 (on line)
- 26 de noviembre de 2021
- 25 de noviembre de 2022

En todas las ediciones hemos participado con un stand informativo dado que es un entorno en el que se impulsa el acercamiento de las personas en situación de búsqueda activa de empleo a las necesidades del tejido productivo vinculado a la actividad de nuestro puerto-ciudad, así como las empresas que demandan profesionales.



- 1 / ENCUENTRO TÉCNICOS AGENTES DE INTERMEDIACIÓN.
- 2 / CARTEL PORT2 EMPLEO V EDICIÓN.
- 3 / JORNADA SIFE CEOE.



## Gestión de Ofertas de Empleo

La gestión de los procesos de selección de personal que lleva a cabo la Sociedad de Desarrollo se realiza íntegramente a través del portal alojado en la página [www.empleasantacruz.com](http://www.empleasantacruz.com). Tanto las empresas que necesitan cubrir vacantes como, las personas en situación de búsqueda activa de empleo han de realizar su registro en dicho portal.

La gestión de las oportunidades laboral que ofrece el tejido empresarial se lleva a cabo a través de las siguiente 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 la 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 solicitándoles que manifiesten si tienen interés y disponibilidad para participar en los procesos de selección.

### ► Cruce demanda-oferta

Localizar y contactar con los profesionales que cumplen el perfil requerido por parte de las empresas son las tareas vinculadas a esta acción denominada como Cruce demanda-oferta.

Por parte del servicio de intermediación laboral se evalúan las competencias tanto



Bolsa de Empleo  
de la Agencia de Colocación  
05.00000010

SANTA CRUZ DE TENERIFE  
IMPULSA  
mento de las Personas

[www.empleasantacruz.com](http://www.empleasantacruz.com)

Santa Cruz de Tenerife SOCIEDAD gestionofertas

personales como las profesionales que hacen que una persona sea la adecuada a ocupar el puesto a cubrir.

Se realizan entrevistas con las personas candidatas con el fin de obtener la información que se precisa para la toma de decisiones en el entorno del pre-proceso de selección.

Nuestro papel es ser facilitadores de profesionales que cumplen con los requisitos demandados por las empresas.

#### ► Derivación de personas candidatas a las empresas

A través del portal de empleo se gestionan las derivaciones de profesionales candidatos a participar en los procesos de selección de personal de las empresas que han decidido gestionar sus procesos de selección con nuestra agencia de colocación.

Las empresas desde sus perfiles podrán valorar dichas candidaturas dando continuidad a los procesos de selección.

#### ► Asesoramiento en materia de recursos humanos

Esta línea de trabajo consiste en ofrecer infor-

mación vinculada a la gestión en materia de Recursos Humanos.

Tanto las empresas como la población potencialmente trabajadora necesitan conocer e interpretar los continuos cambios que se producen en la legislación laboral.

Las principales consultas atendidas han estado relacionadas con:

- Definir perfiles profesionales
- Apoyar el planteamiento de los procesos de selección
- Cambios legislativos en material laboral

#### ► Asesoramiento en materia de fomento a la contratación

Para prestar este servicio se actualizan de manera permanente todas las convocatorias, ayudas y bonificaciones que incidan de forma directa y positiva en el fomento a la contratación.

Destacamos las medidas que propician la generación de empleo que lidera el Servicio Canario de Empleo (SCE). Para este ejercicio han continuado apostando por los programas:



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

La intermediación laboral forma parte de la responsabilidad social corporativa de las unidades de negocio. Por ello es importante que las empresas tengan incentivos para darse a conocer en relación al desempeño social que ejercen en la ciudad, ya no sólo por el número de contratos que ofrecen sino por la calidad de estos y los puestos de trabajo que consolida.

La Sociedad de Desarrollo a través del Programa de Incentivos Publicitarios apuesta por dar visibilidad y, por tanto, reconocer a aquellas empresas que han gestionado sus procesos de selección de personal con nuestra agencia de colocación.

Este Programa se concibe como la contraprestación incentivadora a toda actividad generadora de oportunidades de empleo.

Las empresas que en este ejercicio 2022 han decidido contar con nuestra colaboración a la hora de gestionar sus procesos de selección de recursos humanos han sido:

- Abecassis S.L.
- Abuela Lala S.L.
- Activa Trabajo Canarias Ett
- Activ Leisure Projects S.L.
- Adlanta Servicios Profesionales S.L.
- Administración Eave S.L.
- Agenal Agencia de Seguros
- Agrucán S.L.
- Aida Projects S.L.
- Aislamientos Técnicos Canarios S.L.
- Alaymar Services And Supplies S.L.U.
- Amat Multiasistencia Canarias S.L.
- Ana María Ramos Martín
- Ananda Gestion Trabajo Temporal S.L.
- Asherper S.L.
- Asociación Canaria para la Potenciación del Desarrollo Social Generación
- Asociación de Cuidadores, Familiares y Amigos de Personas con Dependencia
- Asociación de Minusválidos del Sur, AMISUR
- Asociación Provincial de Familiares y Enfermos de Parkinson de S/C de Tenerife
- Asociación Quorum Social
- Aura Centro Estética Unisex
- Auteide S.A.
- Beatriz Fernández de la Puente
- Beltrán Yanes S.L.
- Benush Chocolaterie
- Biotech Tricopharming Research S.L.
- Caprichos Nany S.L.
- Caser Seguros
- Cemetelca S.L.
- C. Especial de Empleo Novavida S.L.
- Ceroges Integra S.L.
- Circet Cableven S.L.
- Clece S.A.
- Codebay Innovation S.L.
- Compañía Española de Petróleos S.A.U.
- Comunicación Logística Canaria S.L.

### 1 / PROGRAMA DE INCENTIVOS PUBLICITARIOS



- Confederación Española de Organizaciones Profesionales
- Db Work
- Dcg Spain S.L.
- Dealwipe. S.L.
- Denis Rondanini, S.L.U.
- Depósitos Almacenes N° S.A.
- Diego González Asesores S.L.
- Dimerca Canarias S.L.
- Ecobac Commerce S.L.
- Ecosistemas Virtuales y Modulares S.L.
- Eis Aila Dependencia
- Enrique Antonio Fuentes Portugués
- Eric Gold S.L.
- Espacio Blanco Canarias S.L.
- Sucesores de María C Afonso Afonso
- Estudio Santa Cruz Capital S.L.
- Euroconsulting Asesoría Integral S.L.
- FCC Medio Ambiente S.A.U. y ACCIONA Medio Ambiente S.A. UTE
- Federación Provincial de Empresas del Metal (FEMETE)
- Ferrera & Rossi Abogados S.L.P.
- Flexiplan S.A. Ett
- Forum Activa Canarias
- Gador Producciones S.L.
- Garoe Travis Consultores S.L.
- Gestión y Servicios de Activos y Pasivos S.L.U.
- Glezment S.L.
- Grupo Gastronómico La Cuadra del Palmero S.L.
- Grupo Sifu Canarias S.L.
- Guayarmina Textil S.L.
- H. M. Assignment Services S.L.
- Hb Allegro Isora
- Hocatsaseis S.L.
- Hormigones Tauce S.L.
- Hotel Atlántida S.L.U.
- Hotel Jardín Tropical S.L.
- Imasd Capacitación Profesional SXXI S.L.
- Instituto Canario de Psicología Empresarial S.L.
- Insular Express Logística S.L.
- International Technology of Food and Beverage S.L.
- Intesa Canarias ETT S.L.U.
- Jonathan Rodríguez Sánchez
- JTR Canarias Reparaciones y Suministros de Soldadura
- Jualex Canarias S.L.
- Laborsord S.L.

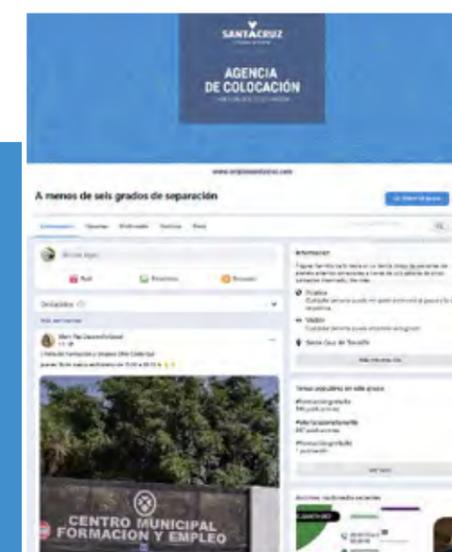
- Lotocean S.L.U.
- Mandatelo.com
- Mare Nostrum Resort S.L.
- Martín e Hijos S.L.
- Médano Solution S.L.
- Mekacentro Vulcano S.L.
- Mojo y Limpio Soluciones Adaptadas S.L.
- Nationale Nederlanden Seguros y Reaseguros
- New Madi S.L.
- New Project Servicios Empresariales S.L.
- Nexo Canarias S.L.
- Ole Quekapricho S.L.U.
- Open Canarias S.L.
- Parque Marítimo Santa Cruz S.A.
- Pedro García Dorta
- Pinturas Oscar Mora S-L.
- Ramos y Guevara S.L.
- Raymond Rieu S.A.
- Ricardo Herrera Piñero
- Sanitas S.A.
- Satocan S.A.
- Serrerías EL Teide S.L.
- Servicios Avanzados de Opinión S.L.
- Socassat Instalaciones y Servicios S.L.
- Sonotones Canarias S.L.
- Suministros Orduña S.L.
- Surpan S.L.
- Susana Nieto Trujillo
- Talentsenior Business S.L.
- Tecalliance España S.L.
- Tejopaled S.L.
- Temporing Ett
- Tenedrink S.L.U.
- The Cornerstone Talent
- The Gearbox Automotive Group S.L.
- Training and Educational Services Consultancy Group S.L.
- Transportes y Grúas Isaac Reyes S.L.U.
- Truck And Wheel S.L..
- Tu Consultoría Uktaxes S.L.
- Ultebra Solutions S.L.
- Veritasvitae Group Spain S.L.
- Viajes Parque S.L.
- Viviendas, Proyectos y Obras Municipales de Santa Cruz de Tenerife
- Xtm Travel Deportes y Aventura S.L.
- Yudenys Consuegra Becerra
- Gorostiza y Escribano S.L.

## Posicionamiento en redes sociales

Contar con una marca bien posicionada en redes sociales permite ganar credibilidad y confianza gracias al vínculo que se logra con los clientes actuales y los futuros potenciales. Además, permite la mayor accesibilidad a la población sobrepasando las fronteras municipales ejerciendo el coeficiente de arrastre positivo necesario.

Nuestra presencia en Facebook se consolida siendo uno de los pilares fundamentales en nuestra estrategia de Marketing Digital vinculada a la intermediación laboral.

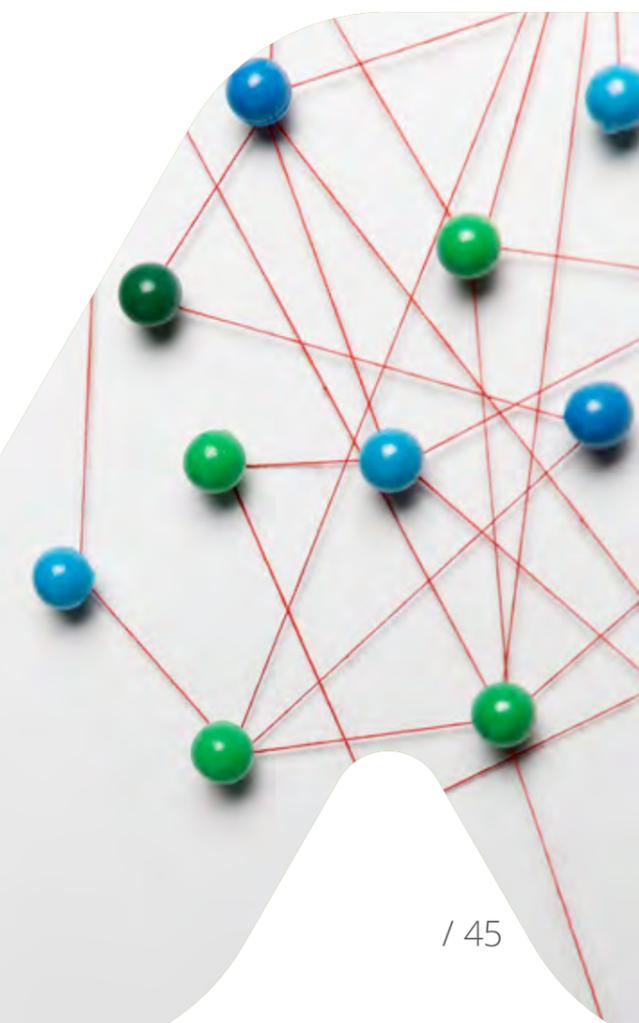
A través de nuestro perfil en **Facebook @ AgenciaColocacionSCTFE** se lleva a cabo la difusión de los recursos y servicios gratuitos y universales que se prestan desde la Agencia de Colocación de la Sociedad de Desarrollo en materia de formación, empleo y emprendimiento, así como los procesos de selección de personal que se gestionan.



Con la dinamización y dotación de contenido de este perfil se propicia incrementar la visibilidad y el posicionamiento de los servicios que se prestan desde la agencia.

A continuación, compartimos información relacionada con nuestra audiencia y seguidores así como su segmentación por género, y noticias vinculadas a ofertas de trabajo que tuvieron un alto impacto.

También contamos con el grupo de Facebook abierto denominado **“A menos de seis grados de separación”** creado el 22 de febrero del ejercicio 2019 atendiendo a la necesidad de buscar estrategias que propicien incrementar la visibilización de los recursos y servicios que se prestan desde la agencia de colocación y, por tanto, nuestro papel como agente local de empleo.



Se consolida su eficacia dado que nos permite compartir contenidos, tips, ofertas de trabajo así como, noticias y novedades de empresas externas vinculadas al proceso de búsqueda de oportunidades laborales y formativas.

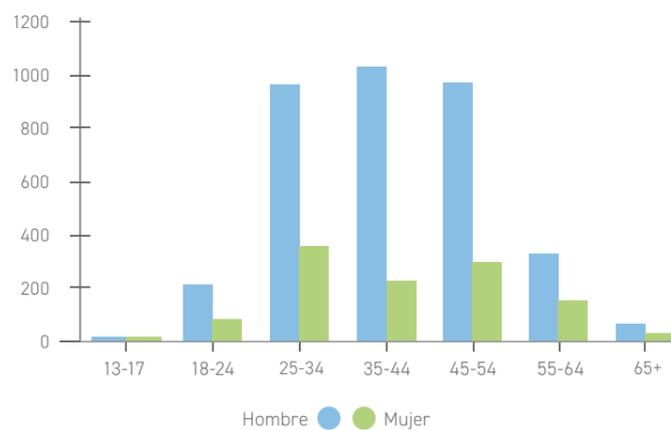
También, nos permite interactuar y hacer seguimiento de las personas que participan en los proyectos formativos que gestionamos desde la agencia de colocación una vez se ha producido su desvinculación a los mismos, permitiendo detectar la evolución en el dominio de esta herramienta de búsqueda, así como su incorporación en el mercado de trabajo.

En la descripción de este grupo abierto compartimos el siguiente mensaje con nuestros suscriptores:

*“Frigyes Karinthy ya lo decía en su teoría: todas las personas del planeta estamos conectadas a través de una cadena de cinco contactos intermedios.*

*Y como esta teoría nos encanta en la AGENCIA DE COLOCACIÓN DE LA SOCIEDAD DE DESARROLLO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE, hemos creado este grupo para compartir toda la información que encontremos en la Red que pueda resultar interesante para ti, como ofertas de trabajo, cursos gratuitos, tips de empleo, recursos y servicios que te puedan ayudar en tu búsqueda activa de empleo, tips de orientación laboral,...”*

**RANGO DE EDAD-SEXO**



1



1 / FACEBOOK AGENCIA DE COLOCACIÓN DE LA SOCIEDAD DE DESARROLLO DE SC/ DE TENERIFE

Continúa la tendencia positiva de crecimiento de este grupo en cuanto al número de suscriptores se refiere, concretamente se ha pasado de 3 787 en el ejercicio 2021 a 4 936 personas en este ejercicio 2022.

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 35 y 44 años.

**Indicadores**

Los indicadores del Servicio de Intermediación laboral de la Agencia de Colocación durante el ejercicio 2022 han sido los siguientes:

INDICADORES DEL SERVICIO DE INTERMEDIACIÓN 2022	Total
Número de Ofertas de Empleo captadas y gestionadas por la Agencia de Colocación	285
Número de Puestos de Trabajo captados y gestionados por la Agencia de Colocación	704
Número de Candidatos/s enviados/as a las Ofertas de Empleo	1481
Número de inserciones laborales informadas intermediadas por la Agencia de Colocación	46
Número de empresas usuarias del Servicio de Intermediación de la Agencia de Colocación	64
Porcentaje de empresas que han gestionado por primera vez una oferta de empleo con la Agencia de Colocación	22,84%

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 6,53%.

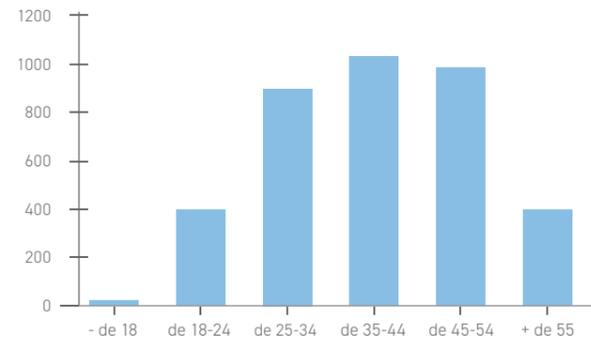
Es importante aclarar que este servicio gratuito de intermediación laboral no tiene la exclusividad en la gestión de las ofertas de trabajo de las empresas, dado que éstas utilizan varias fuentes de reclutamiento de personas candidatas para sus procesos de selección.

La gestión de las oportunidades laborales que

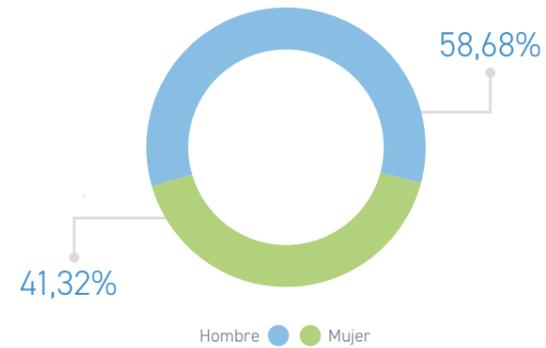
se lleva a cabo desde el servicio de intermediación se fundamenta en eficiencia y eficacia, esto es, se gestionan las ofertas en un plazo de 48 horas salvo otras fechas solicitadas por los clientes empresas así como, únicamente se preseleccionan profesionales que se ajustan al perfil requerido.

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](http://www.empleasantacruz.com).

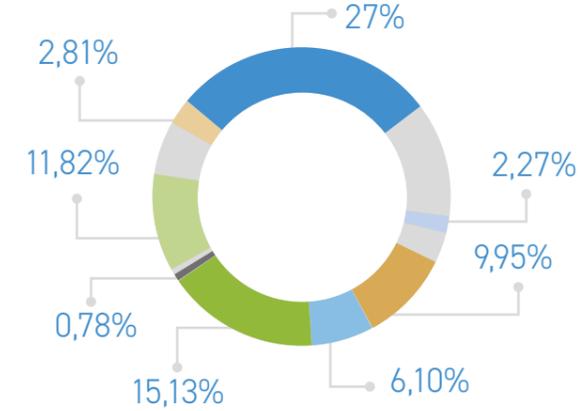
EDADES DE LOS CANDIDATOS



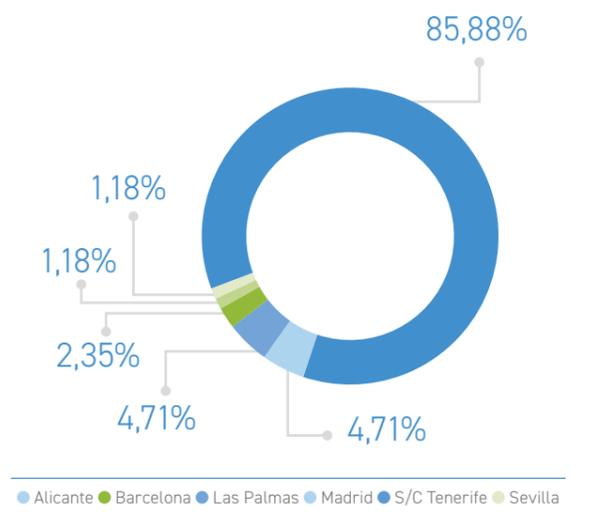
SEXO DE LOS CANDIDATOS/AS



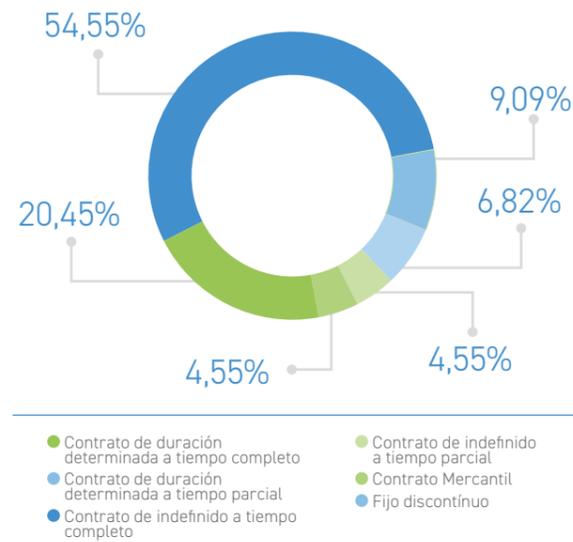
NIVEL ACADÉMICO DE LOS CANDIDATOS



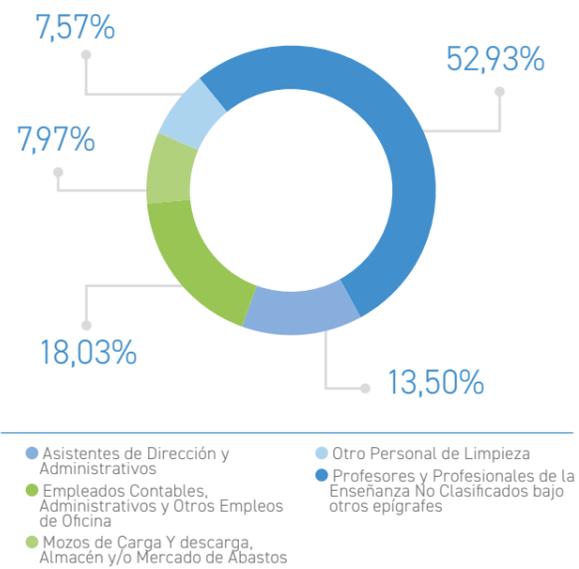
PROVINCIAS DE LAS EMPRESAS



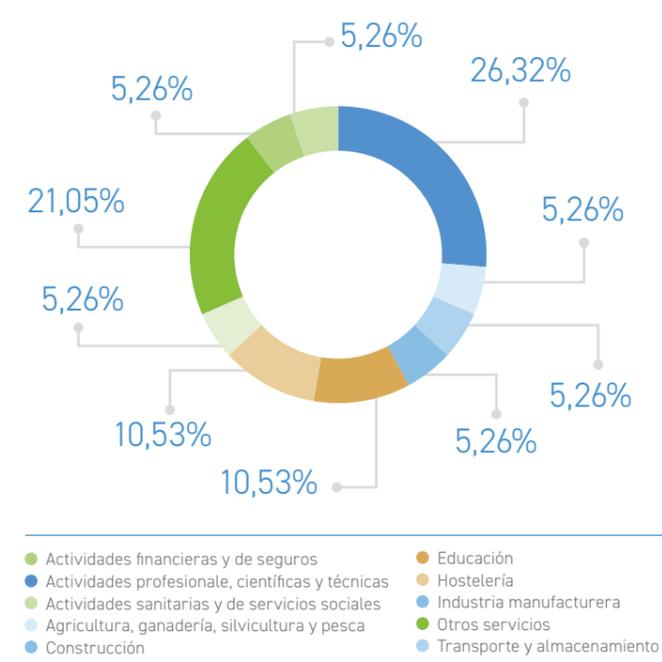
TIPOS DE CONTRATOS REALIZADOS



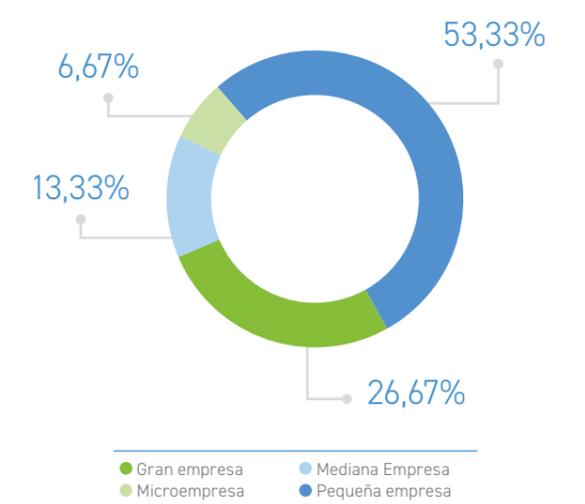
OCUPACIONES



SECTORES DE LAS EMPRESAS



CATEGORÍA DE LAS EMPRESAS





|| Área de Empleo,  
Formación y Emprendimiento

## Orientación 04

## 04 Orientación

**El año 2022 ha sido el año de inicio de la recuperación post Covid-19 y con ello, la recuperación de servicios presenciales a la ciudadanía. El núcleo del trabajo ha dado por tanto un giro hacia la atención presencial, individual y grupal, aunque se han mantenido los servicios on line de forma voluntaria para los/as usuarios/as, y que poco a poco se han convertido en residuales, siendo la demanda de atención presencial evidente y en aumento en la prestación de los servicios.**

### ► Orientación profesional

Recuperada la metodología de Itinerarios Individuales de Inserción Laboral presenciales (en adelante I.I.I.), la atención personal en el nuevo Centro municipal de Formación y Empleo ha sido el eje principal de trabajo en el servicio, prestándose este presencialmente en más del 70%, con episodios puntuales de asesoramiento on line cuando la demanda así se realizó.

### ► Tutorización individual

El servicio de orientación de la Agencia de Colocación ha retomado la normalidad en el nuevo centro municipal en relación a los servicios de atención y orientación laboral habituales.

Durante todo el año 2022 se ha consolidado un sistema híbrido de apoyo y acompaña-

miento a las personas, en un nuevo despacho preparado para dar cabida a ambas fórmulas de atención, presencial y on line, 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 un óptica totalmente flexible, individual, personalizada y adaptada a las necesidades y demandas de las personas, tratando de aportar una respuesta de calidad técnica, humana y profesional.

### ► Cápsulas del conocimiento

El servicio de orientación ha retomado en este año 2022, las sesiones grupales presenciales de formación para la mejora de la empleabilidad; es decir, ha vuelto a ponerse en marcha el Programa anual de Cápsulas del Conocimiento.

El programa de formación tiene 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 ofrecen cada día un contenido diferenciado, impartándose de lunes a viernes 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 la informática básica para el empleo, como elemento formativo central, hasta los más complejos, como marca personal. Señalamos que los contenidos de este año 2022, se han trabajado desde nuevas guías y propuestas formativas en relación al programa pre covid del año 2019 y primeros meses del 2020.

El programa complementa 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 de cara a sus competencias personales, mejorando sus condiciones de empleabilidad de forma positiva. Los contenidos de las cápsulas que se han impartido en 2022 han sido los siguientes:

- Descubre la Informática I
- Descubre la informática II
- Descubre la informática III
- Mi correo@.com
- Móvilízate: tu búsqueda de empleo con el móvil
- Mi currículum

- Cómo y dónde buscar
- ¿Por qué no me llaman? Cómo llegar a la entrevista de trabajo
- Tienes una entrevista; prepárate
- Yo soy mi marca
- Tu foto eres tú
- Las 7 claves de tu nómina y tu contrato
- Tienes experiencia laboral pero no el título: te guiamos para conseguirlo
- ¿Hablamos de FP?

### ► Santa Cruz en línea

Este proyecto, creado en 2020 para dar una respuesta de formación on line con la crisis del Covid-19, se ha mantenido como apoyo en los I.I.I. como complemento de mejora de la empleabilidad a través de formación a distancia, dando continuidad a una plataforma



online de autoformación que permite acceder a contenidos relevantes en materia a la búsqueda activa de empleo y orientación laboral. Dicha formación continúa estando accesible para nuestros usuarios/as y para la ciudadanía en general a través de los webinars.

### ► Webinars informativos

28 talleres de formación on line de 45 minutos de duración cada uno que se grabaron en directo sobre distintos contenidos relacionados con la búsqueda de empleo. Durante el año 2022 se ha seguido utilizando la grabación de los mismos desde la plataforma enlazada a youtube como elemento formativo permanente del servicio. Las temáticas son las siguientes:

- Elabora tu curriculum vitae
- Busca tu trabajo con el móvil
- Inicia tu búsqueda de empleo: recursos y herramientas útiles
- Cómo funciona una selección de personal  
Supera tu entrevista de trabajo
- Diseña tu estrategia de marca personal
- Cómo tener un perfil de éxito en linkedin
- Estrategia de marca personal en facebook
- Fórmate con eficacia: por qué, dónde y cómo
- El portal de empleo de santa cruz paso a paso
- El mercado laboral y la pandemia
- Restauración en tiempos de covid: nuevos requisitos y competencias profesionales
- ¿Dónde están las oportunidades de empleo?
- Afronta tu futuro profesional: retos, objetivos y toma de decisiones
- Desempleo: técnicas para superar la ansiedad y el estrés
- La entrevista online: nuevas vías para darte a conocer

### ► Encuentros Técnicos de orientación laboral: Red Técnica de Empleo de Tenerife

Durante el año 2022 ha sido el año de consolidación a la Red Técnica de Empleo de Tenerife y el plan de reuniones técnicas desde las que hemos abordado temáticas de manera coordinada entre los recursos implicados en la materia, con continuidad y de forma permanente.

Se han realizado seis encuentros técnicos en el año 2022 en los que participaron agentes clave en materia de orientación laboral y empleo de referencia en el territorio; aunque la riqueza en el desarrollo de estas reuniones estuvo en la capacidad de generar respuestas e ideas compartidas. Las reuniones se desarrollaron en las siguientes fechas:

- 21 de abril.
- 10 de mayo.
- 1 de junio.
- 24 de junio.
- 28 de junio.
- 2 de diciembre.

A lo largo de este año, además de las reuniones de la red y el contacto permanente entre técnicas de la misma, se ha llevado a cabo un amplio programa de sesiones de autoformación desde las propias técnicas participantes en la red para la red. Este ha sido uno de los hitos más interesantes para la red, que continúa trabajando dando pasos para mejorar los procesos y protocolos de atención a las personas.

- Derechos laborales de personas VWG
- Tips CV
- Contratación de personas Tarjeta Roja
- LINKTREE
- Acceso a los SSSS municipales de SC
- Novedades tramitación PCI

- Redes Sociales para el empleo
- Brecha digital. Buenas prácticas
- Trámites en la SSSS para personas con discapacidad
- La Entrevista de selección

### ► Encuentro-Foro de profesionales de la orientación 2022

El 28 de junio de 2022 entre las 09.00h. y las 11.30h. (formato online), se realizó el cuarto encuentro tematizado con profesionales de la orientación como de prospección para el empleo.

Este Foro surge a petición de la Red Técnica

de Empleo de Tenerife, en el que se solicitaba formación y/o información sobre ciertas cuestiones de interés desde el mercado laboral, ley de empleo, nuevos procesos de selección, entre otras cuestiones.

Para la convocatoria del evento se realizaron invitaciones en canales concretos y especializados de orientación laboral consiguiendo un total de 380 inscripciones.

El Foro se organizó en dos bloques de contenido; uno centrado en los cambios normativos recientes y futuros (Reforma Laboral, Formación Profesional, Nueva Ley de Empleo, etc.) y otro focalizado en las dinámicas del mercado laboral y los sistemas de reclutamiento y selección de personal.

INDICADORES SERVICIO ASESORAMIENTO LABORAL 2021	Total
Número de sesiones de Asesoramiento Laboral individualizadas con el equipo de Asesores/as Laborales (tutorías iniciales y tutorías de seguimiento presenciales y on line)	191
Número de Cápsulas del Conocimiento	135
Número de alumnado en las Cápsulas del Conocimiento	634
Número de webinars disponibles	22
Número de visualizaciones de los webinars	537
Número de reproducciones del Foro de Orientación	1392

INDICADORES ESPECÍFICOS DE CÁPSULAS DEL CONOCIMIENTO	Nº cápsulas	Hombres	Mujeres	Total
Descubre la informática I	20	22	47	69
Descubre la informática II	20	32	53	85
Descubre la informática III	4	5	10	15
¿Por qué no me llaman?. Cómo llegar a la entrevista de trabajo	3	2	6	8
Cómo y dónde buscar	11	15	47	62
Las 7 claves de tu nómina y tu contrato	11	18	38	56
Mi correo.com	4	0	19	19
Mi currículum	14	28	67	95
Movilízate: tu búsqueda de empleo con el móvil	3	2	2	4
Tienes experiencia laboral pero no el título	3	1	18	19
Tienes una entrevista	17	19	39	58
Tu foto eres tú	12	20	49	69
Yo soy mi marca	13	17	58	75
<b>TOTALES</b>	<b>135</b>	<b>181</b>	<b>453</b>	<b>634</b>



|| Área de Empleo,  
Formación y Emprendimiento

**Emprendimiento** 05

# 05 Emprendimiento

## Asesoramiento empresarial

**Santa Cruz de Tenerife tiene en el emprendimiento y en la consolidación empresarial un pilar fundamental para su desarrollo económico. Es por ello que se hace preciso adecuar y contribuir a la mejora del ecosistema emprendedor de la ciudad, fomentando un ambiente adecuado para la fructificación de los proyectos empresariales, así como los elementos que favorezcan su crecimiento y maduración. La colaboración continua y el apoyo a las pequeñas y medianas empresas, es un mandato básico, ya que son las mismas las que contribuyen, de manera fundamental, a la generación de empleo y riqueza, en nuestro territorio.**

Tras la superación de la Pandemia, que supuso un reto mayúsculo para las empresas y pymes y las personas emprendedoras, el emprendimiento ha recuperado cierta normalidad. En este año, hemos continuado ofreciendo a través de [santacruzgestionacovid.com](http://santacruzgestionacovid.com), información actualizada sobre ayudas, requisitos, trámites... actualizando el motor de ayudas de manera diaria, en función de su publicación.

El servicio de asesoramiento a personas emprendedoras y a empresas, se ha desarrollado ya con plena normalidad, teniendo la opción la persona emprendedora de recibir el mismo de forma presencial y/o a través de las citas por videoconferencia. Se ha perfeccionado el sistema de cita previa a través de [www.empleasantacruz.com](http://www.empleasantacruz.com). En esta anualidad han sido usuarias del servicio 160 personas.

Todas estas personas fueron atendidas de forma personalizada, a lo largo del proceso de

desarrollo de su idea empresarial, resolviendo aquellas dudas que permitieron concretar su proyecto. A través de este acompañamiento, se protocolizó el proceso de análisis previo de su iniciativa, adecuando el itinerario a las aptitudes y actitudes de las personas usuarias, abordando cuestiones relacionadas con la forma de constitución, los trámites, la viabilidad del proyecto...

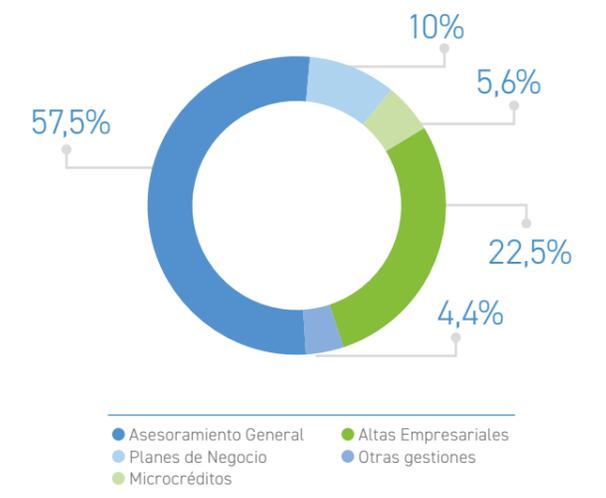
Se realizaron diferentes acciones en función de las necesidades detectadas tales como:

- ▶ Elaboración del plan de empresa que contiene el plan de negocio, donde se describe el proyecto y el plan de viabilidad, donde se analiza la viabilidad económica-financiera de la iniciativa empresarial. (16 planes elaborados en esta anualidad)
- ▶ Microcréditos, facilitando financiación, sin aval, por medio de Microbank (Caixabank),

a través de convenio firmado con esta entidad, guiando en su proceso a las potenciales personas beneficiarias de esta línea de financiación, analizando previamente la viabilidad de la iniciativa, para su posterior tramitación. (9 microcréditos presentados en esta anualidad)

- ▶ Tramitación pago único (SEPE), a través de la misma se permite recibir en un único pago el importe que reste de la prestación por desempleo, para invertir en el negocio que se desee emprender. (7 pagos únicos tramitados)
- ▶ Alta de Autónomos y creación de sociedades a través de nuestro Punto de Atención al Emprendedor (PAE), de manera telemática, pudiendo con esto finalizar el proceso de emprendimiento, desde la idea hasta su materialización con el alta. (36 altas de autónomos)
- ▶ Tramitación de subvenciones. Información y asistencia en la tramitación de las subvenciones del Programa de Promoción del Empleo Autónomo y otras ligadas a la actividad emprendedora.

### DATOS ASESORAMIENTO EMPRESARIAL



De las personas que recibieron asesoramiento, el 57,5% recibió asesoramiento general, el 10,0 % realizaron planes de negocio, un 5,6% solicitaron microcréditos, un 22,5% iniciaron su proyecto empresarial y se dieron de alta a través del PAE y un 4,4% realizaron otras gestiones como trámite de subvenciones.



## Proyecto SMART-ECO

“Territorios inteligentes para la mejora de la competitividad digital de las empresas y emprendedores del Espacio MAC”

### ► El Programa Interreg MAC

La Comisión Europea aprobó el 3 de junio de 2015 el nuevo Programa de Cooperación INTERREG V-A España-Portugal MAC (Madeira-Azores-Canarias) 2014-2020 con un presupuesto de 130 millones de euros (el 85% financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional-FEDER). El 17 de octubre de 2017 la CE aprobó un incremento de la financiación del Programa pasando a contar con un presupuesto total de casi 149 millones de euros (126'5 millones de FEDER).

La estrategia de contribución del programa operativo del Programa MAC 2014-2020, persigue una estrategia de cooperación para contribuir al desarrollo de la estrategia de la Unión para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador y al logro de la cohesión económica, social y territorial.



El Espacio de Cooperación del Programa INTERREG MAC 2014-2020 está formado por:

- Las regiones ultraperiféricas de Madeira, Azores y Canarias.
- Los Terceros países geográficamente próximos que han aceptado participar en el Programa: Cabo Verde, Senegal y Mauritania.

Y los objetivos del programa MAC 2014-2020 que pretende impulsar los siguientes cinco grandes ámbitos u objetivos temáticos son:

-  **Eje 1:** Potenciar la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación.
-  **Eje 2:** Mejorar la competitividad de las empresas.
-  **Eje 3:** Promover la adaptación al cambio climático y la prevención y gestión de riesgos.
-  **Eje 4:** Conservar y proteger el medio ambiente y promover la eficiencia de los recursos.
-  **Eje 5:** Mejorar la capacidad institucional y la eficiencia de la administración pública.

Considerando que se puede beneficiar de las ayudas que ofrece el Programa:

- Las administraciones públicas regionales y locales y entes de derecho público y privado vinculados a las mismas.
- Las Universidades, centros de investigación, institutos tecnológicos y fundaciones.
- Las Cámaras de Comercio, asociaciones empresariales y profesionales y otros organismos socioeconómicos;
- Otras entidades públicas o privadas sin ánimo de lucro con sede y ámbito de actuación en las regiones de Azores, Madeira o Canarias.

El Proyecto SMART- ECO contempla las siguientes actuaciones para alcanzar sus objetivos:

### Eje 2: Mejorar la competitividad de las empresas:

- La promoción de la cooperación empresarial para el desarrollo e implementación de modelos empresariales para pymes del espacio de cooperación.
- Los servicios de apoyo legal, tecnológico, comercial y científico para la innovación y la internacionalización empresarial.

### ► El Proyecto SMART-ECO

La economía digital es la actividad económica que resulta de miles de millones de conexiones en línea diarias entre personas, empresas, dispositivos, datos y procesos. Es un ecosistema de 2,5 trillones de euros (22,5% de la economía mundial) que presenta un enorme potencial para el crecimiento inteligente, sostenible e integrador de la UE. Sin embargo, en cuanto a competitividad digital se refiere, el 85% de las empresas europeas no venden en línea, 64% no utilizan las redes sociales, 75% no hace publicidad en línea, 93% no venden a otros países de la UE y el 37% de los trabajadores europeos tienen habilidades digitales insuficientes. En este entorno, “ las ciudades deben ser lanzaderas digitales y tener un

papel estratégico en la transformación inteligente de sus territorios” (UE, Growth, 2016). Los socios del proyecto pueden aprovechar este proyecto europeo para desarrollar un ecosistema digital local y acompañar al tejido empresarial en sus procesos de transformación tecnológica, especialmente en la situación actual generada por el COVID19, de forma que los trabajadores, desempleados, empresas, asociaciones puedan sacar provecho de la economía digital: desarrollo de acciones para la modernización de las TICs, fomento del e-commerce, etc.

El proyecto SMART-ECO consiste en crear una plataforma de ciudades inteligentes para la mejora de la competitividad digital de las empresas, las microempresas, los autónomos y los emprendedores. Esta transformación digital de la economía local redundará en una mayor capacidad de las empresas para crecer en los mercados regionales, nacionales e internacionales y contribuirá a la diversificación económica del Espacio MAC. El proyecto se estructura en torno a tres bloques de trabajo:

1. Creación de un marco de colaboración para la generación de un ecosistema digital local.
2. Innovación tecnológica en el tejido productivo local (“digital adopters”).
3. Impulso a los “nativos digitales” y las start-up.

#### OG - Mejora de la competitividad digital

<b>OE1 - Estrategia y cooperación</b>	Seminarios de Cooperación	Creación y dinamización GTL	Diagnóstico de Economía Digital Local	Estrategia Digital local y dashboard	Foros locales
<b>OE2 - transformación digital de la pyme</b>	Programa transformación digital empresas	Programa de internacionalización, eCommerce	App Smart-Eco y contenidos	Eventos tecnológicos locales	Redes sociales Smart-Eco
<b>OE3 - Talento digital y start-up</b>	Programa emprendedores tecnológicos	Incubadoras y open spaces para start up	Datos abiertos portales y conjuntos datos	Talento digital	Nómadas digitales
<b>Gestión y Coordinación</b>			<b>Comunicación</b>		

## Socios del proyecto

Los territorios que forman parte del proyecto SMART-ECO son:

1. Islas Canarias, concretamente los municipios de Adeje, Candelaria y Santa Cruz de Tenerife (Tenerife) y San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria)
2. Madeira
3. Azores, concretamente Isla Terceira e Isla de Pico
4. Cabo Verde, concretamente el municipio de Praia (Isla de Santiago)
5. Senegal, concretamente Dakar
6. Mauritania, concretamente el municipio de Nouakchott

Los Beneficiarios FEDER del proyecto son:

- **Canarias:** Ayuntamiento de Adeje, Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana, Ayuntamiento de Candelaria, Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife y Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife.
- **Madeira:** Instituto de Desarrollo Empresarial de Madeira (IDE IP RAM) y Asociación Comercial e Industrial de Funchal (ACIF).
- **Azores:** Parque de Ciencia y Tecnología de Isla Terceira (TERRINOV) y Asociación Comercial e Industrial de Isla de Pico (ACIP).

El Ayuntamiento de Adeje es Jefe de fila del proyecto SMART-ECO. Es el principal representante del proyecto. Garantiza el cumplimiento de la ejecución técnica y financiera, y asegura la coordinación y comunicación entre los socios. Además, es el responsable de la organización de las misiones.

## Socios africanos

Los Socios de Tercer País del proyecto son:

- **Cabo Verde:** Instituto de Apoyo y Promoción Empresarial de Cabo Verde (PROEMPRESA), Incubadora BIC ITIC y Núcleo Operacional da Sociedade de Informação (NOSI).
- **Senegal:** Parque de Tecnologías Digitales de Diamniadio del Ministerio de Economía Digital de Senegal (PTN), Agencia Informática del Estado de Senegal (ADIE) y Oficina de Organización y Métodos del Gobierno de Senegal (BOM).
- **Mauritania:** Camara de Comercio, de Industria y Agricultura del Gobierno de Mauritania (CCIAM).



## Acciones realizadas por la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife en el marco del Proyecto SMART-ECO en 2022

### ► Programa Smart-eco de apoyo a I-emprendedores de Santa Cruz de Tenerife

Finalización Programa Smart-eco de apoyo a I-Emprendedores de Santa Cruz de Tenerife desarrollado por la Sociedad de Desarrollo en el marco del proyecto europeo Smart-eco.

Durante la primera parte de este año 2022, se desarrollaron las siguientes actividades dentro de este programa:

- **Formación práctica de 80 horas:** diciembre 2021 – febrero 2022
- **Formación presencial de 40 horas** siguiendo la metodología de la OIT (Organización internacional del trabajo) de las Naciones Unidas “Inicie su Negocio – ISUN”
- **Formación on-line “Crea tu business plan en 15 pasos”**

**Objetivo del programa:** Desarrolla tu idea de negocio

1. ¿En qué rol profesional estoy más cómodo?
2. ¿Cuáles son mis motivaciones y miedos?
3. ¿Qué habilidades emprendedoras tengo?
4. ¿Qué hábitos tengo para emprender?
5. ¿Qué es una buena idea de negocio?
6. Analiza tu idea de negocio
7. Conoce a tus clientes
8. Conoce a tus competidores
9. Define tu estrategia competitiva
10. Elabora tu Plan de Marketing las 5 P: Producto/Servicio, Precio, Plaza, Promoción, Personas

11. Elige la forma legal de tu negocio
12. Calcula tus costes
13. Planifica tus ingresos
14. Elabora tu plan financiero y tu cash Flow
15. Define tu capital inicial y fuentes de financiación

► <http://www.smarteco.epceuropa.es/>

A lo largo del primer semestre de 2022, las personas participantes seleccionadas, recibieron sesiones de coaching empresarial personalizadas, para ayudar en la maduración de su proyecto empresarial.

1 / EL DÍA 24 DE FEBRERO, SE CELEBRÓ LA CEREMONIA DE ENTREGA DE DIPLOMAS A LOS PARTICIPANTES DE ESTA FORMACIÓN.



①

### ► IV Misión Transnacional SMART-ECO

22, 23, 24 de marzo de 2022 |  
Azores (Ihla Terceira e Ihla do Pico)

En el marco de esta Misión, se llevaron a cabo, los siguientes hitos dentro del proyecto:

- “Digitalización e innovación en las micro y pequeñas empresas” IV Seminario Transnacional
- IV Workshop Técnico de Trabajo
- IV Comité de Seguimiento y Visitas Institucionales
- La Digitalización en Azores – una oportunidad para las empresas de Ihla do Pico IV Seminario Transnacional (parte 2)
- Visitas institucionales II



### ► V Misión Transnacional SMART-ECO

28 y 29 de septiembre de 2022 |  
Praia (Cabo Verde)

En esta Misión, se desarrollaron a cabo, las siguientes acciones dentro del proyecto:

- V Seminario Transnacional SMART-ECO
- V Workshop Técnico del Proyecto SMART-ECO
- V Comité de Seguimiento del Proyecto SMART-ECO
- Visitas institucionales V Misión Proyecto SMART-ECO

## Grupo de Trabajo Local (GTL)

La Sociedad de desarrollo, junto con el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, ha creado un grupo de trabajo local, cuya finalidad es recoger las necesidades locales en materia de economía digital. Se ha creado un grupo “CORE”, formado por personal de la Sociedad de Desarrollo y del Ayuntamiento; y luego se han organizado talleres temáticos online, invitando a distintos agentes públicos y privados, para definir Estrategia para el Impulso de la Economía Digital Local de Santa Cruz de Tenerife 2023-2025.

Durante el presente año 2022 se han realizado las siguientes acciones al respecto:

### Taller “Sector TICC” (II reunión del grupo de trabajo local de santa cruz de tenerife)

Fecha: 08 de febrero de 2022

Hora: 09:00– 10:30

- Bienvenida y presentación de asistentes
- Presentación del proyecto SMART-ECO
- ¿Por qué estamos hoy aquí?
- ¿Por qué realizamos una Estrategia de Impulso a la Economía Digital?
- Debate

Participantes:

- Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife
- Asociación de Jóvenes Empresarios de Tenerife
- Libelium – Representación AMETIC
- Clúster Canarias Excelencia Tecnológica
- Parque científico tecnológico INTECH
- Última informática
- ATOS
- Dakhar Studio
- Encamina
- LeanMind
- Fresh Commerce
- Open Canarias
- Syswer Informática
- Saentech Canarias
- Evosoft Social
- Binary Systems

## Taller “Transformación Digital de la Empresa”

(III reunión del grupo de trabajo local de Santa Cruz de Tenerife)

**Fecha:** 10 de febrero de 2022

**Hora:** 09:00– 10:30

- Bienvenida y presentación de asistentes
- Presentación del proyecto SMART-ECO
- ¿Por qué estamos hoy aquí?
- ¿Por qué realizamos una Estrategia de Impulso a la Economía Digital?
- Debate

Participantes:

- Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife
- Red CIDE
- CEOE Tenerife
- Asociación Zona Centro
- ALAGAYPME
- FAUCA
- FEDECO
- Mercado Nuestra Señora de África
- FEMETE
- Pastelería Díaz
- De Lolas
- La Casita Café
- Edosoft
- Europea Formación y Consultoría

## Taller “Formación, Personas y Emprendimiento”

(IV Reunión del grupo de trabajo local de Santa Cruz de Tenerife)

**Fecha:** 15 de febrero de 2022

**Hora:** 09:00– 10:30

- Bienvenida y presentación de asistentes
- Presentación del proyecto SMART-ECO
- ¿Por qué estamos hoy aquí?
- ¿Por qué realizamos una Estrategia de Impulso a la Economía Digital?
- Debate

Participantes:

- Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife
- Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife - Área social
- Universidad Europea de Canarias
- Fundación Universitaria de La Laguna
- Cátedra Jóvenes Emprendedores ULL
- Eurocampus
- Universidad del Atlántico Medio
- CEIPF César Manrique
- Instituto Canario de Empresa
- Grupo Shiné
- CESUR
- Factoría de Innovación
- FIFEDE
- Cámara de Comercio de SCTFE
- Servicios centrales del Servicio Canario de Empleo en Tenerife
- Parque científico tecnológico INTECH
- Europea Formación y Consultoría

## Taller “Infraestructuras para el Desarrollo Empresarial”

(V Reunión del grupo de trabajo local de Santa Cruz de Tenerife)

**Fecha:** 17 de febrero de 2022

**Hora:** 09:00– 10:30

- Bienvenida y presentación de asistentes
- Presentación del proyecto SMART-ECO
- ¿Por qué estamos hoy aquí?
- ¿Por qué realizamos una Estrategia de Impulso a la Economía Digital?
- Debate

Participantes:

- Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife
- ACEC
- TF CoworkIN
- Coworking Anaga
- Coworking Arca de Babel
- Coworking Nomad
- Kernel
- Cooperativa Mercado Nuestra Señora de África
- Olimpo Boxes Cámara de Comercio
- Why Tenerife - Programa de Captación de Inversiones del Cabildo de Tenerife
- Escuela Nómada Digital

## Taller Específico “Servicios Públicos Digitales”

(VI Reunión del grupo de trabajo local de Santa Cruz de Tenerife)

**Fecha:** 22 de febrero de 2022

**Hora:** 09:00 – 10:00)

- 11:00 – 11:05 h. Bienvenida y presentación de asistentes
- 11:05 – 11:15 h. Presentación del proyecto SMART-ECO
- 11:15 – 11:30 h. ¿Por qué estamos hoy aquí?
- 11:30 – 11:45 h. ¿Por qué realizamos una Estrategia de Impulso a la Economía Digital?
- 11:45 – 12:30 h. Debate

## Taller para la Elaboración de la Estrategia de Impulso a la Economía Digital Local

**Fecha:** 26 de abril de 2022

**Hora:** 09.00 H. – 12:30 H.

**Lugar:** Sala de juntas del Edificio Weyler

En este taller se terminaron de perfilar las líneas de acción concretas a desarrollar en los ejes de la Estrategia en función de los distintos talleres desarrollados.

**Eje 1:** Sector TICC

**Eje 2:** Transformación Digital de La Empresa

**Eje 3:** Personas, Formación y Emprendimiento

**Eje 4:** Infraestructuras para el Desarrollo Empresarial

**Eje 5:** Conectividad y Servicios Públicos Digitales



1



3



2

1-2 / TALLER "FORMACIÓN, PERSONAS Y EMPRENDIMIENTO"

3 / TALLER PARA LA ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE IMPULSO A LA ECONOMÍA DIGITAL LOCAL

## Foro de presentación de la Estrategia para el Impulso de la Economía Digital Local de Santa Cruz de Tenerife 2023 - 2025

29 de junio de 2022 | On-line

El mundo digital debe ser un factor clave y estratégico del modelo de crecimiento económico de cualquier territorio. La economía digital es una nueva economía que brinda increíbles oportunidades para las personas (nuevas profesiones), las personas emprendedoras (nichos de emprendimiento) y las empresas (eMarketing, comercio electrónico, internacionalización).

Santa Cruz de Tenerife cuenta con un amplio tejido de empresas y profesionales TICC, que constituyen un interesante punto de apoyo. Algunas de estas empresas tienen potencial internacional, son "born global".

### Diseño participativo:

La Estrategia para el Impulso de la Economía Digital Local de Santa Cruz de Tenerife 2023-2025 es una hoja de ruta para potenciar la economía digital en el municipio. Es una estrategia centrada en la Smart Economy: Economía Inteligente, desarrollo de una economía basada en el conocimiento, la digitalización y la innovación.

La formulación de la Estrategia se ha desarrollado siguiendo un proceso participativo. En su redacción, han intervenido no solamente los representantes de la administración municipal, sino también diferentes agentes, como ya hemos descrito anteriormente, que conforman el sistema digital y empresarial del municipio, los cuales han aportado sus opiniones y sugerencias a través de una pluralidad de acciones de participación que se han desarrollado a lo largo del proceso.

**1. Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife:** Área de Gerencia; Área de Empleo, Formación y Emprendimiento; Área de Turismo y Comercio; Área de Turismo y Comercio; Área de Financiación; Observatorio Socioeconómico Local; Área de Inserción Laboral; Área de Comunicación, Innovación y Marketing; Área de Formación.

**2. Grupo de Gobierno Local.** Se ha involucrado al Área de Innovación Tecnológica del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.

**3. Partes interesadas.** Se ha realizado un trabajo para invitar ampliamente a distintos actores, para participar en la elaboración de la Estrategia. Se invitó a 25 agentes. La Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife organizó 5 talleres temáticos (o reuniones del Grupo de Trabajo Local), involucrando al Grupo de Trabajo Local núcleo (o core) y a diversos agentes externos. Cada uno de estos talleres tuvo una temática específica:

**Sector TICC:** ATOS Canarias, Fresh Commerce Solutions, AJE Tenerife, Área de Ingeniería Telemática de la Universidad de La Laguna, Libellium, Saentech Canarias, Clúster Canarias Excelencia Tecnológica, Parque Científico y Tecnológico de Tenerife

**Transformación digital de la Empresa:** Mercado Nuestra Señora de África, Asociación Zona Centro, AJE Tenerife, FEMETE, ASINTE, Integra Canarias, CEOE Tenerife, Pastelería Díaz, FAUCA, Europea Formación y Consultoría.

**Formación, Personas y Emprendimiento:** Cátedra Jóvenes Emprendedores de la Universidad de La Laguna, Eurocampus, CEIPF César Manrique, CESUR, Factoría de Innovación, Parque Científico y Tecnológico de Tenerife, Programa de Empleo Juvenil de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife, Europea Formación y Consultoría, Asociación Canaria de Espacios Colaborativos.

### Infraestructuras para el desarrollo empresarial:

Asociación Canaria de Espacios Colaborativos, Coworking Arca de Babel, Coworking Nomad, Espacio Kernel, Mercado Nuestra Señora de África, Servicio PAE de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife.

### Conectividad y servicios públicos digitales:

participaron únicamente personal del Ayuntamiento y la Sociedad de Desarrollo.

### Plan de acción

El objetivo de la Estrategia para el Impulso de la Economía Digital Local de Santa Cruz de Tenerife 2023-2025 es **impulsar la economía digital en el municipio**. Para alcanzar este objetivo, la Estrategia se sustenta en 6 Ejes Estratégicos:

EJE 1. Sector TICC

EJE 2. Transformación Digital de la Empresa

EJE 3. Formación, Personas y Emprendimiento

EJE 4. Infraestructuras para el Desarrollo Empresarial

EJE 5. Conectividad y Servicios Públicos Digitales

EJE 6. Comunicación, Gestión y Financiación

## Programa Santa Cruz Digital

La Sociedad de Desarrollo ha realizado el Programa Santa Cruz Digital que se desarrolló en Santa Cruz de Tenerife a lo largo del primer semestre del año y en el que participaron un total de 67 empresas en los distintos programas:

- ▶ Programa de asesoramiento en digitalización.
- ▶ Programa de internacionalización y e-commerce.
- ▶ Programa de asesores digitales para redes sociales.

Las empresas participantes en el programa Santa Cruz Digital han podido incorporar **herramientas digitales** que faciliten sus procesos empresariales, **mejorar sus publicaciones y aumentar seguidores en redes sociales, y aprender a vender a otros países por Internet**, paso a paso. Estos nuevos conocimientos, han contribuido al proceso de consolidación de las mismas y por añadidura ha permitido que el tejido empresarial de Santa Cruz de Tenerife, objeto de esta acción, esté más capacitado a la hora de enfrentar posibles situaciones presentes y futuras, gracias al esfuerzo de los profesionales involucrados.

## Programa SMART-ECO de apoyo a i-Emprendedores de Senegal

### “Inicia tu negocio”

Tras la selección de participantes y desde el 1 de junio se desarrolló una sesión on-line introductoria y se inició la formación de 80 horas online durante el mes de junio, siguiendo el esquema desarrollado para la misma actividad en Santa Cruz de Tenerife.

La Sociedad de Desarrollo ha realizado la financiación parcial de esta actividad en Senegal, como así estipula en su desarrollo el proyecto Smart-eco, como actuación de cooperación transnacional. Destacar que está acción a diferencia de nosotros a supuesto una acción de País para todo Senegal y que los participantes han sido de toda la nación.

## Estrategia para el desarrollo de un ecosistema de innovación para startups en Cabo Verde

El objetivo de la Estrategia para el desarrollo de un ecosistema de innovación para startups en Cabo Verde es: desarrollar el ecosistema de innovación para promover el emprendimiento y el nacimiento de startups en Cabo Verde. Para alcanzar este objetivo, la Estrategia se sustenta en 3 Ejes Estratégicos:

EJE 1. Emprendimiento

EJE 2. Startups

EJE 3. Financiación, Gestión y Comunicación

La Sociedad de Desarrollo, al igual que la actuación anterior, ha realizado la financiación parcial de esta actividad en Senegal, como así estipula en su desarrollo el proyecto Smart-eco, como actuación de cooperación transnacional.

### Congreso Santa Cruz Ciudad Emprendedora y Digital Centro Municipal de Formación y Empleo Santa Cruz de Tenerife

21 de septiembre de 2022

A lo largo del desarrollo de este congreso se realizan las siguientes acciones:

- ▶ **Presentación** de la estrategia para el impulso de la economía digital local de Santa Cruz de Tenerife 2023 – 2025
- ▶ **Ponencia:** “Emprendimiento Innovador: Innovación, Estrategia y Emprendimiento” José Fortes, Fundador y CEO de Laureon
- ▶ **Ponencia:** “Instrumentos de financiación para Startups”, Javier Garabal, Senior Fund Manager de Archipiélago Next
- ▶ **Ponencia:** “Posicionamiento, Redes sociales y mail marketing”, Alejandro Rodríguez, Director de Creación Web Tenerife
- ▶ **Presentación** de los resultados del Programa Smart-eco de apoyo a I-emprendedores y del programa Santa Cruz Digital, Paula Espino, Project Manager de EPC
- ▶ **Elevator Pich:** Presentación de proyectos y empresas innovadoras

- Juan Carlos Bravo, i-emprendedor de Santa Cruz de Tenerife. Proyecto Dogsite.
- Leonardo Ciardella, i-emprendedor de Santa Cruz de Tenerife. Proyecto e-Mobility.
- Raquel Rodríguez, empresa AsterArk
- Sebastián García, i-emprendedor de Santa Cruz de Tenerife. Proyecto MenuPRO!

### Acciones de Sensibilización hacia el emprendimiento

Colaboración con Mentor Financia (Mentor Day)

Aprovechar todas las fuentes de financiación existentes y activas para lanzar tu empresa con todas las Ayudas, subvenciones, préstamos (bonificados, participativos, sin aval...), micropréstamos, garantías (avales), deducciones fiscales (a la inversión, I+D+i), factoring, leasing, renting, bonificaciones, capital privado, premios, asesoramiento gratuito (pro-bono), servicios gratuitos...

<https://mentorday.es/mentor-financia/>  
+ de 60 entidades

### Edición 8 de septiembre 2022



Presentación Servicios Emprendimiento Sociedad de Desarrollo alumnos PFAE Zootecnia de la Fundación Neotrópico

Información sobre servicios de la entidad para usuarios potenciales: Creación empresas, subvenciones, financiación, planes de empresa, microcréditos...

Sociedad Desarrollo

17 de noviembre de 2022



Colaboración con FACOCIP en la realización del evento BLUE UP “V Edición”

Iniciativa innovadora para jóvenes emprendedores que explora la situación y el nivel de emprendimiento en torno a la Economía Azul desde distintas perspectivas en un formato único, dinámico, educativo y divertido. El evento se desarrolló entre los meses de abril y mayo de 2022 y específicamente en Tenerife en la Jornada del 1 de mayo.

- 1 / CONGRESO SANTA CRUZ CIUDAD EMPRENDEDORA Y DIGITAL
- 2 / ALUMNOS PFAE ZOOTEKNIA



### Centro de empresas

En este ejercicio se ha ido liberando espacios de alojamiento con vistas a la próxima rehabilitación del edificio.

El servicio cuenta con 3 entidades alojadas y 13 domiciliadas, que usan asiduamente nuestras instalaciones

#### INDICADORES DEL SERVICIO DE EMPRENDIMIENTO

Servicios	Total
Personas Asesoradas	160

Servicios	Total
Planes de Negocio	16
Microcréditos	9
Altas PF	36
Altas SL	0
Pagos Únicos	7
Asesoramiento general	92

#### Centro de empresas

Empresas alojadas	3
Empresas domiciliadas	13

<b>Acciones de sensibilización</b>	<b>3</b>
------------------------------------	----------



||| Área de Comercio,  
Eventos y Turismo

**Turismo** 06

## 06 Turismo

**El actual contexto de desarrollo del sector turístico de Santa Cruz viene determinado por la recuperación tras el periodo de crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19. El turismo ha sido una de las industrias más golpeadas a nivel mundial por la pandemia y ha tenido que afrontar nuevos desafíos basados fundamentalmente en la digitalización, la sostenibilidad, la calidad y la planificación para un futuro resiliente.**

El balance de la situación turística del municipio, presenta una mejoría considerable respecto al 2021, doblando al número de turistas respecto al periodo anterior y acercándose mucho al periodo pre-pandemia. 2,3 millones de personas han visitado o se han alojado en el municipio, con un gasto directo estimado de 102 millones de euros.

A medida que ha ido avanzando el año, se ha ido observando la aceleración de la actividad turística, hasta presentar en el último trimestre del 2022, un crecimiento del 1,8% de la llegada de turistas a Santa Cruz, por encima del año 2019.

Esto se debe fundamentalmente a las eliminaciones de las restricciones a la movilidad (imposiciones debido al COVID), que al igual que en otros sectores ha supuesto el retorno de la actividad económica de los niveles previos a la pandemia. En este caso, el turismo ha sido la actividad que ha tenido más obstáculos para recuperar la normalidad y por lo

tanto, más tardíamente, aunque todo parece indicar que no solamente volverá al escenario del 2019, sino que seguirá creciendo sostenidamente durante el 2023.

Santa Cruz de Tenerife es un destino urbano cultural 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 clima, el Carnaval 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. De hecho, 238 316 turistas pernoctaron en el municipio en 2022, lo que supone un 40,48% más respecto a 2021 y un 3,84% más respecto a 2019.

Este perfil de turista, el alojado en establecimientos hoteleros de Santa Cruz, se caracteriza principalmente por ser de procedencia

española (80,77%) y su estancia media es de 2 días. No obstante, la presencia de otros destinos está siendo cada vez más significativa, ya que en el 2009, 2 de cada 10 de las personas alojadas en los hoteles de la ciudad eran extranjeras frente a este 2022, donde se ha incrementado hasta los 4 de cada 10. Por nacionalidades, son las personas provenientes de Alemania, Reino Unido y Francia, después de la española, quienes más se alojan en Santa Cruz, con una estancia media algo superior (3 días).

Si bien el resto de la isla de Tenerife se caracteriza por recibir un turismo cuya principal motivación es el disfrute del atributo de “sol y playa”, Santa Cruz ofrece vacaciones en un entorno urbano “city break” y la comodidad de poder disfrutar de otras zonas de la Isla alojándose en el municipio.

En este sentido, es el excursionista el principal turista que visita el kilómetro cero de Tenerife. De hecho, 1 651 317 personas alojadas en establecimientos turísticos del norte y sur de Tenerife disfrutaron de la ciudad en 2022. Además de por su capitalidad, Santa Cruz de Tenerife es conocida por su Carnaval, decla-

rado Fiesta de Interés Turístico Internacional desde 1980 y por su singular arquitectura, como el Auditorio de Tenerife, obra del arquitecto Santiago Calatrava.

El Puerto de Santa Cruz de Tenerife, de mayor extensión de toda Canarias, es tanto puerto comercial como de pasajeros y es también puerto base de importantes cruceros internacionales. En 2022, visitaron la ciudad 395 569 cruceristas, siendo el tercer perfil turístico de importancia para Santa Cruz.

A pesar de la incertidumbre ocasionada por la alta inflación persistente, la situación geopolítica actual y las nuevas variantes del COVID en China, el sector turístico de Santa Cruz de Tenerife ha ido recuperándose. Sin embargo, ha sido preciso incorporar nuevos elementos como: la digitalización, la sostenibilidad o la calidad en las actuaciones turísticas desarrolladas en 2022, que se engloban en:

- ▶ Desarrollo turístico y gobernanza.
- ▶ Marketing, comunicación y publicaciones.
- ▶ Servicios y productos turísticos.



## ► Desarrollo Turístico y Gobernanza

El año 2022 ha sido fundamental para realizar el proceso de planificación estratégica del turismo de Santa Cruz de Tenerife para el horizonte 2023-2027. Este importante hito ha fijado la hoja de ruta a seguir en los próximos años para la consolidación de las actuaciones que venían desarrollándose y por otro lado, permitirá el desarrollo de nuevas iniciativas para “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 diferencial adaptada a las necesidades de las empresas y los visitantes de forma cercana y personalizada”.

El plan estratégico ha contado con una alta participación del sector turístico del municipio, a través de la realización de una jornada técnica y mesas de trabajo. Otras actuaciones importantes llevadas a cabo en el marco del desarrollo turístico, han sido la mejora continua de la calidad a través del Sistema de Calidad Turística en Destino, la obtención del distintivo de Santa Cruz de Tenerife Destino Turístico Inteligente o la sostenibilidad turística.

## ► Plan estratégico de turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027

Durante buena parte del año 2022 se realizó y finalizó el proceso de elaboración del plan estratégico, realizándose el Diagnóstico de Santa Cruz de Tenerife como destino turístico y planteando la estrategia a seguir en el desarrollo del destino turístico en los próximos años.

Como resultado del proceso, se ha obtenido un documento de planificación, para el periodo 2023 - 2027, donde se han establecido 6 líneas estratégicas y 27 programas.

Igualmente, se trata de un plan orientado a su ejecución operativa, que cuenta con un plan de acción bianual, para el periodo 2023-2024 donde se han priorizado las acciones en base a criterios como el retorno de la inversión, la eficiencia, la importancia para el destino, el potencial crecimiento del segmento o el impacto del resultado a obtener, el alineamiento con otros proyectos o planes, el estado de ejecución de la acción y si ésta ha sido financiada.

## ► Participación de los agentes turísticos en la planificación estratégica turística del municipio

El proceso de elaboración del plan estratégico de Santa Cruz llevó aparejado un alto nivel de participación de los distintos agentes públicos y privados del sector.

Para su elaboración, se realizó una Jornada técnica y, previo a la misma se llevaron a cabo 11 mesas de trabajo, organizadas online, del 19 al 31 de mayo de 2022, con los agentes del sector y clasificadas por temáticas de interés para el destino turístico: (1) Cruceros, (2) Compras, comercio y gastronomía, (3) Turismo activo, (4) Turismo de negocio, (5) Destino inteligente, (6) Competitividad turística, (7) Cultura y patrimonio histórico, (8) Marketing turístico, (9) Sostenibilidad, (10) Movilidad y conectividad y (11) Empleo, formación y emprendimiento.

Posteriormente, se celebró la Jornada Técnica de Turismo para la participación del Plan estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027. En esta Jornada se desarrollaron 11 mesas de trabajo donde se recogieron aportaciones, mejoras y propuestas de más de 130 expertos en turismo, representantes de distintas áreas de instituciones y del propio Ayuntamiento. Paralelamente, se realizaron 30 entrevistas individuales, entre ellas, a las diferentes formaciones políticas.

Para finalizar, se trasladó el plan a los responsables de diferentes áreas del Ayuntamiento, y se mantuvieron reuniones individualizadas, de carácter técnico, con cada una de ellas para la validación y mejora de los programas y acciones a desarrollar.

El proceso de elaboración, con este alto carácter participativo, ha integrado todas las aportaciones y mejoras realizadas a dicho plan.

## ► Jornada Técnica de Turismo de Santa Cruz de Tenerife

El miércoles 6 de julio de 2022, el Ayuntamiento de Santa Cruz a través de la Sociedad de Desarrollo, desarrolló la Jornada de Turismo que contó con la presencia de **más de 100 expertos** del sector, dentro del Plan de participación diseñado para la elaboración del Plan Estratégico de Turismo del municipio.

Durante la jornada se presentaron los 6 ejes sobre los que se estructurará el Plan, entre los que se encuentran: *La Excelencia Turística (calidad, innovación y tecnología)*, *Competitivi-*

*dad Turística (modernización, profesionalización y digitalización del sector)*, *Producto y marca del destino*, *Gobernanza*, *Inteligencia Turística* y *Sostenibilidad turística*.

La Jornada se celebró en las instalaciones del Iberostar Grand Hotel Mencey, donde se llevaron a cabo **10 mesas de trabajo** con todos los asistentes, de las que se obtuvieron como resultado **105 propuestas de acciones**. De ellas, destacaron acciones en materia de formación y capacitación, inteligencia turística, emprendimiento, digitalización del sector, oferta turística y comercio, mejora competitiva del destino, acciones para la mejora de la gobernanza, la gestión del dato, así como otras en el ámbito de la movilidad y la sostenibilidad. Estas aportaciones de los participantes integrarán la estrategia que ha planteado el modelo turístico y mejorará el posicionamiento de la capital en el periodo 2023-2027.

Para concluir la jornada, se presentaron los resultados de las mesas de trabajo, seleccionando las 3 acciones más destacadas por cada uno de los ejes estratégicos. A su vez, se llevó a cabo una degustación gastronómica de algunos restaurantes miembros del Club Degusta Santa Cruz.



1-2 / MESAS DE TRABAJO Y PRESENTACIÓN JORNADAS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE.

## ► Sistema de Calidad Turística en Destino

Santa Cruz de Tenerife es un destino que trabaja en la mejora continua a través del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED), un programa de la Secretaría de Estado de Turismo, extendido por todo el territorio nacional, que **facilita la gestión integral y permanente de la calidad en un destino turístico**, con el objetivo general de lograr un nivel de calidad homogéneo en los servicios ofrecidos al turista dentro de ese destino.

En esta línea, en el año 2022, el destino de Santa Cruz, cuyo ente gestor es la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, trabaja de la mano de los servicios turísticos, hoteles, museos y espacios de interés turístico para que trabajen la calidad, que repercute finalmente en un destino turístico más competitivo.

En la actualidad, **57 recursos turísticos estratégicos de la ciudad se encuentran distinguidos con el sello de “Compromiso con la calidad turística”**, concentrando gran parte de la oferta turística del municipio, tal y como se puede observar en <https://www.elcorazonde-tenerife.com/distinguidos-sicted/>

El SICTED, igualmente, es un elemento central para la gobernanza del destino, ya que a través de la **Mesa de Turismo de Santa Cruz de Tenerife** hace partícipes a los distintos agentes del público y privados del sector, además de proponer las empresas que optan a obtener el distintivo de calidad.

Fruto del buen trabajo realizado durante 2022, el destino de Santa Cruz de Tenerife ha sido galardonado, en la XIII edición de los Premios SICTED,



con el **primer premio al Mejor Proyecto de Mejora de Destino SICTED**, por el “Análisis previo sobre la promoción y el marketing turístico en el destino de Santa Cruz de Tenerife” realizado en el marco del “Grupo de Mejora de Promoción y Marketing turístico de Santa Cruz de Tenerife”.

## ► Red de Destinos Turísticos Inteligentes

El destino turístico se encuentra en el proceso de conversión en Destino turístico inteligente (DTI), para lo que ha trabajado bajo la metodología de la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A (SEGITTUR).

Durante el año 2022, se ha elaborado el informe de diagnóstico y el plan de acción para la mejora como DTI trabajando desde un enfoque transversal en todo el Ayuntamiento y la Sociedad de Desarrollo, apoyado en cinco ejes: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.

Con este diagnóstico y plan de acción, Santa Cruz de Tenerife ha obtenido del distintivo que reconoce el destino como DTI, obteniendo una valoración global del 48,8%, desglosado según los ejes en:

- Gobernanza 42,7%
- Innovación 33,0%
- Tecnología 41,1%
- Sostenibilidad 54,3%
- Accesibilidad 58,6%

Esto supone dar un paso hacia adelante para formar parte del grupo de destinos a la vanguardia del desarrollo turístico desde el enfoque de la citada metodología DTI. Una estrategia de futuro con la Gobernanza integral, la Sostenibilidad, la Accesibilidad, la Innovación y la Tecnología como ejes vertebradores.

Este resultado es la base para pasar al siguiente ciclo, en el que se priorizan las acciones propuestas en el plan, entrando en un proceso de ejecución y mejora, para, en cada evaluación ver el avance de los indicadores.

## ► Mesa de turismo de Santa Cruz de Tenerife

La Mesa de turismo de Santa Cruz de Tenerife es el elemento principal de gobernanza turística del destino, facilitando la participación y colaboración de todas las empresas y servicios turísticos en la gestión del mismo, así como la fijación de objetivos del destino de Santa Cruz de Tenerife.

Sociedad de Desarrollo, como ente gestor del destino, planifica y organiza este órgano colegiado, que, en esta anualidad 2022, se ha reunido en las convocatorias ordinarias de mayo y noviembre, donde se han tratado las principales líneas de marketing turístico, así como una participación activa en la elaboración del Plan estratégico de turismo 2023-2027.

La mesa está compuesta actualmente, por miembros del ente gestor y del Ayuntamiento, por Viceconsejería de Turismo del Gobierno de Canarias, Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife, Turismo de Tenerife, la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Santa Cruz de Tenerife (ASHOTEL) y operadores turísticos.

## ► Colaboración con agentes turísticos

Apostar por modelos de cooperación y gobernanza resulta fundamental para el desarrollo turístico y la mejora de la eficiencia en la gestión del destino, ya que se aúnan esfuerzos entre todos los agentes involucrados. En este sentido, Sociedad de Desarrollo ha colaborado en distintas iniciativas en la gestión del destino turístico municipal.

Entre las distintas instituciones con las que se ha colaborado son las siguientes:

- Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife.
- Turismo de Tenerife.
- Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (Ashotel).
- Palmetum.
- Parque Marítimo César Manrique.
- Hotel Escuela de Santa Cruz de Tenerife.
- Escuela universitaria de Turismo.
- Google DMO Partnership Program.
- Turismo de Tenerife.

La mejora de la oferta turística, el posicionamiento del destino, el desarrollo de acciones de dinamización turística o la creación de productos turísticos, han sido las principales acciones para estas colaboraciones.



### ► Sostenibilidad turística

Sociedad de Desarrollo y el Ayuntamiento, en el marco de la Convocatoria Extraordinaria de Planes de sostenibilidad turística en destinos, ha recibido la aprobación del proyecto “Mejora competitiva y reconversión turística del litoral de Santa Cruz de Tenerife”, por un importe de 5 393 555 euros.

Este proyecto, que ha comenzado su fase de ejecución, cuenta con acciones destinadas a la creación de una red las Oficinas de Turismo municipal, la mejora de la experiencia del turista, la movilidad y la digitalización del destino, entre otras.

### ► Charlas de sensibilización del destino turístico de Santa Cruz de Tenerife

El enfoque en la sensibilización turística, para el desarrollo de un turismo sostenible, responsable y con identidad, cobra cada vez más importancia y por ello, Sociedad de Desarrollo, a través de la Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife (EUTUR) impartió 10 charlas de sensibilización del destino turístico de Santa Cruz de Tenerife en distintos centros educativos del municipio.

1 / ESTAS CHARLAS FUERON IMPARTIDAS EN DISTINTOS CENTROS EDUCATIVOS DEL MUNICIPIO



La Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife, adscrita a la Universidad de La Laguna, ofrece formación especializada en estudios oficiales de turismo y cuenta con un profesorado especializado y altamente capacitado para la impartición de estas charlas de sensibilización turística.

Los objetivos perseguidos con esta acción son los siguientes:

- Sensibilizar sobre el papel socioeconómico del turismo para la ciudad.
- Identificar los principales recursos y servicios turísticos de Santa Cruz.
- Destacar la historia y patrimonio de la ciudad y como está vinculada al turismo.
- Ahondar en los roles de los turistas y los anfitriones, así como en el ciclo de vida del producto turístico.

La Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife, se encargó de diseñar, organizar e impartir las charlas, así como coordinar con los centros educativos el calendario y la gestión de los grupos para su correcto desarrollo.

Estas charlas fueron impartidas en distintos centros educativos del municipio, dirigiéndose a distintos perfiles de alumnos, ya sea infantiles o adolescentes, y en centros tales como:

- CEIP Santa María del Mar - Los Alisios (1º a 6º de primaria).
- IES Padre Anchieta (1º a 3º ESO).
- IES Anaga (3º-4º ESO y 1º Bachillerato).
- CIFPA en los Gladiolos (Grado superior en Animación y Gestión cultural).
- CEIP Gesta 25 de Julio (1º a 4º de primaria).
- CEIP Rafael Gaviño del Bosque (1º a 4º de primaria).
- CEIP Los Dragos (1º a 5º de primaria).
- CEIP Santa María del Mar - Los Alisios (1º a 6º de primaria).
- CEIP Tome Cano (2º y 3º de primaria).

## Marketing, comunicación y publicaciones

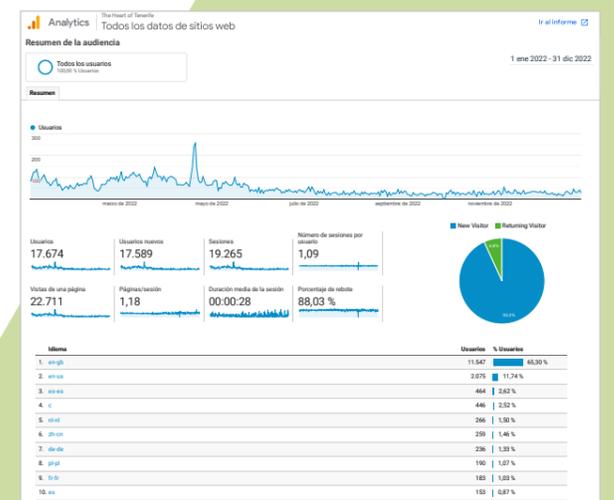
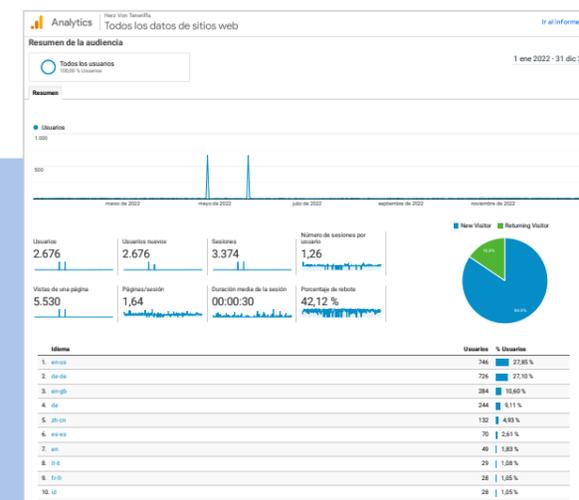
Durante el año 2022 se ha continuado trabajando en la creación de identidad y el posicionamiento de la marca *Santa Cruz el corazón de Tenerife*. Además de las campañas de marketing y comunicación desarrolladas para la promoción del destino, se llevó a cabo un plan de choque que contempló acciones de marketing para ayudar a retomar los índices de crecimiento y desarrollo del sector turístico de Santa Cruz de Tenerife, dirigido al mercado local, nacional e internacional.

Dada la complicada coyuntura, el trabajo de Sociedad de Desarrollo para promocionar y visibilizar a la ciudad contempló también la participación en ferias turísticas, la realización de Fam Trips, Press Trips y acciones de hospitalidad turística, así como la realización de encuestas de valoración de canales de comercialización.

### ► Presencia online del destino turístico

Las plataformas webs vinculadas al destino Santa Cruz de Tenerife han ido posicionando los distintos productos y servicios turísticos de la ciudad, ampliando la información del destino, como así también colaborando con contenidos de interés para los visitantes.

En lo que respecta a [www.elcorazondetenerife.com](http://www.elcorazondetenerife.com), tuvo 64.160 usuarios, lo que supone más de un 30% con respecto al año anterior,



1-2 / IMAGEN DE POSICIONAMIENTO DE LA CAMPAÑA EN AUTOBUSES DE MADRID

1



2



de los cuales el 9,2% son visitas recurrentes y el 61,73 % de esas visitas se registran dentro de España.

La versión en inglés de la página web, [www.thehearthoftenerife.com](http://www.thehearthoftenerife.com), tuvo un total de 17 674 usuarios, de los cuales el 65,30% se registran en Gran Bretaña y un 11,74% en Estados Unidos.

Para el caso de la versión de ésta página en alemán, [www.herzvolteneriffa.com](http://www.herzvolteneriffa.com), en 2022 registró 2676 visitas. El 27,85% entraron desde Estados Unidos y un 27,10% desde Alemania.

### ► Campañas de promoción y marketing turístico

Ante la situación atravesada durante estos dos últimos años, donde el sector turístico se ha visto gravemente afectado por las limitaciones de movimiento a los turistas, en el segundo semestre de 2022 se puso en marcha un Plan de choque turístico.

Este plan de choque, tenía el objetivo de ayudar a retomar los índices de crecimiento y desarrollo del sector turístico de Santa Cruz de Tenerife, aglutinando diferentes líneas para trabajar el posicionamiento de la capital en los mercados local, nacional e internacional.

En este sentido se realizó una campaña digital programática nacional del destino, que tenía por objetivo la promoción turística de la capital tinerfeña, así como su amplia oferta hotelera y extrahotelera, con el fin de promover las escapadas de otoño e invierno. La duración de esta campaña fue de dos meses (septiembre y octubre de 2022) y se dirigía especialmente a atraer el turismo procedente de: Asturias, Navarra, Cantabria, Galicia, País Vasco y Aragón.

También se procedió a realizar una promoción en el eje de la Nacional 1 (Madrid - norte de España), rotulando 10 autobuses de la compañía ALSA durante 4 meses (septiembre a diciembre de 2022). Además, se colocó un banner en la página web [www.alsa.es](http://www.alsa.es) en ese mismo periodo. Esta página web cuenta con más de 45 millones de visitas al año, 3,5 millones mensuales, 18 millones de personas usuarias únicas y un tiempo promedio de estancia superior a 5 minutos.

Durante el año 2022 se han realizado distintas campañas de promoción del destino turístico de Santa Cruz. Estas campañas son actuaciones, específicas y complementarias a las realizadas por otras instituciones que realizan campañas de promoción de Canarias o Tenerife en su conjunto.

Cada campaña es configurada para uno o varios segmentos de visitantes, así como con objetivos diversos como, por ejemplo, el aumento de reservas en los hoteles de Santa Cruz, la mejora de la reputación del destino o la atracción de visitantes de otros destinos turísticos.

Entre otras actividades de promoción, las principales campañas de promoción y marketing del destino en 2022 han sido:

- Promoción City Break en el sur de Tenerife.
- Promoción del destino Santa Cruz a través de publicidad digital y redes sociales.
- Campaña de promoción del destino Santa Cruz.
- Campaña de orgullo de pertenencia a Santa Cruz de Tenerife.
- Promoción del Mercado Nuestra Señora de África.
- Promoción de actos conmemorativos de la celebración del 225 aniversario de la Gesta del 25 de julio.
- Promoción de Santa Cruz Weekend.

### ► Feria Internacional de Turismo

Santa Cruz de Tenerife ha tenido presencia en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) que se celebró en Madrid del 19 al 23 de enero de 2022. La asistencia a Ferias de Turismo especializadas, conjuntamente con otros agentes de gestión turística, como hoteleros, agentes del sector y comerciales, además de los grandes operadores que controlan la demanda en dichos mercados, sirve como escaparate de promoción del producto turístico y ayuda a consolidar la imagen de Santa Cruz de Tenerife como destino turístico.

La participación de Santa Cruz, centrada en la parte profesional, tuvo por objetivo estrechar los lazos que ya se mantienen con multinacionales como Expedia o Viajes El Corte Inglés, así como la realización de nuevos contactos con operadores nacionales e internacionales.

Para mostrar los atributos de Santa Cruz como destino turístico, se desarrolló una landing web, donde se reunió de manera concisa, clara y útil los atractivos turísticos de Santa Cruz, la oferta alojativa y gastronómica, así como los principales recursos de utilidad para turistas y visitantes.

### ► Feria Artesanía Tricontinental 2022

Durante la Feria de Artesanía Tricontinental 2022, el Recinto Ferial de Tenerife reunió las Artesanías del Carnaval presentes en los carnavales más importantes de África, América y Europa desde el 29 de octubre al 6 de noviembre de 2022.

En ella, se agruparon un total de 150 expositores artesanos internacionales, entre los que se encontraba el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife, el más importante de Europa y el segundo del mundo.

Sociedad de Desarrollo presentó en el stand

del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife el patrimonio cultural del mismo como trajes de reinas y damas, comparsas, rondallas, murgas, cetros y agrupaciones. Además, se desarrollaron un total de 14 actividades impartidas por 10 profesionales reconocidos del Carnaval del municipio como Daniel Pages, Humberto Gonar, Raquel García, Manuel Expósito, Laura García, Juan Averó, Miguel Ángel Castilla, Joaquín Cruz, Alexandra Morales y Ramón Guimerá.

Se desarrolló un diverso programa de actividades culturales y de ocio como: charlas con temáticas sobre técnicas para trabajar la goma eva, la fabricación de la trompeta murguera, el comienzo y continuidad de Reinas, nuevas formas de los diseños, confección de una sandunga, el municipio como cuna de las murgas del Carnaval de Canarias; muestras de maquillaje facial; conferencias sobre la historia del Carnaval y una mesa redonda sobre la relevancia de la mujer.

Gracias a la participación en la feria, se puso en valor ante 40.000 asistentes de diversas nacionalidades el patrimonio cultural del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife, resaltar las tradiciones, impulsar la artesanía local y promocionar a empresas, autónomos, diseñadores y artesanos vinculados al Carnaval.

### ► Fam Trips, Press Trip y acciones de hospitalidad turística

Desde Sociedad de Desarrollo y, en coordinación con Turismo de Tenerife en el caso de los press trip, se publican artículos y reportajes dedicados a Santa Cruz de Tenerife en medios impresos y digitales, realizados por los periodistas que visitan la ciudad. En el caso de los intermediarios turísticos, agencias de viajes y turoperadores, las visitas de familiarización y conocimiento del destino por parte de sus vendedores son esenciales como estrategia de comercialización del destino. Por ello en esta línea se incluye el conjunto de acciones

de hospitalidad dirigidas a profesionales que, desde Sociedad de Desarrollo se han llevado a cabo en 2022.

En este sentido, se ha participado en el programa de hospitalidad del Congreso de la Asociación Nacional de Cirujanos Plásticos, que ha tenido lugar en Santa Cruz de Tenerife del 23 al 24 de junio 2022, concretamente, colaborando desde la Casa del Carnaval, ya que el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife ha sido uno de los motivos de elección de la ciudad como destino congresual.

### ► Encuesta de canales de comercialización online

El conocimiento de cómo funcionan los canales de comercialización online de los hoteles de Santa Cruz permite a la Sociedad de Desarrollo plantear estrategias de marketing turístico adecuadas y específicas.

Por este motivo se realiza una 'Encuesta de canales de comercialización online' a cada uno de los hoteles de Santa Cruz, para conocer sus principales colaboradores o si es a través de plataformas propias donde se

realizan las reservas. A finales del año 2022, se observa como el canal propio se va posicionando como uno de los principales, que prácticamente mantiene el mismo peso que Booking, que venía siendo el principal canal de comercialización de los establecimientos alojativos, cada uno, concentrando el 20% del total. A continuación y a mucha diferencia, se encuentran Hotelbeds con casi el 10% y Expedia, que aglutina el 7,8% de la facturación de los hoteles en el municipio.



1

- 1 / ESTADÍSTICAS DE VISUALIZACIÓN DEL CANAL YOUTUBE DE SOCIEDAD DE DESARROLLO
- 2 / OFICINA DE TURISMO
- 3 / FERIA DE ARTESANÍA TRICONTINENTAL 2022



2



3

## Servicios y Productos Turísticos

Sociedad de Desarrollo gestiona el Servicio de Información Turística Municipal, ubicado en la Plaza de España y en el edificio Puerto Ciudad, además de prestar el servicio de Rutas Guiadas por la ciudad. También desarrolla productos vinculados al Carnaval o a la Gastronomía.

La Casa del Carnaval es un importante recurso turístico único y distintivo de la ciudad de Santa Cruz de Tenerife, que tiene por objeto que sus visitantes vivan la fiesta del Carnaval durante todo el año y también es gestionado por la Sociedad de Desarrollo.

Por otro lado, Santa Cruz de Tenerife es un destino cinematográfico para la industria audiovisual y, la Santa Cruz Film Office actúa como ente facilitador para el desarrollo de este sector en el municipio. Además, la ciudad es destino congresual para el segmento MICE y Sociedad de Desarrollo colabora para facilitar la celebración de congresos en la ciudad.

A continuación se muestran las principales actividades e hitos llevados a cabo en el año 2022 respecto a los servicios y productos turísticos gestionados por la entidad.

Oficina	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Oficina de Información turística Plaza de España	2460	4002	5698	4424	4438	3222	3871	4847	3744	6282	9080	10946	63014
Punto de información turística a cruceros	837	2134	1709	2318	674	444	216	747	906	3014	6045	5824	24868
<b>Total</b>	<b>3297</b>	<b>6136</b>	<b>7407</b>	<b>6742</b>	<b>5112</b>	<b>3666</b>	<b>4087</b>	<b>5594</b>	<b>4650</b>	<b>9296</b>	<b>15125</b>	<b>16770</b>	<b>87882</b>

### ► Servicio de información turística

El servicio de información turística atiende a los visitantes y ayudarlos a planificar la visita a la ciudad contribuyendo a obtener una experiencia óptima durante su estancia, para esto se facilita información, direccionamiento y orientación sobre la oferta turística municipal, los puntos de interés, los atractivos y los recursos turísticos con los que cuenta el municipio de Santa Cruz de Tenerife.

Durante este año 2022, se atendió a los visitantes en:

- **Oficina de información turística de Plaza de España.** Es el centro de atención principal al turista al ubicarse en el kilómetro cero de la ciudad y de la Isla. Abre todos los días del año en horario de 9:00 a 17:00 de lunes a viernes y de 9:00 a 14:00 sábado y domingo.
- **Punto de información turística a cruceros.** Está ubicada en el Edificio Puerto ciudad y prestó el servicio en horario de 9:00 a 11:30 de lunes a domingo, a lo largo de todos los días del año, pero solo en días de crucero en el Puerto de Santa Cruz de Tenerife.

Analizando los **datos de 2022 de atención al turista** destacan los siguientes resultados:

### ► Turistas atendidos por meses

Durante 2022 se atendieron en los servicios de información turística a 87 882 personas, lo que supone un 92,9% respecto al año 2019 y un 445,14% más respecto a 2021, lo que implica que se han superado ampliamente los indicadores pre pandemia de este servicio.

Igualmente, esta cifra total anual de 87 882 personas es la segunda mayor de toda la serie desde que se contabiliza el dato (2003), solo superada por los 99 728 personas atendidas de 2008, con otra configuración del servicio y las oficinas.

### ► Evolución mensual de las personas atendidas en 2022

La evolución mensual de la anualidad 2022 se puede apreciar en la siguiente gráfica, donde se puede apreciar el crecimiento del último trimestre cuyos datos son muy superiores a si se hubiera mantenido la estacionalidad habitual de cualquier año, en concreto el último trimestre de noviembre a diciembre las personas atendidas han aumentado un 120,9% que en 2021.



### ► Segmentos de visitantes

Las personas atendidas se distribuyen en base a los siguientes segmentos objetivo del destino.

Alojados	Excursionistas	Crucelistas	Residentes
8,3%	34,2%	56,8%	0,7%

### PROCEDENCIA DE LAS PERSONAS ATENDIDAS

Procedencia	%
España	29,6 %
Reino Unido	25,7 %
Alemania	20,9 %
Francia	9,5 %
Italia	3,7 %
Benelux	2,4 %
América del Sur	2,3 %
Países del Este	2,1 %
Resto de Europa	1,1 %
Países Nórdicos	1,1 %
Resto del Mundo	0,7 %
América del Norte	0,6 %
Rusia	0,2 %

Las personas atendidas en las oficinas de turismo tienen la siguiente procedencia, donde destacan los turistas nacionales, británicos y alemanes.

1 / PFAE

1



### ► Rutas turísticas oficiales

En este año 2022, se ha reanudado el servicio de rutas guiadas, con la puesta en marcha de la Ruta histórica por Santa Cruz de Tenerife.

Se trata de un servicio gratuito diario, donde un guía oficial realiza un itinerario por los distintos espacios con vinculación histórica de Santa Cruz. En esta ruta circular de una hora de duración, se sale de la Plaza de España y se visitan lugares emblemáticos de la ciudad como la Iglesia de La Concepción, la Calle La Noria, el Teatro Guimerá o el Museo de Bellas Artes.

Esta ruta se ha realizado en 79 ocasiones desde que comenzó a prestarse el 10 de octubre, acudiendo en total 397 personas, pudiendo realizarse la reserva online desde la web del destino turístico: <https://www.elcozondetenerife.com/rutas-turisticas-santa-cruz/>



Las Oficina de turismo de Plaza de España, en el marco del SICTED ha sido premiada por la puesta en marcha de la rutas, siendo galardonada, en la XIII edición de los Premios SICTED, con el primer premio al Plan de Mejora de Servicio Turístico SICTED, por la "Creación de dos rutas guiadas a pie y gratuitas por Santa Cruz de Tenerife"

### ► Encuesta de calidad turística

En este 2022, se ha realizado una oleada de la encuesta de calidad del destino turístico a la que responden los visitantes de la ciudad.

Esta encuesta es una valiosa herramienta para plantear mejoras en la ciudad y sus atributos turísticos, así como compararse con otros destinos.

Los resultados de este año, han dado como promedio una valoración positiva de satisfacción de 4,30 sobre 5.

El desglose de la puntuación otorgada por los visitantes del resto de atributos del destino han sido:

- Accesos: 4,09
- Alojamiento: 4,42
- Comercio: 4,29
- Cultura/Ocio: 4,02
- General: 4,45
- Hospitalidad: 4,62
- Información: 4,37
- Relación calidad-precio: 4,37
- Restauración: 4,39
- Seguridad: 4,49
- Señalización: 3,97
- Transporte: 4,16

### ► Casa del Carnaval

La Casa del Carnaval es un recurso turístico singular de la ciudad, creado para la puesta en valor del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife durante todo el año. Se trata de un espacio ubicado en el Barranco de Santos, que cuenta con más de 1000 metros cuadrados, dotado de una exposición permanente con trajes y elementos destacados en el ámbito del Carnaval, una sala polivalente, denominada Sala Suspi, en honor a un reconocido murguero, que facilita muestras temporales y presentaciones; un centro de documentación e investigación del patrimonio del Carnaval: dirigido a expertos, periodistas, estudiantes e investigadores, que permite la catalogación de fondos; un espacio para talleres y actividades de dinamización, una cafetería y una tienda.

A través de la página web de la Casa del Carnaval, <https://casacarnavalsantacruz.com/>, sus visitantes pueden adquirir sus entradas

gratuitamente para realizar la visita al museo. Además, la página web permite conocer de primera mano la programación de actividades a realizar en este espacio. 12 568 personas han visitado la Casa del Carnaval en 2022 y, desde su apertura en junio de 2017 hasta la actualidad, el espacio ha recibido la visita de 93 234 personas, de las cuales un 38,7% son residentes, un 34,3% son extranjeros y un 27% son peninsulares.

También los visitantes pueden realizar la reserva de visitas guiadas al espacio, en dos modalidades: con el personal de atención de la Casa del Carnaval o a través del sistema de audioguías (en español y en inglés). Además, la Casa del Carnaval ofrece visitas guiadas educativas, dirigidas a centros formativos o asociaciones. Durante el año 2022, se realizaron 89 visitas guiadas (con una duración media de 45 minutos), realizadas por 787 personas.

En 2022 además se realizaron 15 talleres, 6 actividades varias y 16 otros eventos haciendo un total de 37 actos con una asistencia de 934 personas.

Por otro lado, las exposiciones de la Casa del Carnaval suelen tener un denominador común habitual: el aniversario de una agrupación. En base a este tema se suelen realizar exposiciones -o exhibiciones- de los trajes de una agrupación concreta ordenados cronológicamente y acompañados de fotografías, placas o premios. Desde 2022 se ha intentado realizar exposiciones variando la temática, de manera que el visitante entienda que el Carnaval comprende además de trajes y premios, objetos asociados a otras actividades o festividades.

1 / CARTEL RUTA HISTÓRICA  
2 / CASA DEL CARNAVAL



1

2





### ► Santa Cruz Film Office

Durante el ejercicio 2022 la Santa Cruz Film Office, sección del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, que gestiona la Sociedad de Desarrollo, ofreció servicios de información, asesoramiento y gestión administrativa a 71 trabajos para el sector audiovisual con el objetivo final de facilitar los rodajes en el municipio

La Santa Cruz Film Office actúa como nexo entre las administraciones públicas y las productoras audiovisuales y hace seguimiento exhaustivo de cada trabajo audiovisual realizado en la ciudad.

De estas 71 producciones, 64 trabajos se han realizado y 7 se han cancelado por decisión propia de las productoras, al no usar las localizaciones seleccionadas en el municipio.

Si se atiende a la tipología de los trabajos audiovisuales, se pueden desglosar los 64 trabajos realizados en el municipio de Santa Cruz en los siguientes:

- 8 series entre las que se encuentran Foundation 2ª temporada, Another Town Called Malice, 2º capítulo Balko Tenerife, Las Noches de Tefía, 2ª temporada The Head, 30

Monedas, Isla Brava, Montecristo.

- 16 sesiones de fotografía para marcas como JYSK, Levis, Karl Lagerfeld, Intersport, H&M, Promotur.
- 6 sesiones de foto y vídeo para Bioderma, O'neill.
- 15 spots publicitarios destacando las marcas Hermes, Audi, Aldi, Pepsi, Revlon, Bicicletas Kross, Expedia.
- 7 largometrajes con títulos como Reyes contra Santa, Duchess, El Salto, Invasión, Me Dicen El Panzer, Lo Carga El Diablo.
- 2 documentales como Beyond The White y Sapiens.
- 1 Concurso cortos-Tenerife Noir 7º Festival del Atlántico de Cine Negro.
- 5 programas de TV como Un País Paralelo de RTVE.
- 2 cortos.
- 2 vídeos clip

### ► Gastronomía

#### ► Ruta Gastronómica "Degusta las Fiestas de Mayo".

Con los objetivos de impulsar la gastronomía local y de promocionar a las empresas de restauración del municipio, se celebró desde el 10 hasta el 31 de mayo la II Ruta Gastronómica "Degusta las Fiestas de Mayo" en la que los 71 establecimientos participantes ofrecieron una tapa y bebida a 3,50 €. Una de las características de esta Ruta, es que las tapas podrían ser servidas en formato "para recogida en el establecimiento o para llevar". Para su promoción se creó una webapp específica [www.degustalasfiestasdemayo.com](http://www.degustalasfiestasdemayo.com) que ofrecía información general de la ruta y de los establecimientos. Además contó con un sistema de valoración de las tapas por parte de los usuarios registrados, garantizando una valoración por tapa y usuario. Las tapas que resultaron mejor valoradas en la ruta recayeron en Eri & Basi Café, Cafetería Bahía y

La Gata Flora con el primer, segundo y tercer puesto, respectivamente. También se sortearon regalos a 3 clientes participantes en la ruta. A todos los ganadores se les entregó un diploma acreditativo en un acto que tuvo lugar en el mes de junio en el Reloj de Flores del Parque García Sanabria de la entidad capitalina.

Esta ruta también contó con un plan de medios digital y de radio, así como la realización de creatividades y adaptaciones de las mismas a diferentes formatos. También se entregó material promocional de la ruta a los establecimientos participantes, consistente en carteles y cartones pluma, ambos con QR genéricos con invitación a descargar al webapp, así los clientes al visitar los establecimientos podrían visibilizar fácilmente que ese local en cuestión participaba en la iniciativa.

Para reforzar la comunicación de la iniciativa, se realizó un acto de prensa, de presentación de la ruta, en uno de los locales participantes en el que se mostraron 3 tapas de diferentes locales.

La webapp registró 18 386 usuarios únicos y 31 798 visitas totales, así como 1 635 usuarios registrados para valorar las tapas, 1660 votos emitidos y casi 3 minutos el tiempo medio de interacción, lo que pone de manifiesto que se trató de una buena solución tecnológica y resultó útil para el tejido de restauración y para la ciudadanía. La campaña de comunicación y difusión digital alcanzó las 6 169 504 impresiones en total, con más de 23 707 clics y 501 899 usuarios únicos alcanzados en las plataformas utilizadas.

En esta ruta se dispensaron más de 5000 tapas.

#### ► VII salón gastronómico de Canarias 2022

El stand del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife en el VII Salón Gastronómico de Canarias 2022, que tuvo lugar desde el 27 al 29 de septiembre en el Recinto Ferial de Tenerife, contó con la colaboración de 23 empresas e identidades y 8 empresas productoras que ofrecieron diversas degustaciones.

La programación estuvo formada por un total de 4 showcookings, 3 mesas de debate y 12 ponencias con temáticas relacionadas con el sector gastronómico.

Durante 17 horas, se realizaron degustaciones permanentes de productos de Anaga y de los pro-

1/ RODAJE EN PLAZA DE LA CANDELARIA

2/ CARTEL GASTROCANARIAS

3/ DEGUSTA LAS FIESTAS DE MAYO.  
ACTO DE PRESENTACIÓN



ductos de las empresas participantes en el stand.

La participación del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, tenía como objetivo poner en valor la oferta gastronómica del municipio junto con la visibilización de nuevas iniciativas del sector desde una perspectiva social y de concienciación medioambiental. Nuevos negocios, nuevas tendencias gastronómicas, experiencias gastro turísticas y la puesta en valor de productos canarios, de kilómetro cero y en particular, del macizo de Anaga, son las temáticas que se abordaron en el stand durante los tres días de duración de la feria.

Comprometidos con el carácter formativo y proyección profesional en las actividades organizadas, se invitó y contó con la asistencia de nueve centros formativos durante las tres jornadas: Centro de Educación de Personas Adultas Farola de Santa Cruz, Centro Integrado de Formación Profesional César Manríquez, Centro Integrado de Formación Profesional Virgen de Candelaria, Centro Integrado de Formación Profesional San Marcos, Aula de Formación Superior (AFS) Formación, Programa de Formación en Alternancia con el Empleo a la carta, Programa de Formación en Alternancia-Garantía Juvenil Rosatur II, Universidad europea y la Escuela universitaria de turismo de Santa Cruz de Tenerife. Además, el alumnado trabajador del proyecto Programa de Formación en Alternancia con el Empleo-Garantía Juvenil Enjoy Santa Cruz colaboró con el mostrador de punto de información para coordinar el acceso y promocionar la programación del propio stand.

Un total de 326 alumnos de estos centros pudieron disfrutar de las actividades del stand de Sociedad de Desarrollo, siendo el miércoles 28 el día de más asistencia con 169 asistentes en formación.

Debido a la actividad constante en el stand y el nivel e interés generado por las actividades de los distintos ponentes y degustaciones, el stand de la Sociedad de Desarrollo recibió una alta afluencia de público a lo largo de la programación, concluyendo el salón con más

de medio millar de personas. Además, el éxito de la participación también se ve proyectado en la encuesta de valoración realizada, con una puntuación de 4,5 sobre 5 puntos en cuanto al grado de satisfacción general.

### Club de producto “Degusta Santa Cruz”.

Se trata de una iniciativa de dinamización y promoción de los restaurantes, la cocina de la capital y los productos canarios, cuyo origen se remonta al año 2018. Comprende un conjunto de acciones encaminadas a que los ciudadanos y turistas puedan vivir la ciudad y la riqueza gastronómica que la envuelve, ya que garantiza experiencias para sentir los sabores de Canarias concentrados en la capital de Tenerife y disfrutar de la singularidad gastronómica que atesora. El año pasado el club de producto cerró con casi 200 establecimientos adheridos. Entre sus objetivos destaca agrupar la oferta gastronómica del municipio, mediante la adhesión al espacio web [www.degustasantacruz.com](http://www.degustasantacruz.com) que recibió la visita de 4 107 usuarios.

La web también contiene un espacio para eventos gastronómicos y un blog donde se publican noticias de interés. En el caso del blog en 2022 se han publicado 17 noticias relacionadas con el sector.

### ► Turismo MICE y apoyo a foros, eventos y congresos

La línea de trabajo y promoción del turismo MICE se ha realizado en este 2022, bajo el paraguas de la Tenerife Convention Bureau, con la que se colabora para facilitar la celebración de congresos en la ciudad o ayudar a configurar los programas sociales o de hospitalidad de eventos que se lleven a cabo en otros lugares de la isla de Tenerife.

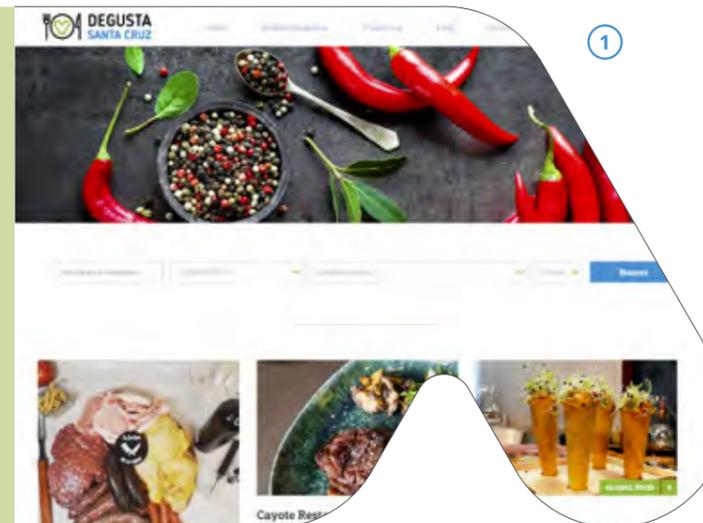
En este sentido, se ha apoyado la presentación de la candidatura para que la ciudad de Santa Cruz de Tenerife sea sede de uno de los congresos más importantes del segmento deportivo a nivel nacional, el Congreso Nacional de Peñas de Fútbol, que tendría lugar en Santa Cruz de Tenerife del 2 al 4 de diciembre de 2025.

### ► Programa de Formación en Alternancia con el Empleo

El Programa de Formación en Alternancia con el Empleo (PFAE) de Garantía Juvenil, Enjoy Santa Cruz V, proyecto cofinanciado por el Fondo Social Europeo en el marco del Pro-

grama Operativo de Empleo Juvenil y el Servicio Canario de Empleo y ejecutado por Sociedad de Desarrollo, en el que se formaron 15 jóvenes que realizaron actividades formativas y servicios que se desarrollaron bajo diversas líneas de actuación:

- Atención al público en oficinas de turismo de la ciudad y a cruceristas.
- Información turística, itinerante y dinámica, en las calles de la ciudad.
- Propuesta y desarrollo de rutas turísticas guiadas por la ciudad.
- Inventario de los recursos turísticos de la zona de gran afluencia turística del municipio.
- Catálogo de toda la oferta turística de Santa Cruz de Tenerife.
- Recogida de incidencia en las señaléticas de los recursos turísticos.
- Participación en eventos vinculados al área de turismo y comercio.
- Gestión de información y promoción turística.
- Diseño, promoción y comercialización de productos y servicios turísticos.
- Gestión de la plataforma de reserva para la realización de rutas turísticas por el municipio.
- Gestión, control y organización de la oficina de información turística de Plaza de España y kiosco cruceros.
- Gestión, valoración y evaluación de los servicios turísticos.
- Realización del manual de atención al turista, excursionista o visitante.





||| Área de Comercio,  
Eventos y Turismo

## Comercio y eventos 07

## 07 Comercio y Eventos

Dinamización comercial estratégica.

**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 a las asociaciones y federaciones de comerciantes y empresarios de nuestro municipio, así como de numerosas empresas y entidades privadas. Responden a dos necesidades básicas transmitidas por el tejido empresarial: por un lado, la de crear un espacio público más dinámico, y de otro, aumentar la oferta de ocio en la capital.**

Se trata de acciones de dinamización e iniciativas comerciales y de ocio en el espacio público de mayor concentración comercial, especialmente en la zona de gran afluencia turística, con el objetivo de generar un atractivo que arrastre y movilice a residentes y visitantes a disfrutar de diferentes experiencias comerciales vinculadas con el ocio y disfrute de la ciudad.

A continuación, se resumen las acciones celebradas:

### ► Reinauguración de la calle comercial Imeldo Serís

Se ejecutaron una serie de actividades de animación tras la finalización de las obras de remodelación de la vía dirigidas a la mejora y modernización de este espacio urbano realizadas desde noviembre de 2020 hasta enero de 2022.

El 2 de abril, se organizó desde la Sociedad de Desarrollo un programa de actividades en función de las características de la vía y del entramado comercial existente en la misma, coincidiendo con el horario de apertura del comercio y restauración de la calle, formado por actividades de animación infantil, basadas en talleres de artes plásticas y reciclaje, instalación de photocall de temática actual, decoración, animación itinerante con magia y personajes infantiles, y por actuaciones musicales, en torno a los establecimientos de restauración que hay a lo largo de la vía comercial.

Otras acciones fueron la realización de un censo de empresas, previo a la animación en la vía pública, la adhesión de las mismas a los directorios comerciales de la web [www.santacruzcomercio.com](http://www.santacruzcomercio.com), y la realización de una encuesta de satisfacción a los/as empresarios/as de la vía sobre las actividades programadas, con resultados satisfactorios.

### ► Ven a Santa Cruz

El sábado 10 y domingo 11 de septiembre se retomó este programa realizándose en casi una decena de emplazamientos que acogieron un programa con más de 50 acciones de diversa índole: culturales, musicales, pasacalles, muestras gastronómicas, ferias comerciales y de artesanía y talleres, entre otras.

Desde sus inicios este proyecto estuvo dirigido principalmente a impulsar la apertura comercial dominical en la zona de gran afluencia turística, lugar donde se concentra la mayor oferta comercial del municipio. La novedad del pasado septiembre fue incorporar el sábado, teniendo en cuenta las demandas del sector. Antes de poner en marcha las actividades se realizaron reuniones previas



1

- 1 / IMAGEN CAMPAÑA PUBLICITARIA
- 2 / PRESENTACIÓN "VEN A SANTA CRUZ"
- 3-4 / CALLE COMERCIAL IMELDO SERIS. ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN



2



3



4



- 1 / PRESENTACIÓN DE PLENILUNIO
- 2 / IMÁGENES DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN
- 3 / PÚBLICO ASISTENTE AL SANTA CRUZ BEER FESTIVAL

con los representantes del sector en el mes de mayo.

Dentro de la programación se organizó una feria comercial al aire libre el sábado 10 de septiembre en la Rambla de Santa Cruz, desde plaza Toros hasta plaza la Paz, y en la avenida de La Asunción, desde el cine Víctor hasta la c/General Serrano, con actividades de animación complementarias, en la que participaron: 33 empresas (InspirAlegría, Centro Ópalo Santa Cruz, Tupperware, Enia, Daruné, Kavanna Tenerife, Calzados El Zapatito, Hoyos Foto Estudio, Másconberto, Kish Vintage Apparel, Modas Mabe, Century 21, Pactos de Belleza, The Good Life Ayurveda, Microtech SAT, Kids&Us, Mui Mía, Escándalo Moda, Viejo Oeste, Grupo Dovesal, Jyô Tenerife, Sensaciones Loveshop, Patrice Estilistas, MacXmenos, La Tiendita de Sary, Calzados Dorta, LOVERde, Maragá Papelería, Terclima Canarias, Mineral Body Piercing & Tattoo Studio, Amate Masajes y belleza, ElectroZone y Bolchetta). La mayoría de los participantes valoraron positivamente la iniciativa.

En la avenida de La Asunción se desplegaron talleres infantiles de huertos urbanos, costura, pintura y creatividad infantil, además de pasacalles y batucadas; mientras que en la Rambla de Santa Cruz y en el tramo entre la plaza la Paz y la plaza de Toros, se celebraron cuentacuentos teatralizados en inglés y batucadas.

En el Parque Bulevar se extendieron talleres científicos, tecnológicos y medioambientales, y en la plaza de La Candelaria actuaciones teatrales y musicales, entre otras actividades en más emplazamientos.

El domingo se celebraron talleres de pintacaras y degustaciones de zumos en la plaza del Chicharro, animación infantil en la plaza del Príncipe, talleres infantiles y castillos hinchables en la alameda del Duque de Santa Elena. La programación se publicó en la web [www.santacruzcomercio.com/vensantacruz](http://www.santacruzcomercio.com/vensantacruz).

En cifras, se estimó que más de 200.000 personas asistieron al evento.

Como entidades colaboradoras participaron: Programa de Formación en Alternancia con el Empleo (PFAE-GJ Enjoy Santa Cruz V), Gobierno de Canarias - Servicio Canario de Empleo y Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad - Social Fondo Social Europeo a través del Programa para la Promoción del Desarrollo de la Actividad Económica (PRODAE), Fundación Dinosol, Fundación Cepsa, Fundación 'La Caixa', Grupo Domingo Alonso, Mutua Tinerfeña, Kid&Us, Caser, Libbys, Century 21, Fuentealta, Poletto, además de la colaboración de la Asociación Zona Centro y parkings del centro.

### ► Plenilunio Santa Cruz

Plenilunio arrancó el viernes 7 de octubre con más de 256 horas de actividades, prolongándose durante todo el fin de semana. Esta nueva edición contó con más de 100 actividades repartidas en 13 ubicaciones de la ciudad y dio comienzo ese viernes a las 17:00 horas con la Santa Cruz Beer Festival en la alameda del Duque de Santa Elena, en una jornada que se prolongó hasta las 02:00 horas con DJ's y conciertos. Además este viernes incluyó dos conciertos en la plaza de La Candelaria, a cargo de El Bembé y La Sabrosa y el Tenerife Espacio de la Artes (TEA) abrió sus puertas con varias exposiciones, una proyección y el programa Onda Corta, con Javier Norambuena.

Para el público interesado en actividades musicales, se dispuso el escenario de la plaza de La Candelaria, con Seguridad Social, Hechizo, Los 600, DJ Kiss, Violetas, Los Diablos y Ni 1 Pelo de Tonto, mientras que en la plaza del Chicharro actuaron Ferreiro & Chaik, Priscila Estévez, Héctor Artiles y Alfred, B-Sides, Post Code y Los Rolling del Son.

En el Beer Fest, las actuaciones correspondieron a cargo de Stereo Groove, Asere y Soul

Sanet, Los Lolos, Mel Ömana, Joes Band, Ni 1 Pelo de Tonto, Picaretas reggae, Escuela de Calor, y los DJ's Víctor Caraballeira, Tana Sandoval, Eva Olvido y Álex Méndez; David Laurentini, Juana La Cubana, Renzzo el Selector y Beat Creator.

A esta amplia oferta musical se sumó la Recova con su apertura nocturna y con las actuaciones de Grupo La Calle y Luis Ramírez y su grupo y el DJ Renzzo el Selector.

En el apartado cultural el sábado tuvo actividades en el Museo Histórico y Militar de Almeyda, en el Museo de Historia y Arqueología (MUNA), en el Cuartel General del Mando de Canarias, en el Tenerife Espacio de la Artes (TEA), en el Espacio R y en el Teatro Guimerá y destacando algunas como "el taller de airsoft en el Museo de Almeyda, la obra de teatro 'Ser o no ser' en el Teatro Guimerá -dirigida y protagonizada por Juan Echanove-, los talleres 'Fabricando futuro' en el parque Bulevar o las rutas histórico-comerciales, que se pudieron reservar a través de la página web [www.santacruzcomercio.com](http://www.santacruzcomercio.com).

Otro espacio destacado fue la avenida Marítima, que acogió Santa Cruz Asian Festival tanto el sábado como el domingo con un programa de lo más diverso, con zonas de videojuegos, realidad virtual, karaokes, anime, manga o maquillaje asiático; además de la Gala Corazón Rojo, una zona comercial, una zona de street food, conciertos y un callejón con artistas.

Asimismo, en el parque García Sanabria se ubicó Le Good Market el sábado y el domingo, con un mercadillo de tendencias, una zona de entretenimiento infantil y una zona gastronómica y DJ's". La zona gastronómica estuvo compuesta por 19 puestos que ofrecieron pizzas, perritos calientes, hamburguesas o empanadas; así como productos canarios y veganos.

Para los más pequeños se habilitó un esce-

nario específico en la plaza del Príncipe con actuaciones, talleres infantiles y castillos hinchables y el sábado y el domingo también se programaron varios pasacalles, con salida desde distintos puntos de la ciudad y en horario tanto de mañana como de tarde.

Para el público juvenil se programaron las actuaciones de varios DJ's, como DJ Kiss, en el escenario de la plaza de La Candelaria, mientras que el Beer Fest contó con un escenario exclusivo para música electrónica. Todas las actividades se pudieron consultar en [www.pleniluniosantacruz.com](http://www.pleniluniosantacruz.com).

Además, se desplegaron una serie de rutas guiadas histórico-comerciales, en las que se dió a conocer los lugares más emblemáticos de las diferentes zonas comerciales del municipio, atendiendo a su valor histórico, patrimonial, cultural, comercial y social. El comienzo de las rutas se hizo coincidir con la celebración de Plenilunio, con las rutas del Barrio de La Salud, de la zona comercial Rambla, de San Andrés y Añaza. Estas rutas a pie fueron un proyecto piloto del Ayuntamiento, a través de la Sociedad de Desarrollo y contó con la financiación de la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias.

Plenilunio contó con los patrocinios de Fundación CEPESA, Coca-Cola, CIP, Mutua Tinerfeña, Fundación la Caixa, Doña Isidra, Poletto, Sanitas, Grupo Domingo Alonso y la colaboración de Dirección General de Comercio y Consumo, PFAE-GJ Enjoy Santa Cruz V, la Zona Centro, Fuente Alta, Hotel Príncipe Paz, Hotel AC Marriott, parkings y empresas de transporte colaboradoras.

### Valoración del impacto de Plenilunio

Medir el impacto de las acciones llevadas a cabo en materia de dinamización comercial constituye una herramienta básica para

orientar las acciones y optimizar su impacto en el desarrollo local y especialmente en el sector comercial de ahí que se hayan realizado encuestas por parte de la entidad municipal.

Así durante el sábado y el domingo se encuestó a una muestra de 802 personas con margen de error de +-3,45%, y que, en resumen, ha apartado los siguientes resultados:

- El 86% de las 802 personas preguntadas, valoró el evento con un "5" o con un "6". Esto supone junto con la edición pasada, alcanzar las mayores valoraciones posibles de toda la serie de estudio.
- No hay diferencias significativas entre la valoración del sábado y del domingo, siendo por lo tanto, ambos días con valoraciones muy altas.
- Otro aspecto positivo es que prácticamente el 40% de las personas asistentes, vino por primera vez a Plenilunio, destacando a personas residentes de otros municipios diferentes a Santa Cruz y La Laguna.
- Algo más de la mitad de las personas que asistieron al evento residen fuera del municipio, principalmente en La Laguna (junto a Santa Cruz, concentra el 75% del total), seguido a mucha distancia de los municipios

del norte de la isla. Asimismo, tiene una presencia significativa aquellas personas de fuera de Tenerife, que alcanzaron el 7,6% del total de público. El gasto por persona ascendió a 30 euros, principalmente en restauración (el 60% del gasto planificado) y el restante 40% en compras.

También se encuestó a 150 empresas observándose un nivel de participación muy alto por parte de los empresarios, ya que 9 de cada 10 establecimientos del centro abrió algún día del fin de semana, y hasta un 36,35% abrió tanto el sábado como el domingo. Las empresas que abrieron los dos días, el 87,71%, valoró como "bueno" o "muy bueno" el evento las empresas que abrieron los dos días

En cuanto a redes sociales, la campaña de promoción digital superó también todas las expectativas. Las impresiones digitales obtenidas en esta campaña de Plenilunio ascendieron a 20.775.575, lo que supuso un 4,15% del volumen de las impresiones estimadas inicialmente 19.950.044.

Finalmente destacar que, en líneas generales, se estimó que unas 300.000 personas asistieron a alguna actividad del evento durante los tres días en los que se desarrolló, con una previsión de gasto de 9.000.000 de euros.



1 / ACTUACIONES EN PLAZA DEL PRÍNCIPE



### ► Apoyo a foros y eventos de dinamización de terceros

Las iniciativas de dinamización tienen unos 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. Así, en 2022 se colaboró en 14 proyectos que fueron presentados a la comisión. A continuación, se detalla relación de los mismos:

1. **Evento Showroom Mag LPGC:** 12 de mayo.
2. **Canarias Primavera Live 2022:** 30 de mayo.
3. **A3 Media (Programa Radio Carnaval-Cantizano):** 30 de junio.
4. **Strikers Cage World Championship:** 9 de julio.
5. **Festival de Jazz:** 17 de julio.
6. **Open Salsa:** 26 de agosto.
7. **Concierto Morat:** 26 de agosto.
8. **Festival Internacional de Cine de Tenerife (FIMUCITÉ):** 16 al 25 de septiembre.
9. **Canary Islands International Film Market (CIIF Market 2022):** 26 al 30 de octubre.
10. **Salón del Cómic:** 28 de octubre.
11. **II Foro Santa Cruz Capital del Turismo:** 7 de noviembre.
12. **Premios Tribuna:** 10 de noviembre.
13. **Concierto Ricardo Montaner:** 3 de diciembre.
14. **Concierto de Navidad 2022:** 25 de diciembre.

### ► Acciones directas con Asociaciones de Comerciantes

A continuación se relacionan los proyectos en colaboración con asociaciones de empresarios, comerciantes y profesionales:

#### ► Bonos Consumo Santa Cruz 2022

Esta 2ª 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 su 1ª edición, a dinamizar la actividad económica del municipio mediante el fomento del consumo de proximidad en los establecimientos de los sectores del comercio, la restauración, los alojamientos turísticos y las actividades de interés turístico y de ocio.

Se extendió desde el 5 de septiembre hasta el 30 de noviembre mediante un sistema de compra de bonos, adquiridos por parte del consumidor, que fueron canjeados en los establecimientos adheridos al programa.

Además, contribuyó a ayudar a la ciudadanía a la adquisición de bienes y servicios realizados en las pequeñas y medianas empresas del municipio.

Se colaboró en:

- Promoción y difusión del proyecto a través de campañas de promoción digital, páginas webs, notas de prensa, envío de mensajes a las bases de datos de establecimientos comerciales y de asociaciones de comerciantes, mercados y federaciones.
- Contactos telefónicos (858 contactos realizados) en apoyo a la captación de participantes.
- Derivación de consultas a la entidad impulsora del proyecto por parte de las empresas y personas físicas.
- Seguimiento y control para una óptima implantación y progreso.

El programa se pudo visualizar a través de la web [www.bonoconsumosantacruz.com](http://www.bonoconsumosantacruz.com) y contempló tres tipos de bonos: Bonos Consumo Comercio y Restauración (comercios y empresas de restauración), Bonos Consumo Turismo (alojamientos turísticos, actividades de interés turístico y de ocio) y Bonos Consumo Imeldo Serís (establecimientos afectados por la remodelación urbana, llevada a cabo en la Calle Imeldo Serís durante el periodo de finales de 2020 a principios de 2022);

La ciudadanía los podía adquirir pagando el 50% de su valor total. En esta edición, las empresas locales adheridas a Bonos Consumo Santa Cruz pudieron facturar hasta 4 000 euros, Imeldo Serís 6.000 euros y Turismo y Ocio 10.000 euros.

Destacar que hubo un incremento del 20% respecto al número de empresas inscritas y que los establecimientos que más aceptación han tenido han sido el de "moda, calzado y complementos", seguido a cierta distancia de "ropa y artículos deportivos" y electrónica.

De esta manera los "Bonos Consumo Santa Cruz", han sido una de las mejores medidas de apoyo de la economía local puesto que:

- Ha repercutido tanto en el consumo de las familias como en la actividad empresarial.
- Ha generado un efecto multiplicador directo e inducido sobre la economía local y por lo

tanto ha multiplicado el importe aportado por el Ayuntamiento.

- Ha tenido efectos sobre el tejido empresarial de todos los distritos.
- Impactó prácticamente sobre todo el conjunto de la economía

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

- Por un lado, desde la perspectiva de la demanda aportó a las familias la posibilidad de tener un importe gratuito sobre sus compras, que en su conjunto supuso 325.000 euros (la aportación del Ayuntamiento fue de 400.000 euros). Especialmente importante fue el periodo en el que se implantó el proyecto caracterizado por la subida de precios, en la cual la economía familiar se vio bastante afectada.
- De otro, desde la oferta, donde el tejido empresarial santacrucero contó con el impacto de la aportación municipal a los bonos consumo y de la aportación por el mismo importe que debe hacer toda persona interesada, por lo que el efecto directo de esta medida en total ascendió a 650.000 euros. Este impacto directo sobre la economía local arrastró al resto de actividades económicas en cada uno de los 5 distritos, generando, unos efectos inducidos importantes en el conjunto municipal que afectó en conjunto, hasta el 93% de los sectores económicos.



Según las estimaciones realizadas por el Observatorio Socioeconómico de la Sociedad de Desarrollo, el efecto total ascendió a los 935.553 euros, lo que supone en total por cada euro aportado se generó en el conjunto de la economía 2,88 euros.

### ► Zona Centro

Se prestó asistencia para el desarrollo de más de treinta actividades dirigidas a la fidelización de los clientes de la zona comercial, a la atracción de nuevos consumidores y a actuaciones de embellecimiento, principalmente, beneficiando a 1686 empresas del ámbito de actuación de la zonal y contando con la participación de 276 empresas asociadas. A modo de resumen destacamos:

► **Campañas de San Valentín y una madre una flor.** Colaboración en estas campañas de fidelización a las compras en establecimientos asociados, se apoyó mediante difusión y tramitación de permisos para la disposición de varios puntos de entrega el 30 de abril de 2022. Esta acción contó con la colaboración de la Federación de Áreas Urbanas de Canarias (FAUCA).

► **Actividades de Dinamización Comercial.** Apoyo técnico para la tramitación de los permisos de ocupación de vía pública con el objeto de celebrar un programa de actividades dirigidas a la animación y fidelización de los clientes de la zona comercial en el marco de las campañas Black Week Santa Cruz y Navidad-Reyes 2022/23. De esta manera se instalaron diferentes puntos de entrega de flores de Pascua, photocalls decorativos, animación con personajes infantiles, puntos de empaquetado de regalos, el 'Clavel Market' y se habilitaron espacios expositivos en vía pública para que las empresas pudiesen instalar algún elemento decorativo por fuera del mismo potenciando así la ambientación de la zona comercial desde el 25 de noviembre de 2022 al 6 de enero de 2023.



1 / IMÁGENES DE LAS CAMPAÑAS



► **Hilo musical navideño.** En el marco de la campaña Navidad-Reyes 2022/23, se instaló un hilo musical ambiental en diversas vías comerciales con el objetivo de potenciar el ambiente de compras y consumo. Se dispusieron en tramos de las calles Castillo, Bethencourt Alfonso, Valentín Sanz y Pérez Galdós.

► **Parking gratuito.** Con motivo de las campañas de Navidad-Reyes 2022/23 y Rebajas 2023, desde el 15 de diciembre hasta el 17 de enero, y en horario de 09:00 a 21:00 horas, se habilitó en terreno portuario frente al Cabildo de Tenerife un parking gratuito con el objetivo de facilitar las compras. El espacio tuvo una capacidad de hasta 400 vehículos.

### ► Asociación de La Gallega de pequeñas y medianas empresas (ALAGAPYME)

Se realizaron diferentes actividades en colaboración con la Asociación de La Gallega de pequeñas y medianas empresas (ALAGAPYME), dirigidas a la promoción de la zona comercial de La Gallega y El Sobradillo, donde se beneficiaron 155 empresas incluidas dentro del ámbito geográfico de las actuaciones.

► **Día de la Mascota en La Gallega.** Actividad dirigida a potenciar la zona comercial de La Gallega con la participación y exhibición de empresas de la zona vinculadas con el mundo de las mascotas. Se colaboró en la asistencia técnica del diseño del proyecto, gestión de permiso y trámites pertinentes para llevar a cabo la actividad el 11 de junio de 2022.

► **Exposición del Motor en La Gallega.** El 5 de octubre se celebró la 8ª edición de esta feria expositiva de vehículos, y motocicletas, clásicos en la Avda. Los Majuelos (La Gallega). De esta forma, se cooperó con la Asociación en prestar apoyo técnico en el diseño y redacción del proyecto, gestión de permiso, plan

de seguridad del evento. La iniciativa contó con la participación de diferentes entidades como la Asociación Retrocar Club de Tenerife, Club Vespamania, Asociación de Club de amigos del Mini, Asociación del Yeep, Asociación Clásicos Toyota, Club de amigos de coches antiguos de Tenerife y Style Tunning, entre otros.

► **Campaña Navidad en La Gallega y El Sobradillo.** Se colaboró con el programa de actividades dirigidas a la dinamización de la zona comercial en la campaña Navidad- Reyes, en concreto en las actividades: "Tu compra en los comercios asociados tienen premio", "Papá Noel visita la galería comercial de La Gallega" y "Visita de SSMM Reyes Magos".

Estas actividades se realizaron desde el 20 de diciembre de 2022 y 5 de enero de 2023 y se asistió en la difusión para la captación de empresas y en la búsqueda de patrocinios para las acciones.

► **II Concurso de Escaparates de Navidad de La Gallega y El Sobradillo.** Se prestó asistencia técnica para el diseño de esta acción donde finalmente participaron ocho comercios de los barrios de La Gallega y El Sobradillo, siendo premiadas con el primer premio el comercio: Multitienda Trancas y Barrancas, con el segundo premio, Taller Creativo y el tercer premio Grupo Magic Party. Este concurso se celebró del 15 al 23 de diciembre de 2022, y contó con la colaboración también de la Oficina de Distrito Suroeste, empresas asociadas de la zona comercial, con el patrocinio de las empresas Fred Olsen, Libbys y Mutua Tinerfeña.

### ► Mercado Nuestra Señora de África

Se asistió a la Cooperativa del Mercado Nuestra Señora de África en las actividades nocturnas de la Recova el 16 de julio de 2022, con motivo de la celebración de N<sup>ª</sup> S<sup>ª</sup> del Carmen, contribuyendo a la dinamización de los locales de restauración que se ubican en el interior de este recinto, mientras el público disfruta de la velada amenizada con música en vivo.

### ► Otras colaboraciones

► **III Encuentro de Mercados Tradicionales de Canarias.** Este encuentro celebrado los días 24 y 25 de noviembre en Santa Cruz de La Palma, trató el futuro de los mercados desde la consolidación de redes asociativas regionales y nacionales. En el mismo se expusieron las nuevas técnicas de gestión, su relación con el turismo, con diferentes debates y talleres participativos sobre diferentes aspectos de la gestión de los mercados como el asociacionismo y formas de colaboración público-privada, entre otras.

La colaboración consistió en ofrecer asistencia técnica para el diseño de la iniciativa que estuvo organizada por la Federación de Mercados de Canarias, con la financiación de la Dirección General de Comercio y Consumo y la colaboración del Ayuntamiento de Santa Cruz de La Palma, la Sociedad Pública de Mercados de Portugal, el Mercado de Ntra. Sra. de África y Confederación de Mercados Tradicionales de España y demás gerentes de mercados, concejales y técnicos PRODAE de diferentes municipios.

► **Cooperación en la inauguración del Parque infantil La Gesta el 4 de julio** a través de la dotación de contenidos relacionados en representaciones teatrales de temática alusiva a la Gesta del 25 de julio de 1797.

La mayoría de las acciones anteriores tienen su origen en las múltiples reuniones que la entidad municipal mantiene con los representantes del tejido comercial y tienen su encaje en los convenios de colaboración con las asociaciones y mercados municipales, convenios que se renuevan automáticamente año a año.



1-3 / CARTEL PUBLICITARIO Y ACTIVIDADES EN LA RECOVA  
2 / PARQUE INFANTIL LA GESTA EL 4 DE JULIO

## Promoción y marketing comercial

### ► Acciones de promoción comercial

Las acciones encuadradas en este apartado guardan relación con la promoción y marketing de las iniciativas y campañas comerciales, bajo distintos formatos, y que se pudieron llevar a cabo durante el año pasado. Hablamos de campañas comerciales en diferentes medios y soportes tales como radio, prensa, televisión, redes sociales, plataformas digitales (algunas específicas dependiendo del tipo de proyecto como [www.blackweeksantacruz.com](http://www.blackweeksantacruz.com)), mupis, cartelería... que pretendieron posicionar el producto comercial a través de diferentes canales y con ello a la capital como destino ideal de compras y de ocio, tales como:

► **Rebajas de invierno.** Iniciamos 2022 con una campaña de promoción de las compras en el comercio local a través de diferentes medios y soportes, principalmente digitales, y cuñas de radio. “En el comercio cercano de Santa Cruz encontrarás unas rebajas impresionantes” (slogan del spot).

► **Día de los Enamorados.** A principios de febrero se desarrolló una campaña digital de apoyo al comercio cercano y de proximidad con motivo de la celebración de San Valentín, el 14 de febrero, a través de la web [www.enamoratedesantacruz.com](http://www.enamoratedesantacruz.com). Con el fin de aprovechar el potencial de esta importante fecha para el tejido comercial de Santa Cruz, se amplificó la promoción del pequeño comercio, al tiempo que se posicionó y puso en valor el sector comercial. En esta página web se incluyeron algunas imágenes, un mapa con recorridos propuestos por diferentes zonas de alta densidad comercial de los cinco dis-



1



1 / IMÁGENES DE LAS CREATIVIDADES DE CAMPAÑAS

tritos, iconografías y un texto creativo que invitaba a la compra y consumo responsable en la ciudad.

► **Día del Padre.** Previo al Día del Padre el 19 de marzo se desplegó una campaña digital de promoción del comercio local para reactivar las compras.

► **Día del Libro.** Con motivo del Día Internacional del Libro el 23 de abril, y siguiendo la misma línea que el resto de campañas contempladas en esta sección se llevó a cabo un promoción digital en apoyo al comercio local vinculado con las librerías.

► **Día de la Madre.** Siguiendo la misma línea de las campañas anteriores, y con el objetivo de promover las compras en el comercio capitalino, se activó una campaña digital a primeros de mayo con motivo del Día de la Madre.

Todas las campañas se visualizaron en redes sociales y Google Display, enlazando a la web [www.santacruzcomercio.com](http://www.santacruzcomercio.com), donde la persona usuaria visualizó el directorio comercial de la capital, así como información de las diferentes zonas comerciales del municipio.

► **Halloween Santa Cruz.** La última semana de octubre se realizó una campaña de promoción a través de redes sociales y página web invitando a las compras y al disfrute de la ciudad y de sus zonas comerciales con motivo de Halloween. La web contenía una sección que invitaba a visitar y descubrir diversas zonas comerciales del municipio. <https://www.halloweensantacruz.com/>.

► **Campaña en apoyo del Rastro “Rastro-lovers”.** Con motivo de la vuelta del Rastro a su lugar original y como medio también para informar sobre sus días de apertura, se ejecutó una campaña de promoción del Rastro a primeros de diciembre

Seguidamente, en el marco del proyecto “Plan de Revitalización de las áreas comerciales

de Santa Cruz de Tenerife”, que contó con la financiación de la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias, se detallan cuatro Campañas de Comunicación Vuelta al Cole, Sensibilización a la compra en el comercio cercano, *Black Week Santa Cruz*, y *Navidad – Reyes*.

► **Vuelta al cole.** Ejecutada desde el 5 hasta el 18 de septiembre, coincidió con el lanzamiento del programa `Bonos Consumo Santa Cruz`, de ahí que se establecieron sinergias entre ambas campañas multiplicando así los impactos positivos en la cifra de negocio del pequeño y mediano comercio municipal.

► **Sensibilización a la compra en el comercio cercano.** Se desarrolló desde el 10 de octubre hasta el 6 de noviembre con el objetivo de apoyar a la compra en el comercio cercano y las ideas fuerza fueron: “sensibilizar hacia la compra en el comercio de proximidad y dar a conocer todas las áreas comerciales del municipio. Destacó en esta campaña la emisión de dos tipos de spots, uno de 1 minuto y otro de 30 segundos, participando comerciantes de los 5 distritos de la ciudad.

Por otro lado, en la web [www.santacruzcomercio.com](http://www.santacruzcomercio.com) se amplió la información de las zonas comerciales pertenecientes a cada distrito incluyendo un plano con los recursos de accesibilidad como las paradas de guagua, tranvía y de taxis, así como una propuestas de itinerario comercial. <https://cercano.santacruzcomercio.com/>, con recomendaciones sobre consumo responsable y el vídeo de la campaña sensibilizando a la compra en el comercio cercano y poniendo en valor al pequeño comercio.

► **Black Week Santa Cruz.** La 6ª edición de esta campaña se ejecutó durante el mes de noviembre teniendo como semana clave desde el lunes 21 hasta el lunes 28 de noviembre, y como día destacado el viernes 25 coincidiendo con la celebración a nivel mundial del `Black Friday`.

2



2 / IMÁGENES DE CAMPAÑA

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, nueve, mediante la adhesión al espacio web [www.blackweeksantacruz.com](http://www.blackweeksantacruz.com). Y un espacio para las promociones de los parkings y así facilitar 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”.

Los establecimientos, en su mayoría comercios, además de restauración y otros servicios, pudieron publicitar sus descuentos a través de la web propia de la campaña, [www.blackweeksantacruz.com](http://www.blackweeksantacruz.com) y a las empresas participantes se les hizo entrega de cartelería y bolsas de compras con la imagen de la campaña. Participaron cerca de 400 establecimientos y la web fue visitada por más de 5.000 usuarios

#### Valoración del impacto de Black Week Santa Cruz

Al finalizar el proyecto se realizaron encuestas a 100 establecimientos participantes en la campaña con el objetivo de conocer su satisfacción y posibles mejoras en futuras ediciones. Algunos resultados obtenidos fueron:

- El 90 % de los participantes valoró de forma positiva la campaña “Black Week Santa Cruz” y la opción más elegida entre los encuestados es aquella que otorgaba la máxima puntuación al proyecto.
- El resultado económico que se desprendió de la encuesta realizada mostró que más del 25% de los encuestados han tenido “beneficios” gracias a la campaña.

► Se preguntó a los participantes si volverían a repetir en las próximas ediciones y prácticamente todas las empresas repetirían participación, lo que nos indica el buen grado de satisfacción de la campaña.

► **Navidad y Reyes.** Durante el mes de diciembre se desarrolló la última de las campañas de comunicación contempladas en el proyecto “Plan de Revitalización de las Áreas Comerciales de Santa Cruz de Tenerife”, financiado por la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias. Con el lema de “la Navidad es más Navidad en Santa Cruz” se utilizaron diferentes medios y soportes tales como páginas webs, tanto de la propia de la entidad municipal como del propio Ayuntamiento, soportes de exterior (Mupis, trasera de guaguas y vallas), prensa escrita y digital, radio, televisión local, redes sociales y online.

La visualización de la misma puede realizarse a través de la URL: <https://cercano.santacruzcomercio.com/>.

#### ► Otras acciones de Promoción Comercial

Dentro del “Plan de Revitalización de las Áreas Comerciales de Santa Cruz de Tenerife”, financiado por la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias, se realizaron dos acciones consecutivas: Por un lado, la toma de datos a pie de calle, realización de censos, para ampliar los registros de los directorios comerciales contemplados en la web [www.santacruzcomercio.com](http://www.santacruzcomercio.com) y de otro la edición de vídeos promocionales a comerciantes protagonistas y genéricos de las áreas comerciales. El ámbito de actuación de este proyecto fueron las catorce zonas comerciales integradas en los cinco distritos y visibles en la sección de zonas comerciales de la mencionada web:

► **Directorios comerciales.** Con el objeto de poner en valor la oferta comercial, y de ser-

vicios, de cada una de las áreas comerciales del municipio, se difundió la misma a través de directorios comerciales tomando como base los ya publicados a través de la mencionada web y así promocionar y apoyar al mayor número de establecimientos comerciales posibles al complementar los ya publicados. Para ello se realizó un proceso de toma de datos a pie de calle, censos, con los siguientes resultados:

- ▶ N° de empresas censadas: 712 censadas.
- ▶ N° de locales vacíos: 60 registros.

Mediante este trabajo de campo se censaron y se dieron de alta 352 nuevos establecimientos en los directorios de diversas zonas comerciales.

Los directorios se promocionaron también en papel, 18.000 unidades distribuidas entre las catorce zonas comerciales del municipio en función de la concentración comercial de cada una.

A continuación, se muestra el modelo de Díptico específico de la zona comercial Centro:

- ▶ **Píldoras a comerciantes protagonistas y zonas comerciales.** Se grabaron y emitieron, a través de redes sociales y webs, 57 vídeos

promocionales de corta duración (píldoras) a comerciantes protagonistas de cada zona comercial y 14 vídeos, uno por cada área ámbito de actuación bajo los lemas de:

*“Tus Compras Cerca. Comercio Cercano. Comercio Auténtico, Dedicación y Servicio”.*

Ambos tipos de vídeos están visibles en <https://santacruzcomercio.com/zonas-comerciales/>

En cuanto a indicadores de impactos, mencionar que solo en la campaña programática de promoción de vídeos se obtuvieron más de 19 259.497 millones de impresiones en los canales empleados: Google Ads Display, Facebook e Instagram y Twitter. Esta campaña alcanzó un 9% más del volumen de las impresiones estimado inicialmente, concretamente 1.462.442 impresiones, un extra de visibilidad que era el objetivo principal de esta acción publicitaria.

Finalmente, destacar que todas estas acciones de promoción comercial y todas las campañas de comunicación realizadas han beneficiado directamente a las 1.215 empresas locales adscritas a la mencionada web, e indirectamente a 4.636 empresas - comercios ubicados en las catorce zonas comerciales del municipio.

## Desarrollo Comercial

Esta sección de la memoria guarda relación con el apoyo al comercio de proximidad de los barrios de ahí la mención aquí de nuevo al **“Plan de Revitalización de las Áreas Comerciales de Santa Cruz de Tenerife”**, financiado por el Gobierno de Canarias, proyecto innovador donde los haya dado que era la primera vez que desde la entidad municipal se implementan al mismo tiempo cuatro grandes líneas de actuación a desplegar en las catorce zonas comerciales del municipio de los cinco distritos y tuvo entre sus objetivos:

- ▶ Mejorar la competitividad del comercio cercano.
- ▶ Promocionar la oferta comercial.
- ▶ Fomentar la identidad local y de pertenencia al barrio y a la zona comercial.
- ▶ Proyectar la imagen de Santa Cruz como ciudad comercial, dinámica y segura.
- ▶ Crear un espacio público más dinámico: Dinamizar las zonas comerciales abiertas y demás áreas comerciales.

A continuación se muestran fotografías del acto de presentación del `Plan` en el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife con presencia del Excelentísimo Alcalde de Santa Cruz de Tenerife, el Director General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias, el Consejero Delegado de la Sociedad de Desarrollo, el representante de la Federación de Áreas Urbanas de Canarias (FAUCA) y los representantes de la Asociación Zona Centro.

Hasta ahora se han mencionado en esta memoria dos de las cuatro actuaciones contempladas en el mencionado `Plan`, esto es: Campañas de Comunicación: Campañas Comerciales (Vuelta al Cole, Sensibilización a la compra en el comercio cercano, Black Week

Santa Cruz y Navidad – Reyes) y Promoción Comercial: Lo relacionado con elaboración y promoción de directorios comerciales y vídeos a comerciantes y zonas comerciales a través de dípticos, redes sociales y webs en ambos casos.

Otras de las actuaciones relevantes integradas en este `Plan` fueron el **servicio de diagnóstico en el punto de venta y acciones de dinamización comercial** o animación en la vía pública cuya información se amplía a continuación:

### ▶ Servicio de Diagnóstico de punto de venta (DPV)

Consistió en un servicio gratuito dirigido a pymes y personas autónomas del sector comercio que por medio de tres visitas concertadas al punto de venta, un/a experto/a realizaba un análisis inicial, detectaba puntos débiles, fuertes y proponía mejoras en áreas claves del negocio como escaparatismo, interiorismo, técnicas de venta y marketing digital. Al finalizar el diagnóstico cada establecimiento dispuso de un informe final con un plan de acción personalizado que se complementó con un seguimiento para verificar que las mejoras se estaban aplicando correctamente.

Participaron 80 pymes y personas autónomas del municipio de los cinco distritos, la mayoría pequeño comercio de proximidad, sumándose también servicios vinculados con la belleza y estética, destacando la participación de empresas del distrito Centro-Ifara en un 41,25%, seguido de Salud-La Salle con un 33,75%, el distrito Suroeste con un 15%, Ofra - Costa Sur con un 7,5% y Anaga con un 2,5% respectivamente.

Negocios de todas las zonas comerciales del municipio se sumaron a este servicio, destacando la participación de empresas ubicadas en la Zona Centro, seguido de la zona comercial El Estadio, tal y como muestra la gráfica siguiente.

1



2

1 / MODELO DÍPTICO ZONA CENTRO  
2 / LEMA CAMPAÑA COMERCIO CERCANO

Se muestran fotografías de una las consultoras con algunos/as de los responsables de los comercios participantes

Al finalizar el servicio se realizaron encuestas de satisfacción a los participantes arrojando resultados satisfactorios en su globalidad: Resumen de las encuestas:

- ▶ Un 91% de los comercios valoró como “muy bueno” el servicio y un 91% de los responsables de comercios encuestados valoró como “muy altos” los conocimientos del consultor que les atendió.
- ▶ El 68% de los comercios manifestó que el servicio le aportó “mucho utilidad” en cada una de las dimensiones clave del comercio, ya sea detectando debilidades a enmendar, fortalezas a reforzar o a lograr un mayor entendimiento sistemático del comercio.
- ▶ El 99% de los encuestados recomendaría el servicio, siendo el principal motivo “Me ha ayudado a detectar debilidades en mi comercio” por el que optó un 86% de los comercios.
- ▶ En total, de las 485 propuestas de acción recomendadas, los comercios estaban aplicando, o pensaban aplicar 342 de ellas (el 71%).
- ▶ En cuanto a la valoración de las propuestas de acción aplicadas los comerciantes las valoran satisfactoriamente: el 28% de los comercios las valoró como “muy buenas”. El 60% las valoró como “buenas”. El 12% de los comercios las valoró como “malas” y ningún comercio valoró como “muy malas” las propuestas de acción recibidas.

## Dinamización Comercial

Dentro del ‘Plan de Revitalización de las Áreas Comerciales de Santa Cruz de Tenerife’, financiado por la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias, se realizó la 4ª actuación relacionada con la Dinamización Comercial y que constó de 2 acciones:

Rutas histórico - comerciales e itinerancias.

▶ **Rutas histórico - comerciales.** Se trató de una actividad piloto cuyo objetivos fueron el de poner en valor y dar a conocer los principales atractivos de las zonas comerciales: históricos, etnográficos, culturales, patrimoniales, arquitectónicos y recuperar la historia de los principales barrios de los cinco distritos, dando a conocer al mismo tiempo la oferta comercial.

En esta primera edición se desplegaron 20 rutas en las zonas comerciales de la Salud - avda. Venezuela, Rambla - La Paz, San Andrés, Añaza, El Toscal, El Estadio, Valle Inclán - Azorín, Salamanca, Mercado, La Salle, Ofra-avda. Príncipes de España, La Gallega y Cabo Llanos - Tres de Mayo.

Las fechas de celebración de las rutas fueron los días 8, 9, 15, 16, 22, 23, 29 de octubre, 5, 12, 13, 19 y 20 de noviembre de 2022, en sábados y domingos, asistiendo un total de **311 personas**.

Para su puesta en marcha se diseñaron los contenidos de cada una de las rutas, utilizando una metodología de mediación socio-cultural y se elaboraron los recorridos y contenidos de cada una. Seguidamente se realizó



la promoción de las 20 rutas mediante diferentes canales: redes sociales, páginas webs, notas de prensa, edición de cartelera y mailings informativos. Finalmente se realizó un seguimiento del proyecto y atención a consultas externas. La información de las mismas y reservas se promocionaron a través de la web [www.santacruzcomercio.com](http://www.santacruzcomercio.com).

Destacar sobre los datos de ejecución:

- ▶ Se logró una afluencia media de 15,55 asistentes por ruta.
- ▶ De las 311 personas que hicieron estos recorridos gratuitos realizados en los meses de octubre y noviembre, hasta un 86% pertenecían a la zona metropolitana.
- ▶ Con estos datos se pone de relieve el interés que genera la historia, el comercio y la cultura de los barrios de Santa Cruz logrando el objetivo de trabajar en la reactivación de las zonas comerciales del municipio.



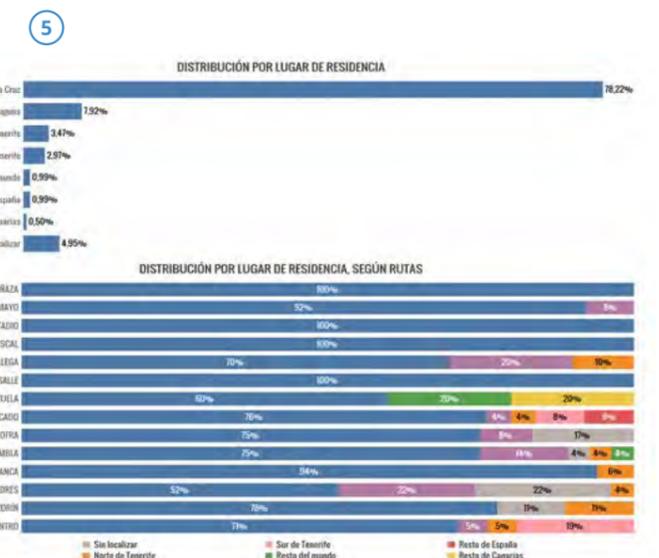
Las diferentes Asociaciones de empresarios y comerciantes, oficinas de distritos municipales y entidades públicas colaboraron en la difusión y captación de participantes y se emitieron notas de prensa además de múltiples referencias en medios digitales.

## Resumen de las encuestas de satisfacción:

Al finalizar las rutas se realizaron encuestas de satisfacción en aras de obtener mejoras para futuras ediciones. Complimentadas por el 68% de los asistentes, se obtuvieron las siguientes valoraciones:

- ▶ Calificaron como ‘buena’ o ‘muy buena’ esta iniciativa, con hasta un 76,5 % de asistentes que otorgó la máxima calificación” y especificó que “las explicaciones del guía y la duración de la ruta también fueron valoradas en más de un 95 % como ‘buenas’

- 1 / IMAGEN PROMOCIONAL EMPLEADA EN LAS RUTAS
- 2 / PUBLICIDAD E ITINERARIO DE LA RUTA DE LA RAMBLA
- 3 / EJEMPLOS DE ALGUNAS PUBLICACIONES DIGITALES SOBRE LAS RUTAS
- 4 / MODELO DE CARTELERÍA EDITADA
- 5 / DISTRIBUCIÓN DE LOS ASISTENTES POR RUTAS



o 'muy buenas' por lo que estuvieron muy satisfechos con las rutas.

- ▶ La valoración menos buena tiene que ver con la duración de la ruta, que trata de ampliar la temporalización de las rutas, por lo que este aspecto se ha de tener en cuenta para próximas ediciones.
- ▶ Han sido calificadas nueve rutas con la máxima puntuación por parte de más del 75 % de sus respectivos visitantes, reflejando un muy alto grado de satisfacción general del proyecto.

Tras el éxito de esta iniciativa, se está trabajando en la posibilidad de retomar las rutas histórico - comerciales en 2023.

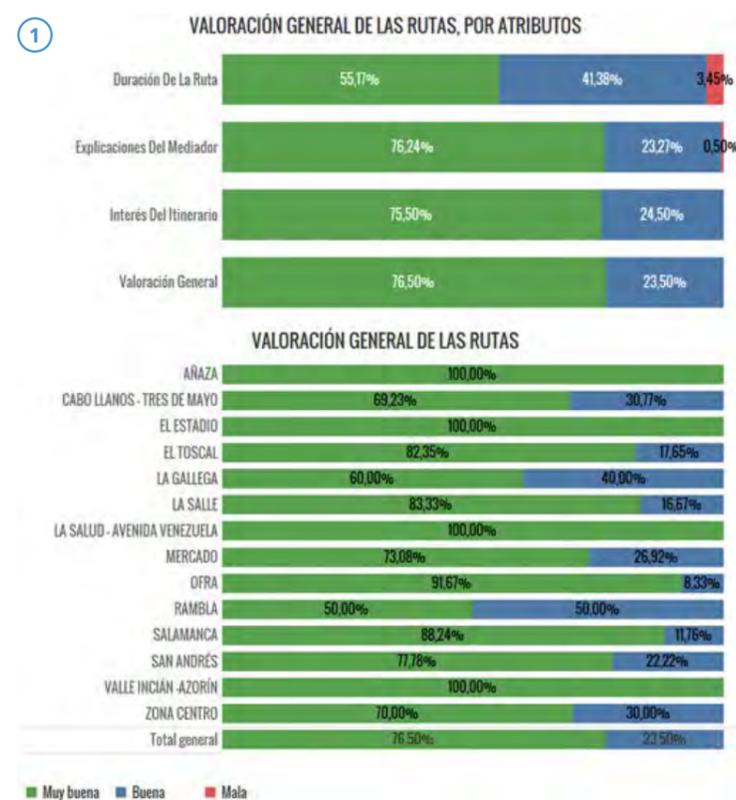
- ▶ **Actividades itinerantes - Navidad en Distritos.** Se ejecutaron diferentes actividades de animación en movimiento en vía pública

en los cinco distritos de temática navideña y con personajes infantiles. En concreto, se realizaron pasacalles los días 15, 17, 18, 19 y 24 de diciembre de 2022, en horarios comerciales, los cuales discurrieron por diferentes avenidas y calles de la mayor concentración comercial, con el objetivo de atraer a cientos de potenciales clientes a los negocios.

En cuanto al impacto de esta acción por zona comercial, podemos decir que se beneficiaron en la Zona Centro un total de 3972 actividades empresariales, en la zona comercial de La Gallega 263 establecimientos, en la zona Ofra, 102 establecimientos, en La Salud - Avda. Venezuela 317 establecimientos y en Anaga un total de 173 actividades económicas.

1 / VALORACIÓN GENERAL Y POR ATRIBUTOS DE LAS RUTAS

2 / IMÁGENES DE RUTAS EN 4 ZONAS COMERCIALES



## Innovación comercial

Con esta línea de trabajo se pretendió fomentar la innovación y el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC-s).

### ▶ Portal del comercio local. [www.santacruzescomericio.com](http://www.santacruzescomericio.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 de las empresas capitalinas y de información general de la ciudad.

Los esfuerzos bajo ésta línea de trabajo se centraron en la mejora y actualización de la web, acercarla al tejido empresarial local y aportar valor a todas las zonas comerciales del municipio.

Entre sus objetivos destacaron:

- ▶ 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 nuevo canal de comercialización de productos y servicios.
- ▶ Generar un canal de comunicación con el sector comercial y los agentes relacionados.

2022 cerró el año con un total de 1215 empresas locales adheridas a la web.

Entre las acciones más destacadas de 2022 de la web de Comercio destaca:

- ▶ 782 nuevos establecimientos en la página web, tras la actualización externa contratada y labor de captación en el año en curso, entre altas y bajas.
- ▶ Actualización de 594 fichas.

La página fue visitada por 73.228 usuarios (19.722 en 2021) alcanzando 125.159 visitas (46.273 en 2021).

Las 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, cruceros, formación, normativa, preguntas frecuentes, cómo abrir un comercio, informes y estudios, etc.



Por otro lado, en el marco del “Plan de Revitalización de las Áreas Comerciales de Santa Cruz de Tenerife”, y con el material que se generó, se actualizó la sección de zonas comerciales de la web. Así, se añadieron los descargables de los dípticos de cada zona comercial, se añadieron vídeos de cada zona, así como pequeñas píldoras audiovisuales en las que el tejido comercial de cada zona invita a la visita.

A continuación se muestran en las siguientes tablas el nº de empresas por zona comercial y por categorías de la web

Entre las tareas más significativas que se han llevado a cabo desde el Servicio de Atención al Comerciante en relación con la web han sido: la recopilación de información relevante, la revisión de registros y validación de los datos publicados, banco de imágenes, seguimiento, captación de nuevas empresas, actualización de las bases de datos de las empresas y resolución de incidencias.

Se potenciaron las labores de captación en los meses de octubre y noviembre mediante este

1

**WEB COMERCIO, COMERCIO POR ZONAS COMERCIALES 2022**

Zonas Comerciales	Número de empresas	Peso por zona %
CENTRO	334	27%
RAMBLA	126	10%
EL TOSCAL	119	10%
LA SALUD - AVENIDA VENEZUELA	101	8%
EL ESTADIO	92	8%
MERCADO	91	7%
CABO LLANOS - AVENIDA TRES DE MAYO	82	7%
LA GALLEGA - SOBRADILLO	46	4%
LA SALLE	40	3%
SALAMANCA	37	3%
AÑAZA	31	3%
OFRA-AVDA. PRÍNCIPESDE ESPAÑA	26	2%
ANAGA	21	2%
VALLE INCLÁN - AZORÍN	3	0%
UBICADAS FUERA DE LAS ZONAS COMERCIALES	66	5%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1215</b>	<b>100%</b>

proyecto, con la adhesión de 355 nuevas altas, complementariamente a las labores de censo a pie de calle y de censo de locales vacíos, en el marco del proyecto del “Plan de Revitalización de las Áreas Comerciales de Santa Cruz de Tenerife”.

**► Directorio comercial de empresas con servicio a domicilio**

Otra plataforma digital de apoyo al comercio local es [www.santacruzgestionacovid.com](http://www.santacruzgestionacovid.com) que incorpora un directorio con 235 empresas locales. Esta herramienta nace a partir de la crisis sanitaria provocada por el Covid-19. En la misma pueden inscribirse gratuitamente las empresas de comercio, restauración y servicios de todos los barrios de la ciudad.

Durante 2022 se ha continuado con los trabajos basados en la actualización de las empresas participantes que continúan ofreciendo servicio a domicilio, evitando así traslados y desplazamientos contribuyendo así a unos entornos comerciales más sostenibles.

**► Formación online: Píldoras de Transformación Digital (PTD):**

Con una duración indefinida, estos cursos de autoformación online de corta duración tuvieron, y tienen, como objetivos orientar hacia la transformación digital del comercio físico y trabajar en la concepción de un nuevo modelo de negocio para mejorar en competencias y habilidades digitales. Al finalizar la formación, cada persona dispondrá de las herramientas adecuadas para ponerlo en práctica.

**Títulos disponibles:** 1. La importancia de estar en Internet. 2. Creación y diseño de marca digital. Tu guía de estilo. 3. CANVA, diseña lo que quieras, pública donde quieras. 4. Comunicación digital en Instagram. 5. La imagen en Internet. 6. Cómo conseguir más visitas con Google Maps y el SEO local. 7. WhatsApp Business para hacer crecer tu empresa. 8. Cómo hacer campañas comerciales en Facebook.

Esta formación ha sido visualizada más de 600 usuarios/as y se puede acceder a los contenidos de estos 8 vídeos formativos en la web <https://santacruzgestionacovid.com/recursos-formativos/>.



3

- 1 / Nº DE EMPRESAS POR ZONA COMERCIAL DE LA WEB
- 2 / Nº DE EMPRESAS POR CATEGORÍAS DE LA WEB
- 3 / IMAGEN DEL DIRECTORIO DE COMERCIOS DE LA WEB [WWW.SANTACRUZGESTIONACOID.COM](http://WWW.SANTACRUZGESTIONACOID.COM)

2

**WEB COMERCIO, COMERCIO POR ZONAS COMERCIALES 2022**

Zonas Comerciales	Número de empresas	Peso por zona %
MODA, DEPORTE Y COMPLEMENTOS	332	27%
SALUD, BELLEZA Y ESTÉTICA	252	21%
ALIMENTACIÓN	142	12%
SERVICIOS	119	10%
HOGAR, DECORACIÓN Y BRICOLAJE	112	9%
ELECTRÓNICA, INFORMÁTICA Y TELEFONÍA	94	8%
LIBRERÍAS Y PAPELERÍAS	40	3%
JUGUETERÍAS, LUDOTECAS Y ARTÍCULOS DE FIESTA	32	3%
OTROS COMERCIOS	92	8%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1215</b>	<b>100%</b>

## Urbanismo comercial

Se trata de una línea de actuación que, básicamente, pivota en torno a dos ejes:

1. 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, por ejemplo obras en Imeldo Serís.
2. Incrementar la interlocución entre las demandas del tejido comercial y el resto de áreas municipales que prestan servicios en las zonas comerciales.

De esta manera, a lo largo de todo el año se han realizado diversas acciones de interlocución entre los servicios públicos municipales y el tejido empresarial. En 2022 destacaron las siguientes:

- ▶ Colaboración con el proyecto del Plan de Acción por un Clima y Energía Sostenible (PACES). Servicio de Gestión Medioambiental.
- ▶ Participación en reuniones de seguimiento de Proyecto de obras de remodelación de la vía comercial Imeldo Serís, con la interven-

ción de empresarios/as, Zona Centro, representantes de las comunidades de vecinos afectados y el equipo del área municipal de Infraestructuras y Proyectos Urbanos, además de la Dirección facultativa y la empresa adjudicataria.

- ▶ Apoyo en la Campaña de refuerzo de recogida del cartón comercial y papel en los comercios en horario nocturno, puerta a puerta en la zona Urban de Santa Cruz de Tenerife. Concejalía de Servicios Públicos.
- ▶ Apoyo al Servicio de ampliación del servicio de recogida de papel y cartón comercial puerta a puerta, con la Concejalía de Servicios Públicos.
- ▶ Refuerzo de alumbrado de Navidad en vías seleccionadas de Distrito Centro – Ifara.
- ▶ Instalación de Hilo musical navideño en vías seleccionadas de Zona Centro, con Asociación Zona Centro.
- ▶ Habilitación de Parking Gratuito Navidad – Rebajas. Para facilitar las compras en Navidad y Reyes, se habilitó en terreno portuario frente al Cabildo de Tenerife un parking gratuito (Campaña de Navidad-Reyes 2022-23).

Sobre el impacto de estas actuaciones, se estima que se ha beneficiado un total de 5 140 comercios y empresas de restauración – limitación geográfica de la zona de Gran Afluencia turística (ZGAT).

## Servicio de atención al comerciante

Paralelo a la acción anterior de interlocución e intermediación, es destacable comentar que la entidad municipal posee un Servicio de Atención al Comerciante (SAC) que presta asesoramiento y asistencia de forma personalizada a empresarios, comerciantes y asociaciones de comerciantes, atendiendo las consultas de los usuarios/as en materias de diversa índole, canalización de sugerencias y solicitudes, sobre la gestión municipal y gestión empresarial tales como: subvenciones y ayudas, trámites y servicios municipales, actividades, acciones formativas, publicaciones, además de ofrecer promoción directa de los comercios en el portal web de comercio local. Una de las principales líneas de trabajo de este servicio fue la colaboración con las agrupaciones de comerciantes, gestión y trámites administrativos para el desarrollo de eventos y acciones de promoción y dinamización del sector comercial.

Durante el año 2022, se atendieron 129 consultas entre empresas, asociaciones empresariales y profesionales autónomos y actualmente están registradas 828 empresas usuarias del servicio.

La mayoría de las consultas atendidas guardaban relación con subvenciones y ayudas, trámites y horarios comerciales. De ellas, un 21 % sobre bonos consumo y ayudas y subvenciones, un 18% sobre actividades y proyectos de dinamización comercial, un 14% sobre trámites municipales, un 11% fueron sobre el trámite para registrarse en la web de comercio, un 11% sobre las rutas histórico comerciales, entre otras consultas. En cuanto al perfil del consultante destacan los establecimientos comerciales con un 51,4%, seguido de servicios y restauración con un 22,1% y finalmente asociaciones y otras entidades con un 9,3%.

1 / ACTIVIDAD COMERCIAL  
ZONA CENTRO



Otra acción que se relaciona con este servicio es el envío de circulares informativas. Se trata de un servicio de información directa a los comerciantes registrados como suscriptores y durante este año cabe destacar que se ha ampliado el número de suscriptores del servicio en un 23% respecto al año 2021.

Indicadores del servicio de circulares informativas 2022:

- ▶ Número de empresas usuarias del servicio: 828
- ▶ Número de circulares informativas remitidas desde el servicio: 6.029 emails, remitidos a los suscriptores (campañas, subvenciones y ayudas, convocatorias de programas y proyectos, comunicados de servicios públicos, programas formativos y otros comunicados desde el servicio).

Estas acciones informativas se prestan desde el servicio con la colaboración de diferentes entidades colaboradoras y bajo el marco del Programa de Promoción del Desarrollo de la Actividad Económica (PRODAE).

Charlas impartidas por el servicio:

- ▶ Presentación sobre servicios dirigidos al comercio local y el emprendimiento en el sector comercial de Santa Cruz de Tenerife.

El 26 de julio de 2022 se imparte una charla divulgativa a los alumnos que estaban inscritos en la acción formativa sobre Certificado de Profesionalidad de Actividades de Gestión del Pequeño Comercio, dirigido a personas desempleadas que quieran mejorar en sus aptitudes como trabajadores/as del sector comercial o cómo emprendedores/as del mismo sector.

Un total de 14 alumnos/as asistieron a la charla a solicitud del Grupo AFS Formación en el marco del Programa de Promoción del Desarrollo de la Actividad Económica (PRODAE), donde se informó sobre los servicios dirigidos al comerciante y sobre la situación del comercio de proximidad, así como los diferentes aspectos a tener en cuenta antes de montar un local comercial.

### ▶ Otras actuaciones de interés desarrolladas:

1. **Proyecto de primera experiencia profesional en los servicios de Empleo, Formación, Turismo y Comercio de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife.** A partir del 4 de julio se inicia este proyecto que trata de contribuir al impulso del desarrollo de las competencias digitales básicas entre la población trabajadora para reducir la brecha digital. Con los siguientes objetivos de partida:
  - ▶ Contribuir a la reactivación de la actividad comercial y mejora de la competitividad global de los sectores comercio, turismo y restauración de Santa Cruz de Tenerife tras la recesión económica motivada por la crisis Covid-19.
  - ▶ Impulsar los servicios y proyectos de apoyo a la digitalización de los sectores turismo y comercio local.

Se ha contratado para este proyecto a 10 personas, con una duración de doce meses, actualmente está en curso, está financiado por el Servicio Canario de Empleo, Fondos Next Generation y Sociedad de Desarrollo de S/C de Tenerife.

Se ha colaborado en el diseño del proyecto, en las líneas de actuaciones a desarrollar y en los planes de trabajo del personal.

2. **Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI): Anaga en el Corazón.** A principios de año se colabora en detallar aún más aquellas acciones relacionadas con el sector comercial y contempladas en la línea 8 de esta estrategia, denominada 'Centro Comercial Abierto: Promoción económica y social', para su posterior contratación. Para ello, se elaboraron informes técnicos y presupuestarios y se responde a preguntas publicadas por las empresas licitadoras a través de la plataforma de contratos del Estado.



||| Área de Comercio,  
Eventos y Turismo

## Tecnológica Santa Cruz 08

## 08 Tecnológica Santa Cruz 2022

**Tecnológica Santa Cruz cerró su décima edición con más de un millar de personas que se dieron cita en el Teatro Guimerá y la sala de arte La Recova. El evento, que reunió a expertos nacionales y locales en tecnologías de la información y la comunicación para hablar sobre la digitalización de las empresas, redes sociales y últimas tendencias en transformación digital, ha sido la edición de mayor duración, con seis días de celebración, y la que más ponentes ha puesto en valor.**

Alfonso Cabello, consejero delegado de la Sociedad de Desarrollo, valoró esta edición como una muestra de la ambición y de reinención constante de un evento ya posicionado desde hace años en el panorama nacional: "Tecnológica siempre ha intentado ser tendencia en innovación desde su existencia y este año hemos logrado englobar en él diferentes públicos, dotándolo de un enfoque de mayor interés para lograr que nazcan proyectos que sean beneficiosos para el tejido empresarial de la ciudad". De esta manera, el edil matizó que "en Santa Cruz de Tenerife existe mucho talento e industria vinculada a profesiones como la animación y la creatividad y su realidad también fue protagonista durante la semana de Tecnológica".

Alrededor de 1.200 personas acudieron de forma presencial a alguna de las charlas de Tecnológica Santa Cruz.

En lo que se refiere al impacto digital del

evento, Tecnológica contó con más de 19.2 millones de impresiones entre los diferentes canales de comunicación y publicidad utilizados para su difusión.

La web de Tecnológica Santa Cruz tuvo más de 11.271 visitantes diferentes, triplicando la última cifra de la edición anterior, con una duración de tiempo de consulta de la web de más de un minuto por visita.

En Twitter, la etiqueta #TecnológicaSC que engloba los tuits que tenían que ver con el evento, logró más de 5.8 millones de impresiones con un total de 845 tweets que enviaron las personas asistentes al evento. Por su parte, Facebook proporcionó un alcance de más de medio millón de usuarios, alrededor de 644.000 personas fueron impactadas con alguna publicación.

Un total de 2.400 personas siguieron el evento por streaming en directo a través de

los diferentes bloques de sesiones en los que se enfocaba el evento.

### ► Un evento con sesiones muy específicas, pero bajo un mismo hilo conductor

La dificultad de esta edición radicaba en realizar un evento que abordara las diferentes especializaciones que surgen a velocidad vertiginosa en el mundo de la innovación tecnológica. Un motivo por el cual se dividió el evento en bloques temáticos y que contó con un total de 21 ponentes divididos en cinco categorías.

En el bloque de profesiones emergentes, ante un público joven proveniente de diferentes institutos y centro de formación de la ciudad de Santa Cruz, se habló sobre las nuevas profesiones como el 3D, sector en el que trabaja Andrea Sebastiá, de 3Doubles Producciones, quien destacó que el "3D no es una profesión en la que estudias y te pones a trabajar. Es una profesión de aprendizaje constante, siempre hay unos softwares que manejar y nuevas habilidades que adquirir".

En las sesiones correspondientes al big data, blockchain y criptomonedas sobresalió la participación de Andy Stalman, quien destacó el factor humano dentro del uso tecnológico: "En

el talento de las personas es donde se construye el verdadero valor, humanizar el dato da el salto a poner a las personas en el centro", afirmó el experto en marca personal.

Para conocer un poco más sobre inteligencia artificial y realidad aumentada, Édgar Martín, de Virtual Voyagers, puso a los asistentes sobre la pista del metaverso, del cual apuntó que "es una economía que está moviendo muchos millones a nivel mundial y en el que las marcas ya están entrando para posicionarse. Creo que habrá un periodo de transición en el que habrá cosas del mundo físico que estén en el virtual pero aún tardaremos unos años en concretar cómo será ese universo".



Antoni Daimiel fue otro de los expertos destacados en esta décima edición de Tecnológica y centró su charla en cómo el streaming puede suponer (y ya lo está siendo) un nuevo camino para muchos periodistas: “Los nuevos formatos y las nuevas plataformas de contenidos suponen una luz al final del túnel para muchos periodistas, es un refugio del periodismo tradicional debido a la precariedad”, destacó.

Por último, en el habitual y último bloque correspondiente a Marketing y Social Media, se habló sobre el futuro dentro de las redes sociales y cómo el posicionamiento en ellas debe construirse sobre valores como la autenticidad y la honestidad para conectar con las personas y crecer de una forma orgánica y sostenida en el tiempo. Un hecho que destacó Victoria Larrodé, quien explicó que “la clave es contar la historia que hay detrás. En 2022 va a primar la credibilidad y no la visibilidad”. La divulgadora científica Marián García, conocida como Boticaria García, participó también en este bloque desmitificando la figura de los influencers: “Las marcas deben de ir de la mano de prescriptores para que la gente confíe”.

### ► Crecer sumando, el objetivo de Tecnológica

Dentro de Tecnológica, otro de los objetivos cumplidos fue el de “crecer sumando”. En el evento confluyeron otros proyectos como Late Fight y TecnoCON. El primero es un show innovador en el que diferentes emprendedores se suben a un ring para contar los golpes que les ha dado la vida y explicar sus experiencias y aprendizajes. Todo ello en un formato muy dinámico y con un gran toque de humor y algo canalla. El segundo, una iniciativa enfocada en el público amante de la cultura asiática y el mundo del gaming, con una variedad de actividades entre las que se encuentran el cosplay, una lan party y un concurso de KPop en el que los ganadores con-

segúan acceso directo a la Canarias Game Show. Ambos proyectos hicieron de imán para atraer a un público diferente a Tecnológica Santa Cruz. Con estas iniciativas se alcanzó un perfil de emprendedores y jóvenes amantes del gaming y la cultura asiática que quisieron sumarse a Tecnológica a través de estas actividades que completaron su aforo, con 80 y 120 participantes respectivamente.

La décima edición de Tecnológica Santa Cruz fue organizada por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, a través de la Sociedad de Desarrollo, y cuenta con el patrocinio Oro de Coca-Cola.





IV Área de Servicios  
Técnicos

## Financiación Externa 09

## 09 Financiación Externa

INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS Y SUBVENCIONES OBTENIDAS A TRAVÉS DE LA SOCIEDAD DE DESARROLLO

**Desde el inicio de la actividad de nuestra entidad, el área de Financiación Externa ha estado desarrollando una labor de recopilación de información de todas las convocatorias de ayudas y subvenciones que pueden ser de interés para Sociedad de Desarrollo, Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife y sus entes dependientes. Localización de proyectos de interés a nivel Europeo, a los que se podría sumar el municipio a través de sus múltiples instituciones. Centralización de la gestión de ayudas de Sociedad de Desarrollo ante las diferentes Administraciones Públicas, en las fases de solicitud, subsanación inicial, aceptación y justificación de los expedientes.**

En 2021 se inició un nuevo periodo de programación de la Comisión Europea, que junto a los fondos de recuperación (MRR) y Next Generation, abren un nuevo abanico de oportunidades de financiación pública para los proyectos que se diseñan.

A lo largo del ejercicio 2022 se ha trabajado en la planificación de nuevas líneas de financiación y recuperación de otras que se habían cerrado.

Los principales objetivos de Financiación Externa son:

- ▶ Obtención de ingresos públicos para la Sociedad de Desarrollo y el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.
- ▶ Búsqueda y aprovechamiento de todas las líneas de subvenciones y ayudas que puedan beneficiar a nuestro municipio.

- ▶ Asistencia en el diseño y presentación de proyectos a las convocatorias públicas de subvenciones y/o ayudas.

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

- ▶ Seguir, preparar informes y difundir todas las novedades de interés sobre ayudas y subvenciones vigentes o cuyas convocatorias están previstas para una convocatoria próxima, preparando una planificación de actuación para la solicitud de ayudas.
- ▶ Actualizar el apartado de ayudas y subvenciones de la web de la Sociedad de Desarrollo, <http://www.sociedad-desarrollo.com/subvenciones-y-ayudas/default.htm> y envío de correos con alertas sobre su publicación.
- ▶ Apoyar al resto de las áreas en el proceso de tramitación de subvenciones, prestando asistencia sobre normativa vigente en

subvenciones, fondos europeos y las bases reguladoras de las ayudas y subvenciones. Asistir en el diseño de proyectos, con el objeto de cumplir lo máximo posible con los criterios de baremación recogida en las convocatorias.

- ▶ Realizar los trámites administrativos con el ayuntamiento y otras entidades públicas.
- ▶ Preparar la solicitud de subvenciones y ayudas (formularios y documentos administrativos necesarios), aprovechando todas las líneas de subvenciones existentes para los proyectos planteados por Sociedad de Desarrollo y el Ayuntamiento.
- ▶ Buscar socios para proyectos de cooperación.

- ▶ Localizar y tramitar la adhesión a proyectos promovidos por otras entidades que encajen con la planificación de la Sociedad y del Ayuntamiento y que puedan suponer la participación en proyectos cofinanciados por la Unión Europea.

Desde Financiación Externa se ha promovido la participación en varias convocatorias de las diferentes Administraciones Públicas insulares, canarias y nacionales, tanto para la participación directa de Sociedad de Desarrollo como la participación a través del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.

A lo largo del ejercicio 2022 se ha promovido la participación en los siguientes proyectos:

Programa	Proyecto	Entidad beneficiario	Subvención (€)
PRODAE 2023	Plan para la promoción económica de S/C Tenerife	Sociedad de Desarrollo	123.000,00
Primera experiencia profesional en las aapp (MRR)	Primera experiencia profesional en los ss empleo, formación, turismo y comercio	Sociedad de Desarrollo	321.088,80
Creación de productos turísticos en corporaciones locales	Club de producto turístico Santa Cruz Film Commission	Sociedad de Desarrollo	20.000,00
Convocatoria de patrocinios, destinados a entidades públicas para eventos presenciales que generen un retorno publicitario	Plenilunio 2023	Sociedad de Desarrollo	100.000,00
Convocatoria de proyectos integrados de inserción	Recualificación en albañilería Cualificación en equipos eléctricos y electrónicos Recualificación en atención sociosanitaria a personas en domicilio	Sociedad de Desarrollo	270.000,00

Programa	Proyecto	Entidad beneficiario	Subvención (€)
Programa de empleo social para el periodo 2022-2023	Actuaciones para el control de flora exótica en el Municipio y mejora del medio natural, así como Mejoras en la accesibilidad e infraestructuras Municipales y plan de mejora del vivero municipal	Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife	1.181.282,45
Patrocinios, destinados a entidades públicas para eventos presenciales	Plenilunio 2022	Sociedad de Desarrollo	145.000,00
<b>Total</b>			<b>2.160.371,25</b>

Durante 2022 se ha conseguido financiación para los siguientes proyectos:

Programa	Proyecto	Subvención (€)
Prodae 2023	Plan para la promoción económica de S/C Tenerife	123.000,00
Primera experiencia profesional en las AAPP (MRR)	Primera experiencia profesional en los SS Empleo, Formación, Turismo y Comercio	321.088,80
Programa de empleo social para el periodo 2022-2023	Actuaciones para el control de flora exótica en el Municipio y mejora del medio natural, así como Mejoras en la accesibilidad e infraestructuras Municipales y plan de mejora del vivero municipal	1.181.282,45
<b>Total</b>		<b>1.625.371,25</b>

Los proyectos gestionados con financiación externa a lo largo de 2022 han sido:

Programa	Proyecto	Subvención (€)
PRODAE 2022	Plan para la Promoción Económica de S/C Tenerife	143.500,00
Pfae GJ 2021	Enjoy Santa Cruz V	317.963,10
Primera experiencia profesional en las aapp (MRR)	Primera experiencia profesional en los SS Empleo, Formación, Turismo y Comercio	321.088,80
INTERREG MAC	SMART ECO	92.437,50
Subvención específica	Plan de Revitalización de las Áreas Comerciales de Santa Cruz de Tenerife	200.000,00
<b>Total</b>		<b>1.074.989,40</b>

## Información Pública

### ► Portal de Transparencia de Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife

Desde 2018, Financiación Externa se ha encargado de la actualización del portal de transparencia de la entidad, llegando a conseguir la mayor nota que concede el Comisionado de Transparencia, esto significa que Sociedad de Desarrollo está entre las entidades más valoradas por su nivel de transparencia en Canarias.

<https://transparenciacanarias.org/mapas-transparencia-canarias/>

En 2022 se ha vuelto a participar en la evaluación anual de transparencia, habiendo obtenido la máxima calificación disponible, siendo la más alta de todas las entidades públicas del municipio.

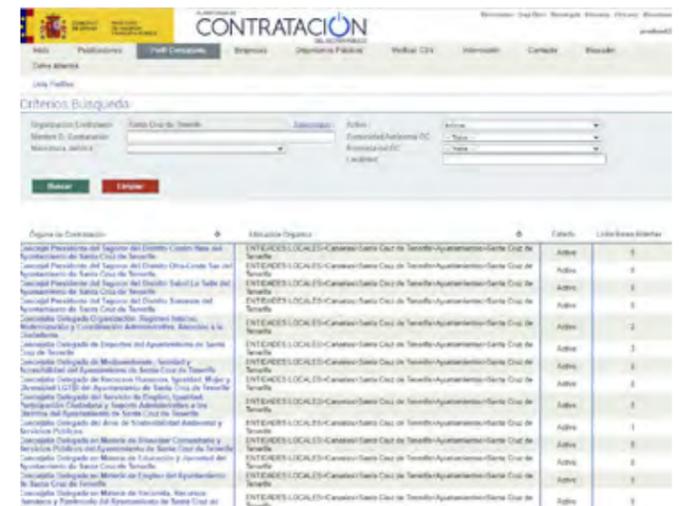
Para consultar la información en nuestro portal de transparencia, pueden acceder en el siguiente link:

[https://www.santacruzdetenerife.es/gobiernoabierto/transparencia/index.php?id=transparencia\\_sociedaddesarrollo](https://www.santacruzdetenerife.es/gobiernoabierto/transparencia/index.php?id=transparencia_sociedaddesarrollo)

### ► Plataforma de Contratación Pública y Audiencia de Cuentas

Desde 2021, Financiación Externa tramita la rendición de cuentas de la entidad, cumplimentando toda la información que exige la Audiencia de Cuentas.

A lo largo de 2022 se ha incorporado la gestión de la publicación de contratos menores en la plataforma de contratación del Estado.





IV Área de Servicios  
Técnicos

## Observatorio Socioeconómico 10

# 10 Observatorio Socioeconómico

**El Observatorio Socioeconómico de Santa Cruz de Tenerife tiene como objetivo, proveer del mayor conocimiento posible a todos los agentes socioeconómicos del municipio que lo demanden, con la finalidad de poder tomar las mejores decisiones posibles en sus ámbitos correspondientes, tanto entre los agentes públicos como en los privados, a través de la comprensión de la realidad socioeconómica municipal.**

Bajo estos términos, las principales líneas trabajadas durante el año 2022, han sido las siguientes:

## Trabajo técnico

- ▶ Servicio de contestación de peticiones de información
- ▶ Búsqueda de nuevas fuentes de información
- ▶ 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
- ▶ Preparación de parte de la justificación de las convocatorias de proyectos

- ▶ Informes de valoración de proyecto 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.

Bajo este contexto, las peticiones de información han centrado el trabajo principal del Observatorio, sin dejar de cumplir el calendario de publicaciones de informes e indicadores. En total en este año 2022, se han generado 103 peticiones de información y material de conocimiento para su difusión. En este aspecto, destaca que se han prestado servicios a todas las áreas o unidades de la Sociedad de Desarrollo, incluida la Dirección de la empresa y a personas o entidades externas a la entidad, en pesos más o menos similares, cumpliendo con la condición de transversalidad del servicio.

Observando el comportamiento de las peticiones de información recibidas y dentro de la clasificación genérica del trabajo que se realiza, se observa como las justificaciones y el trabajo técnico han ocupado gran parte de las consultas gestionadas, con un peso sobre el total, superior al 30% cada una. Seguidamente se encuentran el argumentario, principalmente dirigido a notas de prensa y material para difusión de información y conocimiento, para la Dirección de la empresa o el área de comunicación, tanto de la Sociedad de Desarrollo como del Ayuntamiento de Santa Cruz. La distribución de la importancia según peticiones respecto al año anterior, es prácticamente similar, aunque en 2021, hubo una presencia mucho más significativa del trabajo técnico, que ocupó casi la mitad de las peticiones resueltas, frente al material realizado dentro de apartado de justificaciones.

Asimismo, dentro del trabajo periódico del servicio, se pueden destacar los siguientes trabajos:

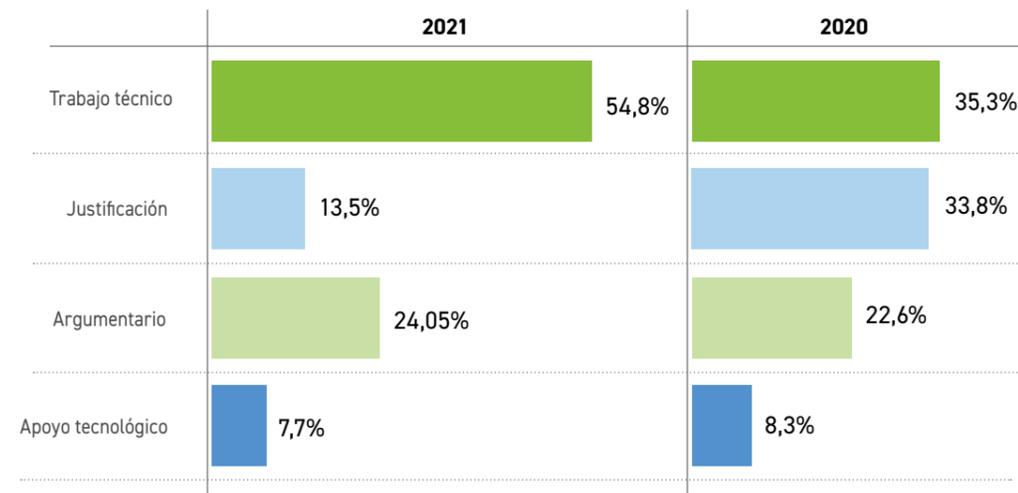
Indicadores de coyuntura sobre aspectos estratégicos para la ciudad:

- ▶ **Cuadros de mando de la situación económica en Santa Cruz**, cuya finalidad es poder tener una visión genérica de la realidad en términos socioeconómicos.
- ▶ **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.
- ▶ **Indicadores de coyuntura turística**, que se viene elaborando desde el año 2015, con los principales datos que se publican en diferentes fuentes, con la finalidad de poder analizar tendencias y evaluar las medidas locales que se están llevando a cabo.
- ▶ **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 Santa Cruz de Tenerife.
- ▶ **Estudio de impacto del Carnaval 2022**
- ▶ **Valoración de eventos en 2022**. Tanto de la campaña Bonos Consumo SC, como Plenilunio o Blackweek SC, 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.

TRANSFORMACIÓN DE LOS DATOS EN CONOCIMIENTO



DISTRIBUCIÓN DE LAS PETICIONES ATENDIDAS POR EL OBSERVATORIO. 2021 - 2022



Total Núm. Peticiones para cada Tipología desglosado por fecha año. El color muestra detalles acerca de Tipología.

DISTRIBUCIÓN DE LAS PETICIONES REALIZADAS EN EL OBSERVATORIO. SEGÚN ORIGEN Y TIPOLOGÍA 2022

Tipología	Comercio y Turismo	Empleo, Formación y E.	Comunicación	Dirección	Externo	Eventos	Servicios Generales	Financiación	Total General
Trabajo técnico	13,5%	6,8%	1,5%	6,0%	6,0%	1,5%			35,3%
Justificación	11,3%	10,5%	4,5%	1,5%	1,5%	0,8%	3,0%	0,8%	33,8%
Argumentario	3,8%	3,0%	7,5%	5,3%		3,0%			22,6%
Apoyo tecnológico	1,5%	1,5%	1,5%	0,8%		0,8%	0,8%	1,5%	8,3%
<b>Total General</b>	<b>30,1%</b>	<b>21,8%</b>	<b>15,0%</b>	<b>13,5%</b>	<b>7,5%</b>	<b>6,0%</b>	<b>3,8%</b>	<b>2,3%</b>	<b>100,0%</b>

Total Núm. Peticiones desglosado por Grupo vs. Tipología. El color muestra % de total Núm. Peticiones. Las marcas se etiquetan por % de total NÚM. Peticiones. Los datos se filtran en Año, a lo que conserva 2022.





IV Área de Servicios  
Técnicos

## Gestión de Patrocinios y Proyectos de Cooperación

11

# 11 Gestión de Patrocinios y Proyectos en Cooperación

**La Sociedad de Desarrollo cuenta también, para el desarrollo de sus proyectos, con la participación y colaboración de la empresa privada. Estas gestiones de captación de recursos se llevan a cabo por un Técnico de Comercialización, perteneciente a la Unidad de Comunicación y Promoción de la empresa, y que se encarga de la gestión de los patrocinios y de la captación de los recursos necesarios para los proyectos en cooperación.**

El pasado año 2021 en el que la pandemia nos azotó con fuerza muchos de nuestros proyectos iniciados, peleados y gestionados quedaron a las puertas de su ejecución, en un año que fue muy complicado para todo el mundo.

Este año 2022 se presentó con más oportunidades y una nueva normalidad marcada por una mayor relajación de las medidas sanitarias de contención de la pandemia, eso nos permitió ir iniciando poco a poco la programación habitual.

Pese a las esperanzas en este año 2022 las secuelas de lo pasado y el inicio de una guerra en Ucrania nos han privado del horizonte de confianza y solvencia esperado y más favorecedor.

Esta nueva situación ha motivado que muchas empresas se hayan visto afectadas y hayan generado un ejercicio de contención en sus habituales apoyos a la Sociedad de Desarrollo.

A pesar de este nuevo panorama y con un gran esfuerzo se ha podido desarrollar la programación prevista casi al completo. Se pudieron celebrar muchos proyectos y eventos, y hemos podido contar a pesar de todo, con el apoyo de la empresa privada.

En resumen, y tras un complejo año 2021 que dejamos atrás, en este nuevo año 2022 y pese a la incertidumbre de una guerra muy cerca de nuestras fronteras hemos contado con el apoyo y la colaboración de la empresa privada en ocho de esos proyectos.

► **Teje el Carnaval 22:** Es un proyecto de carácter formativo en materia de confección textil infantil y con fines solidarios. Se trata de cubrir una demanda que proviene de las guarderías municipales y surge por un lado de la necesidad de dar formación textil a un grupo de personas en riesgo de exclusión social, y por otro el cubrir la demanda de las guarderías del municipio para hacer un

disfraz de carnaval a aquellos niños que por diversas circunstancias no tenían acceso a la adquisición de los mismos. De esta forma estos niños pudieron participar así de un ansiado carnaval celebrado excepcionalmente en el mes de junio, tras dos años de parón de nuestras tradicionales fiestas por motivo de la pandemia.

En este caso el proyecto fue financiado por La Fundación la Caixa con una aportación económica y por Fuente Alta que realizó una aportación en especies con la impartición de una Master Class en manos de un reconocido diseñador canario que permitió a los alumnos explorar e introducirse en ese específico sector de la confección, tanto de disfraces como de tocados con materiales más complejos. Fue un éxito de participación con el cupo de alumnos completo y de inserción laboral en talleres de confección de ropa de carnaval.

► **Teje el Porvenir22:** Es un proyecto ya consolidado de carácter formativo en materia de confección textil y con fines solidarios y de inserción de los alumnos en el mundo laboral. A pesar de contar con el apoyo de la empresa privada para su ejecución finalmente, no ha podido iniciarse en este año 2022 y se traslada al inicio del 2023.

Nuevamente contará con el inestimable apoyo de los tres socios ya habituales, que

son la Fundación La Caixa, la Fundación Disa y el Grupo CIO, que junto a la labor del área de Formación y Empleo de la Sociedad de Desarrollo han sacado adelante, a pesar de las dificultades de esta nueva edición.

Este es uno de los proyectos más satisfactorios por los resultados obtenidos tanto a nivel formativo de los alumnos, como por sus éxitos, sus prácticas y sus expectativas de inserción laboral. Consideramos que es un proyecto completo en su circuito de principio a fin. Se cuenta también con la ayuda que genera el trabajo finalmente realizado por todos los alumnos, con una gran producción de material de confección textil, como pueden ser sábanas, mantas, pijamas, toallas etc. Este material está destinado a las más urgentes necesidades detectadas por el IMAS, que nos dirige hacia las más perentorias y nos apoya siempre en esta



iniciativa con el reparto y distribución de esa producción según las demandas sociales en cada momento.

► **Teje Peques 22:** Es un proyecto de carácter formativo en materia de confección textil de ropa y complementos infantiles con fines solidarios y de reinserción laboral del alumnado. El objetivo como siempre es doble, dar formación en este tipo de confección a personas en riesgo de exclusión orientándolos hacia un futuro laboral y por otro lado cubrir una necesidad imperiosa y demandada por el IMAS cuyo destino son las casas de acogida de madres menores con hijos a su cargo. En esta edición del año 2022 ha sido La Fundación Cajasiete la que ha apostado por la realización de este proyecto financiando el mismo en su totalidad, y junto al apoyo del Área de Formación y Empleo de la Sociedad de Desarrollo.

► **Tecnológica 22:** Es un evento ya tradicional, consolidado y de gran éxito que pone en valor las nuevas tecnologías y la sociedad de conocimiento, y que además en esta undécima edición celebrada entre el 23 y 28 de marzo se ha conseguido, a pesar de las dificultades, crecer en días de celebración y en oferta de actividades para un variado público.

Este gran evento se ha celebrado en el entorno del Teatro Guimerá y de la Sala de Arte La Recova. Tecnológica23 obtuvo un gran éxito de participación y contamos en esta ocasión con el apoyo de empresas como la Fundación La Caixa, Mutua Tinerfeña, Fuente Alta, Libbys, Bravoure peluqueros, Isola, Mas led, Coca Cola, el Grupo Ranh, Tirma, Worten, Heineken, CIP, y Fred Olsen. Este evento consiguió hacerse realidad, tras irse adaptando a los requerimientos ya mucho más relajados de la normativa sanitaria, con un gran éxito de participación y una gran repercusión entre un nuevo público

más joven que se incorpora con muchas ganas y con el que se cuenta para próximas ediciones.

► **Plenilunio 22:** Es el evento de dinamización comercial más esperado y que por su excelencia en organización, nos proporcionó la esperanza de que se pueden hacer las cosas a pesar de algunas dificultades residuales tras la pandemia.

Se compone de más de 100 actividades relacionadas con el ocio y la cultura, para el disfrute de la ciudadanía, fundamentadas en el impulso a los sectores de comercio y restauración a través del incremento de los flujos peatonales reactivando el consumo. Se fomenta además de la realización de actividades que constituyan elementos de atracción turística y de ocio en la Zona de Gran Afluencia Turística de la capital.

Ya pasado lo más fuerte de la pandemia, el esfuerzo del equipo de la Sociedad de Desarrollo y de los directores creativos por generar un buen contenido, y el riguroso cumplimiento de esa normativa sanitaria mucho más relajada, generó la confianza en la iniciativa privada, que nos dio una gran lección de apoyo y de ganas de hacer cosas sumándose a la misma. Participaron empresas como Sanitas, Mutua Tinerfeña, Grupo Domingo Alonso, Fundación Cepsa, Century 21, CIP, Coca Cola, Cajasiete, Fundación La Caixa, Sanitas, Dorada, Mc Donald 's, Distergen, Fuente Alta, Poletto, Doña Isidra Repostería, y el Hotel Príncipe Paz.

► **Ven a Santa Cruz 22:** Programa dirigido a la dinamización comercial de la Zona de Gran Afluencia Turística, lugar donde se concentra la mayor oferta comercial del municipio, cuyo objetivo es contribuir a la mejora de la competitividad del tejido empresarial y comercial y que en anteriores ediciones se organizaba en los primeros domingos

de cada mes. Estas acciones son producto del contacto permanente con los agentes sociales y contribuyen de manera efectiva a la recuperación económica y del tejido productivo local. En el año 2022 se retomó este evento realizándose el fin de semana del 10 y 11 de septiembre, una nueva edición donde se llevaron a cabo una serie de acciones de dinamización en la ciudad durante dos días. Casi una decena de emplazamientos acogieron un programa con más de 50 actividades culturales y de ocio, con conciertos, pasacalles, talleres infantiles y muestras gastronómicas y de artesanía.

Desde el área de promoción y Comunicación y en concreto desde Patrocinios se realiza la captación de empresas privadas que dan apoyo al evento, y en esta edición participaron la Fundación DinoSol, Fundación Cepsa, Fundación 'La Caixa', Grupo Domingo Alonso, Mutua Tinerfeña, Kid&Us, Caser, Libbys, Century 21, Fuentealta, y Poletto.

► **GastroCanarias:** La Sociedad de Desarrollo ha participado una vez este año 2022 más en la Feria de Gastro Canarias celebrada en el Recinto Ferial entre el 27 y 29 de septiembre.

En esta ocasión la Sociedad de Desarrollo participó con un stand para el que se solicitó la colaboración de la empresa privada en especies y fue Fuente Alta con la cesión de una fuente de agua y el correspondiente material para atender a los asistentes y por

parte de la Fundación DinoSol que tuvo la gentileza de ofrecer una de las ponencias que componían el programa de actos de nuestro Stand.

► **Casa del Carnaval:** La Casa del Carnaval tras su nueva apertura y coincidiendo con la nueva fecha de celebración del carnaval en el mes de junio realizó una programación con una serie de actividades en la que colaboraron empresas como Binter, Mc Donalds, Libbys, Fuente Alta y Fred Olsen.

A pesar de las dificultades salimos adelante y conseguimos el apoyo inestimable de estas empresas a las que agradecemos su confianza.

El total de las aportaciones y apoyos en concepto de patrocinios es de 62.385 euros.

1 / PLENILUNIO

2 / CASA DEL CARNAVAL





**Santa Cruz de Tenerife**  
AYUNTAMIENTO

**SOCIEDAD DE DESARROLLO**  
**MEMORIA ANUAL**  
**2022**

Plaza Víctimas del Terrorismo, nº1.  
38003. Santa Cruz de Tenerife  
Tfno: 922 53 33 53  
[www.sociedad-desarrollo.com](http://www.sociedad-desarrollo.com)

