



SANTACRUZ

El corazón de Tenerife



**Plan estratégico de Turismo de
Santa Cruz de Tenerife 2023-2027**



Santa Cruz de Tenerife
AYUNTAMIENTO



Índice

Tabla de contenidos



Introducción

Pág. 3



Capítulo A

Posicionamiento Estratégico

Pág. 5



Capítulo B

Formulación Estratégica

Pág. 15



Capítulo C

Plan de operaciones 2023-2027

Pág. 19



Metodología para la
evaluación y revisión anual

Pág. 59



Introducción

Contexto del proyecto y del presente documento

Contexto del proyecto y documento

El presente informe se enmarca dentro de la fase de **formulación estratégica**, como parte del enfoque metodológico que el **Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027** está siguiendo para la elaboración de su plan. Se han concretado en esta fase, los pilares de **misión, visión y valores**, los **objetivos estratégicos y retos de adaptación a futuro**, los **factores de éxito así como el modelo turístico del municipio**. Además se han identificado y establecido los **ejes estratégicos y programas** para operativizar el plan.



Introducción

Contexto del proyecto y del presente documento

En este documento se expone la formulación estratégica del **Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife** para el periodo **2023-2027**, estructurado en una serie de objetivos, retos y ejes. De esta forma, se ha diseñado un Plan de operaciones, formado por un conjunto de programas que permita ejecutar la estrategia definida.

En este contexto, los programas se presentan en un formato de ficha, que da la posibilidad de llevar una trazabilidad y un seguimiento de todos ellos, con un formato ágil pero completo, de manera que se muestre el detalle de los planes y programas a implementar. Así, el documento se encuentra dividido en varias partes:

A

Posicionamiento estratégico

Presenta la misión, visión, y valores, los objetivos y retos, así como los factores de éxito sobre los que se sustenta el Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027.

B

Formulación estratégica

Resume y detalla en profundidad los ejes estratégicos así como los objetivos sobre los que se sustenta el plan.

C

Plan de Operaciones

Se desarrollan y describen los programas y planes para operativizar el plan estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife.



1

POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE 2023-2027

- 1.1** Misión, Visión y Valores
- 1.2** Objetivos estratégicos y retos
- 1.3** Factores de éxito
- 1.4** Modelo Turístico Santa Cruz de Tenerife

A.1.1 | Posicionamiento estratégico

Misión, Visión y Valores

1.1.1 Misión

El primero de los elementos que componen el enunciado estratégico se corresponde con la **misión**, entendida como el **objetivo permanente en el tiempo** que muestra la razón de existencia del Plan, la filosofía de actuación, la naturaleza y alcance del trabajo que desarrolla.



“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**”

1.1.2 Visión

La **visión**, por su parte, es el **enunciado que expone cómo desea posicionarse el plan** en el marco de la reflexión estratégica para avanzar hacia el cumplimiento de su misión, es decir, se trata de la **imagen aspiracional** de futuro hacia la cual el Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 deberá orientar las actuaciones a desarrollar.



“**Potenciar la competitividad y profesionalización del destino Santa Cruz de Tenerife** a través de la dotación y mejora de los **espacios públicos, las infraestructuras turísticas y el desarrollo de una oferta mejorada, atractiva y diferencial como una estrategia única y sostenible** para el **desarrollo económico y social** de Santa Cruz de Tenerife”

A.1.1 | Posicionamiento estratégico

Misión, Visión y Valores

1.1.3 Valores

Los **valores** son los atributos que constituyen el **instrumento clave de la cultura organizacional** de la entidad, entendidos como los principios y normas de actuación internas/externas que marcan la actuación del Plan, su cultura organizativa y la forma de consecución de su misión y visión. Así, implican **el modo en el que el Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 quiere ser reconocido.**



- Cercanía y confianza.
- Compromiso con el sector turístico del municipio.
- Innovación, competitividad y adaptación al cambio.
- Responsabilidad, integridad y transparencia.
- Excelencia, profesionalidad y calidad.
- Eficiencia y agilidad en la gestión.



A.1.2 | Posicionamiento estratégico

Objetivos y retos de futuro

1.2.1 Retos de adaptación a futuro

Tras la identificación previa en el Diagnóstico Estratégico de los factores de cambio y tendencias que impulsarán el sector turístico en Santa Cruz de Tenerife a futuro, a continuación se muestran los **principales retos de adaptación a futuro:**

1. Digitalización

Desarrollar Santa Cruz de Tenerife desde un punto de vista **Smart¹ y tecnológico**, garantizando la **transformación digital de la industria turística** y que aproveche los datos como fuente de información para la toma de decisiones.

2. Sostenibilidad

Considerar en la estrategia del destino las **prioridades mundiales y europeas** en el ámbito de la **sostenibilidad**, estableciendo los ODS² y las prioridades del Green Deal³ como **base en la definición** de los **proyectos** a futuro.

3. Marketing y tendencias consumo

Adaptarse a las nuevas **tendencias** del turismo, a su **comportamiento y características**, teniendo presente los **canales digitales** con los que se consigue el **posicionamiento y difusión** del turismo de Santa Cruz de Tenerife.

4. Cooperación y gobernanza

Desarrollar un **modelo de gobernanza inteligente** cuyos pilares sean la **cooperación** entre agentes del ecosistema turístico y la **involucración** de la población local en la definición de la estrategia.

5. Emprendimiento

Potenciar el **emprendimiento**, la **competitividad** y la **innovación** en el sector como motores de cambio y recuperación del sector, y tener en consideración la **economía colaborativa** como nuevos modelos de negocio.

6. Desarrollo local

Considerar el **sector turístico** y sus **componentes** como un **motor de desarrollo local** en términos económicos y socioculturales, teniendo presente que el turismo debe estar en las estrategias transversales que se desarrollen en el territorio.

7. COVID-19

Tener consideración las tendencias nacidas de la COVID-19 para **continuar con la recuperación** del sector y **comprender las claves** de dicho proceso, **fortaleciendo** así la **resiliencia y capacidad** de adaptación del territorio.



Smart¹: Hace referencia a las condiciones y objetivos que deben cumplir los destinos para ser considerados inteligentes y eficaces.

ODS²: Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son 17 objetivos globales interconectados y diseñados para ser un plan, permitiendo lograr un futuro mejor y más sostenible para todos. Los ODS fueron establecidos en 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas y se pretende alcanzarlos para el año 2030.

Green Deal³: El Pacto Verde Europeo o "Green Deal" es una herramienta continental de lucha contra el cambio climático, lanzada por la Unión Europea, que pretende que Europa sea, en 2050, el primer continente climáticamente neutro.

A.1.2 | Posicionamiento estratégico

Objetivos y retos de futuro

1.2.2 Objetivos Estratégicos

Para lograr la transformación del Turismo en el municipio, Santa Cruz de Tenerife debe asumir una serie de objetivos sobre los que sustentar, definir y desarrollar los proyectos en los próximos años. Así, a continuación se recogen los **objetivos estratégicos que sentarán la base de la planificación estratégica 2023-2027**, así como de la definición de las actuaciones a poner en marcha en dicho plazo.

Destino

1

Definir y desarrollar un **posicionamiento conjunto claro de Santa Cruz de Tenerife**, apalancado sobre la imagen de Santa Cruz, gastronomía, naturaleza, costa, tradición y la cultura e identidad propias.

2

Desarrollar el **turismo de grandes eventos internacionales** en Santa Cruz de Tenerife como mejora del posicionamiento del destino.

3

Abrir la ciudad al mar.

4

Desarrollar el destino fomentando el turismo **MICE⁴** y **Remote Workers⁵**, así como la creación de **Santa Cruz de Tenerife Convention Bureau⁶**.

Oferta

5

Garantizar la **supervivencia del tejido empresarial** turístico tras la pandemia.

6

Desarrollar una **mayor cultura turística** en todos los agentes del territorio (administraciones, empresas, gestores de recursos...)

7

Mejorar el **nivel de competitividad de las empresas del sector turístico** de Santa Cruz de Tenerife (tamaño, profesionalización, especialización...)

8

Desarrollar **planes, rutas y productos turísticos** específicos para fomentar el **excursionismo**.

MICE⁴: Es un acrónimo inglés que hace referencia al turismo de negocios: reuniones, congresos, convenciones, incentivos, exhibiciones o eventos. Las siglas que forman la palabra MICE hacen referencia a Meetings, Incentives, Convention and Exhibitions.

Remote Workers⁵: El teletrabajo o trabajo a distancia es una modalidad de trabajo tanto por cuenta ajena como de forma autónoma en la que una parte importante del tiempo laboral se realiza desde una ubicación diferente a la oficina de la empresa mediante la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs).

Convention Bureau⁶: Es una entidad de carácter público que se encarga de la promoción del destino al que representa como lugar idóneo para acoger eventos profesionales.

A.1.2 | Posicionamiento estratégico

Objetivos y retos de futuro

9

Desarrollar **planes, rutas y productos turísticos** específicos para fomentar la recuperación de entrada de **cruceros**.

10

Articular el desarrollo del **turismo experiencial** en Santa Cruz de Tenerife.



Demanda

11

Revisar el **mercado estatal** desde la perspectiva de la oferta y la demanda, sin perder el foco en el mercado internacional.

12

Incrementar la **estancia media** del turista en Santa Cruz de Tenerife.

13

Mantener el **posicionamiento turístico** internacional de Santa Cruz de Tenerife previo a la pandemia.

14

Explotar en **mayor medida la intención de retorno del turista** y su capacidad de prescripción.

15

Potenciar **nuevos segmentos turísticos** de interés: turismo LGTBIQ+⁷, inclusivo, single⁸, senior⁹, etc...



Modelo de gestión y gobernanza

16

Revisar y adaptar los **modelos de participación y colaboración** actuales para llegar a todos los agentes del sector y fomentar su implicación de una manera estable.

17

Lograr **posicionar el turismo** como una **industria clave** en el desarrollo económico y sociocultural del destino.

18

Reforzar el **modelo de gobernanza** actual de Santa Cruz de Tenerife.

19

Fomentar el **modelo de gestión turística** conjunta del Cabildo de Tenerife y el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.

LGTBIQ+⁷: Acrónimo que hace referencia al conjunto de lesbianas, gays, personas trans, bisexuales, intersexuales y queer. El término ha evolucionado con el tiempo para incluir todas las identidades de género y orientaciones sexuales.

Single⁸: Los viajes para singles están diseñados para personas que viajan solas pero que desean hacerlo en grupo con otras personas que se hallan en circunstancias parecidas.

Senior⁹: El turismo senior hace referencia a la actividad turística destinada a los adultos mayores, representa una demanda real en el ámbito mundial y que reclama ser atendido de acuerdo con sus particularidades.

A.1.2 | Posicionamiento estratégico

Objetivos y retos de futuro

20

Reforzar la **generación y acceso a datos** de interés turístico a nivel municipal.



Digitalización e innovación

21

Impulsar el **emprendimiento** en el sector turístico aprovechando recursos existentes.

22

Aprovechar la **transversalidad del turismo** para fomentar la cooperación con otros sectores de interés.

23

Crear una **cultura innovadora** en el sector turístico en Santa Cruz de Tenerife.

24

Impulsar la **digitalización de las empresas** del sector turístico de Santa Cruz de Tenerife.

25

Fomentar el desarrollo de **proyectos tecnológicos de referencia** para crear un destino turístico inteligente.



Sostenibilidad

26

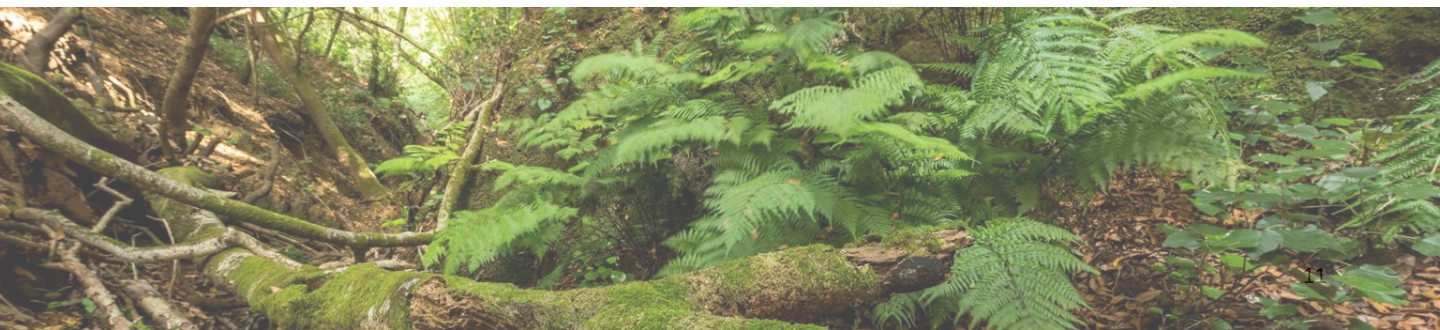
Definir un concepto claro de **sostenibilidad turística** basado en la sostenibilidad medioambiental, económica y sociocultural y sensibilizar a todos los agentes implicados.

27

Impulsar el desarrollo de **nuevos modelos de negocio** basados en el turismo sostenible.

28

Ampliar la oferta de servicios de **transporte sostenible**.



A.1.3 | Posicionamiento estratégico

Factores de éxito

1.3.1 Factores de éxito

Con la finalidad de **lograr la transformación del Turismo en Santa Cruz de Tenerife** se debe tener en cuenta una serie de factores que facilitaran la consecución de los objetivos que se plantean con la elaboración del presente **Plan estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027**. Así, a continuación se recogen los **factores de éxito identificados**:



Destino

- **Posición estratégica de la ciudad**, siendo un enlace clave. El aeropuerto de Tenerife Norte se encuentra a 10km de distancia de la ciudad, permitiendo una conectividad aérea con los principales mercados emisores, además la ciudad dispone de un puerto marítimo.
- Alto potencial de **infraestructuras de Patrimonio Cultural**.
- **Atractivos naturales** como la zona de Anaga, siendo altamente visible la riqueza vegetal de la zona.
- **Carnaval** referente a nivel mundial.
- Amplia **oferta comercial y gastronómica**.
- El Ayuntamiento de Tenerife cuenta con una **imagen de marca clara** centrada en la sostenibilidad y la centralidad del municipio.



Oferta

- **Aumento del empleo** en empresas turísticas en Santa Cruz de Tenerife en el año 2021 en un 5,3% respecto a 2020 (ISTAC), siendo las actividades de **transporte marítimo** y **actividades de agencias de viaje** las dos fuentes de empleo con un **crecimiento positivo más estable** desde el 2012.
- Sectores de **actividades artísticas recreativas y de entretenimiento** y las actividades relacionadas con la **hostelería** en expansión.
- **Aumento de la oferta alojativa** de Santa Cruz de Tenerife creciendo en un 35,49% desde el 2019 (Turismo de Tenerife).
- Amplia oferta de **vivienda vacacional** - 95% de los establecimientos y casi 50% de las plazas ofertadas según el Instituto Nacional de Estadística (INE).
- **Representación equilibrada** de todas las **categorías hoteleras** brindando una oferta alojativa diversificada.
- **Oferta cultural creciente**, dando mayores alternativas a los visitantes.
- Destino adherido al programa del **Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos (SICTED)** para impulsar la calidad del sector turístico.

A.1.3 | Posicionamiento estratégico

Factores de éxito



Demanda

- La valoración de la estancia del turista en Santa Cruz de Tenerife resulta **muy positiva**. Santa Cruz de Tenerife recibe en el 2021 **96,3% de valoraciones positivas** respecto a la experiencia del visitante (Observatorio de Turismo de Santa Cruz).
- El **59,4% de turistas** que visitan Santa Cruz de Tenerife, **ya conocen el destino** (Observatorio de Turismo de Santa Cruz).
- El **42,2% de turistas** que han visitado Santa Cruz de Tenerife han **repetido al menos en 3 ocasiones** (Observatorio de Turismo de Santa Cruz).
- La satisfacción general media de los turistas que visitan Santa Cruz de Tenerife, ha alcanzado la puntuación récord de 8,75 sobre 10 en 2021 (crecimiento del 3% respecto a 2018) según el Observatorio de Turismo de Santa Cruz.



Modelo de gestión y gobernanza

- Un **Observatorio Turístico con líneas de trabajo** en torno a la, industria turística, el turismo, sociedad etc. mejorando la toma de decisiones.



Digitalización e innovación

- La trayectoria del **destino en innovación - transformación turística** (destino de turismo de reuniones y Remote Workers).
- El **31% de los turistas** que recibe Santa Cruz de Tenerife **utiliza internet o las redes sociales** para organizar su viaje (Observatorio de Turismo de Santa Cruz).



Sostenibilidad

- La **apuesta por la sostenibilidad** tanto por parte de agentes públicos como privados (Proyecto de Ley de Cambio Climático y Transición Energética de Canarias, Zona bajas emisiones (ZBE), Ley de Sostenibilidad Energética, etc.)
- **Red de puntos de carga** rápida y normal para **coches eléctricos**, los cuales se promocionan en el ámbito turístico.

A.1.4 | Posicionamiento estratégico

Modelo Turístico Santa Cruz de Tenerife

1.4.1 Modelo turístico

El **modelo turístico de Santa Cruz de Tenerife** establece el **marco de reflexión** que aspira a avanzar en un destino de **calidad, competitivo y mejor preparado** que contribuya a **mejorar la calidad de vida de los residentes y visitantes**, y permita **satisfacer a un turismo cada vez más experimentado**.

Santa Cruz de Tenerife es **un destino urbano-cultural multiproducto con acceso al mar** que **ofrece una experiencia completa para sus visitantes**, combinando **naturaleza, cultura y ocio**, y que gracias a aspectos clave como su **capitalidad, la conectividad, el Carnaval 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.

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



2

FORMULACIÓN ESTRATÉGICA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE 2023-2027

2.1 Ejes Estratégicos

B.2.1 | **Formulación Estratégica** Ejes Estratégicos

2.1.1 Definición de ejes estratégicos

Una vez establecidos los objetivos, las prioridades y los retos del modelo turístico para el municipio de Santa Cruz de Tenerife de cara al futuro, a continuación se plantean **los principales ejes de trabajo** a través de los cuales se estructurará el **Plan Estratégico de Turismo Santa Cruz de Tenerife 2023-2027**:

1

Excelencia Turística: Calidad, Innovación, Tecnología y Digitalización



Impulso de la calidad, la innovación, la tecnología y la digitalización como herramientas para el desarrollo de una oferta mejorada, atractiva y diferencial para Santa Cruz de Tenerife.

2

Competitividad y profesionalización turística



Competitividad y profesionalización del destino a través de la dotación y mejora de los espacios públicos y las infraestructuras turísticas, así como el desarrollo profesional de los agentes del sector turístico del municipio a través de la capacitación, favoreciendo la experiencia del visitante.

3

Producto y Marketing del destino Santa Cruz de Tenerife



Posicionamiento y promoción del destino y los productos turísticos que conforman la oferta del municipio, así como la consolidación de la marca turística Santa Cruz de Tenerife en los mercados objetivos.



B.2.1 | **Formulación Estratégica** Ejes Estratégicos

4 **Gobernanza del destino**



Fomento de un modelo de gobernanza turística compartida para el sector en Santa Cruz de Tenerife con la finalidad de favorecer e impulsar la colaboración público-privada de los agentes del sector.

5 **Inteligencia Turística**



Uso del conocimiento, datos e información sobre la demanda, el destino y mercados turísticos como elemento diferenciador para fomentar e impulsar el uso de los datos turísticos y los sistemas de información.

6 **Sostenibilidad Turística**



Impulso de la sostenibilidad como elemento de alto valor añadido para el turismo en Santa Cruz de Tenerife a través de la movilidad, accesibilidad del destino, así como la sensibilización turística.



B.2.1 | **Formulación Estratégica** Ejes Estratégicos

01 |  Excelencia Turística: Calidad, Innovación, Tecnología y Digitalización

02 |  Competitividad y profesionalización Turística

03 |  Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife

04 |  Gobernanza del destino

05 |  Inteligencia Turística

06 |  Sostenibilidad Turística




SANTACRUZ
El corazón de Tenerife

3

PLAN DE OPERACIONES 2023-2027 DEL PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE

- 3.1** Definición de los Programas del Plan Estratégico
- 3.2** Descripción de los Programas
- 3.3** Elementos Clave para el Despliegue de la Estrategia

C.3.1 | Plan de Operaciones 2023-2027

Definición de los Programas del Plan Estratégico

3.1.1 Definición de los programas

A continuación se muestran **los programas** que se han delimitado en la Formulación Estratégica para el **Plan Estratégico de Turismo 2023-2027** para el municipio de Santa Cruz de Tenerife:

01 | Excelencia Turística: Calidad, Innovación, Tecnología y Digitalización

P001	Digitalización del destino
P002	Destino Turístico Inteligente (DTI)
P003	Innovación turística
P004	Fomento de la calidad

02 | Competitividad y profesionalización Turística

P005	Red de oficinas de turismo y mejora de la atención al turista
P006	Programa de formación y capacitación en destino
P007	Dotación, desarrollo y mejora del espacio público
P008	Infraestructuras turísticas y patrimonio tangible e intangible

03 | Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife

P009	Consolidación de la marca turística Santa Cruz
P010	Programa de marketing y posicionamiento del destino
P011	Carnaval turístico
P012	Gastronomía
P013	Turismo MICE
P014	Cine y audiovisual

C.3.1 | **Plan de Operaciones 2023-2027** Definición de los Programas del Plan Estratégico

P015	Cruceros
P016	Turismo Cultural
P017	Shopping
P018	Turismo deportivo
P019	City Break
P020	Turismo de naturaleza

04 | **Gobernanza del destino**

P021	Plan de gestión y gobernanza turística en destino
P022	Fomento de la colaboración público-privada

05 | **Inteligencia Turística**

P023	Fomento e impulso de uso del dato turístico
P024	Sistema de información turística

06 | **Sostenibilidad Turística**

P025	Mejoras de la movilidad turística
P026	Accesibilidad del destino
P027	Sensibilización turística sostenible


C.3.1 | Plan de Operaciones 2023-2027

Definición de los Programas del Plan Estratégico

 <p>Excelencia Turística: Calidad, Innovación, Tecnología y Digitalización</p>	Digitalización	P001 - Digitalización del destino
	DTI	P002 - Destino Turístico Inteligente (DTI)
	Innovación	P003 - Innovación turística
	Calidad	P004 - Fomento de la calidad
 <p>Competitividad y profesionalización turística</p>	Atención al turista	P005 - Red de oficinas de turismo y mejora de la atención al turista
	Formación	P006 - Programa de formación y capacitación en destino
	Espacio público	P007 - Dotación, desarrollo y mejora del espacio público
	Infraestructuras	P008 - Infraestructuras turísticas y patrimonio tangible e intangible
 <p>Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife</p>	Marca turística	P009 - Consolidación de la marca turística Santa Cruz
	Posicionamiento	P010 - Programa de marketing y posicionamiento del destino
	Carnaval	P011 - Carnaval turístico




C.3.1 | Plan de Operaciones 2023-2027

Definición de los Programas del Plan Estratégico

 <p>Producto y marca del destino Santa Cruz de Tenerife</p>	Gastronomía	P012 - Gastronomía
	MICE	P013 - Turismo MICE
	Audiovisual	P014 - Cine y audiovisual
	Cruceros	P015 - Cruceros
	Cultura	P016 - Turismo Cultural
	Comercio	P017 - Shopping
	Deportes	P018 - Turismo deportivo
	City Break	P019 - City Break
	Naturaleza	P020 - Turismo de naturaleza

C.3.1 | Plan de Operaciones 2023-2027

Definición de los Programas del Plan Estratégico

 <p>Gobernanza del destino</p>	Gobernanza	P021 - Plan de gestión y gobernanza turística en destino
	Colaboración	P022 - Fomento de la colaboración público-privada
 <p>Inteligencia Turística</p>	Gestión datos	P023 - Fomento e impulso de uso del dato turístico
	Información turística	P024 - Sistema de información turística
 <p>Sostenibilidad Turística</p>	Movilidad	P025 - Mejoras de la movilidad turística
	Accesibilidad	P026 - Accesibilidad del destino
	Sensibilización	P027 - Sensibilización turística sostenible





EJE 1

Excelencia Turística: Calidad,
Innovación, tecnología y
digitalización



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	001	Excelencia Turística: Calidad, innovación, tecnología y digitalización
	Programa	P001	Digitalización del destino
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>La transformación digital supone un factor con capacidad de competitividad, tanto desde la perspectiva de la demanda como desde la oferta. Por ello, resulta necesario preparar a Santa Cruz de Tenerife para llevar a cabo su propia transformación digital. La tendencia actual de los visitantes, tanto nacionales como internacionales, es consumir contenido digital. En este sentido, a la hora de planificar un viaje o una visita a cualquier territorio, la presencia de los recursos turísticos de ese lugar en medios digitales hace que el destino sea más cómodo y atractivo.</p> <p>El programa de “Digitalización del destino” incluido dentro del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 pretende proporcionar a Santa Cruz de Tenerife las herramientas tecnológicas necesarias para mejorar la interacción con los visitantes y con el tejido turístico. A continuación se detallan algunos de los objetivos del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilitar una adopción eficiente de las tecnologías para una atención personalizada. • Transformar digitalmente el destino, su comercialización y la oferta de servicios y productos turísticos que ofrece Santa Cruz de Tenerife, para evaluar y evolucionar los principales recursos turísticos del municipio, y de este modo, contemplar y estudiar su transformación digital. • Fortalecer las capacidades digitales en términos de conocimiento y equipamiento tecnológico, de manera que se pueda dar respuesta a un perfil de usuario que cada vez pasa más tiempo en un entorno digital, mejorando así su experiencia. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	001	Excelencia Turística: Calidad, innovación, tecnología y digitalización
	Programa	P002	Destino Turístico Inteligente (DTI)
 Descripción y objetivos del programa	<p>En la actualidad, los destinos turísticos de mayor relevancia destacan por su innovación, su accesibilidad, su digitalización y sostenibilidad entre otros. En este contexto, Santa Cruz de Tenerife apuesta por realizar la conversión a Destino Turístico Inteligente reuniendo todas estas características esenciales del turismo actual y que posicione al destino de mejor manera. Esto permite afianzar los servicios que ofrece el territorio gracias al alcance de la certificación del destino en el ámbito de la inteligencia turística.</p> <p>En este sentido, el programa de “Destino Turístico Inteligente (DTI)” tiene como objetivo principal la contribución mediante acciones destinadas al fomento de Santa Cruz de Tenerife como Destino Turístico Inteligente, buscando facilitar la interacción y la integración del visitante con el entorno, facilitar la toma de decisiones de los entes gestores del sector del turismo y aumentar la competitividad del destino. A continuación se detallan algunos de los objetivos del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar las posibles actuaciones que puede llevar a cabo Santa Cruz de Tenerife para alcanzar una posición madura de Destino Turístico Inteligente. • Colaboración con Segittur para consolidarse como Destino Turístico Inteligente trabajando en las vertientes económica, sociocultural y medioambiental de los ámbitos de: <i>innovación, tecnología, accesibilidad universal, sostenibilidad y gobernanza.</i> 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	001	Excelencia Turística: Calidad, innovación, tecnología y digitalización
	Programa	P003	Innovación turística
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>La innovación turística del destino consiste en evolucionar hacia otro contexto, permitiendo así la mejora de los procesos así como la fidelización de los visitantes entre otros. La inclusión de nuevas ideas, productos, servicios y prácticas, todo ello con la intención de ser más productivos, aprovechando al máximo los recursos actuales disponibles. La innovación implica novedad y soluciones a problemas que no han sido resueltos. Estas características reducen las posibilidades de competencia y facilitan el posicionamiento en el mercado turístico.</p> <p>El programa de “Innovación turística” tiene como objetivo principal contribuir a la mejora competitiva del sector turístico de Santa Cruz de Tenerife a través de la innovación, estableciendo así las bases adecuadas para su desarrollo, permitiendo entre otros, impulsar el emprendimiento turístico en el municipio, buscando crear nuevos modelos de negocio en el sector, potenciar ideas innovadoras y contribuir por ende a la innovación y diversificación de la industria turística de la ciudad. A continuación se detallan algunos de los objetivos del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potenciar el ecosistema de las empresas turísticas a través de la cultura de la innovación y el uso de las tecnologías de la información (TIC). • Proporcionar herramientas y soluciones con la finalidad de promover la competitividad en el sector turístico, ayudando a mejorar su productividad. • Facilitar el acceso a las mejores prácticas innovadoras. • Impulsar la competitividad de las empresas turísticas de Santa Cruz de Tenerife y apoyar en sus procesos de digitalización e innovación. 		

C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas



	Eje	001	Excelencia Turística: Calidad, innovación, tecnología y digitalización
	Programa	P004	Fomento de la calidad
 Descripción y objetivos del programa	<p>El programa para el “Fomento de la calidad” de Santa Cruz de Tenerife como destino turístico pretende aumentar la calidad a través de la mejora de la experiencia y satisfacción del turista. Para ello, se contemplan una serie de acciones para potenciar y poner en valor la Calidad Turística en el destino así como las empresas y servicios turísticos del municipio a través del fortalecimiento del distintivo “Compromiso de Calidad Turística” (SICTED).</p> <p>SICTED es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovido por la Secretaría de Estado de Turismo y que busca un nivel de calidad homogéneo en el destino a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la competitividad de los servicios turísticos del destino. • Ofrecer un nivel de calidad homogéneo en todos los servicios turísticos. • Incrementar la satisfacción de los turistas y fomentar la fidelización de los mismos. • Incrementar la implicación y participación del tejido empresarial en el desarrollo turístico del destino. 		

EJE 2

Competitividad y
profesionalización



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	002	Competitividad y profesionalización
	Programa	P005	Red de oficinas de turismo y mejora de la atención al turista
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>Las oficinas de Turismo y los puntos de información turística deben ser un lugar de referencia para todos los visitantes en Santa Cruz de Tenerife. Una de las claves para garantizar la experiencia turística del visitante es su atención. En este sentido, los agentes del ámbito turístico han estado siempre preparados para poder atender a sus visitantes de la mejor forma posible. Sin embargo, de cara a evolucionar esta actividad, el municipio tiene la ambición de transformar el modelo de oficinas actual hacia un modelo más integrado, homogeneizado y basado en la transformación digital de sus principales servicios.</p> <p>El programa “Red de oficinas de Turismo y mejora de la atención al turista” pretende maximizar la experiencia del visitante mediante el desarrollo de acciones orientadas a la mejora de la atención prestada a través de las oficinas de información turística, tanto en origen como en destino en el momento en el que lo necesite.</p> <p>Todo ello con la finalidad de que el visitante se sienta acompañado y apoyado, contando siempre con lugares en los que obtener la información. Asimismo, se pretende dar más visibilidad a las posibilidades turísticas del municipio, mejorando la experiencia y la oferta de servicios turísticos, así como la calidad de la información que se ofrece. A continuación se detallan algunos de los objetivos del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transformar el modelo de oficinas actual hacia un modelo más integrado, homogeneizado y basado en la transformación digital. • Maximizar la experiencia del turista mejorando la calidad de la información y los servicios ofrecidos al visitante de Santa Cruz de Tenerife. • Mejorar la atención prestada a través de la ampliación de la red oficinas municipales de información turística. • Dar más visibilidad a las posibilidades turísticas del municipio. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	002	Competitividad y profesionalización
	Programa	P006	Programa de formación y capacitación en destino
 Descripción y objetivos del programa	<p>La disposición de un tejido empresarial competitivo resulta determinante a la hora de contar con una oferta turística adaptada a las necesidades actuales y futuras de los visitantes. Por ello, Santa Cruz de Tenerife busca la consolidación de los servicios de apoyo que ofrecen a las empresas, con el objetivo de impulsar su competitividad, consolidar la oferta turística y crear nuevo producto turístico.</p> <p>La formación continua y la actualización del conocimiento son aspectos prioritarios para asegurar el desarrollo futuro de los profesionales del sector turístico y garantizar así que la experiencia del visitante sea completa y satisfactoria, convirtiendo al visitante en prescriptor del destino. En este sentido, Santa Cruz de Tenerife apuesta por el desarrollo del conocimiento de los profesionales del sector turístico a través de la formación y capacitación en diferentes ámbitos.</p> <p>En este contexto, el “programa de formación y capacitación en destino” engloba una serie de acciones para potenciar la formación y desarrollo de los recursos humanos del destino, de cara a mejorar las competencias de los agentes turísticos en Santa Cruz de Tenerife y potenciar la calidad del servicio ofrecido, así como el crecimiento laboral.</p> <p>Además, también se pretende afianzar las capacidades de los profesionales del sector, y retener, atraer y desarrollar el talento tanto del sector turístico como de otros relacionados. Con todo ello se podrá realizar una transición del personal del sector hacia uno más profesional y preparado, permitiendo al turismo del municipio de Santa Cruz de Tenerife ser un lugar de referencia de formación en materia de turismo gracias entre otros a los programas educativos, que tienen como consecuencia el desarrollo del talento. Entre alguno de los objetivos que se persiguen, cabe destacar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de un tejido empresarial competitivo. • Capacitación a los agentes del turismo de Santa Cruz de Tenerife. • Retener, atraer y desarrollar el talento. • Permitir al municipio ser un referente en la formación continua en materia de Turismo. • Mejorar la creación y desarrollo de productos turísticos en Santa Cruz. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	002	Competitividad y profesionalización
	Programa	P007	Dotación, desarrollo y mejora del espacio público
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>En la actualidad, en el marco de los modelos de ciudades sostenibles y proyectos de regeneración, rehabilitación y renovación urbana y turística, se hace especial hincapié en la importancia del espacio público como elemento estructural del sistema urbano, que ofrece grandes oportunidades para generar condiciones de habitabilidad y funcionalidad social y espacial que impacten en la calidad ambiental y de vida, y, por lo tanto en la competitividad y la sostenibilidad turística. Por lo tanto, es necesario poner en marcha actuaciones de mejora y rehabilitación de espacios públicos con potencialidades turísticas y, en general, todos los servicios y equipamiento que aportan valor al destino</p> <p>En este sentido, uno de los espacios públicos más importantes y representativos de un destino turístico como Santa Cruz de Tenerife es, sin duda, aquel determinado por el eje costero urbano, no solo por su significancia en el habitante y el visitante, sino por su importancia ambiental, económica, política, social y geográfica.</p> <p>El programa de “Dotación, desarrollo y mejora del espacio publico” incluido dentro del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027, comprende la creación, mejora y rehabilitación de espacios públicos con potencialidades turísticas y en general, todas aquellas acciones que aportan valor al destino. Dichas actuaciones se ven reflejadas en la rehabilitación de espacios públicos en las zonas turísticas del municipio de Santa Cruz de Tenerife así como en instalaciones públicas de índole turística. Entre alguno de los objetivos que se persiguen, cabe destacar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cohesionar y reequilibrar la ciudad. • Actuación en diferentes espacios de la ciudad. • Regenerar y recuperar el espacio urbano. • Mejora integral de los espacios públicos. • Puesta en valor de los parques y las zonas verdes. • Mejorar la coordinación entre instituciones de las intervenciones y servicios en el espacio público. • Incrementar la satisfacción y experiencia del turista en el espacio público. • Mejora de la calidad de los espacios en los que se desarrolla la actividad turística. • Señalización turística, direccional, de situación o interpretativa de los espacios turísticos, priorizando aquellas medidas que faciliten la accesibilidad cognitiva universal. • Adecuación de las condiciones de uso de los recursos turísticos existentes en los espacios naturales a personas con discapacidad. 		

C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas



	Eje	002	Competitividad y profesionalización
	Programa	P008	Infraestructuras turísticas y patrimonio tangible e intangible
 Descripción y objetivos del programa	<p>Las infraestructuras turísticas se entienden como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio, condicionando así el desarrollo turístico de un destino como Santa Cruz de Tenerife y fomentando que el visitante pueda disfrutar y se sienta cómodo en base a las instalaciones o servicios que requiera.</p> <p>El programa de “Infraestructuras Turísticas y patrimonio” aglutina todas las acciones y proyectos a poner en marcha en relación con la dotación de infraestructuras y protección del patrimonio en el municipio de Santa Cruz de Tenerife, así como la puesta en conocimiento de otras acciones que realiza tanto el Ayuntamiento, como otras instituciones como Gobierno de Canarias y Cabildo de Tenerife. A continuación se detallan algunos de los objetivos que se persiguen con el programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar actuaciones de recuperación y restauración de infraestructuras del patrimonio del municipio de Santa Cruz de Tenerife. • Diseño y desarrollo de un Plan de infraestructuras turísticas para el municipio de Santa Cruz de Tenerife • Acciones para la mejora de las infraestructuras turísticas del destino. 		

EJE 3

Producto y marketing del
destino Santa Cruz de Tenerife



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P009	Consolidación de la marca turística Santa Cruz
 Descripción y objetivos del programa	<p>La marca turística otorga un valor intangible al destino a través de múltiples dimensiones que caracterizan al lugar y lo diferencian de otros. Dichas características, combinadas con una estrategia de marketing y comunicación óptima, permiten crear un concepto que rodea la imagen del lugar, de tal manera que no solo se sintetice la oferta turística sino que el visitante pueda sentirse identificado con la marca del lugar.</p> <p>Actualmente el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife ha consolidado su identidad en su condición de capital de la isla, el punto de partida y llegada, el lugar donde se toman las decisiones y se encuentra una oferta más urbana. Su logo “el corazón de Tenerife” pretende explotar esta centralidad mediante un diseño que retrata a Santa Cruz como el kilómetro 0 de la isla.</p> <p>El programa de “Consolidación de la marca turística Santa Cruz” incluido dentro del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 pretende potenciar la imagen de Santa Cruz de Tenerife en su diversidad, como un destino urbano en un entorno natural único, un destino de turismo cultural, gastronomía local, turismo activo y deportes, entre otros. La marca debe englobar todos los atributos de la capital y lograr a través del consenso, la participación de la comunidad local y sus visitantes, de tal forma que estos se sientan representados y se apropien de la misma. Entre alguno de los objetivos que se persiguen, con este programa, cabe destacar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño, configuración e implementación de actuaciones que permitan actualizar y consolidar la imagen de marca turística. • Potenciar una marca turística que englobe los atributos del destino y de protagonismo a la participación de la comunidad local y sus visitantes. • Lograr que el turista se identifique con la marca turística del municipio. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P010	Programa de marketing y posicionamiento del destino
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>Con la definición de la estrategia Santa Cruz “El corazón de Tenerife”, el municipio consolidó un planteamiento, con el objetivo de posicionar la capital como destino turístico. Sin embargo, Santa Cruz de Tenerife debe continuar trabajando en esta línea, actualizando su posicionamiento y elementos diferenciadores.</p> <p>El programa de “Marketing y posicionamiento del destino” pretende fortalecer e incrementar la visibilidad de Santa Cruz como lugar de destino. Esto permite facilitar la comunicación y posicionamiento del municipio frente a otros competidores y responder a las nuevas necesidades de promoción de forma estructurada y alineada. Las acciones a poner en marcha permitirán, además, mejorar el posicionamiento del municipio dándole más notoriedad y generando mayor visibilidad en otros mercados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potenciar el posicionamiento del destino con acciones en medios especializados. • Atraer visitantes y aumentar el flujo turístico del territorio a través de la promoción y comercialización del destino en los diferentes mercados. • Desarrollo de acciones para los medios de comunicación y los prescriptores con el fin de promocionar y comercializar el destino Santa Cruz de Tenerife en otros mercados. • Impulsar el turismo de Santa Cruz de Tenerife mediante el acercamiento del destino y de su oferta turística al consumidor final. • Desarrollar acciones de soporte necesarias para poder llevar a cabo la actividad promocional del municipio. • Garantizar la correcta promoción y comercialización de Santa Cruz de Tenerife. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P011	Carnaval turístico
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>El turismo y la cultura suponen una relación mutuamente beneficiosa. Desde la perspectiva de la competitividad del destino, la cultura es un elemento importante teniendo en cuenta las características y el atractivo único de un destino. Esta diferenciación es aún más importante dado el incremento en la competencia a escala global, así como los cambios en los patrones del consumidor, impactando en la oferta y la demanda en el turismo. El turismo, a su vez, ha demostrado agregar valor para preservar y fortalecer la identidad cultural autóctona, al tiempo que hace una positiva contribución al desarrollo social y económico.</p> <p>Para Santa Cruz de Tenerife, el carnaval es la fiesta más importante del año, atrayendo una afluencia masiva de personas, con un despliegue humano y material de gran importancia. El carnaval supone un impacto económico considerable no solo para el municipio sino para la isla en su conjunto, ya que el Carnaval de Tenerife, además de ser una cita ineludible para todo el pueblo tinerfeño, también ha sido declarada oficialmente fiesta de interés turístico internacional.</p> <p>En este sentido, el programa de “Carnaval Turístico” incluido dentro del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 contempla la puesta en marcha de diferentes acciones que permitan fortalecer la naturaleza del carnaval ofreciendo a los viajeros una oportunidad más directa y tangible para ver y vincularse también a los distintos aspectos de la cultura local. Entre alguno de los objetivos que se persiguen, con este programa, cabe destacar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar la influencia del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife en el sector turístico y económico de la isla. • Atracción de turistas al municipio a través de la promoción cultural. • Impulso del carnaval mediante acciones y experiencias que permitan la promoción de la festividad durante todo el año. • Diseño y desarrollo de diferentes experiencias en torno al Carnaval. • Fortalecimiento de los productos turísticos ya existentes relacionados con el carnaval. • Potenciar el carnaval a nivel internacional como gran atractivo turístico. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P012	Gastronomía
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>El turismo gastronómico es una forma de turismo donde el interés está puesto en la gastronomía y cultura culinaria del destino que se visita y se ha ido posicionando con el tiempo como uno de los mas importantes entre los turistas de todo el mundo. Es por ello necesario prestar un servicio adecuado y de calidad siendo este un objetivo clave para el sector del municipio. Santa Cruz de Tenerife ha mostrado siempre su interés en el desarrollo del turismo gastronómico por su contribución al turismo sostenible y a la promoción de los destinos turísticos desde el punto de vista cultural.</p> <p>El programa de “Gastronomía” incluido dentro del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 pretende desarrollar y promocionar el sector de la gastronomía en el municipio a través de la implementación de diferentes acciones en torno a la las experiencias culinarias auténticas, tradicionales e innovadoras permitiendo al turista experimentar durante su viaje diferentes actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. A continuación se detallan algunos de los objetivos del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La planificación y la gestión del turismo gastronómico fomentando la participación de todos los sectores interesados. • Buscar el reconocimiento de la gastronomía local como patrimonio cultural. • Potenciar la identidad culinaria, los productos locales y la gastronomía del destino turístico. • La creación y desarrollo de productos y experiencias de turismo gastronómico asociados con el municipio. • La atracción de turistas y posicionamiento del territorio como un destino gastronómico. • Promover el turismo gastronómico como herramienta para avanzar en la sostenibilidad de Santa Cruz de Tenerife como destino. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P013	Turismo MICE
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>El turismo de negocios de todo el mundo representa una parte muy importante del turismo global. Santa Cruz de Tenerife es un destino que ha trabajado a lo largo de estos últimos años en la captación, producción y organización de eventos de distinto tipo. El municipio debe aspirar a dar un impulso estratégico al sector de eventos y al turismo MICE del municipio, de modo que esta línea de trabajo contribuya a la conversión de participantes en eventos en visitantes que experimenten y prescriban el destino.</p> <p>El programa de “Turismo MICE” conlleva la implementación de acciones que permitan seguir desarrollando el turismo MICE en Santa Cruz de Tenerife, aprovechando las oportunidades existentes que ofrece el territorio en cuanto a diversidad y singularidad de infraestructuras y equipamientos para la celebración de eventos y singularidad del destino. De esta manera, se pretende potenciar la captación de eventos y mejorar así la asistencia y el acompañamiento personalizado a los promotores de eventos, reuniones corporativas o asociativas de todo tipo, entre otros.</p> <p>En este sentido, Santa Cruz de Tenerife a través de este programa, busca no solo trabajar en la producción y organización, sino que quiere ayudar a fortalecer al sector, constituyéndose como un destino de referencia en esta materia. A continuación se detallan algunos de los objetivos del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impulso del turismo MICE, adaptándose a la nueva realidad que ha supuesto la pandemia para el sector y mejorar, transformar y desarrollar los servicios actuales y futuros que se ofrezcan. • Contribuir al fortalecimiento del sector y a la captación de eventos de referencia en Santa Cruz de Tenerife. • Apoyo a los agentes locales en la generación de eventos propios relevantes. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P014	Cine y audiovisual
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>La industria audiovisual es un potente sector económico para Santa Cruz de Tenerife, permitiendo la generación de empleo y potenciamiento de la economía a través del ofrecimiento de servicios que impactan en el municipio como puede ser el alojamiento, la contratación de personal, el transporte o logística, entre otros.</p> <p>Para el municipio, el apoyo a la realización de producciones audiovisuales supone una inversión indirecta muy elevada, convirtiéndose así en un nuevo elemento de impulso para la actividad económica en la ciudad. En este contexto, la repercusión económica que supone para empresas relacionadas con el sector, estas producciones representan una oportunidad de promoción para la ciudad de mucho valor.</p> <p>En los últimos años, Santa Cruz de Tenerife ha experimentado un auge como sede de rodajes de series, largometrajes, anuncios y sesiones de fotos, entre otros. En los últimos años, el municipio ha facilitado la gestión de más de 195 producciones audiovisuales, una cifra que refuerza el argumento de que Santa Cruz es una ciudad atractiva para este tipo de inversiones.</p> <p>El programa “Cine y audiovisual” incluido en el Plan estratégico pretende fomentar el desarrollo e impulso del sector audiovisual en Santa Cruz de Tenerife a través de la ejecución de diferentes acciones que permitan además la promoción del municipio como destino turístico. A continuación se detallan algunos de los objetivos del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impulso del sector audiovisual en Santa Cruz de Tenerife. • Fomentar la inversión en el municipio de agentes externos del sector. • Promoción del municipio a través de la realización de producciones en el destino. • Colaboración con las empresas del sector audiovisual, con la finalidad de facilitar y mejorar la tramitación en los procesos. • Información, asesoramiento y gestión para el sector audiovisual. • Facilitar y mejorar la tramitación y los procesos del sector audiovisual. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P015	Cruceros
 Descripción y objetivos del programa	<p>El turismo de cruceros ha sido uno de los sectores más afectados como consecuencia de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, un sector que venía de un crecimiento exponencial, con aumentos a nivel internacional, y con un incremento muy importante de los puertos base, entre los que se encuentra el puerto de Santa Cruz de Tenerife. Las estrategias de comercialización, la diversificación de oferta, el aumento de capacidad de los barcos y la adaptación del producto a las tendencias del mercado, permiten seguir afianzando su competitividad.</p> <p>El puerto de Santa Cruz de Tenerife cuenta con un tráfico de cruceros regular y consolidado, llegando prácticamente todos los días buques y cruceros de todas las nacionalidades, siendo la capital una parada obligatoria para el turista. Por lo tanto, cabe destacar que el turismo de cruceros se ha configurado como una de las principales actividades del sector turístico en el municipio, siendo determinante entre otros, la cercanía del puerto y el centro de la ciudad. En este contexto, el programa "Cruceros" a desarrollar en el marco del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 persigue lograr los siguientes objetivos entre otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puesta en marcha de un sistema de atención e información turística. • Creación de una oficina de atención a cruceros y cruceristas. • Construir una oferta turística adecuada a las necesidades de los cruceristas. • Coordinación y colaboración con las empresas, agentes e instituciones del sector. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P016	Turismo cultural
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>El turismo cultural constituye un motor para salvaguardar el patrimonio vivo, catalizar la creatividad en las ciudades y extender los beneficios socioeconómicos del turismo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), los datos alcanzados en 2018 antes de la pandemia del COVID-19 representaba cerca del 37% del total del sector, siendo la cultura uno de los motores principales del crecimiento del turismo.</p> <p>En comparación con otros destinos en las Islas Canarias, Santa Cruz de Tenerife dispone de una ventaja competitiva en cuanto a la diversidad de su oferta turística, la cual incluye varios puntos de interés cultural como museos y exposiciones. Una de las ventajas de potenciar el turismo cultural es el tipo de viajero que mueve: turistas de perfil cultural medio y alto, con un poder adquisitivo superior a la media. Además, este tipo de perfil depende menos del clima que el turista de sol y playa, por lo que apostar por este nicho permite al municipio diversificar su oferta a través del fomento y la promoción de la cultura como elemento diferenciador.</p> <p>En este contexto, el programa “Turismo cultural” pretende fomentar el desarrollo e impulso del sector cultural en Santa Cruz de Tenerife a través de la ejecución de diferentes acciones que permitan además la promoción del municipio como destino turístico cultural. A continuación se detallan algunos de los objetivos del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impulso del sector cultural en Santa Cruz de Tenerife. • Promoción del municipio como destino turístico cultural. • Campaña de marketing para el segmento cultural. • Puesta en valor de los museos y espacios culturales. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P017	Shopping
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>Las actividades comerciales, según los datos publicados en 2021 por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el comercio supone el 12,3% del PIB total de la economía española. La demanda de turismo está impulsada por un amplio rango de motivaciones, entre ellas el creciente turismo de compras.</p> <p>Esta actividad se ha configurado como una parte muy importante de los ingresos y una atracción adicional para los viajeros y cuenta con una particularidad de especial relevancia para los destinos: el comportamiento del turista de compras difiere del consumidor habitual ya que responde en mayor grado a los impulsos, aumenta el gasto, adquiere artículos no esenciales y compra en días y momentos no habituales.</p> <p>Santa Cruz de Tenerife concentra la mayor zona comercial abierta del Archipiélago, con una gran variedad de tiendas, bares, cafeterías y restaurantes distribuidos en 14 zonas comerciales, entre la que destaca La Calle Castillo, siendo además una zona de gran afluencia turística. Esta amplia oferta comercial representa un atributo principal de la capital por lo que debe ser utilizada como un aspecto clave en el posicionamiento y promoción del destino. El programa “Shopping” incluido en el marco del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 pretende la consecución de los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contribuir a una mayor visibilidad de la zona de gran afluencia turística. • Promoción de la oferta comercial a través de diferentes campañas de marketing. • Adaptación de la oferta comercial del municipio a los nichos turísticos. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P018	Turismo deportivo
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>Los eventos deportivos se han convertido en importantes atracciones turísticas, contribuyendo de manera muy positiva a la imagen turística del destino. Además, el turismo deportivo es un sector que está creciendo de manera acelerada en el turismo, atrayendo cada vez más turistas interesados en actividades deportivas durante sus viajes.</p> <p>El municipio de Santa Cruz de Tenerife dispone de un gran catálogo de eventos deportivos como la <i>S/C Extreme</i>, el <i>Triatlón de Santa Cruz</i> o la <i>Maratón Internacional de Santa Cruz</i>, que se celebran en el municipio a lo largo de todo el año, teniendo en cuenta las excelentes condiciones climáticas, así como infraestructuras deportivas con las que presenta el municipio. En este contexto se destaca la oportunidad de Santa Cruz de Tenerife para la realización de prácticas deportivas relacionadas con el mar. La capital cuenta además con el estadio Heliodoro Rodríguez López, sede del Club Deportivo Tenerife y que resulta un atractivo para aquellos aficionados al fútbol que visitan la isla.</p> <p>El programa “Turismo deportivo” incluido en el marco del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 busca apostar por el turismo deportivo permitiendo al municipio diversificar su modelo turístico, ampliando la oferta de actividades disponibles en el destino. Para ello, el programa establece varios objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el turismo deportivo en el municipio a través de una oferta más amplia y atractiva. • Contribuir al fortalecimiento del sector y a la captación de eventos deportivos. • Atraer un mayor flujo turístico en el territorio mediante acciones de promoción y comercialización de las actividades deportivas. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P019	City Break
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>El turismo “City Break” es una tendencia que se ha convertido en un segmento consolidado y que hace referencia a los viajes urbanos de corta duración. Se trata de una gran alternativa para el turista que busca ocupar su fin de semana, días libres o festivos en un destino en el que pueda entre otros, conocer la cultura del lugar como museos, exposiciones, monumentos o la gastronomía, o pasar unos días de descanso y compras. La amplia oferta turística que ofrece Santa Cruz de Tenerife, permite potenciar esta tendencia a nivel regional, favoreciendo la visita entre islas.</p> <p>El municipio de Santa Cruz de Tenerife reúne muchos requisitos para convertirse en una City break, demandada por el perfil de turista actual que busca destinos urbanos, estancias cortas y que tiende a reservar su viaje y actividades de forma online y que además, comparte a posteriori sus experiencias a través de los diferentes perfiles de redes sociales.</p> <p>En este sentido, el programa “City Break” a desarrollar en el marco del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 pretende fomentar el municipio como un destino para estancias cortas a través de la promoción con campañas de marketing, así como la promoción de diferentes eventos locales que refuercen la identidad de Santa Cruz de Tenerife como una ciudad “City Break”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campaña de marketing para fomentar el City Break. • Promoción de eventos locales. 		

C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas



	Eje	003	Producto y marketing del destino Santa Cruz de Tenerife
	Programa	P020	Turismo de naturaleza
 Descripción y objetivos del programa	<p>La creciente tendencia del turismo de naturaleza impulsa a destinos como Santa Cruz de Tenerife a potenciar sus atributos naturales de cara a atraer a este nicho cada vez más presente en la demanda turística. El turismo de naturaleza implica la búsqueda de espacios abiertos donde el turista pueda interactuar con la fauna y flora autóctona, evitar aglomeraciones y realizar actividades en el exterior. El Parque Rural de Anaga, Reserva de la Biosfera, es uno de los principales atractivos del municipio y su correcta promoción y conservación, junto a sus playas, puede resultar en un motor fundamental para el turismo local.</p> <p>La estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (DUSI) "Anaga en el Corazón", elaborada por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife ya ha puesto en marcha iniciativas encaminadas a la rehabilitación y conservación de los espacios naturales de la zona de Anaga. Uno de los principales retos a los que se enfrenta Santa Cruz de Tenerife es lograr atraer a una porción mayor de los turistas entre el amplio número de destinos turísticos de naturaleza existentes no solo a nivel autonómico sino también nacional. Para dar respuesta a este reto, a continuación se detallan algunos de los principales objetivos que se pretenden abordar a través del programa "Turismo de naturaleza":</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar campañas de marketing para poner el valor los recursos naturales del municipio. • Posicionar el turismo activo y de naturaleza como uno de los principales nichos de interés, destacando el senderismo. 		

EJE 4

Gobernanza del destino



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	004	Gobernanza del destino
	Programa	P021	Plan de gestión y gobernanza turística en destino
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>La actividad turística exige la cooperación entre los diferentes actores y agentes que intervienen en la cadena de valor para una gestión eficaz. En este contexto, nace un concepto clave a la hora de desarrollar estrategias turísticas, la gobernanza.</p> <p>La gobernanza turística aglutina los procesos de decisión público-privados para solucionar las discrepancias que se producen de forma inevitable en el turismo. En este sentido, Santa Cruz de Tenerife debe establecer espacios de relación entre los diferentes agentes, para mejorar la toma de decisiones colectivas, establecer sistemas de trabajo conjuntos, así como implementar nuevos procesos de gestión y desarrollo que den un impulso a la actividad turística en el municipio.</p> <p>El programa para el “Plan de gestión y gobernanza turística en destino” a desarrollar en el marco del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 pretende tener en cuenta los intereses de todos los actores implicados en el turismo del municipio, mejorando la comunicación entre ellos a través de un ente de gestión unificada, que permita consolidar el modelo de gobernanza colaborativa y sostenible actual. Se trata de una necesaria estructura de organización municipal a través de la que se establezcan cauces de participación en los procesos de toma de decisión de la política local turística, siendo además, una herramienta también necesaria como mecanismo de coordinación entre las distintas áreas o servicios municipales con relevancia turística. Para dar respuesta a este reto, a continuación se establecen los principales objetivos de este programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la cooperación entre los diferentes agentes del sector turismo que intervienen en la cadena de valor para una gestión eficaz. • Establecer espacios de relación entre los diferentes agentes, para mejorar la toma de decisiones colectivas, establecer sistemas de trabajo conjuntos, así como implementar nuevos procesos de gestión y desarrollo. • Creación de una estructura de organización municipal para la gestión unificada que permita consolidar el modelo de gobernanza colaborativa y sostenible actual. 		

C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas



	Eje	004	Gobernanza del destino
	Programa	P022	Fomento de la colaboración público-privada
 Descripción y objetivos del programa	<p>El concepto gobernanza hace referencia a la creación de redes de cooperación y coordinación entre los actores que se encuentran directa e indirectamente implicados en la cadena de valor del sector turístico. En este sentido, Santa Cruz de Tenerife debe contribuir a la evolución del modelo actual de la gobernanza turística, todo ello, consolidando un modelo que coopere de forma estructurada y activa con los distintos agentes que componen el ecosistema del municipio y de la isla de Tenerife.</p> <p>El programa para el “Fomento de la colaboración público privada” a desarrollar en el marco del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 nace con la necesidad del municipio de apostar y alcanzar un ecosistema turístico cooperador, es decir, un modelo de gobernanza que colabore con un amplio, diverso y cohesionado ecosistema de agentes. Para ello, resulta fundamental reforzar el modelo de gobernanza y gestión del turismo del territorio. Con esta finalidad, se definen los principales objetivos para el fomento de la colaboración público-privada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación y cooperación permanente y regular entre los agentes turísticos del municipio. • Búsqueda de un modelo de gestión con los agentes clave del turismo. • Colaboración con redes de otros destinos turísticos. 		

EJE 5

Inteligencia Turística



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	005	Inteligencia Turística
	Programa	P023	Fomento e impulso de uso del dato turístico
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>Los entes gestores del territorio deben apostar y basar la toma de decisiones en un modelo de inteligencia turística siendo una de las claves a la hora de desarrollar el sector turístico. Esta a menudo se basa en datos, ya que ayudan a decidir las acciones a tomar para mejorar actividades concretas.</p> <p>En este sentido, el municipio de Santa Cruz de Tenerife debe focalizar la explotación de datos como parte indispensable de su gestión, así como su compartición, involucrando tanto al sector público como privado.</p> <p>El programa para el “Fomento e impulso de uso del dato turístico” incluido dentro del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 recoge las acciones a poner en marcha en el municipio para generar un ecosistema en la gestión y uso de los datos, fomentando la compartición voluntaria de los datos por parte de los agentes del sector y trabajando en la explotación de los mismos para favorecer el crecimiento del sector turístico de Santa Cruz de Tenerife. A continuación se detallan algunos de los objetivos principales del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciar los mecanismos adecuados para la generación de datos turísticos de valor. • Fomentar el uso compartido de los datos con los principales agentes del sector turístico de Santa Cruz de Tenerife. • Obtener conclusiones en base a la explotación de los datos para la detección de nuevas oportunidades de mejora en el ámbito del turismo. 		

C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	005	Inteligencia Turística
	Programa	P024	Sistema de información turística
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>Un sistema de información turística hace referencia a un proceso permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y distribución de los datos y la información de una forma precisa para los objetivos de planificación, de acción y de evaluación turística para los distintos agentes turísticos del municipio.</p> <p>En este sentido, se considera de importancia para Santa Cruz de Tenerife el poder explotar sinergias y áreas de trabajo conjuntas entre los diferentes observatorios de Turismo y otros similares, así como implementar mejoras en la gestión del modelo de inteligencia turística gracias a la experiencia, práctica y conocimiento de otros observatorios.</p> <p>El programa de “Sistema de información turística” incluido dentro del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 pretende poder transformar el modelo de observación turística hacia un modelo de inteligencia avanzado que apoye de manera continua la toma de decisiones sobre la gestión del municipio, gracias a la disposición de datos e información. A continuación se detallan algunos de los objetivos principales del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño e implementación de Sistema de Información Turística. • Observatorio turístico de Santa Cruz de Tenerife. 		



EJE 6



Sostenibilidad Turística



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	006	Sostenibilidad Turística
	Programa	P025	Mejoras de la movilidad turística
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>El sector turístico es sensible a las condiciones de movilidad y calidad del entorno, pudiendo afectar a la calidad del producto turístico ofrecido y como consecuencia, repercutir negativamente en la percepción y la satisfacción del visitante. En este contexto, cabe destacar que el fomento de la movilidad sostenible se ha convertido en un objetivo que alcanza a todos los municipios del mundo, dada su importancia.</p> <p>El programa de “Mejoras de la movilidad turística” incluido dentro del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 recoge las líneas de actuación en materia de movilidad turística. A continuación se detallan algunos de los objetivos principales del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocionar el transporte colectivo, público y sostenible del municipio para el uso turístico. • Comunicar y promocionar la movilidad y el transporte sostenible de Santa Cruz de Tenerife para que suponga un atractivo turístico. • Valorar la movilidad sostenible como una gran oportunidad de mercado para el sector del turismo en el municipio. • Desarrollar diferentes productos turísticos que permitan fomentar la movilidad turística y el transporte sostenible. • Fomentar y sensibilizar al sector en relación a la protección ambiental. 		



C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	006	Sostenibilidad Turística
	Programa	P026	Accesibilidad del destino
 <p>Descripción y objetivos del programa</p>	<p>El Turismo accesible consiste en la posibilidad de disfrutar de espacios, infraestructuras, equipamientos y otros servicios en igualdad de condiciones, de autonomía y seguridad. De esta manera, podremos desarrollar un destino accesible, con la finalidad de favorecer a las personas para que puedan disfrutar de una experiencia turística con independencia de sus características o necesidades personales.</p> <p>Hoy en día, los destinos turísticos de mayor relevancia destacan por su innovación, su accesibilidad, su digitalización y su sostenibilidad. La accesibilidad debe ser una apuesta a largo plazo del municipio ya que afecta a toda la cadena de la experiencia turística de los visitantes. El programa de “Accesibilidad del destino” incluido dentro del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 recoge las líneas de actuación en materia de accesibilidad turística. A continuación se detallan algunos de los objetivos principales del programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El desarrollo de la accesibilidad en los centros y puntos turísticos del municipio. • La promoción y consolidación del municipio como un destino turístico accesible. • La mejora de la accesibilidad turística estableciendo actuaciones prioritarias y secundarias. • Colaboración con profesionales del sector para promover iniciativas que permitan trabajar en un turismo accesible para Santa Cruz de Tenerife. • Involucrar a todas las partes implicadas del sector turístico del municipio para establecer sus responsabilidades en la accesibilidad del destino. 		

C.3.2 | Plan de Operaciones 2023-2027

Descripción de los Programas

	Eje	006	Sostenibilidad Turística
	Programa	P027	Sensibilización turística sostenible
 Descripción y objetivos del programa	<p>La transformación del sector turístico debe tener lugar de forma indispensable en el marco de la sostenibilidad, resultando algo esencial en la actualidad para asegurar el crecimiento del sector. Con la finalidad de cumplir este objetivo, el municipio de Santa Cruz de Tenerife debe no sólo concienciar a la oferta del territorio, sino también a la demanda que visita el territorio. En este contexto, resulta fundamental el desarrollo de actuaciones en el municipio que permitan sensibilizar al visitante y minimizar así su impacto con su visita y garantizar el bienestar con la sociedad y el entorno de Santa Cruz de Tenerife.</p> <p>El programa de “Sensibilización turística sostenible” incluido dentro del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027, pretende asegurar un comportamiento responsable por parte de los visitantes de Santa Cruz de Tenerife durante su visita, gracias a la información y conocimiento que se les transmite en el ámbito de la sostenibilidad y la sensibilización. Entre algunos de los objetivos que se persiguen, cabe destacar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acciones de concienciación y sensibilización del sector turístico. • Colaboración conjunta entre visitantes, agentes y ciudadanía de Santa Cruz de Tenerife para fomentar la sensibilización sobre el impacto que se puede tener durante la experiencia del visitante. • Trabajar en la concienciación y sensibilización del visitante. 		

C.3.3 Reflexión Estratégica

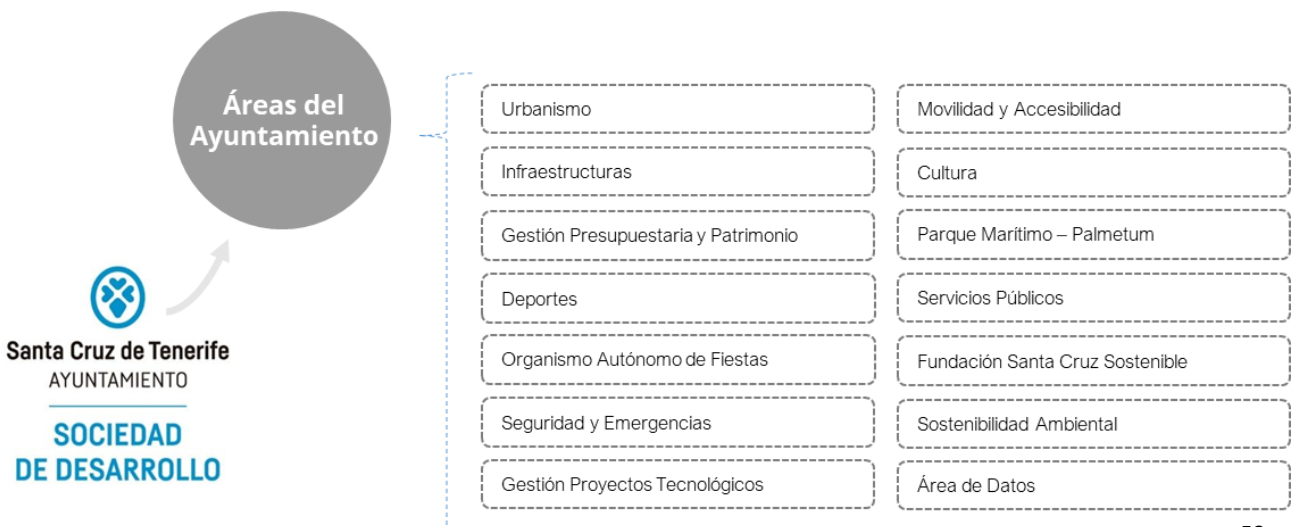
Elementos Clave para el despliegue de la Estrategia

La elaboración del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027 se ha enfocado desde el comienzo con **una perspectiva altamente participativa**, logrando una adecuada representación de los distintos agentes con impacto directo en el desarrollo socioeconómico del territorio.

Con la finalidad de la **recogida de información** que ha ayudado a configurar la formulación estratégica 2023-2027, **se pusieron en marcha diferentes sistemáticas de participación** a través de las cuales se logro entre otros, la definición de los **ejes estratégicos** y los **programas** descritos en el presente documento. A continuación se destacan algunas de las actividades incluidas en el Plan de participación:

2 Talleres monográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Fase I: Nuevas necesidades y demandas con el objetivo de distinguir los posibles escenarios de estabilización y recuperación de la industria turística. • Fase II: Identificar los mecanismos y recursos adecuados a articular para asegurar el óptimo desarrollo de la estrategia definida.
11 Mesas sectoriales	<ul style="list-style-type: none"> • Mesas sectoriales: 11 sesiones de reflexión en torno a la situación actual del turismo de Santa Cruz de Tenerife e identificación de retos desde una doble perspectiva, el contexto de incertidumbre actual, por un lado, y la visión 2030 de la Estrategia, por otro.
30 Entrevistas personales	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas personales con diferentes actores del sector turístico de Santa Cruz de Tenerife para enriquecer las conclusiones del diagnóstico estratégico realizado así como identificar los principales retos y líneas de actuación a futuro.
1 Jornada de turismo de Santa Cruz de Tenerife	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de una jornada técnica de Turismo en el Hotel Mencey junto con los principales agentes clave del sector turístico para el análisis de las variables clave.

Una vez determinado el conjunto de ejes y programas que conforman el Plan Estratégico de Turismo del municipio de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027, **se llevo a cabo una reunión individualizada con Sociedad de Desarrollo** y las diferentes áreas del **Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife** con el objetivo de identificar y detectar las acciones y proyectos tractores a futuro que se incluirán en los diferentes Planes de Acción.



4

METODOLOGÍA PARA EVALUACIÓN Y REVISIÓN ANUAL DEL PLAN

- 4.1** Hitos de Evaluación y actualización Plan de Acción
- 4.2** Metodología de evaluación
- 4.3** Actualización del Plan de Acción
- 4.4** Diseño de la Estructura de Seguimiento del Plan
- 4.5** Definición de los Indicadores de Seguimiento Operativo

4.1 Metodología para Evaluación y revisión anual

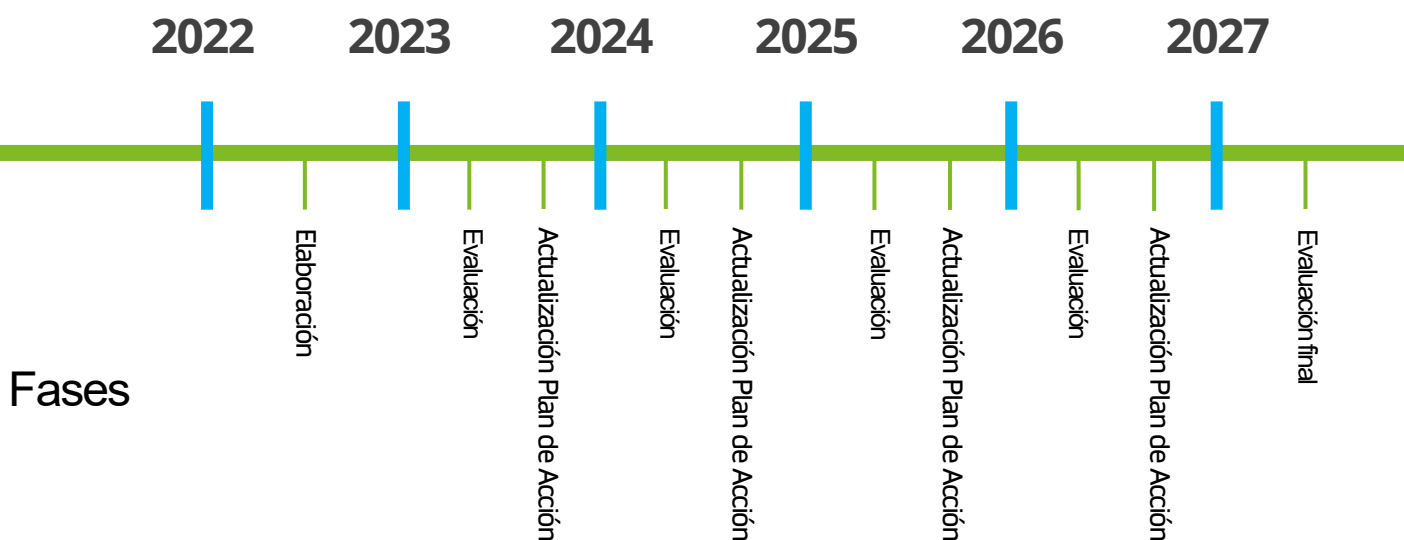
Hitos de evaluación y actualización del Plan de Acción

El seguimiento de las actuaciones definidas en el Plan de acción, así como la **evaluación de los objetivos y resultados conseguidos, constituyen un elemento esencial** para el éxito del Plan estratégico. El seguimiento permitirá conocer la medida en que se consiguen los objetivos planteados inicialmente, contribuyendo a la toma de decisiones a lo largo de su ejecución y al control de las actuaciones durante todo el proceso.

Así, una vez definido el Plan estratégico, se elaborará un informe anual de evaluación con los resultados parciales obtenidos hasta el año 2023 y los años sucesivos, que se emitirá en el primer trimestre de 2023, y un informe final de diagnóstico, conclusiones y cierre de todo el plan estratégico con los resultados obtenidos hasta el 2026, que se emitirá en el primer trimestre de 2027. Estos informes permitirán ofrecer información sobre el grado de consecución de los resultados esperados del Plan estratégico.

Asimismo, se llevará a cabo un **seguimiento continuado del desarrollo y la consecución de los objetivos y actuaciones del Plan estratégico**. Para ello, se llevará a cabo anualmente la elaboración de un plan de acción específico para el año siguiente, comenzando por el periodo 2023-2024. Estos trabajos permitirán corregir las desviaciones respecto a los objetivos iniciales, estableciendo un plan de acción cada año que se alinee con el Plan estratégico.

En la siguiente línea temporal se pueden visualizar de forma cronológica las actividades de evaluación y elaboración de los planes de acción a partir del año 2023, hasta la finalización del proyecto en el año 2027:



De esta forma, se aprecian dos **actividades recurrentes** a lo largo del Plan Estratégico de Turismo del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027:

- Informes de evaluación
- Elaboración de nuevos Planes de acción

4.2 Metodología para Evaluación y revisión anual

Metodología de evaluación

Dado el entorno cambiante en el que se encuentra Santa Cruz de Tenerife en relación al sector turístico, así como la **necesidad de evaluar y actualizar el Plan de Acción**, se llevará a cabo una revisión y actualización que se irá sucediendo a lo largo de todo el periodo de ejecución del Plan Estratégico de Turismo de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027.

Así, se llevará a cabo una revisión y evaluación anual en dos vertientes:

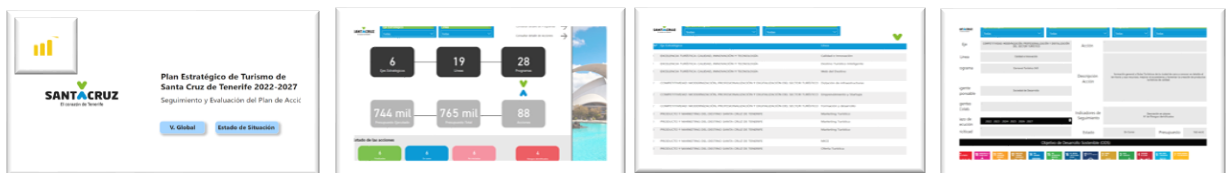
1. Análisis cuantitativo
2. Análisis cualitativo

Análisis cuantitativo

Los indicadores establecidos en el Plan Estratégico de Turismo en las fases previas, ofrecerán **una visión sobre la evolución de las principales magnitudes** de Santa Cruz de Tenerife en el plano del turismo. Asimismo, se emplearán indicadores económicos, sociales, de digitalización y de medio ambiente propuestos por la Comisión Europea.

De esta forma, se utilizará la información mostrada en el programa Power BI creado al efecto, para **conocer en qué medida se están ejecutando de forma correcta o incorrecta**, mediante un sistema de “semáforo” y de avance de las acciones, en porcentaje.

Además, se anotarán incidencias explicativas sobre las razones o motivos para que las actuaciones no se hayan completado.



Los indicadores definidos en las distintas evaluaciones siguen los **criterios establecidos por la Comisión Europea** en términos de evaluación de las estrategias:

- **Pertinencia:** Medida en que los objetivos de los proyectos son congruentes con los requisitos de los beneficiarios, las necesidades de la Comunidad Autónoma, las prioridades y las políticas de los asociados.
- **Eficacia:** Medida en que se lograron o se espera lograr los objetivos de la Estrategia, tomando en cuenta su importancia relativa.
- **Eficiencia:** Medida en que los recursos (fondos, especialización, tiempo, equipos, etc.) se han convertido económicamente en resultados.
- **Coherencia** (es decir, coherencia de las políticas): Necesidad de velar por la coherencia de las políticas vigentes de los distintos ámbitos.
- **Sostenibilidad:** Medida en la que los resultados de los proyectos perduran una vez finalizada la intervención, o bien la probabilidad de que dichos resultados perduren a largo plazo resistiendo a los riesgos.
- **Impactos:** Efectos a largo plazo, ya sean positivos o negativos, primarios o secundarios, producidos directa o indirectamente por la Estrategia, intencionalmente o no.

4.2 Metodología para Evaluación y revisión anual

Metodología de evaluación

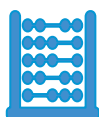
Análisis cualitativo

La explotación de resultados se hará por un lado, en función del análisis de indicadores asociados a cada una de las actuaciones del Plan Estratégico ejecutadas a lo largo del año en curso, y por otro, en función del análisis de la información recibida por parte de los agentes involucrados en su ejecución. Para ello, se medirá **el grado de realización de cada actuación** en función a distintos factores:



Gestión del tiempo

Medido como el porcentaje del grado de avance del plazo de ejecución real con respecto al plazo de ejecución estimado (expresado en %), para la fecha en la que se está evaluando.



Gestión del coste

Se mide como el porcentaje del grado de avance del presupuesto ejecutado con respecto al presupuesto estimado (expresado en %), para la fecha en la que se está evaluando.



Grado de ejecución y estado de acciones

Se mide como el porcentaje de avance real de los hitos que constituyen la actuación (expresado en %), para la fecha en la que se está evaluando. Valorando el estado : ejecutado / iniciado / no iniciado.

Estos tres factores se les otorgará una **puntuación de 0 a 5** con la finalidad de generar un dato global del grado de realización global de las actuaciones con la mayor objetividad posible.

Escala	Descripción
0	No se observa ninguna evidencia de desarrollo de la acción
1	Se ha definido o se realiza a nivel informal
2	Se ha escrito o definido a nivel interno, sin aprobación posterior
3	Está aprobado, pero no se ha puesto en marcha / se ha puesto en marcha parcialmente
4	Puesto en marcha, pero no finalizado
5	Finalizado / Realización completa

Con el objetivo de **identificar mejoras y actualizaciones para el Plan Estratégico de Turismo** se realizarán diferentes actividades, entre las que destacan la elaboración de encuestas de valoración de resultados, la realización de una mesa de trabajo y el análisis de propuestas de las mesas asesoras de la Sociedad de Desarrollo.

a) Encuestas de valoración

Como primera actividad, se propone diseñar y realizar encuestas de valoración de resultados e identificación de mejoras.

4.2 Metodología para Evaluación y revisión anual

Metodología de evaluación

Para ello, se elaborará una **encuesta online**, tomando en cuenta los ejes estratégicos y actuaciones u líneas estratégicas definidas en el Plan de acción para el año en curso. Esta encuesta será remitida tanto a los agentes implicados directamente en la ejecución del actual Plan de Acción, al Ayto. de Santa Cruz de Tenerife y a todos aquellos agentes que sean de relevancia para la consecución de este objetivo.



Contenido de las Encuestas

- Denominación del Proyecto
- Objetivos perseguidos
- Expectativas creadas
- Resultados finales
- Aspectos susceptible de mejoras
- Buenas prácticas identificadas

b) Mesa asesora

La Sociedad de Desarrollo del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife es uno de los agentes que juega un papel esencial tanto en el seguimiento, como en la propuesta de mejoras para el Plan de acción vigente. Es por ello que se propone convocar a una reunión de dicha mesa asesora para contrastar y validar los resultados de las encuestas.

c) Análisis de documentación

Por último, se realizará un **análisis recopilatorio de todas las propuestas de mejora anteriores al Plan** e identificar las que se han puesto en marcha y las que siguen pendientes de aplicación y sus razones para su no implementación. Una vez que se hayan analizado los resultados de las tres actividades, se elaborarán un informe con propuestas de nuevas iniciativas estratégicas a integrar Plan Estratégico, y se diseñará una hoja de ruta para su implantación.



4.3 Metodología para evaluación y revisión anual

Actualización del Plan de Acción

Una vez desarrollada la evaluación del Plan Estratégico anual, llegamos a la **actualización del Plan de acción**, que se revisará y reformulará igualmente de forma anual.

En este sentido, se llevará a cabo una **reformulación del Plan de acción, revisado anualmente y con una metodología similar a la utilizada en la primera ocasión**, realizándose un trabajo interno por parte del equipo conformado por los responsables de la Sociedad de Desarrollo y el personal de la empresa adjudicataria para revisar las fichas de actuaciones dentro de los objetivos y líneas estratégicas de turismo existentes, determinando así su pertinencia, complejidad, prioridad y su marco de actuación en el Plan Estratégico de Turismo del municipio de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027.

Una vez cerrado el inventario de actuaciones que conformarán el Plan, para cada una de ellas se desarrollará y actualizará la ficha de actuación. Esta **ficha contiene los diferentes elementos clave de cada actuación**, que estarán orientados a servir como base para la reflexión que se realice en torno a las mismas en las siguientes actividades de esta Fase. De este modo, a continuación se presenta el modelo de ficha en las que se recogerán las actuaciones, cuya estructura y contenido definitivo es el siguiente:

Título en la ficha de actuación	Descripción
Eje estratégico	Eje estratégico en el se encuadra la actuación.
Programa	Conjunto de actuaciones englobadas en un programa único de actuación.
Actuación	Denominación y descripción básica de la actuación.
Descripción y objetivos de proyecto	Descripción en detalle de la actuación, así como la descripción de los objetivos que se persiguen.
Agente responsable	Agente/Unidad interna del Ayto. de Santa Cruz de Tenerife encargadas de la actuación.
Agentes colaboradores	Identificación de los potenciales agentes con los que se podría colaborar o tejer redes y alianzas en el marco de la actuación.
Plazo de ejecución	Identificación del plazo temporal de desarrollo de la actuación.
Criticidad	Identificación de la criticidad baja, media o alta de la actuación.
Indicadores de seguimiento	Listado de KPIS que miden de forma inmediata las actividades realizadas para la puesta en marcha de la actuación.
Presupuesto	Monto presupuestario de la actuación.
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible a las que contribuye la actuación

4.4 Metodología para evaluación y revisión anual

Diseño de la estructura de Seguimiento del Plan

Procedimientos para el seguimiento del Plan Estratégico

Dentro de las herramientas de gestión del seguimiento, se sitúa en primer lugar la **definición de procedimientos**, como instrumentos necesarios para garantizar la adecuada ejecución e implantación de las acciones previstas dentro del Plan Estratégico de Turismo.

En concreto, los procedimientos definidos serán tres:

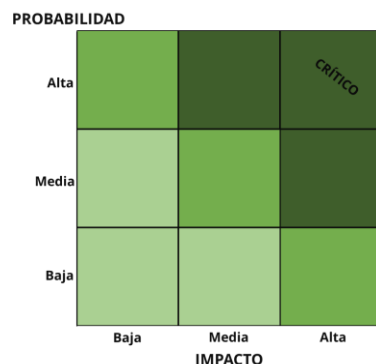
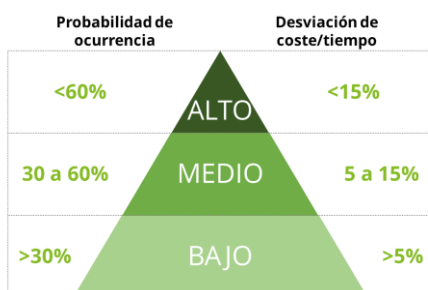
- Gestión de los riesgos.
- Gestión de la calidad.
- Gestión del reporte.

Procedimiento de gestión de los riesgos

Los objetivos de la gestión de los riesgos radican en **disminuir la probabilidad y el impacto de los eventos** adversos para las actuaciones derivadas del Plan.

	Planificación de la gestión de riesgos	Identificación de riesgos	Priorización de riesgos	Planificación de la respuesta a los riesgos	Seguimiento y control de riesgos
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> Planificar la gestión de riesgos de la actuación. Definir cómo enfocar, planificar y ejecutar las actividades de gestión de riesgos de la actuación. 	<ul style="list-style-type: none"> Determinar que riesgos pueden afectar a la actuación. Realizar un análisis cualitativo y cuantitativo de los riesgos de la actuación. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluar la prioridad de los riesgos identificados usando la probabilidad de ocurrencia, el impacto sobre los objetivos de la actuación, así como otros factores como el coste, cronograma, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar opciones y determinar acciones para mejorar las oportunidades y reducir las amenazas a los objetivos de la actuación. 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar, analizar y planificar nuevos riesgos. Realizar el seguimiento de los riesgos identificados.
Actividades	<ol style="list-style-type: none"> Celebración de reuniones de planificación y análisis de riesgos. Elaboración del Plan de Gestión de Riesgos. Establecimiento de una infraestructura para la gestión de riesgos. 	<ol style="list-style-type: none"> Recogida de información de riesgos en proyectos similares. Identificación de los riesgos potenciales del proyecto. Elaboración de informes. 	<ol style="list-style-type: none"> Evaluación de probabilidad de impacto de los riesgos. Evaluación de la urgencia de los riesgos. Agrupación de riesgos por categorías. 	<ol style="list-style-type: none"> Actualización de la identificación de riesgos. Actualización del Plan de gestión de riesgos. Identificación de nuevos riesgos y de planes de contingencia alternativos. 	<ol style="list-style-type: none"> Reevaluación de los riesgos. Elaboración y actualización de un registro de riesgos del proyecto.

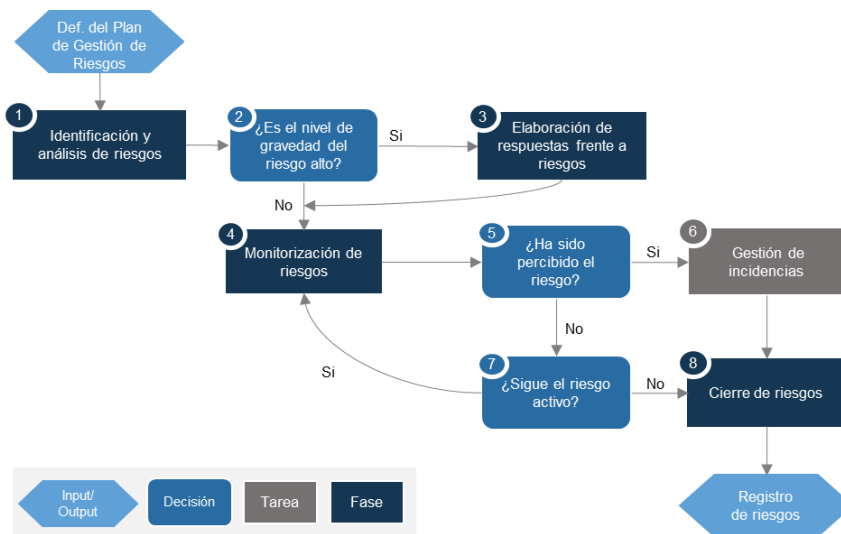
De esta manera, la gestión de riesgos se lleva a cabo de forma continua durante el ciclo de vida del Plan (2023-2027), reevaluándose periódicamente el **impacto y alcance**. A continuación, se establece una **clasificación de riesgos**:



4.4 Metodología para evaluación y revisión anual

Diseño de la estructura de Seguimiento del Plan

Dicho procedimiento servirá a la Sociedad de Desarrollo del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife para **gestionar el riesgo** en el momento en que aparezca. Aportará una **estrategia a seguir y acciones a llevar a cabo**, en función de los ámbitos a los que afecte el riesgo (*presupuesto, calendario, equipo...*). A partir de todo ello, **se diseñará el flujograma del procedimiento de gestión de riesgos** de las distintas actuaciones que se lleven a cabo, del que hará uso el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife en la ejecución de sus actividades en lo referido a cada uno de estos últimos.



Procedimiento de gestión de la calidad

La gestión de la calidad implica la realización de una serie de **actuaciones orientadas a asegurar su cumplimiento en el desarrollo de todas las actividades** incluidas en la ejecución de cada actuación del Plan Estratégico 2023-2027 de Santa Cruz de Tenerife.

Así, se considera imprescindible **garantizar de forma transversal la calidad de las fases**, objetivos, actividades y entregables, asegurando que se cumpla en tiempo y forma el objetivo propuesto para las distintas actuaciones. En este sentido, se propone un procedimiento para la gestión de la calidad de los proyectos que cuenta con cuatro fases:



4.4 Metodología para evaluación y revisión anual

Diseño de la estructura de Seguimiento del Plan

Además, se establece un **flujograma de revisión** de los entregables que se generen en las distintas actuaciones:

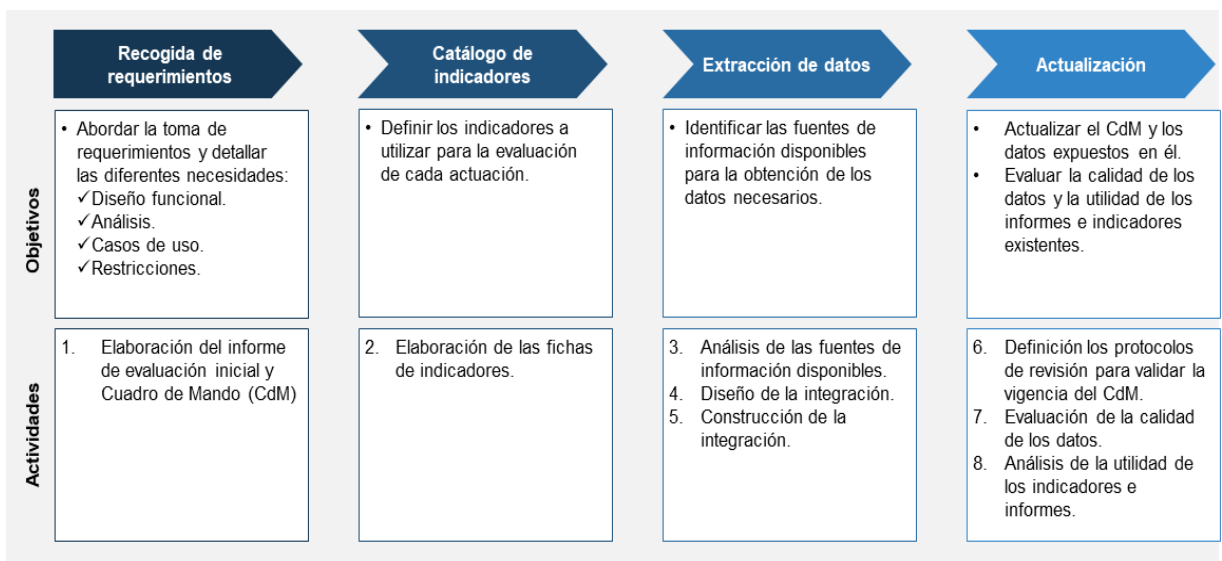


Procedimiento de gestión de reporte

Como último procedimiento de seguimiento, el Comité de Seguimiento llevará a cabo la gestión del reporte, a partir del cual se establecerá la documentación e informes a aportar durante el desarrollo de cada una de las actuaciones del Plan Estratégico que se desarrollen, con el objetivo de ver, específicamente, cómo van evolucionando.

La tarea de reporte emanará de la **implantación del cuadro de mando realizado en Power BI** que se menciona en páginas anteriores, mediante la definición del **catálogo de indicadores**. Los indicadores del cuadro de mando serán actualizados periódicamente con el fin de evaluar las actividades realizadas con respecto a los objetivos marcados, así como detectar posibles mejoras que optimicen la ejecución de las tareas.

De esta forma, **se prepararán informes con los resultados obtenidos y acciones de mejora** con el fin de facilitar la toma de decisiones. El procedimiento a seguir será el siguiente:



4.5 Metodología para Evaluación y revisión anual

Definición de los indicadores de seguimiento operativo

De cara a la identificación de indicadores que permitan realizar un seguimiento eficaz de la ejecución estratégica y operativa del Plan y la evaluación del mismo, se plantea la **definición de Indicadores a cuatro niveles distintos**:

	Seguimiento y evaluación del Plan	Los indicadores que realizan el seguimiento y evaluación del Plan buscan conocer el grado de avance y de cumplimiento de los plazos previstos en el despliegue de actuaciones líneas estratégicas definidas en el Plan.
	Cumplimiento de los ODS	Estos indicadores buscan identificar el grado de cumplimiento de los ODS en el marco del Plan y en el contexto de su evolución gracias al impulso del nuevo Plan Estratégico de Turismo.
	Impacto de actuaciones tractoras	Estos indicadores miden los resultados y principales impactos obtenidos gracias al desarrollo de las actuaciones tractoras del Plan Estratégico.
	Contexto socioeconómico	Los indicadores de contexto socioeconómico buscan ofrecer una visión sobre la evolución de las principales magnitudes de Santa Cruz de Tenerife , con foco en las acciones que en mayor medida impacten en estas, tanto de manera directa como indirecta.

E-1) Indicadores de seguimiento y evaluación del cumplimiento del Plan

El cuadro de indicadores que se plantea a continuación servirá como input para **conocer el grado de avance y de cumplimiento de los plazos previstos** en el despliegue de acciones o líneas estratégicas definidos en el Plan.

Indicadores de seguimiento

Corroborar fundamentalmente dos hechos:

- Si los agentes implicados están acometiendo el conjunto de actuaciones del Plan.
- Si las actuaciones que están siendo objeto de desarrollo lo están siendo o no conforme a lo planificado y definido en el Plan.

Indicadores de evaluación

La evaluación de resultados perseguirá los siguientes objetivos:

- Evaluar el grado de cumplimiento de los compromisos del Plan.
- Revisar si los proyectos previstos contribuyen a la consecución de los ejes y líneas planteados.

- ✓ Número de proyectos realizados sobre el total de proyectos previstos
- ✓ Grado de cumplimiento de los plazos estipulados
- ✓ Grado de ejecución de los proyectos definidos

- ✓ Número y tipología de agentes involucrados en los proyectos
- ✓ Número de proyectos presentados a financiación europea y volumen de subvenciones conseguidas

4.5 Metodología para Evaluación y revisión anual

Definición de los indicadores de seguimiento operativo

A continuación, se listan todos aquellos indicadores de **seguimiento y evaluación** del Plan a representar en el Cuadro de Mando:

Código	Indicador	Descripción	Unidad	Periodicidad de Carga
IND1	Nº de acciones presentadas	Identificación del número de acciones presentadas	Acciones	Anual
IND2	Nº de acciones aprobadas	Identificación del número de acciones aprobadas	Acciones	Anual
IND3	Nº de acciones denegadas	Identificación del número de acciones denegadas	Acciones	Anual
IND4	Nº de acciones en curso	Identificación del número de acciones en curso	Acciones	Anual
IND5	Nº de acciones finalizadas	Identificación del número de acciones finalizadas	Acciones	Anual
IND6	Nº de agentes participantes	Identificación del número de agentes participantes en el Plan	Agentes	Anual
IND7	Presupuesto invertido	Cantidad presupuestaria invertida en el plan	Euros	Anual
IND8	Grado de avance del Plan	Identificación del avance de las acciones definidas en el Plan respecto al total de acciones del Plan	Avance	Anual
IND9	Grado de desviación del Plan	Identificación de la desviación en el avance de las acciones definidas en el Plan respecto a la planificación	Desviación	Anual
IND10	Nº de Comités Estratégicos organizados	Identificación del número de comités estratégicos organizados	Comités	Anual
IND11	Nº de riesgos identificados	Cantidad de riesgos identificados	Riesgos	Anual
IND12	Nº de riesgos mitigados	Cantidad de riesgos mitigados	Riesgos	Anual
IND13	Nº de riesgos no mitigados	Cantidad de riesgos no mitigados	Riesgos	Anual
IND14	Grado de satisfacción de los habitantes	Grado de satisfacción recibida por los habitantes con respecto a los recursos utilizados	%	Anual
IND15	Porcentaje de población afectado por las iniciativas	% de población afectado por las iniciativas llevadas a cabo frente al total de la isla	%	Anual

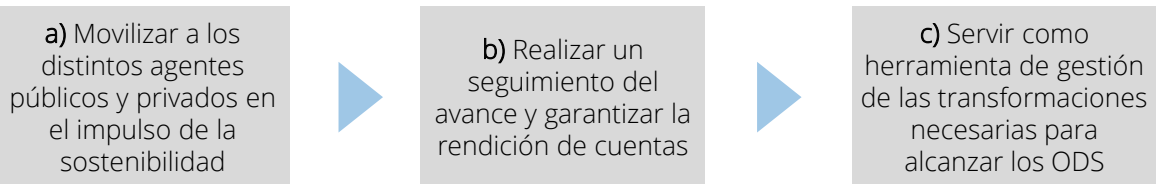
4.5 Metodología para Evaluación y revisión anual

Definición de los indicadores de seguimiento operativo

E-2) Indicadores de cumplimiento de los ODS

De igual modo, será necesario construir indicadores que permitan conocer en qué medida el Plan Estratégico de Turismo está contribuyendo al **cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**. Para ello, se plantea hacer uso del marco de **indicadores mundiales para los Objetivos de Desarrollo Sostenible y metas de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible**.




En este sentido, se han definido indicadores para medir las tres principales dimensiones del desarrollo sostenible: el **desarrollo económico**, la **inclusión social** y la **sostenibilidad ambiental**. Así, los objetivos principales de los indicadores definidos son los siguientes:



4.5 Metodología para Evaluación y revisión anual

Definición de los indicadores de seguimiento operativo

En la siguiente tabla se listan todos aquellos **indicadores de la Agenda 2030** para el Desarrollo Sostenible a representar en el Cuadro de Mando, los cuales están estrechamente relacionados con las actuaciones descritas en el Plan de Acción:

ODS	Descripción ODS	Indicador	Unidad	Periodicidad de Carga
	Objetivo 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible	Indicador 2.3.2. Media de los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, desglosada por sexo y condición indígena	Euros	Anual
	Objetivo 4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos	Indicador 4.3.1. Tasa de participación de los jóvenes y adultos en la enseñanza y formación académica y no académica en los últimos 12 meses, desglosada por sexo	Porcentaje	Anual
	Objetivo 4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos	Indicador 4.4.1. Proporción de jóvenes y adultos con competencias en tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), desglosada por tipo de competencia técnica	Porcentaje	Anual
	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	Indicador 8.9.1. PIB generado directamente por el turismo en proporción al PIB total y a la tasa de crecimiento	Porcentaje	Anual
	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	Indicador 11.2.1. Proporción de la población que tiene fácil acceso al transporte público, desglosada por sexo, edad y personas con discapacidad	Porcentaje	Anual
	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	Indicador 11.4.1. Total de gastos per cápita destinados a la preservación, protección y conservación de todo el patrimonio cultural y natural, desglosado por fuente de financiación (pública y privada), tipo de patrimonio (cultural y natural) y nivel de gobierno (nacional, regional y local/municipal)	Euros	Anual
	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	Indicador 11.6.2. Niveles medios anuales de partículas finas (por ejemplo, PM2.5 y PM10) en las ciudades (ponderados según la población)	Microgramo s/metro cúbico	Anual

4.5 Metodología para Evaluación y revisión anual

Definición de los indicadores de seguimiento operativo

ODS	Descripción ODS	Indicador	Unidad	Periodicidad de Carga
	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	Indicador 11.7.1. Proporción media de la superficie edificada de las ciudades que se dedica a espacios abiertos para el uso público de todos, desglosada por sexo, edad y personas con discapacidad	Porcentaje	Anual
	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	Indicador 11.c.1. Proporción de apoyo financiero para los Países Menos Adelantados que se asigna a la construcción y rehabilitación de edificios sostenibles, flexibles y eficientes en recursos que utilizan materiales locales	Porcentaje	Anual
	Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	Indicador 12.b.1. Aplicación de instrumentos normalizados de contabilidad para hacer un seguimiento de los aspectos económicos y ambientales de la sostenibilidad del turismo	Número total	Anual
	Objetivo 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	Indicador 13.2.2. Emisiones totales de gases de efecto invernadero por año	Toneladas CO2 equivalent e/hab	Anual
	Objetivo 14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible	Indicador 14.5.1. Cobertura de las zonas protegidas en relación con las zonas marinas	Mil kilómetros cuadrados	Anual
	Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad	Indicador 15.1.1. Superficie forestal como porcentaje de la superficie total	Porcentaje	Anual
	Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad	Indicador 15.1.2. Proporción de lugares importantes para la biodiversidad terrestre y de agua dulce que están cubiertos por las áreas protegidas, por tipo de ecosistema	Porcentaje	Anual

4.5 Metodología para Evaluación y revisión anual

Definición de los indicadores de seguimiento operativo

ODS	Descripción ODS	Indicador	Unidad	Periodicidad de Carga
	Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad	Indicador 15.a.1. a) Asistencia oficial para el desarrollo destinada concretamente a la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad y b) ingresos generados y financiación movilizadas mediante instrumentos económicos pertinentes para la biodiversidad	Euros	Anual
	Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas	Indicador 16.6.2. Proporción de la población que se siente satisfecha con su última experiencia de los servicios públicos	Porcentaje	Anual
	Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas	Indicador 16.7.2. Proporción de la población que considera que la toma de decisiones es inclusiva y responde a sus necesidades, desglosada por sexo, edad, discapacidad y grupo de población	Porcentaje	Anual
	Objetivo 17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible	Indicador 17.6.1. Número de abonados a Internet de banda ancha fija por cada 100 habitantes, desglosado por velocidad	Número de abonados por cada 100 habitantes	Anual
	Objetivo 17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible	Indicador 17.8.1. Proporción de personas que utilizan Internet	Porcentaje	Anual



4.5 Metodología para Evaluación y revisión anual

Definición de los indicadores de seguimiento operativo

E-3) Indicadores de impacto de actuaciones tractoras

Por otro lado, será necesario establecer indicadores que tengan como objetivo **medir el nivel de impacto** de las distintas **actuaciones tractoras** definidas en el Plan, al objeto de **conocer su contribución** real a Santa Cruz de Tenerife.

Para llevar a cabo este seguimiento, se tomarán como **referencia los indicadores de impacto global** valorados a alto nivel, en el momento de la identificación de dichas actuaciones tractoras. Así, este ejercicio permitirá el seguimiento de estas acciones desde las siguientes perspectivas:

Grado de avance	Detalle del desarrollo	Resultados e impacto
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Actuación desarrollada, actuación iniciada, actuación pendiente de realizar, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Explicación de las subactividades desarrolladas y justificación de su cumplimiento o incumplimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Determinación de los principales cambios generados en Santa Cruz de Tenerife gracias a las actuaciones tractoras (a través de los indicadores de impacto global)

La herramienta en que se fundamenta el presente modelo es el © **Global Impact Model de Deloitte**. Este modelo ha sido desarrollado a lo largo de los últimos años y está basado en **metodologías de medición de impacto económico y social reconocidas a nivel internacional** y ha sido completado a través de la dilatada experiencia en el desarrollo de modelos de evaluación para diversas organizaciones de primer nivel.

El modelo global cuenta con un **despliegue extenso de Activos de Contribución/Capitales, ámbitos de contribución e indicadores potenciales**, que podrán servir de punto de partida para la definición del Modelo de Evaluación de Impacto socio económico del Plan de Acción de Santa Cruz de Tenerife 2023-2027.

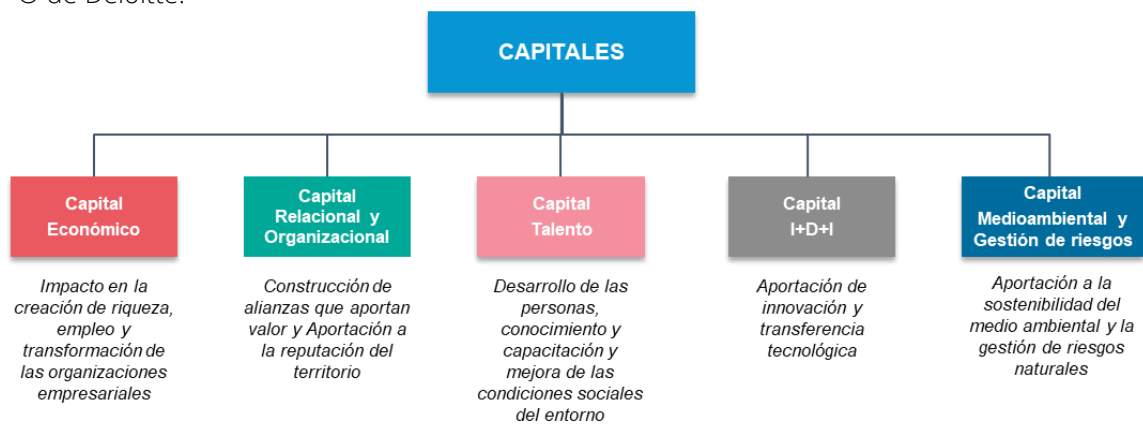
Características del GIM

- Un modelo de evaluación **multidimensional**, que contempla diferentes perspectivas de aportación de valor y de contribución.
- Un modelo de evaluación **ad hoc**, adaptado a las características propias del turismo, reflejo de la realidad, factible y de fácil comprensión.
- Un modelo de evaluación **de impacto**, orientado a evaluar el impacto del conjunto de actuaciones relacionadas con el turismo en Santa Cruz de Tenerife en la sociedad y su entorno.
- Un modelo de evaluación **medible**, basado en indicadores cualitativos y cuantitativos (monetarios o no monetarios), definidos para las diferentes perspectivas de análisis resultantes del modelo, y apoyado en su caso, en trabajo de campo para obtener información de diversas fuentes.

4.5 Metodología para Evaluación y revisión anual

Definición de los indicadores de seguimiento operativo

Cualquier **actividad económica** está compuesta por capitales o activos que van construyendo la **base de su desarrollo y su capacidad para impulsar un territorio competitivo y cohesionado**. En esta línea, la identificación y medición de la aportación que la estrategia turística genera en Santa Cruz de Tenerife, de cara a construir estos capitales, se realizará sobre la base de la metodología "Global Impact Model" © de Deloitte.



— Mediante estos capitales se puede mostrar el **peso específico o importancia de una actividad sobre el conjunto de ámbitos socioeconómicos** que determinan su **impacto en la sociedad**.

— La combinación de estas **perspectivas de contribución** permite obtener una visión única de la aportación del de la Estrategia turística en términos económicos y sociales.

Mediante la identificación y medición de los capitales o perspectivas de contribución, se logra desarrollar un **modelo ad-hoc** con **indicadores específicos** para medir el impacto del programa. Se procede a desarrollar los subcapitales expuestos, así como algunos de sus indicadores de ejemplo. Estos indicadores se podrán modificar en caso de ser necesario, de tal forma que se adapte en detalle a las características de las actuaciones a llevar a cabo.



Capital Económico: aportación del Plan de Acción a la generación de riqueza en el territorio y de valor en términos económicos para los distintos grupos de interés regional

Indicadores de Capital Económico

- Coste total del proyecto
- Gasto en CAPEX
- % FEDER Asignado
- Nº de pequeñas infraestructuras básicas realizadas
- Nº de nuevas actividades empresariales emprendidas con los terceros países
- Nº total de empleos creados
- Número de empresas que reciben apoyo no financiero
- Servicios de desarrollo empresarial creados y/o apoyados
- Número de pernoctaciones en alojamientos (vivienda vacacional, hoteles, etc.)
- Número de servicios/productos creados o mejorados en el sector del ecoturismo*
- Empleo mantenido
- Número de empresas creadas

4.5 Metodología para Evaluación y revisión anual

Definición de los indicadores de seguimiento operativo

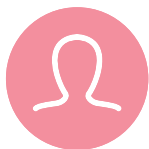


Capital Relacional y Organizacional

Construcción de alianzas con diversos agentes con el objetivo de generar valor en su conjunto

Indicadores de Capital Relacional y Organizacional

- Numero de participantes
- N° de partenariados público-privados establecidos
- % población beneficiada por las actividades de cooperación
- Número de visitas a pagina web del proyecto
- Número de portales web creados
- Número de informes de buenas prácticas
- N° de actos de difusión en los medios de comunicación
- N° eventos de comunicación realizados
- N° total de participantes en los eventos de comunicación realizados
- Número de acuerdos formalizados con empresas colaboradoras
- Número de acuerdos formalizados de instituciones regionales o locales apoyadas
- Población cubierta por iniciativas de cooperación de mejora de la gobernanza en el ámbito de los servicios públicos y otras áreas de interés común
- N° total de mujeres en los eventos de comunicación realizados
- % de inversión derivado a la eficiencia gubernamental
- Número de proyectos destinados a la eficiencia gubernamental



Capital Talento: *comprende el desarrollo de las personas a través de la mejora de sus capacidades, el incremento de las oportunidades y la mejora de las condiciones.*

Indicadores de Capital Talento

- Gasto de personal
- Número de personas que participan en el proyecto
- N° de actividades desarrolladas para mejorar la formación de los recursos humanos
- N° de participantes en los seminarios, jornadas y actividades formativas.
- % de mujeres participantes en los seminarios, jornadas y actividades formativas
- % de mujeres en los empleos creados
- % de participantes procedentes de terceros países en los seminarios, jornadas y actividades formativas
- Número de convenios de becas creados
- Edad media de las personas que participan en el proyecto
- Número de certificaciones obtenidas
- % de empleo fijo / temporal
- % de empleados con titulaciones superiores

4.5 Metodología para Evaluación y revisión anual

Definición de los indicadores de seguimiento operativo



Capital I+D+I: *Aportación de investigación, innovación y transferencia tecnológica dentro del territorio de cooperación.*

Indicadores de Capital I+D+I

- N° jornadas técnicas o conferencias realizadas
- N° de estudios de impacto y publicaciones realizados
- Número de acuerdos entre empresas e instituciones que desembocan en un producto/servicio
- N° publicaciones realizadas
- % de la inversión destinada a crear infraestructuras turísticas
- € de inversión en el desarrollo de tecnologías turísticas



Capital Medioambiental y de gestión de riesgos: *Contribución del Plan de Acción a la concienciación ambiental de las administraciones públicas y privadas y a la sostenibilidad del medio natural.*

Indicadores de Capital Medioambiental y de gestión de riesgos

- Población beneficiada por medidas de planificación para prevención de restauración de zonas dañadas
- Superficie afectada por medidas de planificación para la prevención de restauración de zonas dañadas
- Superficie cubierta por las actuaciones realizadas
- Superficie de los hábitats subvencionados para alcanzar un mejor estado de conservación
- Número de acciones de concienciación medioambiental
- Número de actividades destinadas a la gestión sostenible
- Número de actividades destinadas a la protección de la biodiversidad
- Número de empresas que cooperan en acciones medioambientales
- Número de planes de gestión de riesgos y seguridad elaborados
- Número de planes de gestión de riesgos y seguridad implementados
- Número de entes o instituciones vinculadas a los planes de gestión de riesgos y seguridad



SANTACRUZ

El corazón de Tenerife



Santa Cruz de Tenerife
AYUNTAMIENTO