

SOCIEDAD DE DESARROLLO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE, S.A.U.

Programa de actuación, inversión y financiación

EJERCICIO 2018

Contenido

Programa de actuación, inversión y financiación ejercicio 2018	2
Actuaciones en materia de empleo	3
Actuaciones en materia de formación	4
Actuaciones en materia de desarrollo empresarial y emprendimiento	5
Actuaciones en materia de desarrollo comercial.....	6
Actuaciones en materia de desarrollo turístico	9
Memoria explicativa – ejercicio 2018	13
Consideraciones en la elaboración del presupuesto	14
Bases de ejecución del presupuesto ejercicio 2018.....	14
Propuesta de presupuesto de gasto por concepto económico	14
Propuesta de presupuesto de ingresos por concepto económico	16
Observaciones	16
Propuesta de presupuesto de gasto por concepto económico	16
<i>Capítulo I - Gastos de personal</i>	16
<i>Capítulo II - Gastos corrientes en bienes y servicios</i>	17
<i>Capítulo III - Gastos financieros</i>	18
<i>Capítulo IV – Inversiones</i>	18
Propuesta de presupuesto de ingreso por concepto económico	18
<i>Capítulo III – Tasas, precios públicos y otros ingresos</i>	18
<i>Capítulo IV – Transferencias corrientes</i>	18
<i>Capítulo V – Ingresos patrimoniales</i>	19
<i>Capítulo VII – Transferencias de capital</i>	19
<i>Capítulo VIII – Activos financieros</i>	19
Indicadores de resultados por unidades de servicios	20
Indicadores en materia de empleo	20
Indicadores en materia de formación.....	20
Indicadores en materia de desarrollo empresarial y emprendimiento	21
Indicadores en materia desarrollo comercial	21
Indicadores en materia desarrollo turístico.....	22

Programa de actuación, inversión y financiación ejercicio 2018

El presente Programa de actuación, inversión y financiación para el ejercicio 2018 contiene las actuaciones que prevé llevar a cabo la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, S.A.U. en el presente ejercicio y con arreglo a la dotación presupuestaria que cometerá el Excmo. Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife a tal fin.

A tenor del plan de actuación que lleva a cabo la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife en el ámbito territorial del municipio, que tiene por objetivo genérico la potenciación de la actividad económica a través de una serie de actuaciones dirigidas a la promoción empresarial y la revitalización económica del municipio, mediante un aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos del mismo, con cargo a los cuales realiza cuantas actuaciones fueran de interés para el desarrollo económico y social del municipio, así como favorecer la integración y la estabilidad social, a fin de afrontar los importantes cambios estructurales que ha experimentado la economía y la sociedad a raíz de la crisis financiera y económica, del fenómeno de la mundialización, la importancia creciente de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en las esferas profesional y privada, el creciente e imparable proceso de competitividad entre regiones y ciudades, los cambios en los hábitos de vida y consumo, la amenaza de exclusión social y pobreza en el contexto local y regional y, adicionalmente, un rápido crecimiento seguido de una intensa recesión económica, ajenos a la estructura del territorio municipal, que ha dado lugar a espacios vacíos de carácter residual y degradado insertos entre polígonos residenciales y terciarios muy atomizados y de difícil relación entre los mismo, la entidad solicitante prevé para 2018 realizar diferentes acciones en materia de crecimiento, empleo e inclusión social que se concretan en servicios de formación y orientación laboral e información y asesoramiento empresarial, servicios de promoción de empresa y empleo, gestión de propiedades municipales para el fomento y la promoción económica y social del municipio, realización de estudios, servicios de asistencia técnica y planificación orientados al desarrollo económico del municipio, actuaciones de potenciación de los diferentes sectores económicos del municipio, actividades de promoción y colaboración en programas de apoyo a la inversión productiva de las empresas, especialmente en pymes, fomento del asociacionismo en general, actividades de apoyo técnico a la realización de proyectos de innovación empresarial, especialmente en sectores económicos emergentes y con gran potencial de desarrollo, actuaciones de apoyo a la constitución de entidades de economía social y del fomento del autoempleo, actividades de promoción de iniciativas públicas o privada y de creación o desarrollo de empresa en distintos sectores de la actividad económica, búsqueda y potenciación del aprovechamiento de las ayudas y subvenciones en los ámbitos local, regional, nacional y europeo, contribuir en la captación y generación de recursos financieros para la puesta en marcha y ejecución de acciones, actuaciones y proyectos orientados a la equiparación del nivel de vida de los ciudadanos del municipios con el del territorio nacional y con Europa, asistencia técnica en el diseño, confección, presentación, ejecución y justificación de proyectos financiados con cargo a ayudas y subvenciones públicas otorgadas por la Administración Pública y por la Unión Europea y, finalmente, fomento de la cooperación regional, nacional e internacional y el intercambio de experiencias y buenas prácticas entre ciudades desarrollando redes de cooperación descentralizada sobre temas y problemas concretos de desarrollo local.

Se incluye en este plan de actuaciones destinadas a la diversificación de la economía canaria, el empleo y la innovación, así como para fomentar el entorno empresarial a partir de un aumento de la eficiencia de la Administración Pública municipal en sus sistemas de información y gestión mediante la colaboración con entidades vinculadas a la misma o autorizadas por aquélla en calidad de mediadores o interlocutores.

Algunas de las actuaciones aquí presentadas están dirigidas a fomentar la revitalización, el dinamismo y sinergias entre las actividades económicas de mayor empuje dentro del municipio, el fomento del espíritu emprendedor y el fortalecimiento de las empresas ya constituidas y en funcionamiento, de forma que produzcan un efecto incentivo, resuelvan deficiencias del mercado, no falseen la competencia y se corrija la implantación deficitaria de técnicas de gestión y de innovación de las pymes en Canarias.

Otras se orientan a solventar la creación insuficiente de empleos, corregir los importantes desequilibrios entre las áreas municipales, invertir la elevada tasa de desempleo de larga duración y juvenil, adecuar la oferta y la demanda de trabajo, incrementar la participación de la mujer, los jóvenes en el mercado laboral, así como de otros colectivos desfavorecidos y hacer frente en la medida de lo posible al inevitable envejecimiento poblacional.

Algunas de ellas ya forman parte de los servicios públicos municipales, otras son nuevas.

En todo caso, todas tienen como objetivo primordial poner en marcha acciones que prevén mejorar la competitividad, el empleo y la cohesión social y, en suma, la calidad de vida de la ciudadanía.

Actuaciones en materia de empleo

❖ Orientación profesional:

- *“Tutorización laboral”*. Servicio de asesoramiento, orientación e información laboral adaptados al perfil académico y profesional de la persona usuaria.
- *“Club del empleo”*. Espacio de información y formación para el empleo con apoyo de nuevas tecnologías para el empleo; sesiones formativas y asesoramiento laboral exprés.
- *“Cápsulas del Conocimiento”*. Impartición de sesiones formativas de corta duración, flexibles y dinámicas, ajustadas a contenidos específicos y concretos para el desarrollo integral de itinerarios individuales de inserción.
- *“Gestor Digital de Itinerarios Individuales de Inserción”*. Herramienta informática digital para el adecuado desarrollo y seguimiento de las tareas de asesoramiento y orientación laboral de las personas usuarias.
- *“Diseño, Desarrollo y Gestión técnica de proyectos integrales de empleo del área”*. Supervisión técnica del desarrollo de los proyectos, selección y supervisión de los

distintos equipos de asesoramiento laboral; desarrollo de informes de gestión de los proyectos, evaluación y seguimiento de los mismos.

- *“Desarrollo de actuaciones coordinadas con el IMAS”*. Desarrollo de acciones de colaboración e intervención conjunta con personas usuarias derivadas de los servicios sociales municipales a los servicios de empleo.

❖ **Intermediación laboral:**

- *“Intermediación Laboral”*, a través de la Agencia de colocación, autorizada por el Gobierno de Canarias mediante la que se pretende gestionar la oferta de empleo, agilizar el proceso de intermediación e insertar a personas desempleadas a raíz del concierto público-privado.
- *“Prospección en búsqueda de necesidades y oportunidades de empleo en el tejido empresarial”*, a través de diversas acciones tales como la captación directa de oferta de empleo, la celebración de selecciones exprés, o la utilización de redes sociales para visibilizar la Agencia de Colocación y las empresas socialmente responsables con el empleo, entre otras.
- *“Diseño, Desarrollo y Gestión técnica de proyectos integrales de empleo del área”*. Supervisión técnica del desarrollo de los proyectos, selección y supervisión de los distintos equipos de intermediación laboral/prospección; desarrollo de informes de gestión de los proyectos, evaluación y seguimiento de los mismos.
- *“Gestión de emplazamientos de prácticas en empresas”* dentro del marco de algunos de los proyectos desarrollados se contempla la realización de prácticas no laborales en empresas, con el objetivo de dotar al alumnado de competencias profesionales y personales. Esta acción se desarrolla en coordinación con Formación.
- *“Programa de incentivos publicitarios para las empresas socialmente responsables”*

Actuaciones en materia de formación

- ❖ **Diagnóstico de necesidades formativas** de trabajadores y empresas. Realización de un estudio representativo de las necesidades formativas de la población activa y las empresas de Santa Cruz de Tenerife.
- ❖ **Formación específica y transversal** realizada mediante acuerdos de colaboración con entidades y profesionales docentes, así como organizaciones empresariales y otros agentes económicos y sociales.
- ❖ **Formación profesional para el empleo**. Acciones prioritariamente dirigidas a personas desempleadas del municipio.

- ❖ **Formación para personas ocupadas.** Acciones prioritariamente dirigidas a personas ocupadas del municipio.
- ❖ **Diseño, Desarrollo y Gestión técnica de proyectos integrales de empleo del área.** Supervisión técnica del desarrollo de los proyectos, selección y supervisión de los distintos equipos de gestión de formación; desarrollo de informes de gestión de los proyectos, evaluación y seguimiento de los mismos.
- ❖ **Plan de formación interna** dirigido al personal de la Sociedad de desarrollo de Santa Cruz de Tenerife SAU con la finalidad de mejorar las competencias y cualificaciones del mismo.
- ❖ **Prácticas en empresas.** Dentro del marco de algunos de los proyectos desarrollados se contempla la realización de prácticas no laborales en empresas, con el objetivo de dotar al alumnado de competencias profesionales y personales.
- ❖ **Proyectos transnacionales,** prácticas de jóvenes alemanes en Tenerife y análisis y desarrollo de buenas prácticas en materia de empleo y formación.

Actuaciones en materia de desarrollo empresarial y emprendimiento

- ❖ **Acciones de sensibilización y formación**
 - *“Espacio Emprende”.* Agenda bimensual que incluye charlas, cursos, talleres, foros, etc. sobre temática emprendedora y empresarial, tanto propios como ajenos.
 - *“Encuentros empresariales”*, propiciando el intercambio de información y la sensibilización empresarial, establecimiento de contactos, búsqueda de socios, presencia en el mercado y la colaboración técnica, económica y comercial.
- ❖ **Gestión de proyectos empresariales**
 - *“Servicio de asesoramiento empresarial a personas emprendedoras y empresas”.* Asesoramiento en materia jurídica, tributaria, laboral, etc. a toda persona que desee iniciar una actividad empresarial o consolidar la que ya realiza.
 - *“Servicios de tutorización de plan de negocio”.* Fomento de la elaboración del plan de negocio como herramienta de trabajo y ayudar en el proceso.
 - *“Planes de viabilidad”.* Realización y análisis de la viabilidad económica de la idea de negocio.

❖ Creación de empresas

- *“PAE. Punto de atención al emprendedor”*. Constitución de empresas individuales y sociedades limitadas.
- *“Servicio de información y tramitación de solicitudes de subvenciones y ayudas públicas”*. dirigido fundamentalmente a las nuevas empresas que se establezcan en el municipio.
- *“Servicio de tramitación para la obtención de financiación ajena para la persona emprendedora”* en cooperación con las entidades financieras.

❖ Centro de negocios para emprendedores

- *“Gestión de centros de empresas”* puesta a disposición del emprendedor de viveros empresariales, una infraestructura adecuada en régimen de arrendamiento en condiciones ventajosas de mercado y con disponibilidad de servicios comunes complementarios.
- *“Servicio de domiciliación de empresas”* con el fin de facilitar encuentros comerciales, presentaciones, contactos y otras gestiones administrativas, que habilita el derecho al uso de un espacio físico para celebrar reuniones y encuentros.
- *“Servicios al cliente externo”* centrándose en aquellos emprendedores no adscritos en calidad de usuarios, alguno de los servicios enumerados en los párrafos anteriores, atendiendo a su ocupación y previa reserva.

Actuaciones en materia de desarrollo comercial

- ❖ **Dinamización comercial estratégica.** Desarrollo de actuaciones de dinamización e iniciativas comerciales y de ocio en el espacio público de mayor concentración comercial, especialmente en la Zona de Gran Afluencia Turística, con el objetivo de generar un atractivo que arrastre y movilice a residentes y visitantes a disfrutar de diferentes experiencias comerciales vinculadas con el ocio y disfrute de la ciudad.
- *“Programa Ven a Santa Cruz”*. Programa de actividades cuyo objetivo último persigue incrementar la tasa de apertura de los establecimientos comerciales y de restauración de la Zona de Gran Afluencia Turística. El programa de dinamización económica “Ven a Santa Cruz” se diseña y ejecuta de manera participativa con el sector comercial de Santa Cruz y está centrado principalmente en desarrollar un programa de actividades los primeros domingos de cada mes.

- *“Plenilunio 2018” (primavera y otoño)*. Proyecto de ciudad constituido bajo la marca de “Plenilunio” cuyo objetivo último es dar notoriedad a la capital ofreciendo un gran programa de actividades dirigida para todos los públicos, residentes y visitantes, generando un efecto de arrastre positivo para los sectores del comercio, restauración y servicios. Actualmente tiene carácter anual, enmarcándose la primera de sus ediciones en el primer cuatrimestre del año, y la segunda en el último, y se ha consolidado como motor económico dentro de los sectores del comercio y la restauración, así como para las empresas que participan en calidad de proveedores y colaboradores de este macro evento.
 - *“Evento de dinamización comercial dirigido a las familias: Family Shopping”*. Se trata de un evento de dinamización a desarrollar en el 2018 y que se identifica como el gran evento de la oferta comercial de Santa Cruz de Tenerife. Su finalidad consiste en dar notoriedad al producto comercial desarrollando actuaciones en coordinación con los comerciantes y las asociaciones del sector.
 - *“Apoyo a foros y eventos de dinamización de terceros”*. Las iniciativas de dinamización tienen unos efectos directos e indirectos sobre la economía local. Muchas de ellas son promovidas por terceros (agentes públicos y/o privados). La Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife a través de una comisión interna de valoración de proyectos y siguiendo un procedimiento, analiza, apoya y promueve aquellas iniciativas de mayor impacto y alineadas con su objeto social.
 - *“Acciones directas con Asociaciones de Comerciantes”*. Las asociaciones de comerciantes de Santa Cruz de Tenerife constituyen unos agentes claves para el desarrollo local y comercial de Santa Cruz de Tenerife. Desde la Sociedad de Desarrollo se lleva a cabo un proceso participativo con las distintas asociaciones de comerciantes promoviendo iniciativas conjuntas y apoyando aquellas que promueve directamente el sector.
 - *“Tecnológica 2018”*. Evento propio de referencia nacional que se ha consolidado en Santa Cruz de Tenerife. Entre sus objetivos destaca la transmisión de conocimientos al tejido empresarial local (entre ellos el sector comercial) de buenas prácticas en materia de tecnología e innovación. Se trata de un evento con proyección nacional e internacional que permite un mayor posicionamiento de Santa Cruz de Tenerife como capital de oportunidades y tendencias en materia de tecnología e innovación.
 - *“Valorización del impacto de las medidas de dinamización comercial”*. Medir el impacto de acciones llevadas a cabo en materia de dinamización comercial constituye una herramienta básica para orientar las acciones y optimizar su impacto en el desarrollo local y especialmente en el sector comercial. Se pretende llevar a cabo la recogida de información directa a través de un proceso de encuestas al público asistente a los eventos, así como al empresariado de la zona.
- ❖ **Promoción y marketing comercial:** Línea de trabajo dirigida a mejorar el posicionamiento del producto comercial a través de acciones de marketing.

- *“Creación de la identidad para las distintas zonas/áreas comerciales”*. Acción 3, Eje Transversal del Plan Director de Turismo. El objetivo es la diferenciación del producto comercial convirtiéndolo en una experiencia única de compras en la capital. La Zona de Gran Afluencia Turística de Santa Cruz de Tenerife no solo comprende el mayor Centro Comercial Abierto de Canarias, sino que aglutina un conjunto de recursos tanto públicos como privados que la configuran como el área geográfica dentro del municipio más relevante no solo desde el punto de vista turístico-comercial sino patrimonial, arquitectónico, escultórico, histórico, cultural, del diseño, de las tradiciones, de su vinculación con el mar, etc. Es aquí donde entra esta iniciativa que surge como una apuesta más de la Sociedad de Desarrollo para avanzar en cuanto a mejorar el posicionamiento de la ZGAT y que va más allá de la dinamización comercial, centrada en la puesta en valor de los atributos, tanto tangibles como intangibles, como fórmula para aumentar la capacidad de atracción del territorio. Esta capacidad de atracción nos obliga a diseñar iniciativas que cautiven y vendan a través de la identidad de las zonas comerciales, una imagen de la misma que comunique de manera eficaz los atributos y particularidades del área geográfica a través del marketing territorial.

- *“Acciones de promoción comercial”*. El objetivo es llevar a cabo actuaciones de promoción y marketing que contribuyan a la diferenciación del producto comercial convirtiéndolo en una experiencia única de compras en la capital. Comprenden una serie de acciones promocionales posicionando el producto comercial de la capital y sus atributos a través de los diferentes canales que incidan en los diferentes públicos objetivos (residentes del municipio, área metropolitana e isla) y en el turista como cliente potencial (incluyendo los residentes de otras islas).

- ❖ **Desarrollo Comercial.** Línea de trabajo que trata de revisar e implementar las estrategias comerciales, centrado en la obtención de resultados concretos para la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, para lograr optimizar los resultados de la política comercial municipal.
 - *“Elaboración del Plan Director del Comercio”*. Pretende impulsar el sector comercial, previo diagnóstico, tratando de posicionar a cada conjunto de actores con grados de responsabilidad en su desarrollo, proponiendo, además de acciones, indicadores de partida que permitan evaluar el propio Plan. El objetivo principal del Plan Director del Comercio de Santa Cruz de Tenerife es actuar como marco de referencia para la toma de decisiones en el ámbito de la planificación comercial, tanto en el entorno público como privado del municipio de Santa Cruz de Tenerife, y se enfoca a la mejora competitiva del sector.

 - *“Apoyo al comercio de proximidad de los barrios”*. Línea de trabajo para apoyar el comercio cercano o de proximidad ubicado en los barrios de la capital con actuaciones que mejoren la competitividad y que aborden la dinamización comercial de manera que permitan aumentar el flujo de potenciales clientes.

- *“Innovación comercial”*. Con esta línea de trabajo se pretende fomentar la innovación, el uso de las nuevas tecnologías, la calidad y excelencia en el servicio. Se plantean acciones vinculadas a esta línea de trabajo como la realización de un foro especializado.
- *“Urbanismo comercial”*: Pretende incrementar la coordinación del tejido comercial y la planificación sectorial comercial entre las áreas municipales de urbanismo, infraestructura y servicios públicos. Se plantea analizar actuaciones que contemplen mitigar el impacto de las actuaciones urbanísticas próximas a áreas comerciales, así como potenciar la regeneración comercial de las zonas objeto de intervención una vez finalizadas las obras. Además, se incluye en esta línea de trabajo incrementar la interlocución entre las demandas del sector comercial y el resto de áreas municipales que prestan servicios en áreas comerciales (limpieza, iluminación, mantenimiento del espacio público, etc.).

Actuaciones en materia de desarrollo turístico

- ❖ **Desarrollo turístico** Línea de trabajo que trata de revisar e implementar las estrategias turísticas, centrado en la obtención de resultados concretos para la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, para lograr optimizar los resultados de la política turística municipal.
 - *“Posicionamiento en redes”*. Esta línea de trabajo se incorpora el posicionamiento a diferentes redes turísticas que se consideran necesarias para continuar posicionando a Santa Cruz de Tenerife como municipio turístico. Se incluye la adhesión de Santa Cruz de Tenerife a la Organización Mundial del Turismo (OMT) con objeto de aprovechar tanto las referencias y la actividad de la OMT. Además, se incluye en este apartado dar continuidad a los acuerdos locales con Turismo de Tenerife como principal entidad de promoción turística de Tenerife y la participación en organizaciones locales y provinciales como el Clúster de Turismo.
 - *“Gastronomía”*. La puesta en valor de la gastronomía como recurso turístico en Santa Cruz de Tenerife comprende la realización de un conjunto de acciones tales como la participación en el Salón Gastronómico de Canarias, donde el stand de la Sociedad de Desarrollo se concibe como escaparate de la gastronomía de la ciudad y se abordan cuestiones de actualidad del sector. Contempla además la realización de charlas, degustaciones y encuentros profesionales. Por otro lado, también se realizan a lo largo del año acciones de dinamización gastronómica en eventos, como carruseles gastronómicos, foodtrucks, ferias gastronómicas, entre otros; así como networkings con el sector.
 - *“Sistema de Calidad Turística en Destino”*. Pretende mejorar la calidad de Santa Cruz de Tenerife como municipio turístico utilizando la metodología del Sistema de calidad Turística en Destino (SICTED) de la Secretaría de Estado de Turismo, actividades complementarias, estableciendo un sistema de gestión que mejora de la calidad en las empresas y servicios turísticos que influyen en el destino.

- *“Plataforma de comercialización turística”*. Esta plataforma tiene la finalidad de promocionar, fomentar y difundir los distintos productos y servicios turísticos, especialmente los derivados de actividades experienciales favoreciendo su comercialización. Se trata por tanto de un sistema de gestión de experiencias turísticas configurado como un motor de reservas, que incluye productos, servicios y oferta complementaria susceptible de comercialización y venta a través de internet. Este sistema de gestión, que integrará la marca ciudad, precisa la contratación del servicio a una empresa especializada que explote la comercialización íntegramente.
- *“Plan Director de Turismo”*. Revisión y actualización del Plan Director de Turismo, para el siguiente periodo de actuación. El Plan Director Turístico de Santa Cruz de Tenerife ha sido un importante marco de referencia para la toma de decisiones en el ámbito turístico de Santa Cruz de Tenerife durante los últimos años y se pretende revisar, actualizar y adaptar este documento estratégico al nuevo periodo de programación.
- *“Casa del Carnaval y productos turísticos vinculados al Carnaval”*. Se incluye en este apartado todos los aspectos vinculados a la gestión y a la comercialización de la Casa del Carnaval cumpliendo las diferentes funciones definidas en su proyecto: turístico, patrimonial y cultural, y de participación ciudadana. En cuanto a la función turística se pretende posicionar a la Casa del Carnaval en el mercado turístico desarrollando diferentes acciones de comercialización turística que contribuya a mejorar el posicionamiento turístico de Santa Cruz de Tenerife. También se incluyen en este apartado todas las actuaciones relacionadas con el Carnaval como producto turístico tales como la comercialización turística de las gradas del carnaval para los eventos más representativos del Carnaval, así como otras iniciativas de interés tanto para los intermediarios turísticos como para el turista y visitante en general.
- *“Valorización del impacto del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife en la economía local”*. Estudio sobre el impacto del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife sobre la economía municipal, teniendo en cuenta el trabajo realizado en el año 2017 y teniendo en cuenta al turista.
- ❖ **Promoción y marketing turístico.** Línea de trabajo que aglutina el conjunto de actuaciones contempladas dentro del modelo de marketing turístico a través de sus diferentes plataformas: excursionismo, cruceros, senderos, kilómetro cero y negocios.
 - *“Ferias Turísticas y Workshops”*. Se recoge en este apartado todas las actuaciones relacionadas con las ferias turísticas y los workshops tales como Fitur, WTM, ITB, Workshop Vacaciones en Canarias y aquellos eventos turísticos profesionales de interés especializadas de turismo urbano.
 - *“Networking Turístico en destino”*. En el proceso de desarrollo turístico que se encuentra actualmente Santa Cruz de Tenerife es necesario llevar a cabo actuaciones que incrementen la “comercialización turística” del destino y de sus productos turísticos.

Desde el 2016 se vienen diseñando diferentes networking turísticos para Santa Cruz de Tenerife y se ha demostrado que constituyen una herramienta importante para ayudar a comercializar el destino.

- *“Fam Trips, Press Trip y acciones de hospitalidad turística”*. Gracias a las acciones de familiarización y de hospitalidad que se desarrollan habitualmente durante todo el año desde el área de turismo y en coordinación con Turismo de Tenerife, en el caso de los press trip, se publican artículos y reportajes dedicados a Santa Cruz de Tenerife en medios impresos o digitales, realizados por los periodistas que visitan Santa Cruz. En el caso de los intermediarios turísticos, agencias de viajes y turoperadores, las visitas de familiarización y conocimiento del destino por parte de sus vendedores son esenciales como estrategia de comercialización del destino. Por ello en esta línea se incluye el conjunto de acciones de hospitalidad dirigidas a profesionales que, desde la Sociedad de Desarrollo se llevarán a cabo en esta materia para el 2018.
- *“Convenios con TTOO, agencias y agentes turísticos claves”*. Se recoge en este apartado las diferentes actuaciones que se desarrollarán en el 2018 para incrementar la comercialización del destino a través de los diferentes intermediarios turísticos. Previamente, desde la Sociedad de Desarrollo, se desarrollará un análisis de los canales actuales y potenciales de mayor relevancia para Santa Cruz de Tenerife. Esta actuación se pretende desarrollar de manera participativa con los establecimientos hoteleros de Santa Cruz de Tenerife desarrollando una línea de colaboración público-privada conjunta y con una estrategia común ante los intermediarios turísticos que permita optimizar los recursos y alcanzar los objetivos planteados.
- *“Apoyo a los Foros, Eventos y Congresos”*. El Plan Director Turístico establece varios puntos estratégicos y objetivos que van encaminados a la promoción turística, entre ellos el turismo MICE y de negocios. En su eje transversal, recoge como acción número 15, la promoción del turismo de negocios, incentivos y congresos. Además, cataloga esta acción de potencial turístico alto, valoración importante y plazo temporal de corto y medio plazo. En este apartado se recoge el conjunto de acciones que se desarrollarán en el 2018 para el apoyo a foros, eventos y congresos de interés turístico para Santa Cruz de Tenerife incluyendo la medición del impacto y el retorno de cada uno de ellos.
- *“Plan de Medios Turístico”*. La materialización del Plan de Marketing Turístico para Santa Cruz de Tenerife, diseñado y aprobado en el 2016 y que marca las actuaciones de marketing para el destino de Santa Cruz de Tenerife, contempla el desarrollo de un plan de medios específico alineado a cada una de las plataformas turísticas definidas en el propio plan de marketing. Durante el 2018 se definirá un plan de medios alineado al plan de marketing turístico y de manera estratégica se defina el posicionamiento en medios (prensa, televisión, revistas especializadas, webs, blogs, etc.) para reforzar y mejorar el posicionamiento de Santa Cruz de Tenerife como destino turístico. Asimismo, se llevará a cabo un análisis del retorno e impacto de la puesta del plan de medios.

- *“Evaluación del impacto del Plan de Marketing Turístico”*. Evaluación de la repercusión que está teniendo la implementación del Plan de Marketing Turístico (incluyendo la marca del destino), así como la identificación de indicadores claves para su seguimiento y líneas de actuación en el futuro.
 - *“Plan de Material Turístico”*. Al igual que el plan de medios la materialización del Plan de Marketing Turístico para Santa Cruz de Tenerife, diseñado y aprobado en el 2016 y que marca las actuaciones de marketing para el destino de Santa Cruz de Tenerife, contempla el desarrollo de un plan de material específico alineado a cada una de las plataformas turísticas definidas en el propio plan de marketing. Se definirá un plan de medios alineado al plan de marketing turístico que permita desarrollar una labor de promoción del destino.
- ❖ **Servicios Turísticos.** Línea de trabajo que incluye las actuaciones destinadas a los servicios turísticos de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz estructurado en los servicios de atención al visitante, circuito turístico, servicios vinculados a facilitar la industria audiovisual y la captación activa de segmento MICE para el destino Santa Cruz de Tenerife.
- *“Servicios de Atención al Visitante”*. Este apartado contempla los recursos destinados a los servicios externalizados de atención turística. El objetivo principal del Servicio de Atención al Visitante es informar y orientar al turista sobre los recursos y atractivos de la ciudad de una manera acogedora, práctica y directa, logrando así un alto nivel de satisfacción que le inducirá al uso y disfrute de los servicios turísticos, comerciales y de ocio de Santa Cruz. Se concreta en la prestación de servicios turísticos por parte de informadores turísticos en los diferentes puntos de atención turística con los que cuenta la Sociedad de Desarrollo, así como la realización de rutas turísticas guiadas y la atención turística a cruceros.
 - *“Servicios extras de apoyo al visitante”*. Este apartado incorpora los recursos suficientes para atender con informadores turísticos aquellas actividades o eventos turísticos de interés para Santa Cruz de Tenerife y que requiera un servicio turístico (mesas de hospitalidad turística para eventos, atención turística en hoteles o rutas guiadas entre otros).
 - *“Santa Cruz Film Office”*. Servicio municipal orientado a la industria audiovisual y que presta información, seguimiento, asesoramiento, tramitación de solicitudes de rodajes, grabaciones, actividades de publicidad o realización de fotografías en Santa Cruz de Tenerife.
 - *“Circuito turístico”*. Servicio ofrecido a través de un “contrato relativo a la explotación de un circuito turístico en el municipio de Santa Cruz de Tenerife a través de autobuses y trenes turísticos” con objeto de atender el paulatino incremento del potencial turístico de Santa Cruz de Tenerife como centro de atracción de demanda de ocio y cultural, y el aumento de visitantes de la ciudad permitiéndoles acceder a los distintos puntos de interés cultural e históricos del municipio de Santa Cruz de Tenerife. Se entiende

necesario potenciar los servicios turísticos que se prestan a los visitantes de la ciudad, ya que permite que el visitante conozca los distintos puntos de interés del municipio de Santa Cruz de Tenerife, así como facilitar su movilidad por el mismo.

- *“Meeting in Santa Cruz de Tenerife”*. Servicio ofrecido a través de la marca Meeting in Santa Cruz de Tenerife en el que participa el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife a través de la Sociedad de Desarrollo, además del Cabildo de Tenerife y la patronal hotelera Ashotel. Se trata de una herramienta con la que se promociona la capital como destino de congresos y en la que se prestan servicios de captación, acompañamiento y seguimiento del turismo en su segmento MICE. En el 2018 se plantea dar continuidad a esta línea de trabajo adaptada al nuevo posicionamiento estratégico y de marketing turístico de Santa Cruz.

Memoria explicativa – ejercicio 2018

Las actividades integrantes del objeto social podrán ser desarrolladas por la Sociedad, ya directamente, ya indirectamente, incluso mediante la titularidad de acciones o participaciones en otras entidades cuya creación promueva o en aquellas otras ya existentes.

Así mismo, la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife SAU tiene la consideración de medio propio y servicio técnico del Excmo. Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife a los efectos previstos en el art. 15 de la Ley 30/92 de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones públicas y el procedimiento Administrativo Común, para las que sea competente la Corporación.

Pese a que en ejercicios anteriores a 2011 la prestación de los servicios al amparo del objeto social de la entidad reseñada se ha efectuado con cargo a un Contrato Programa que contaba de cuatro anexos, a saber, I “Dinamización socioeconómica”, II “Comercio”, III “Turismo”, IV “Financiación Externa”, además de los denominados “Normal Funcionamiento” y “Normal Funcionamiento de capital”, para los ejercicios comprendidos entre 2011 - 2017, ambos inclusive, el Contrato Programa pertinente se establecía en una cuantía fija y determinada para el ejercicio. El Contrato Programa se dividió en dos partidas presupuestarias, concretamente, I “Contrato programa” II “Inversión. Para este ejercicio 2018 la prestación de los servicios con cargo a Contrato Programa se fija en I “Contrato programa” 3.300.000,00 euros, II “Inversión” 75.000,00 euros.

No obstante de lo anterior, la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife SAU prevé disponer de otras fuentes de financiación con las que llevar a cabo las actuaciones planificadas, tales como, canon fijo y variable con motivo del contrato especial para la explotación del circuito turístico en el municipio de Santa Cruz de Tenerife, patrocinios por colaboraciones económicas de entidades mercantiles privadas, subvenciones de explotación concedidas por entidades públicas que tienen su origen en el proyecto *“Promoción del Desarrollo y de la Actividad Económica, para el año 2018”*, subvenciones de capital recibidas de entes públicos, ingresos derivados del arrendamiento de viveros empresariales y de la prestación del servicio de domiciliación y otros servicios complementarios del Centro de Empresas, ubicados en las sedes,

sita en la calle Suárez Guerra, calle Afilarmónica Nifú Nifá y Plaza Víctimas del Terrorismo 1 e ingresos por intereses bancarios.

Consideraciones en la elaboración del presupuesto

La elaboración del Presupuesto se ha efectuado tomando en consideración el acuerdo adoptados, con fecha 10 de julio de 2017, sobre líneas fundamentales, objetivo, directrices y calendario de elaboración del presupuesto general del Excmo. Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife para 2018.

Considerando unas líneas fundamentales de consecución de la estabilidad presupuestaria entendida como una situación de equilibrio o capacidad de financiación y cumplimiento de la regla de gasto, así como del resto de parámetros que miden la situación económica de las entidades locales. Sujeción del presupuesto a un techo de gasto compatible con los objetivos anteriores y reducción progresiva del endeudamiento, con el objetivo fundamental de mantener los niveles de calidad en la prestación de los servicios competencia de esta entidad que contribuya a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

Teniendo en cuenta los efectos que aún perduran de la crisis económica sufrida constituye un objetivo del presupuesto aumentar los niveles de inversión con el fin de dinamizar la actividad económica de la ciudad y fomentar la creación de nuevas pymes y micropymes, con el objetivo último de contribuir a la creación de empleo.

Las directrices han sido contemplar aquellos gastos, tanto de naturaleza corriente como capital, formalmente comprometidos en virtud de contratos, convenios o cualquier otro acuerdo de colaboración.

Bases de ejecución del presupuesto ejercicio 2018

Propuesta de presupuesto de gasto por concepto económico

cap.	denominación	ejercicio		ejercicio		diferencia	
		% s/total	€	% s/total	€	%	€
1	gastos de personal	38,42%	1.675.000	43,46%	1.356.331	23,49%	318.669
	retribuciones básicas	29,01%	1.264.641	32,70%	1.020.477	23,93%	244.164
	retribuciones básicas del personal laboral	29,01%	1.264.641	32,70%	1.020.477	23,93%	244.164
	seguridad social	8,97%	390.951	10,12%	315.908	23,75%	75.043
	seguridad social	8,97%	390.951	10,12%	315.908	23,75%	75.043
	indemnizaciones	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0
	indemnizaciones	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0
	otros gastos sociales	0,45%	19.408	0,64%	19.945	-2,69%	-537
	formación interna	0,20%	8.630	0,23%	7.104	-21,48%	-1.526
	prevención riesgos laborales	0,08%	3.644	0,11%	3.530	-3,23%	-114
	cobertura sanitaria complementaria	0,00%	216	0,10%	3.118	93,07%	2.902
	seguro incapacidad temporal	0,16%	6.918	0,20%	6.192	-11,72%	-726

cap.	denominación	ejercicio		ejercicio		diferencia	
		% s/total	€	% s/total	€	%	€
		ej 2018		ej 2017		ej 2018 - ej 2017	
2	gastos corrientes en bienes y servicios	59,50%	2.594.000	53,67%	1.674.989	54,87%	919.011
	arrendamiento de otro inmovilizado material	2,90%	126.534	0,88%	27.403	361,75%	99.131
	arrendamientos equipos varios	2,90%	126.534	0,88%	27.403	361,75%	99.131
	edificios y otras construcciones	3,41%	148.747	2,61%	81.340	82,87%	67.407
	mantenimiento de edificios	3,41%	148.747	2,61%	81.340	82,87%	67.407
	mantenimiento de equipos informáticos	1,18%	51.559	0,87%	27.285	88,96%	24.274
	mantenimiento software (Web)	0,77%	33.583	0,58%	17.976	86,82%	15.607
	mantenimiento de equipos proceso información	0,41%	17.976	0,30%	9.309	93,10%	8.667
	ordinario no inventariable	0,41%	18.000	0,48%	14.910	20,72%	3.090
	material de oficina	0,41%	18.000	0,48%	14.910	20,72%	3.090
	energía eléctrica	1,06%	46.333	1,00%	31.335	47,86%	14.998
	suministro energía eléctrica	1,06%	46.333	1,00%	31.335	47,86%	14.998
	agua	0,08%	3.352	0,07%	2.153	55,70%	1.199
	suministro agua	0,08%	3.352	0,07%	2.153	55,70%	1.199
	servicios de telecomunicaciones	1,43%	62.429	1,17%	36.574	70,69%	25.855
	telefonía	1,43%	62.429	1,17%	36.574	70,69%	25.855
	postales	0,02%	758	0,02%	647	17,16%	111
	correos	0,02%	758	0,02%	647	17,16%	111
	primas de seguros de edificios y locales	0,12%	5.150	0,09%	2.867	79,65%	2.283
	primas de seguros de edificios	0,12%	5.150	0,09%	2.867	79,65%	2.283
	primas de seguros de otros riesgos	0,10%	4.265	0,12%	3.831	11,32%	434
	primas de seguros de otros riesgos	0,10%	4.265	0,12%	3.831	11,32%	434
	tributos de entidades locales	0,18%	8.000	0,26%	8.000	0,00%	0
	tributos (IAE y basura negocio)	0,18%	8.000	0,26%	8.000	0,00%	0
	publicidad y propaganda	5,06%	220.815	4,88%	152.286	45,00%	68.529
	publicidad y propaganda	5,06%	220.815	4,88%	152.286	45,00%	68.529
	otros gastos diversos	22,05%	961.415	20,40%	636.699	51,00%	324.716
	gastos diversos (se incluyen amortizaciones)	22,05%	961.415	20,40%	636.699	51,00%	324.716
	estudios y trabajos técnicos	0,75%	32.707	0,54%	16.746	95,31%	15.961
	contrato servicios técnicos	0,75%	32.707	0,54%	16.746	95,31%	15.961
	otros trabajos realizados por otras empresas y profesionales	20,16%	879.056	19,17%	598.202	46,95%	280.854
	contratación servicios externos	19,22%	838.045	16,79%	524.082	59,91%	313.963
	contratos varios profesionales	0,94%	41.011	2,37%	74.120	-44,67%	-33.109
	del personal directivo	0,06%	2.404	0,06%	1.923	25,01%	481
	dietas consejeros	0,06%	2.404	0,06%	1.923	25,01%	481
	del personal no directivo	0,03%	1.164	0,05%	1.503	-22,54%	-339
	dietas personal no directivo	0,03%	1.164	0,05%	1.503	-22,54%	-339
	del personal no directivo	0,49%	21.312	1,00%	31.285	-31,88%	-9.973
	locomoción personal no directivo	0,49%	21.312	1,00%	31.285	-31,88%	-9.973
3	gastos financieros	0,37%	16.000	0,47%	14.812	8,02%	1.188
	intereses de préstamos a corto plazo	0,22%	9.655	0,28%	8.732	10,57%	923
	interés pólizas de crédito	0,22%	9.655	0,28%	8.732	10,57%	923
	otros gastos financieros	0,15%	6.345	0,19%	6.080	4,36%	265
	servicios bancarios	0,15%	6.345	0,19%	6.080	4,36%	265
4	inversiones y mantenimiento de estructura	1,72%	75.000	2,40%	75.000	0,00%	0
	inversiones y mantenimiento de estructura	1,72%	75.000	2,40%	75.000	0,00%	0
	inversiones y mantenimiento de estructura	1,72%	75.000	2,40%	75.000	0,00%	0
	total operaciones corrientes	100,00%	4.360.000	100,00%	3.121.132	39,69%	1.238.868
	total general	100,00%	4.360.000	100,00%	3.121.132	39,69%	1.238.868
	contrato-programa	75,69%	3.300.000	73,70%	2.300.191	43,47%	999.809
	resultado del ejercicio estimado		0		0		0

Propuesta de presupuesto de ingresos por concepto económico

cap.	denominación	ejercicio		ejercicio		diferencia	
		2018	€	2017	€	ej 2018 - ej 2017	
		% s/total		% s/total		variación %	variación €
3	tasas, precios públicos y otros ingresos	81,49%	3.553.001	77,47%	2.418.073	46,94%	1.134.928
	ingresos por patrocinios y similares	5,22%	227.738	3,04%	95.000	139,72%	132.738
	transferencias del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife <i>Contrato-Programa</i>	75,69%	3.300.000	73,70%	2.300.191	43,47%	999.809
	ingresos por servicios externos	0,58%	25.263	0,73%	22.881	10,41%	2.382
4	transferencias corrientes	3,76%	164.000	5,25%	164.000	0,00%	0
	transferencias SCE Promoción del desarrollo y de la actividad económica (PRODAE)	3,76%	164.000	5,25%	164.000	0,00%	0
5	ingresos patrimoniales	4,93%	215.000	3,41%	106.527	101,83%	108.473
	rentas de bienes inmuebles	0,51%	22.377	0,72%	22.377	0,00%	0
	canon autobús turístico	4,40%	191.803	2,65%	82.793	131,67%	109.010
	ingresos por intereses bancarios	0,02%	820	0,04%	1.357	-39,57%	-537
7	transferencias de capital	1,72%	75.000	2,40%	75.000	0,00%	0
	transferencias del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife <i>inversión</i>	1,72%	75.000	2,40%	75.000	0,00%	0
8	activos financieros	8,10%	353.000	11,46%	357.532	-1,27%	-4.532
	ingresos por subvenciones de capital	8,10%	353.000	11,46%	357.532	-1,27%	-4.532
	total operaciones corrientes	100,00%	4.360.001	100,00%	3.121.132	39,69%	1.238.869
	total general	100,00%	4.360.001	100,00%	3.121.132	39,69%	1.238.869
	contrato-programa	75,69%	3.300.000	73,70%	2.300.191	43,47%	999.809
	resultado del ejercicio estimado		0		0		0

Observaciones

Propuesta de presupuesto de gasto por concepto económico

Capítulo I - Gastos de personal

Corresponden a las retribuciones al personal, cualquiera que sea la forma o el concepto por el que se satisfacen, con arreglo al principio contable de prudencia. Tales como retribuciones básicas del personal laboral, Seguridad Social a cargo de la empresa, indemnizaciones, asistencia médica y otros gastos sociales como gastos de prevención de riesgos laborales.

El presupuesto para este capítulo en el ejercicio 2017 se cifró en 1.356.331,00 euros. En estos presupuestos para el ejercicio 2018 se registra en 1.675.000,00 euros, supone un 38,42% de gastos totales en el año 2018 frente al 43,46% del ejercicio 2017. Se incrementa en un 23,49% respecto a la dotación presupuestaria para el ejercicio 2017, debido a la adjudicación de nuevos proyectos por parte del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife a la Sociedad de desarrollo de Santa Cruz de Tenerife SAU, como es Casa del Carnaval, proyectos que ayuden a la mejora de la empleabilidad mediante la cualificación y/o actualización profesional para favorecer la inserción laboral y la inclusión social..., que para su correcta gestión se hace necesaria la contratación de personal técnico y de apoyo que trabajarán exclusivamente en ambos proyectos. Asimismo, este incremento en el presupuesto contempla la previsión de incrementar los salarios del personal de la empresa en un 1% con carácter retroactivo a enero 2017 en previsión de aplicación de la subida aprobada por el Gobierno de España tras la aprobación de los Presupuestos Generales del Estado para 2017.

Además, está la contratación laboral de los puestos de recepción y ordenanza que se ejecutará en los últimos meses de 2017. Por último, se contempla la previsión por las demandas que algunos trabajadores tienen contra la Sociedad

En este punto debe tomarse en consideración que de dicho importe de 1.675.000,00 euros, 164.000,00 euros son sufragados por la entidad con cargo a la subvención a otorgar por el Servicio Canario de Empleo por la ejecución del Proyecto para la Promoción del Desarrollo y de la Actividad Económica para el año 2018, que permitirá cofinanciar los gastos de personal de ocho trabajadores/as, que forman parte del personal fijo de la entidad, siendo el importe total para el ejercicio 2018 al que deberá hacer frente esta sociedad con otras fuentes de financiación en a 1.511.000,00 euros.

Capítulo II - Gastos corrientes en bienes y servicios

En este capítulo encontramos todos aquellos gastos en que previsiblemente incurrirá la entidad en el próximo ejercicio, adquisiciones de servicios y de materiales consumible necesario para la realización de la actividad, tales como, alquiler de equipos, mantenimiento de edificios, mantenimiento de equipos informáticos y aplicaciones informáticas, material de oficina, suministros eléctrico, suministro de agua, comunicaciones, primas de seguros obligatorios, tributos municipales, publicidad y propaganda, gastos diversos, contrato con profesionales, contratación de servicios externos, dietas y gastos de locomoción.

Su importe presupuestado supone un 59,49% del total de gastos previstos en el ejercicio 2018, experimentando un incremento del 54,72% respecto al importe presupuestado en el año inmediato anterior 2017. Esto es debido principalmente a la adjudicación de nuevos proyectos por parte del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife a la Sociedad de desarrollo de Santa Cruz de Tenerife SAU, como es Casa del Carnaval, Marca Santa Cruz, proyectos que ayuden a la mejora de la empleabilidad mediante la cualificación y/o actualización profesional para favorecer la inserción laboral y la inclusión social..., etc.

Las partidas de mayor peso sobre el presupuesto total dentro de este capítulo son "*otros gastos diversos*" en los que podemos encontrar los gastos por dotación para la amortización del inmovilizado intangible y material que supone más del 25% de la misma, otros gastos de gestión y gastos excepcionales, así como pérdidas por deterioro de crédito por operaciones comerciales. Esta partida supone un 22,05% sobre el presupuesto total y ha sufrido una variación del 51% respecto al presupuesto 2017 aprobado. Además, destaca por peso considerable la partida "*otros trabajos realizados por otras empresas y profesionales*", la cual supone un 20,16% sobre el presupuesto total 2018 y un 46,95% respecto al presupuesto 2017 aprobado. Aquí se recoge la contratación de prestación de servicios a terceros, bien sean empresas o profesionales, servicios necesarios para el buen funcionamiento de la actividad.

Capítulo III - Gastos financieros

En esta partida encontramos los gastos previstos en concepto de servicios bancarios y similares, así como los intereses que se prevé soportar. La variación es de un incremento del 8,02% respecto al año 2017 y su representación sobre los gastos totales del presupuesto son poco significativos, 0,37%.

Capítulo IV – Inversiones

Corresponde a la adquisición de inmovilizado tanto intangible como material que se prevé realizar para garantizar el buen funcionamiento de la actividad. Esta partida no experimenta variación en su importe respecto del ejercicio inmediato anterior y supone un 1,72% del presupuesto total.

Propuesta de presupuesto de ingreso por concepto económico

Capítulo III – Tasas, precios públicos y otros ingresos

Este capítulo está formado por el importe del Contrato Programa 2018, los ingresos que se prevén obtener en el ejercicio 2018 que no depende de organismos y/o empresas públicos, tales como los diferentes patrocinios o convenios de colaboración que se estiman firmar con entidades privadas para la realización de las actividades que realiza la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife y los ingresos por servicios a pequeñas empresas dentro del espacio de emprendimiento, tales como alquileres de viveros, alquileres de sala, etc. Respecto al presupuesto aprobado 2017 esta partida experimenta un incremento del 46,94% debido principalmente al incremento en la cifra del Contrato Programa. Su peso respecto al total de ingresos es de un 81,49% frente al 77,47% del ejercicio 2017.

Capítulo IV – Transferencias corrientes

En este capítulo de ingresos recoge la subvención de 164.000,00 euros a otorgar por el Servicio Canario de Empleo por la ejecución del Proyecto para la Promoción del Desarrollo y de la Actividad Económica para el año 2018, que permitirá cofinanciar los gastos de personal de ocho trabajadores/as, que forman parte del personal fijo de la entidad. Supone un 3,76% sobre el total de ingresos y no ha sufrido variación alguna del presupuesto 2017 a 2018.

Capítulo V – Ingresos patrimoniales

Se desglosa en ingresos por cesión de edificios desde el Excmo. Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife sin soporte jurídico que permita su alta en el activo de la empresa y los ingresos estimados por el canon fijo y variable con motivo del contrato especial para la explotación del circuito turístico en el municipio de Santa Cruz de Tenerife. Supone un 4,93% sobre los ingresos totales y ha sufrido un incremento respecto al presupuesto aprobado 2017 de un 101,83% debido a las nuevas condiciones de canon firmadas en la renovación del contrato para la explotación del circuito turístico.

Capítulo VII – Transferencias de capital

Aquí reflejamos la partida de ingreso para destinar a la adquisición de inmovilizado para el correcto funcionamiento de la actividad.

Capítulo VIII – Activos Financieros

Se recoge las subvenciones de capital correspondiente al traspaso a ingresos que se aprecia realizar en el ejercicio en virtud de la dotación de amortizaciones de los bienes subvencionados adquiridos

Indicadores de resultados por unidades de servicios

Indicadores en materia de empleo

ID	Indicador de medida	Descripción	Fórmula de aplicación	Anual
ORIENTACIÓN PROFESIONAL				
EFE1	Asesoramiento laboral (en itinerarios)	Número total de personas atendidas en el Servicio de Asesoramiento Laboral individualizado a través de itinerarios individuales de inserción	Indicador = nº de personas atendidas en tutorías	280
EFE2	Asesoramiento laboral (en itinerarios)	Número total de sesiones de tutorización a través de itinerarios individuales de inserción	Indicador = nº de sesiones/ tutorías	370
EFE3	Asesoramiento laboral exprés	Número total de personas que asisten a citas de asesoramiento exprés	Indicador = nº de personas	70
EFE4	Cápsulas del conocimiento impartidas	Total de sesiones grupales de asesoramiento laboral denominadas cápsulas del conocimiento realizadas	Indicador = nº de sesiones formativas	180
EFE5	Personas que asisten a las cápsulas del conocimiento impartidas	Total de personas que asisten a las sesiones grupales denominadas cápsulas del conocimiento realizadas	Indicador = nº de personas/alumnado	1700
EFE6	Club del empleo: personas	Total de personas que acuden al Club del empleo	Indicador = nº de personas	1750
EFE7	Club del empleo: consultas	Total de consultas que se realizan en el Club del Empleo	Indicador = nº de consultas	2200
EFE8	Sesiones de colaboración IMAS-SD	Total de sesiones de colaboración ente IMAS-SD para difusión y derivación de usuarios/as	Indicador = nº de sesiones desarrolladas	15
EFE9	Personas que acuden a las sesiones de colaboración IMAS-SD	Total de personas que asisten como usuarios/as a las sesiones de colaboración ente IMAS-SD para información y derivación	Indicador = nº de personas/usuarios/as	190
INTERMEDIACIÓN LABORAL				
EFE10	Nº ofertas de empleo gestionadas	Total de ofertas gestionadas desde la Agencia de Colocación	Indicador = nº total de ofertas de empleo gestionadas	130
EFE11	Nº puestos de trabajo gestionados	Total de puestos de trabajo gestionados desde la Agencia de Colocación	Indicador = nº total de puestos de trabajo gestionados	260
EFE12	Nº empresas usuarias que gestionan ofertas de empleo	Nº de empresas únicas acumulado usuarias del Servicio de Gestión de Ofertas de Empleo de la Agencia de Colocación	Indicador = nº de empresas que gestionan ofertas de trabajo con la Agencia de Colocación	100
EFE13	Nº personas candidatas enviadas a ofertas de empleo	Nº de personas enviadas a ofertas de empleo desde la Agencia de Colocación	Indicador = nº de personas candidatas enviadas a ofertas de empleo	400
EFE14	Porcentaje de inserción laboral gestionado por la Agencia de Colocación	Porcentaje de personas insertadas informadas en relación a los puestos de trabajo gestionados por la Agencia de Colocación	Indicador = nº total de puestos de trabajo gestionados/nº de inserciones laborales informadas	25%

Indicadores en materia de formación

ID	Indicador de medida	Descripción	Fórmula de aplicación	Anual
EFE15	Acciones formativas	Nº total de acciones formativas puestas en marcha	Indicador = nº de acciones formativas	150
EFE16	Horas de formación	Nº total de horas de formación realizadas	Indicador = nº de horas de formación	5000
EFE17	Alumnado participante	Nº total de personas participantes que finalizan las acciones formativas	Indicador = nº de alumnos/as	2100
EFE18	Proyectos de formación y empleo	Nº de proyectos de formación y empleo diseñados y gestionados por el servicio	Indicador = nº total de proyectos de formación y empleo	10
EFE19	Diagnóstico de necesidades formativas	Nº de empresas participantes en el estudio por sectores económicos de actividad	Indicador = nº total de empresas participantes para el diagnóstico	25

ID	Indicador de medida	Descripción	Fórmula de aplicación	Anual
EFE20	Acciones de formación interna	Nº total de acciones de formación interna puestas en marcha para el personal de la entidad	Indicador = nº total de acciones de formación interna	7
EFE21	Horas de formación interna	Nº total de horas de formación interna realizadas por el personal de la entidad	Indicador = nº total de horas de formación interna	110
EFE22	Alumnado participante en acciones de formación interna	Nº total de personas participantes que finalizan las acciones de formación interna	Indicador = nº total de alumnos/as de formación interna	80

Indicadores en materia de desarrollo empresarial y emprendimiento

ID	Indicador de medida	Descripción	Fórmula de aplicación	Anual
		ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN Y CONCIENCIACIÓN		
EFE23	Número de acciones de sensibilización	Total de acciones de sensibilización realizadas	Indicador = número total	10
		GESTACIÓN DE PROYECTOS EMPRESARIALES		
EFE24	Número de asesoramientos a emprendedores/as	Recoge el número de asesoramientos a personas emprendedoras	Indicador = número total	400
EFE25	Número de asesoramiento a empresas	Recoge el número de empresas asesoradas	indicador= número de empresas asesoradas por el servicio de asesoramiento para empresas	20
		CREACIÓN DE EMPRESAS		
EFE26	Número total de altas empresariales en PAE	Número total de empresas dadas de alta a través de nuestro PAE	Indicador = número total	20
		CENTRO DE NEGOCIOS PARA EMPRENDEDORES		
EFE27	Porcentaje de uso de los viveros empresariales	Porcentaje que relaciona el número total de espacios ocupados frente al número total de espacios totales existentes en los centros de empresas	Indicador = número total de espacios ocupados por usuarios / total de espacios disponibles en los centros de empresas	80,00%
EFE28	Número de domiciliados	Número total de empresas activas en el servicio de domiciliación	Indicador = número total	8

Indicadores en materia desarrollo comercial

ID	Indicador de medida	Descripción	Fórmula de aplicación	Anual
		DINAMIZACIÓN COMERCIAL ESTRATÉGICA		
TC 1	Eventos de dinamización organizados dentro del programa Ven	Número de eventos previamente planificados, organizados y ejecutados a través del Programa Ven a Santa Cruz	Indicador = número de ediciones del programa	9
TC 2	Eventos de dinamización organizados de gran repercusión	Número de eventos de dinamización de gran repercusión, entendiendo gran repercusión aquellos eventos que se han consolidado como marca propia, con efecto a tractor y de proyección supramunicipal (2 ediciones de Plenilunio + 1 edición Tecnológica)	Indicador= número de eventos (marca + consolidados+atractor+proyección supramunicipal)	3
TC 3	Número de acciones que ha recibido apoyo por parte de la SD para eventos y foros de terceros relacionados con el comercio	Número total de acciones relacionadas con el comercio que ha recibido apoyo por parte de la SD para su realización (considerados de interés para el sector)	Indicador= total acciones apoyadas de terceros	4

ID	Indicador de medida	Descripción	Fórmula de aplicación	Anual
TC 4	% de expedientes administrativos	Gestión de permisos de ocupación de la vía pública	Porcentaje de expedientes tramitados	95%
TC 5	Porcentaje de solicitudes autorizadas	Tanto por ciento de solicitudes o permisos que se han resuelto favorables tras su correspondiente tramitación	Indicador = número de solicitudes aceptadas/ número de solicitudes tramitadas	80%
TC 6	Porcentaje de solicitudes gestionadas	Tanto por ciento de solicitudes o permisos que se han gestionado desde el servicio independientemente que sean autorizadas o no	Indicador=número de solicitudes recibidas / número de solicitudes gestionadas	85%
PROMOCIÓN Y MARKETING COMERCIAL				
TC 7	Número de estudios realizados	Estudio realizado para la creación de la identidad de las distintas zonas comerciales	Indicador= estudio	1
TC 8	Inserciones y posicionamiento en medios	Número de inserciones y posicionamiento en medios vinculados a la promoción comercial	Indicador= número de inserciones en medios que hagan referencia al posicionamiento del sector comercial	20
DESARROLLO COMERCIAL				
TC 9	Número de consultas atendidas totales	Gestión de consultas servicio de atención al comerciante	Indicador= número de consultas atendidas en tiempo	40
TC 10	Número de estudios realizados en desarrollo comercial	Documento estratégico sector comercial	Indicador= estudio	1

Indicadores en materia desarrollo turístico

ID	Indicador de medida	Descripción	Fórmula de aplicación	Anual
DESARROLLO TURÍSTICO				
TC 11	Número de estudios realizados en desarrollo turístico	Documento estratégico sector turístico	Indicador= estudio	1
TC 12	Número de redes participadas	Asociados, afiliados o miembros de redes (OMT, Cluster de Turismo, etc)	Indicador= número de redes u organizaciones	3
TC 13	Número de acciones para el impulso de la gastronomía	Acciones desarrolladas en materia de apoyo a la gastronomía	Indicador= número de acciones	5
PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO				
TC 14	Número de workshop turísticos	Workshop turísticos organizados	Indicador = número de workshop	2
TC 15	Inserciones y posicionamiento en medios	Número de inserciones y posicionamiento en medios vinculados a la promoción turística	Indicador= número de inserciones en medios que hagan referencia al posicionamiento del sector turístico	50
SERVICIOS TURÍSTICOS				
TC 16	Seguimiento contrato servicio turístico	Número de seguimiento (reuniones e informes de seguimiento)	Indicador = número de informes y reuniones de seguimiento	12
TC 17	Número de horas de servicio de atención turística	Número de horas de servicios de información turística anual en la red de puntos de información turística	Indicador = número de horas de servicio anual de la red de puntos de información turística	7.500
TC 18	Seguimiento contrato circuito turístico	Número de seguimiento (reuniones e informes de seguimiento)	Indicador = número de informes y reuniones de seguimiento	12
TC 19	Número de candidaturas de congresos que se han ofrecido desde la OT	Indicador que mide el número de candidaturas que se le han ofrecido apoyo	Indicador = número de candidaturas que se la han ofrecido	10