

A photograph of a tree-lined sidewalk. A person with long blonde hair, wearing a blue shirt and dark pants, is walking away from the camera down the center of the path. The path is paved and has a brick border on the left. The trees are lush and green, with some large, thick trunks. The sky is visible through the canopy. The overall scene is bright and green.

Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de Marca de Barrio

ALBA CABRERA BRITO



Universidad de La Laguna

Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de marca de barrio

Memoria del Trabajo de Fin de Máster

Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico

Universidad de La Laguna

Autora: Alba Cabrera Brito

Tutores: María D. Tapias Gil, Miguel Á. Mejías Vera, J.R Vera Galán

Septiembre de 2019

La Laguna, 2019

Resumen

El presente TFM se divide en dos partes:

En primer lugar, un estudio sobre la imagen e identidad del barrio El Toscal, que se encuentra situado en Santa Cruz de Tenerife. La realización de este proyecto en concreto viene dada por el interés que me ha generado la observación del espacio que me rodea, y en el cual habito. El objetivo principal sería conocer la opinión de la ciudadanía.

En segundo lugar, planteo la realización de una posible marca de barrio con la que este se pueda identificar de cara al turismo y que lo ayude a publicitarse y promocionarse.

Palabras clave: barrio, El Toscal, imagen, identidad, ciudadanía, turismo, estudio, Santa Cruz de Tenerife, marca de barrio.

Prefacio

Las razones dadas para la realización de este trabajo en concreto vienen dadas por la necesidad de que el barrio pueda promocionarse como una zona dentro de Santa Cruz de Tenerife que tuviera un notable atractivo turístico, y que fuera reconocido dentro de la isla ya que, a pesar de ser un barrio que se encuentra situado en el centro de la capital tinerfeña, está actualmente relegado a ser una zona cuyos edificios abandonados y en ruinas han provocado que se convierta en un barrio con poco atractivo para aquellos que lo ven desde fuera.

Índice

Resumen	1
Prefacio.....	1
Tabla de ilustraciones.....	4
Tablas.....	7
Glosario.....	9
1. Introducción	17
1.1 Problema.....	17
1.2 Diagrama.....	19
1.3 Objeto	20
1.4 Alcance.....	21
1.5 Justificación.....	21
1.6 Estudios.....	22
1.7 Hipótesis	27
2. Contexto.....	31
2.1. El barrio.....	31
2.2 Historia.....	31
2.3 Distribución.....	32
2.4 Elementos significativos.....	33
2.5 Curiosidades del barrio	35
2.6 Plan especial del Toscal.....	37
3. Metodología	39
3. 1 Libros y artículos relacionados.....	39
3.2 Pensamiento del diseño.....	41
3.3 Encuesta.....	43
3.4 Entrevistas.....	43
4. Turismo	45
4.1 Turismo en Santa Cruz de Tenerife	45
4.2 Turismo en Tenerife.....	72
4.3 Turismo en Canarias.....	77
4.4 Turismo en El Toscal.....	82
5. Antecedentes.....	87
5.1 Marcas de ciudad	87
5.2 Logos de ciudad	90
5. 3 Marca de ciudad: Santa Cruz de Tenerife	91

5.4 Marca Islas Canarias.....	102
5.5 Marca de las islas	103
5.6 Marcas de los municipios de Tenerife	108
5.7 Marcas de barrio.....	109
5.8 Identidad de barrios.....	110
6. Viabilidad Técnica	113
7. Conclusiones.....	115
7.1 Conclusiones basadas en las encuestas	115
7.2 Conclusiones basadas en las entrevistas	119
7.3 Conclusiones personales.....	120
8. Bibliografía	121
9. Webgrafía.....	123

Tabla de ilustraciones

Foto 1: Logotipos conocidos	11
Foto 2: Ejemplo de marca: Nike.....	12
Foto 3: Ejemplos de marcas de ciudad	13
Foto 4: Noticia publicada en el DIARIO DE AVISOS el 06/03/2017.....	17
Foto 5: Ejemplo de imagen asociada a la ciudad de París: Su elemento más representativo es La Torre Eiffel	28
Foto 6: Ejemplo de imagen asociada a la ciudad de Milán: Su elemento más representativo es su catedral	28
Foto 7: Ejemplo de imagen asociada a la ciudad de Londres: Sus elementos más representativos son El Big Ben, El palacio Westminster o El London Eye	29
Foto 8: Distribución de El barrio de El Toscal	32
Foto 9: Círculo de Amistad XII de enero	34
Foto 10: Museo Militar Almeida	34
Foto 11: Antigua fábrica de tabaco La Lucha.....	34
Foto 12: Parque García Sanabria	34
Foto 13: Iglesia de San Francisco	34
Foto 14: Castillo de San Cristóbal	46
Foto 15: Castillo de San Juan Bautista	46
Foto 16: Torre de San Andrés	47
Foto 17: Fuerte Almeida	47
Foto 18: Iglesia de San Francisco	48
Foto 19: Iglesia de El Pilar	48
Foto 20: Iglesia de San José	49
Foto 21: Templo Masónico	49
Foto 22: Capitanía General	50
Foto 23: Parlamento de Canarias.....	50
Foto 24: Antigua Fábrica de Tabaco La Lucha.....	50
Foto 25: Antiguo edificio La Tarde	50
Foto 26: La Recova	51
Foto 27: Cabildo Insular de Tenerife.....	51
Foto 28: Plaza 25 de julio "Plaza de los patos"	51
Foto 29: Presidencia del Gobierno.....	52
Foto 30: Presidencia del Gobierno/2	52
Foto 31: Centro Internacional de Ferias y Congresos de Tenerife (Recinto Ferial)	53
Foto 32: Tenerife Espacio de las Artes (TEA)	54
Foto 33: Sede de CajaCanarias.....	55
Foto 34: Auditorio Adán Martín.....	56
Foto 35: Parque García Sanabria	57
Foto 36: Parque García Sanabria/2.....	57
Foto 37: Reloj de flores	58
Foto 38: Estatua de la Fecundidad.....	58
Foto 39: Las cuatro figuras antropomórficas de Federico Assier	58
Foto 40: Monumento al gato de Óscar Domínguez.....	58
Foto 41: Parque de La Granja	59
Foto 42: Parque Cultura Viera y Clavijo	60

Foto 43: El Palmetum de Santa Cruz de Tenerife	61
Foto 44: Plaza de España	62
Foto 45: Plaza Isabel II "Plaza de la Pila"	63
Foto 46: Plaza de Candelaria.....	64
Foto 47: Plaza Weyler	65
Foto 48: Estatua en memoria de Don Enrique González Bethencourt	66
Foto 49: Plaza del Príncipe.....	66
Foto 50: Plaza de Europa	67
Foto 51: Plaza 25 de Julio "Plaza de los patos" /2	68
Foto 52: Monumento al Chicharro	69
Foto 53: Plaza del Chicharro	69
Foto 54: Estatua de la Fecundidad del Parque García Sanabria /2.....	71
Foto 55: Monumento a Franco, al final de La Rambla de Santa Cruz en la esquina con La Avenida Anaga	71
Foto 56: El Guerrero de Goslar de Henry Moore en la rambla de Santa Cruz de Tenerife.	71
Foto 57: Triunfo de la Candelaria en Plaza Candelaria.	71
Foto 58: Puerto de la Cruz	72
Foto 59: Parque Nacional del Teide.....	73
Foto 60: El Médano.....	74
Foto 61: Los Cristianos	74
Foto 62: Adeje.....	75
Foto 63: Playa de las Américas	76
Foto 64: Ejemplo de destinos populares en Canarias según Google.....	78
Foto 65: Parque Nacional de Timanfaya en Lanzarote	78
Foto 66: Playa blanca en Fuerteventura	79
Foto 67: Las Palmas de Gran Canaria.....	79
Foto 68: Parque Nacional de El Teide	80
Foto 69: Parque Garajonay en La Gomera.....	80
Foto 70: Cielo de La Palma.....	81
Foto 71: El Hierro	81
Foto 72: Mapa de posible ruta histórica por El Toscal.....	85
Foto 73: Mapa de posible ruta gastronómica por El Toscal.....	86
Foto 74: Hong Kong, China	90
Foto 75: Nueva York, Estados Unidos	90
Foto 76: Ámsterdam, Países Bajos.....	90
Foto 77: Ciudad de México, México.....	90
Foto 78: Sao Paulo, Brasil.....	90
Foto 79: Marca de ciudad de Santa Cruz de Tenerife.....	91
Foto 80: Construcción del claim de la marca de Santa Cruz.....	91
Foto 81: Versión monocromática de la marca de Santa Cruz.....	92
Foto 82: Marca de Santa Cruz con fondo fotográfico.....	93
Foto 83: Marca de Santa Cruz con fondo fotográfico 2.....	93
Foto 84: Construcción del Tagline de la marca de Santa Cruz.....	94
Foto 85: Uso de la marca monocromática de Santa Cruz con colores secundarios en positivo	94
Foto 86: Uso de la marca monocromática con colores secundarios en negativo	95
Foto 87: Área de protección de la marca y tamaños mínimos	96
Foto 88: Tipografía del Tagline	96

Foto 89: Colores corporativos y secundarios.....	97
Foto 90: La marca en los elementos de comunicación.....	98
Foto 91. Relación entre la marca Santa Cruz y la marca Ayuntamiento de Santa Cruz.....	98
Foto 92: La marca en actividades donde no participa El Ayuntamiento de Santa Cruz	99
Foto 93: Merchandising y objetos especiales.....	100
Foto 94: Marca en Relieve	101
Foto 95: Marca de Santa Cruz de Tenerife corpórea	101
Foto 96: Marca Islas Canarias	102
Foto 97: Noticia del miércoles 13 de marzo de 2019	102
Foto 98: Marca de las islas.....	103
Foto 99: Marca de Tenerife	103
Foto 100: Marca de El Hierro.....	104
Foto 101: Marca de La Palma	104
Foto 102: Marca de La Gomera	105
Foto 103: Marca de Gran Canaria.....	106
Foto 104: Marca de Fuerteventura.....	106
Foto 105: Marca de Lanzarote.....	107
Foto 106: Marcas de los municipios de Tenerife	108
Foto 107: Marca del barrio Victoria en Londres	109
Foto 108: Marca del barrio Victoria aplicada a un folleto	109
Foto 109: Marca del barrio Victoria aplicada a folletos publicitarios.....	109
Foto 110: Marca del barrio Victoria aplicada a fondos fotográficos	109
Foto 111: Chueca, Madrid	110
Foto 112: Chauen, Marruecos	110
Foto 113: Barrio Rojo, Ámsterdam	111
Foto 114: Chinatown, Nueva York	111

Tablas

Tabla de modelo de negocio.....	21
Tabla de factores que motivaron a los turistas a elegir Canarias.....	74

Glosario

Claim:

Es una idea central con la que se quiere transmitir la esencia de lo que es la marca y lo que la diferencia.¹

City branding:

El city branding, marketing de ciudad, la reputación de las ciudades, la marca-ciudad o como más te guste denominarlo, es la construcción, comunicación y gestión de la imagen de una ciudad desde un punto de vista estratégico y global. Es, en definitiva, la creación de una sensación de unión e integridad y, al mismo tiempo, una competición para atraer inversores y turismo. Se pueden realizar campañas puntuales, pero, en términos generales, es una carrera de fondo. Evidentemente, no aplica únicamente a grandes ciudades, sino también a países (Marca Colombia) o regiones (Ruta del Vino de Rueda).²

Cultura:

1. f. Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.
2. f. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.³

Design Thinking:

Es una metodología que se utiliza para la resolución creativa de problemas. Es un método centrado en el ser humano para innovar productos, servicios y modelos de negocio. Su proceso iterativo brinda la guía para entregar resultados orientados al usuario y al cliente, y para resolver problemas complejos. Los principios básicos del pensamiento de diseño son: ser prácticos, reflexionar en cada acción, imponer la diversidad y la creatividad, y siempre poner al ser humano en el centro de los pensamientos. Estas características son la base del proceso central del pensamiento de diseño: el microciclo que consta de cinco pasos: empatizar, definir, idear, prototipar y testear.

Estrategia corporativa:

La estrategia corporativa es el plan que debe diseñar la dirección de la organización al comienzo de cada nuevo proyecto para conducir a la plantilla, ejecutar las tareas, cumplir los compromisos y alcanzar los objetivos establecidos. En pocas palabras, la

¹ <https://primeroestrategia.com/2014/04/24/tagline-eslogan-o-claim-de-marca/>

² <http://lisandrocaravaca.es/marca-villena-como-aprender-a-venderse-y-no-morir-en-el-intento/>

³ <http://www.rae.es/>

estrategia corporativa marca la pauta y define el futuro de cualquier organización. De su diseño, ejecución y evaluación depende el éxito de las compañías.

El diseño de una estrategia corporativa supone un desafío complejo y una enorme responsabilidad que exige el mayor compromiso por parte de los encargados de la planificación estratégica. Un plan estratégico suele ser pensado como una herramienta que va a guiar el trabajo y desarrollo de la organización durante los siguientes 2 a 5 años.

El objetivo fundamental es que todos los integrantes de la organización estén informados, sintonizados y preparados para asumir el reto de los proyectos de su compañía y para que entiendan lo que se espera de ellos. Por esta razón, existen unos elementos esenciales que deben tenerse en cuenta a la hora de iniciar el proceso de planificación y selección de la estrategia.⁴

Globalización:

Difusión mundial de modos, valores o tendencias que fomentan la uniformidad de gustos y costumbres.²

Identidad:

Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.²

Identidad corporativa:

Una identidad corporativa es la declaración visual del papel de una compañía y su función, un medio de comunicación visual a nivel interno con sus accionistas y empleados y, hacia el exterior, con sus proveedores y clientes. Consiste en el logotipo y el nombre (o nombre y logotipos) propios de una compañía junto con las normas y directrices de cómo deben ser empleados, por ejemplo, en material de ingreso como membretes, catálogos e informes, en publicidad, marketing y promoción, y en productos y servicios.

Una identidad corporativa específica a menudo que colores y tipografías han de usarse con los logotipos y los nombres, y cómo deben relacionarse entre sí. Tanto los colores como las tipografías pueden considerarse parte de los activos de la empresa.⁵

Imagen:

Figura, representación, semejanza y apariencia de algo.

⁴ <https://blog.acsendo.com/los-elementos-clave-para-diseñar-la-estrategia-corporativa/>

⁵ Conway Lloyd Morgan, "¿Qué es una identidad corporativa?", *Logos, logotipos, identidad, marca, cultura*, Barcelona: Editorial Índex Books S.L, 1999, pág. 47.

Logotipo:

Un logotipo es la marca distinta de una compañía, un producto, un servicio o una gama de productos y servicios de una misma fuente. Un logotipo es único para la compañía que lo representa, y puede protegerse legalmente como marca registrada, nombre comercial o símbolo registrado.

Un logotipo puede ser tipográfico, figurativo, abstracto, o una combinación de estos.

Es uno de los elementos básicos de la identidad corporativa, o en la identidad de marca.

Puede ser bidimensional o tridimensional, monocromático, o en color (aunque por lo general existe una versión bidimensional de todo logotipo tridimensional y una en blanco y negro de todo logotipo en color).⁶



Foto 1: Logotipos conocidos

⁶ Conway Lloyd Morgan, "¿Qué es un logotipo?", *Logos, logotipos, identidad, marca, cultura*, Barcelona: Editorial Índex Books S.L, 1999, pág. 15.

Marca:

Una marca es la identidad visual de un grupo de productos o servicios relacionados entre sí y ofrecidos por una misma empresa.

La marca está vinculada al mercado (o, a menudo, a un mercado específico) y no a la actividad económica general de la compañía.

Una marca se compone de logotipos, colores, nombres, formas de los envoltorios y eslóganes exclusivos.

Una marca puede, o no, contener elementos derivados de la identidad corporativa de la compañía principal.

Una marca es uno de los más importantes activos comerciales de una empresa.⁷



Foto 2: Ejemplo de marca: Nike

⁷ Conway Lloyd Morgan, "¿Qué es una marca?", *Logos, logotipos, identidad, marca, cultura*, Barcelona: Editorial Índex Books S.L, 1999, pág. 75.

Marca de ciudad:

Una marca ciudad es el propio nombre de la ciudad al que se asocia una serie de atributos singulares y exclusivos por los que se puede identificar, reconocer y diferenciar dicha ciudad de otras.⁸

Es utilizada en las grandes ciudades para promocionarse de cara al turismo. Se asocia el nombre de una ciudad a algún “objeto de deseo” lo más global posible.

Desde una visión empresarial, la identidad es la realidad, lo que son determinados productos o servicios, en nuestro caso una ciudad o un territorio, mientras que la imagen es la forma en la que los demás la perciben. La marca no es nada más que un elemento diferencial, un valor añadido al producto, que puede asociarse a una imagen.

El producto que se está vendiendo se debe visualizar desde el exterior. Es decir, la imagen, el mensaje, la marca, se dirigen a los potenciales clientes. Y en el caso de una ciudad estos potenciales clientes suelen ser el resto del mundo o determinadas poblaciones.⁹



Foto 3: Ejemplos de marcas de ciudad

8

https://www.google.com/search?q=definici%C3%B3n+de+marca+de+ciudad%C3%A7&rlz=1C1CHBF_esES840ES840&oq=definici%C3%B3n+de+marca+de+ciudad%C3%A7&aqs=chrome..69i57j0l2.4291j1j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8

⁹ <https://elblogdefarina.blogspot.com/2015/04/identidad-y-marca-ciudad.html>

Marketing:

Esta disciplina se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores. Analiza la gestión comercial de las compañías con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y resolución de sus problemas.¹⁰

Marketing urbano o city marketing:

El marketing urbano tiene, muchas veces, la finalidad de cambiar la imagen de la ciudad. Estas estrategias no sólo van asociadas al exterior para posicionar la ciudad en el “mercado de localizaciones” o como ciudad de negocios, eventos o destino turístico. Las acciones hacia los residentes van destinadas a promocionar la ciudad en relación con parámetros vinculados con el bienestar económico y la calidad de vida. La cultura se integra en las estrategias de ofrecer una imagen de ciudad posindustrial y posmoderna que se reflejan en la construcción de un nuevo paisaje urbano.¹¹

Consiste en crear una marca de una ciudad, al igual que existen las marcas de productos y servicios para el consumo; una marca, la cual trasmite los valores y cualidades de una ciudad a futuros turistas potenciales, y que los habitantes de esta se sientan identificados y satisfechos con la marca. Por ejemplo, París, es vendida como la ciudad del amor.¹²

Merchandising:

1. Técnica comercial para establecer correcciones o nuevos desarrollos a un producto, una vez que se encuentra en el mercado.
2. Conjunto de productos publicitarios para promocionar un artista, un grupo, una marca, etc.¹³

Señas de identidad:

Son elementos definitorios de las ciudades, pueblos o barrios como edificios, lugares o monumentos que son altamente reconocidos por la gente y que hacen que se conforme la imagen de dicho sitio. Estos siempre son de índole turística y muy visitados, lo que complementa el hecho de que sean conocidos: se hacen conocidos por ser visitados y

¹⁰ <https://www.cyberclick.es/marketing>

¹¹ Jordi Juan Tesserras, “La tematización de las ciudades: el uso de la cultura en las estrategias de desarrollo local y promoción del turismo urbano”, Universidad de Barcelona, (2004), <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2226> (consultado el 4 de junio de 2019)

¹² <https://marketingconsandra.com/marketing-de-ciudades-y-el-turismo-ciudad-como-marca/>

¹³ https://www.google.com/search?q=merchandising+definici%C3%B3n&rlz=1C1CHBF_esES840ES840&ogq=merchandising+definici%C3%B3n&aqs=chrome..69i57j0l5.6995j1j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8

turísticos, y nos forman la imagen preconcebida de cómo va a ser el lugar en cuestión si nunca han estado nunca allí.

Signo:

Objeto, fenómeno o acción material que, por naturaleza o convención, representa o sustituye a otro.²

Tagline:

Un tagline (del inglés, «línea o etiqueta») es un pequeño mensaje de texto, similar a un eslogan de empresa o marca corporativa, que procura ser ocurrente, divertido y/o ingenioso.

Los tags se pueden ver como una adaptación de famosas citas célebres de varios autores o frases y referencias de determinadas películas. Sólo que, actualmente, y sobre todo en Internet, se utilizan de un modo más ocurrente e ingenioso.¹⁴

Turismo:

Actividad o hecho de viajar por placer.²

¹⁴ <https://www.emezeta.com/articulos/que-es-un-tagline>

1. Introducción

1.1 Problema

El problema con el que trato en un primer momento es con la imagen física que tiene actualmente el barrio El Toscal. Este, tal y como se puede apreciar si se realiza una visita, se caracteriza por estar lleno de edificios viejos, en ruinas, o abandonados, lo que le ha valido el apodo de <<El corazón en ruinas>>. Sin embargo, existen dos factores principales que me han llevado a razonar que el barrio es un espacio que se encuentra actualmente bastante desaprovechado, y que podría llegar a tener potencial turístico:

- El barrio está geográficamente situado en el centro de la capital de Santa Cruz de Tenerife.
- Parte de él está declarado Bien de Interés Cultural en la categoría de Conjunto Histórico Artístico desde el año 2007.

Por lo tanto, y a partir de estos factores, he llegado a la conclusión de que, el primer paso para tratar este problema y la necesidad que este conlleva, es establecer primeramente que imagen e identidad tiene la ciudadanía del barrio. Una vez recogidos estos datos, y habiendo obtenido la visión general que de él se tiene, podría comenzar a esbozar una marca de barrio que pudiera promocionar El Toscal como destino turístico, además de añadirle otras posibles soluciones que sean propuestas por la ciudadanía, la cual podría, incluso, detectar nuevos problemas y necesidades.

Se buscaría, por lo tanto, mejorar su imagen una vez identificados los problemas que esta tiene, de forma que, en un futuro, se pudiera dar a conocer el barrio, no como un sitio bien situado, pero en ruinas, sino como un lugar que, mediante la visión ciudadana, se ha llegado a convertir y promocionar como un sitio de interés turístico. Así mismo, la opinión de los vecinos del barrio, personas que tienen un negocio en él, que lo frecuentan, etc.; servirá para comprender que carencias tiene el barrio, y como se podría mejorar la calidad de vida dentro de él para ellos.

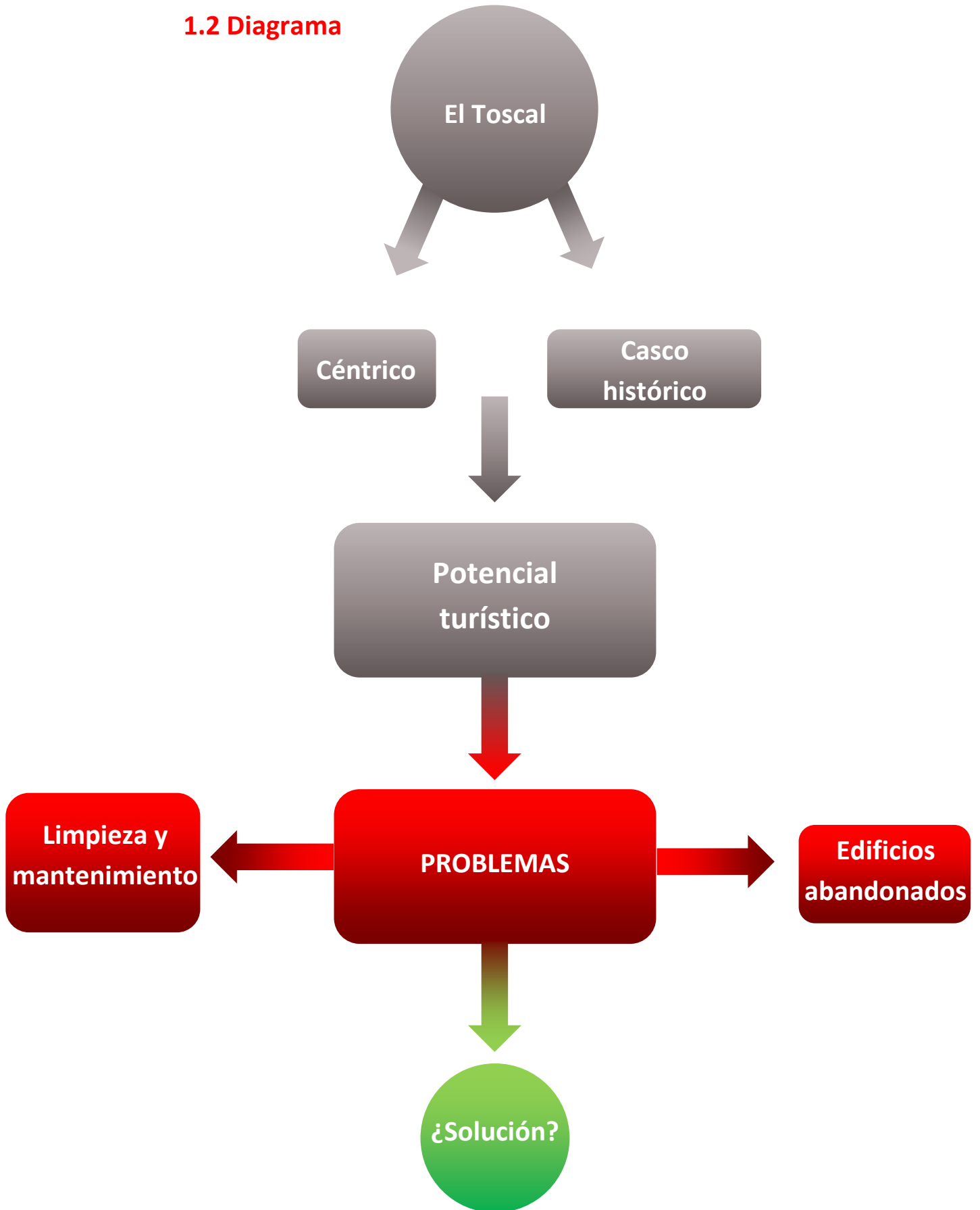
El Toscal, el corazón en ruinas de Santa Cruz

El histórico barrio de El Toscal, en el centro de Santa Cruz, Bien de Interés Cultural desde 2007, sufre un lento y progresivo deterioro de sus inmuebles más antiguos, por el abandono tanto de las administraciones públicas como de sus propios vecinos

Foto 4: Noticia publicada en el DIARIO DE AVISOS el 06/03/2017.

Otra problemática existente dentro del barrio, tal y como anuncia la publicación, es la falta de interés y participación vecinal, lo que podría solucionarse usando una metodología en la que su opinión y participación sean fundamentales en la resolución de problemas.

1.2 Diagrama



1.3 Objeto

El objetivo principal del presente TFM sería el de conocer y entender cuál es la imagen general que de este se tiene y cuáles son los puntos clave para comenzar a esbozar el barrio como un lugar visitable, así como ver que partes de este podrían potenciarse para conseguir tal objetivo.

Se buscaría, por lo tanto, establecer cuál es la imagen que, tanto sus habitantes como gente ajena a el barrio tiene de este, cuales sus son sus señas de identidad, y que mejoras y cambios podrían realizarse dentro de él una vez que estas se hubieran establecido.

Además, a lo largo de mi trabajo de fin de máster, busco mostrar que la imagen que de un sitio se tenga, está bastante condicionada por diferentes elementos, y que no existe una imagen definitiva de este, pero eso es precisamente lo más interesante: conocer todos los puntos de vista que puede llegar a tener.

Considero que hay una necesidad palpable de aprovechar y sacar partido a un territorio que se encuentra en un punto bastante céntrico dentro de la capital y que podría, por la tanto, acoger a más personas que quisieran vivir en él o visitarlo, y el primer paso para hacerlo es comprender que elementos de este pueden ser utilizados.

El objetivo principal es, por lo tanto, comprender y analizar el concepto de imagen e identidad aplicado a el barrio El Toscal, y su posterior promoción de cara al turismo mediante el esbozo de una posible marca de barrio.

Los objetivos que perseguiría mi trabajo de final de máster serían, por lo tanto, los siguientes:

- Conocer e interpretar que imagen tiene la ciudadanía del barrio, y la identidad que se le ha asociado, es decir, buscar las herramientas necesarias para poder conocer la opinión general que la gente tiene del barrio, y poder, posteriormente, buscar posibles soluciones para los problemas de imagen que este pueda tener.
- Trabajar sobre la identidad actual de barrio mejorándola en lo que sea conveniente y posible, es decir, establecer cuáles son los problemas y carencias que esta tiene.
- Establecer una posible marca de barrio que lo identifique, se adapte a este, y lo represente, es decir, satisfacer la necesidad que tiene el barrio de aprovechar sus mejores cualidades para poder comenzar a ser conocido y visitado mediante una nueva imagen que lo publicite.
- Llevar a cabo una campaña publicitaria que acompañe a la marca de barrio en la que se resalten las mejores cualidades del barrio, haciendo posible su mejora turística.
- Impulsar el barrio, empezando por la identificación de los problemas que este tiene para, posteriormente, estudiar que posibles propuestas podrían hacerse para mejorarlo en distintos niveles: físico, social, cultural...etc.
- Conseguir mediante la metodología indicada para ello la participación ciudadana, tanto por parte de los vecinos poco implicados en su barrio, como de la gente de fuera.

- Aportar visibilidad a un barrio cuyo interés histórico está latente, pero desaprovechado, con la recogida de posibles propuestas que pudieran realizarse a nivel turístico.
- Convertir el barrio El Toscal en un sitio de interés turístico de Santa Cruz de Tenerife, y conseguir los beneficios que ello conlleva.

1.4 Alcance

Se elaborará un informe donde se expongan los resultados obtenidos durante el estudio y se planteará la necesidad de la creación de una marca de barrio y su posible diseño y aplicaciones.

1.5 Justificación

La idea de mi proyecto viene nada por la necesidad de sacar provecho de un espacio con potencial para que este pueda tener atractivo turístico, y para que se mejore la vida de sus habitantes, y el primer paso para ello sería comenzar promocionándolo de cara al público, resaltando sus partes de interés. De esta forma, se comenzaría con el esbozo de una marca de ciudad que aportase la promoción ya mencionada, le diera un nombre y una imagen.

Con este proyecto se buscaría reconstruir el barrio de El Toscal, no desde el punto de vista físico, sino más bien desde el social: es decir, trabajando en la forma en la que la gente concibe y ve el barrio.

La creación de la marca favorecería su promoción de cara al turismo, y aportaría beneficios al barrio, tanto económicos como sociales. El barrio se haría un nombre dentro de Santa Cruz, ciudad en la que se encuentra céntrico.

El hecho de expandirse de forma turística y atraer más gente a sus calles favorecería podría promover que se abrieran nuevos negocios, hubiera más ambiente en sus calles, se realizaran rutas turísticas por los edificios históricos, etc.

Para ello se partiría de unos estudios previos en los que se buscaría establecer un análisis inicial del proyecto, cuáles son sus cualidades y características, a que público va dirigido, como funcionaría como negocio, etc.

1.6 Estudios

DAFO

El primer estudio sería el DAFO, en el cual se analiza la situación del proyecto, concretamente sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Análisis interno

Fortalezas

Participación ciudadana.

Mejora del barrio.

Identificación de su imagen.

Listado de problemas.

Contribución a la sociedad.

Promoción del barrio.

Debilidades

Falta de participación.

Pasividad ciudadana.

Mala promoción.

Mal desarrollo de la marca de barrio.

Análisis externo

Oportunidades

La difusión de la encuesta inicial es esencial para una mayor participación. Para ello son útiles las redes sociales como WhatsApp o Facebook.

Modelo de negocio

Un modelo de negocio describe de manera racional cómo una organización crea, entrega y captura valor en contextos sociales, culturales, etc. El proceso de construcción de un modelo de negocios es parte de la estrategia de negocios.

En la teoría y la práctica, el término modelo de negocio es utilizado para un amplio conjunto de descripciones que representan aspectos centrales de un negocio, entre ellos el propósito, proceso de negocio, mercado objetivo, las ofertas, estrategias, infraestructura, estructuras organizacionales, prácticas de comercio, procesos operacionales y las políticas.¹⁵

<p>Socios clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cabildo de Tenerife -Entidades públicas: cultura, turismo. -Empresas de publicidad. -Redes Sociales. 	<p>Actividades clave</p> <ul style="list-style-type: none"> -Promoción de la marca en las redes sociales y medios de comunicación, -Uso de la marca en espacios públicos, publicidad y propaganda, productos, eventos, estructuras, etc. 	<p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marca de ciudad de calidad. -Logo y eslogan representativos de la ciudad. -Buena propaganda de la ciudad de cara al sector turístico. -Diseño innovador y personalizado. 	<p>Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Impuestos. -Ayuntamiento.
<p>Relación con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Relación directa con los clientes, los cuales pertenecen al sector turístico, pues se les vende la marca ofreciéndoles Santa Cruz de Tenerife como destino turístico. 	<p>Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dinero que deje el sector turístico en la ciudad 	<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> -Medios de comunicación. -Redes sociales. -Campañas publicitarias. -Productos. Aplicación en la marca distintos sectores dentro de la ciudad. -Eventos. -Agencias de viajes. 	<p>Segmentos de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> -El turismo que visita la isla de Tenerife. -Los habitantes de la ciudad de Santa Cruz de Tenerife. -Los negocios, empresas y entidades de la ciudad.

¹⁵ https://es.wikipedia.org/wiki/Modelo_de_negocio

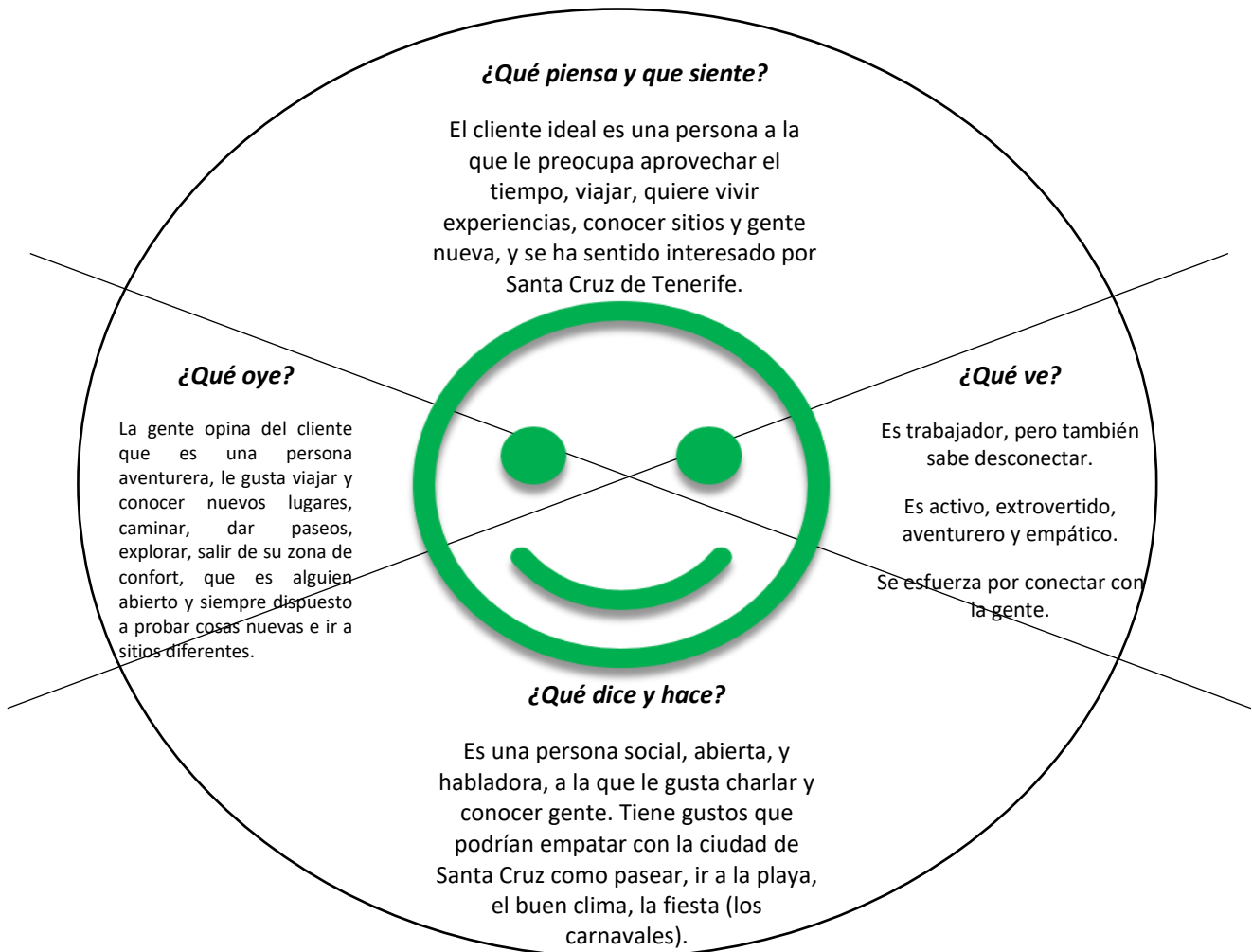
Mapa de empatía

El mapa de empatía es un formato que busca describir el cliente ideal de una empresa por medio de análisis de 6 aspectos, relacionados a los sentimientos del ser humano. Puede ser realizado a partir de preguntas que ayudan a entender a conocer el cliente y como relacionarse con él.¹⁶

En el caso de mi proyecto existen dos tipos de clientes ideales: el turista y el chicharrero.

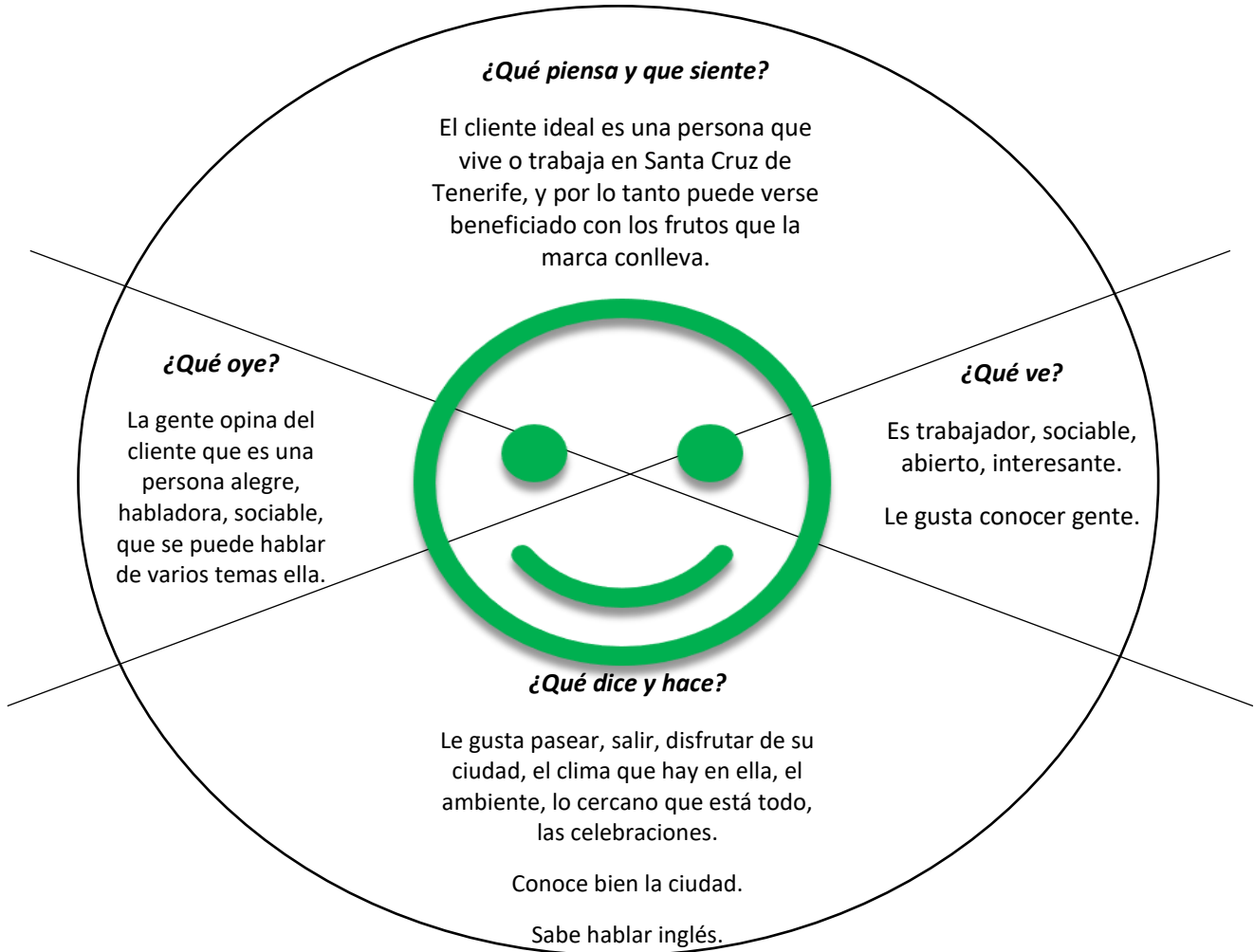
¹⁶ <https://www.rdstation.com/es/blog/mapa-de-empatia/>

Cliente ideal: El turista



<i>Esfuerzos</i>	<i>Resultados</i>
<p>No quiere quedarse con la sensación de no haber aprovechado su vida. Quiere hacer cosas con su familia y amigos.</p>	<p>Se siente animado. Está entusiasmado. Consigue desconectar de su trabajo. Consigue conocer gente nueva.</p>

Cliente ideal: El chicharrero



Esfuerzos	Resultados
Quiere realizar actividades con sus amigos y familia. Quiere aprovechar su tiempo libre fuera del trabajo. Quiere estar más relajado.	Realiza actividades con sus amigos y familia. Realiza actividades al aire libre. Va a sitios nuevos de la ciudad. Charla y conoce a gente. Aprovecha su tiempo libre.

1.7 Hipótesis

La principal hipótesis en la que baso mi trabajo de fin de grado es que a cada sitio que es habitado por el ser humano se le asocia una imagen y una identidad, que puede ser representativa del lugar en cuestión, o ser completamente preconcebida y estereotipada.

La imagen que tenemos de la ciudad está relacionada con la percepción que tenemos de ella, la cual se condiciona por nuestros recuerdos, cultura o experiencia.

En nuestro subconsciente, le añadimos una identidad y una imagen a este lugar en el que nos encontramos. Las personas tenemos una identidad y una imagen, por lo que, inconscientemente, se la atribuimos a las ciudades en las que habitamos, aunque también llegamos a hacer lo propio con aquellas que ni siquiera conocemos.

Esto es así debido a que, actualmente, la globalización dada por los medios de comunicación y las nuevas tecnologías han hecho que la distribución de imágenes clave de ciudades famosas hagan que nos creemos nuestra propia idea de cómo es una ciudad, que además se apoya en una serie de clichés y estereotipos que se encuentran actualmente patentes en nuestra sociedad.

Una de las premisas en las que me baso es en las señas de identidad como elementos definitorios de las ciudades, pueblos o barrios. Esto serían lugares o monumentos que son altamente reconocidos por la gente y que hacen que se conforme la imagen de dicho sitio. Estos siempre son de índole turística y muy visitados, lo que complementa el hecho de que sean conocidos: se hacen conocidos por ser visitados y turísticos, y nos forman la imagen preconcebida de cómo va a ser el lugar en cuestión sin haber estado nunca allí.

Por ejemplo, en la ciudad de Nueva York, hay señas de identidad muy marcadas, como La Estatua de la Libertad, El Empire State, El Central Park o el Puente de Brooklyn. Son estos monumentos y lugares en los que pensamos cuando viene a nuestra mente dicha ciudad, y la imagen que nos hemos creado se basa en ellos.

La cultura de nuestra sociedad actual está fuertemente ligada a películas, series, música, etc.; que también pueden hacer emblemático un lugar, por ejemplo, esta ciudad se asocia con series famosas cuya trama se desarrolla en ella como "Friends", o "Como conocí a vuestra madre", las cuales hacen, a su vez, que el espectador las relacione con la imagen que de dicha ciudad aparece en televisión.

Tradicionalmente, las grandes ciudades han sido las más estereotipadas, y se encuentran marcadas por las señas de identidad que se les han asociado, las cuales están fuertemente ligadas a sus monumentos más destacados como en el ejemplo anterior. Esto es así en tanto que si buscamos imágenes sobre alguna de ellas el material visual que vamos a encontrar es muy repetitivo y está vinculado con la imagen que a estas se les ha asociado.

Ejemplos:

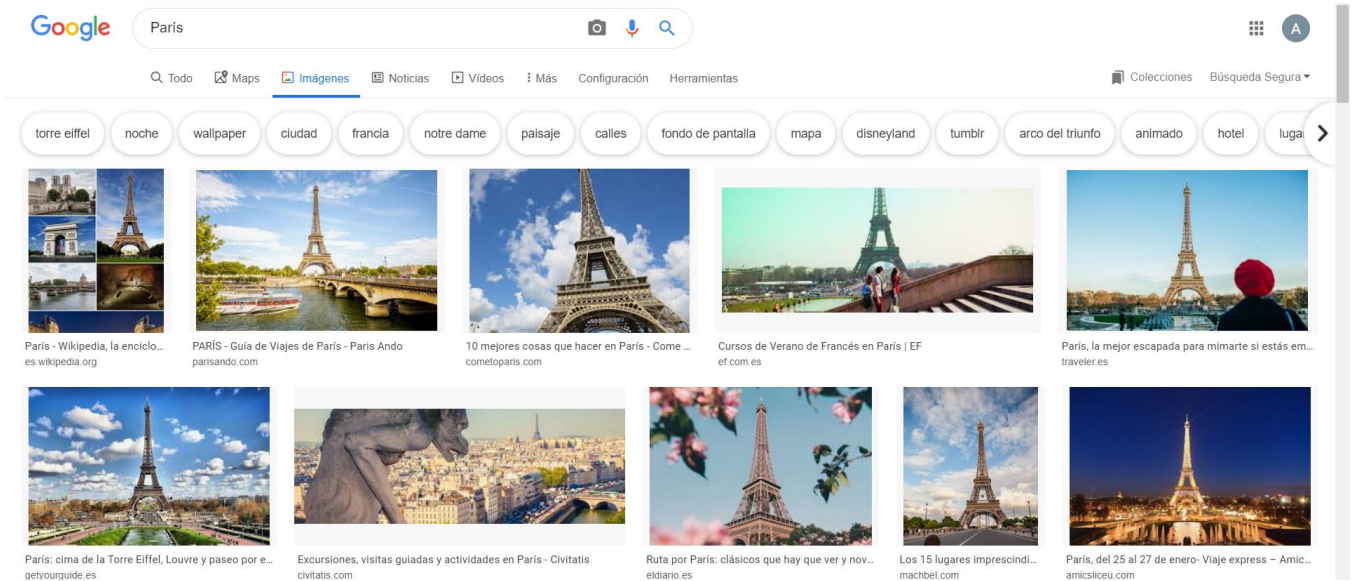


Foto 5: Ejemplo de imagen asociada a la ciudad de París: Su elemento más representativo es La Torre Eiffel

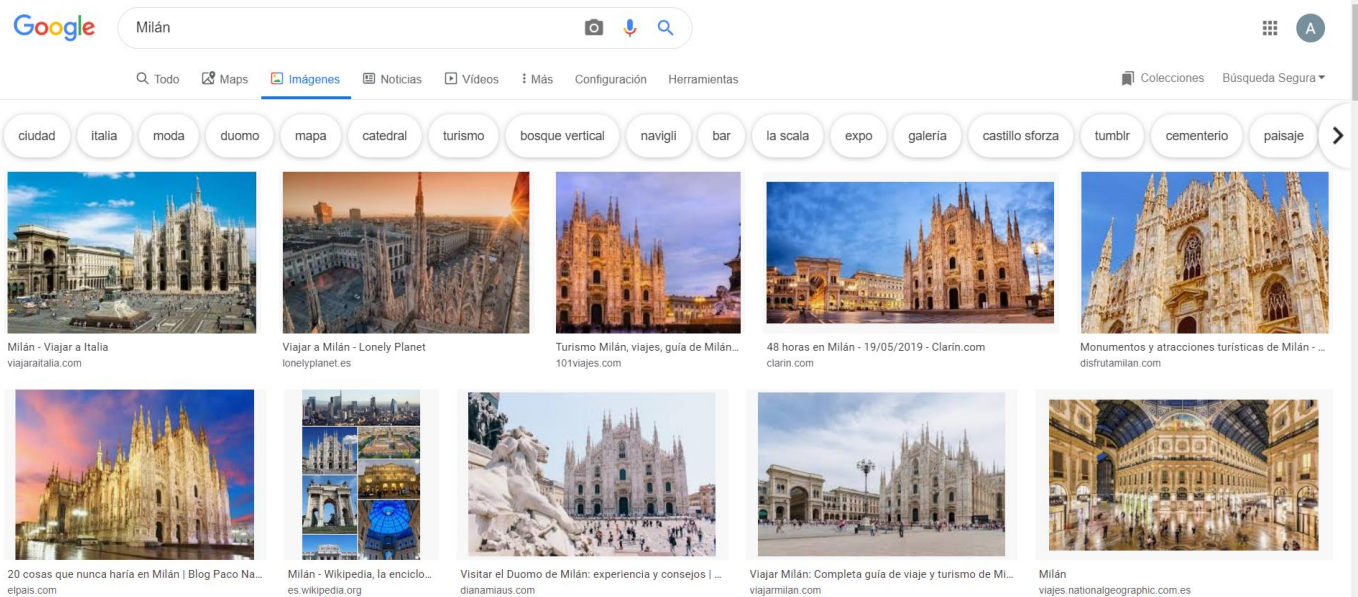


Foto 6: Ejemplo de imagen asociada a la ciudad de Milán: Su elemento más representativo es su catedral

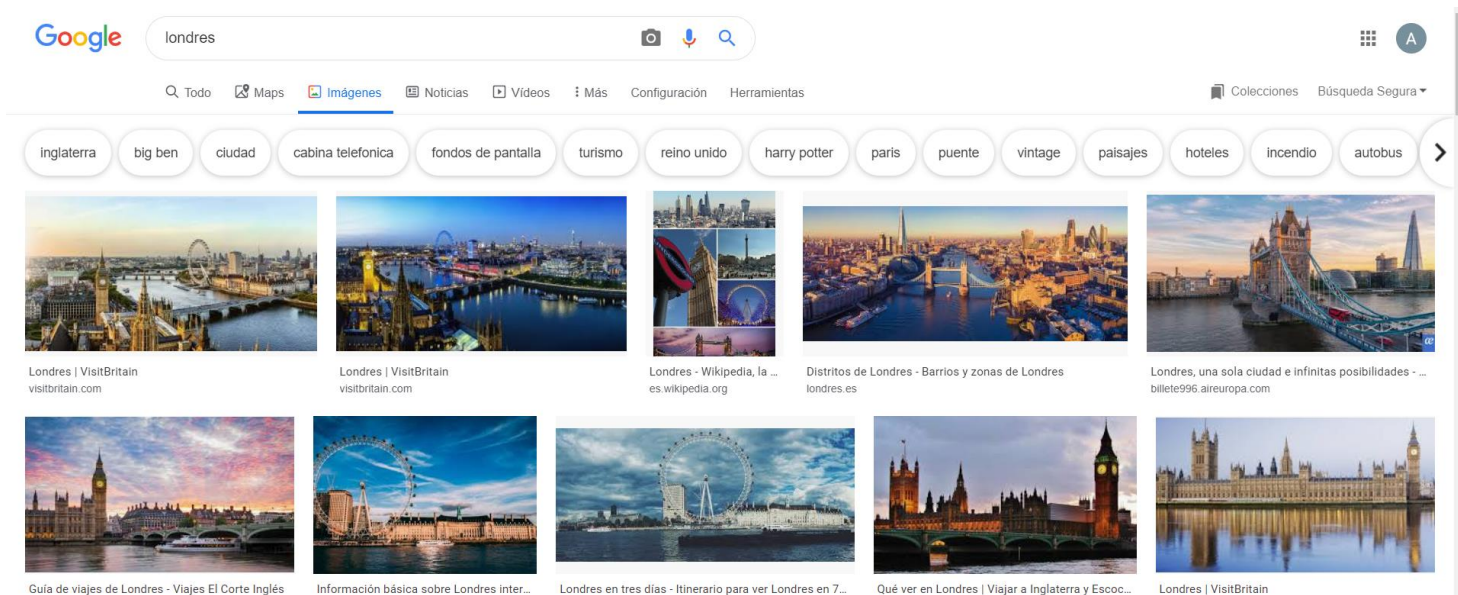


Foto 7: Ejemplo de imagen asociada a la ciudad de Londres: Sus elementos más representativos son El Big Ben, El palacio Westminster o El London Eye

Marca de lugar

El branding de lugar es el proceso de promoción de imágenes específicamente seleccionadas con el fin de establecer una reputación favorable. El branding juega un papel en la mayoría de los ámbitos de la vida, incluyendo “el político, social, y cultural, oficial y no oficial, privado y público”.

De hecho, varios investigadores han argumentado que la prosperidad y el progreso de un lugar sólo puede garantizarse a través de la creación y mantenimiento de imágenes de marca positivas. El Toscal, a través de la promoción de una marca, podría llegar a prosperar como barrio, asociándole una imagen positiva e interesante.

Aquellos lugares que no sean capaces, o no quieran, desarrollar una marca competitiva, les será cada vez más difícil ganar su cuota de consumidores, de capital, de inversión, de talento, de intercambio cultural, respeto y atención en el mundo.

Una imagen de marca fuerte y positiva ayuda a los lugares a diferenciarse de los demás. La diferenciación de las marcas y sus funciones de identificación les otorgan una poderosa influencia en el pensamiento del consumidor, sus actitudes y comportamientos. En el caso de El Toscal es un barrio que ya de por sí se diferencia sólo, así que no sería difícil conseguir que una marca lo represente diferenciándolo del resto.

Como “producto” intangible, los destinos turísticos en particular dependen de la marca territorio para atraer visitantes). Como bien han señalado Morgan y Pritchard (2000), la batalla por los clientes en la industria del turismo se librará no en el precio, sino en los corazones y las mentes de los consumidores potenciales, dónde la marca va a ser la clave del éxito.

Mientras que el turismo es frecuentemente considerado como uno de los componentes de las actividades de branding de una nación la gran visibilidad de la marca

destino a veces se eleva como una parte crucial de la marca nación, haciendo que a veces sea difícil hacer una distinción entre ambas.

Los significados, los símbolos y los valores representados por las marcas “no sólo refuerzan la identidad y la singularidad de los destinos, sino que también generan confianza, los valores y los símbolos de su cultura, aquellos que dan sentido y preservan... las características intrínsecas del lugar”.¹⁷

¹⁷ <https://placebrandobserver.com/marcas-y-branding-lugar/>

2. Contexto

2.1. El barrio

El Toscal se encuentra en el casco histórico de Santa Cruz de Tenerife, concretamente, en el distrito de Centro-Ifara. Es un barrio de carácter histórico, cuyo espacio abarca unos 0,55 km², y se encuentra a tan solo 700 metros del centro.¹⁸

2.2 Historia

Su origen como barrio es en el siglo XVIII. Aunque su verdadera expansión tiene lugar durante los siglos XIX y XX. En el primer siglo de su fundación no era más que una de las zonas alejadas del centro de Santa Cruz. Sin embargo, ya para el XIX observamos como el barrio del Toscal crece de manera importante.

El motivo principal de crecimiento del barrio de El Toscal fue, sobre todo, el importante desarrollo que sufrió Santa Cruz durante el siglo XIX. En esta época, su puerto se convierte en el hegemónico de la isla y uno de los de Canarias. Además, la ciudad es nombrada capital de la provincia única.

Fue históricamente una zona de contrastes. Fundamentalmente, en ella se establecieron desde 1800 hasta mediados del siglo XX obreros. Sobre todo, fueron emigrantes que llegaron al barrio de El Toscal llamados por el crecimiento comercial de la ciudad gracias al puerto. Es por eso por lo que históricamente ha sido una zona de Santa Cruz que se ha considerado de población fundamentalmente popular.

Pero no todo el barrio lo ocuparon los obreros. Algunas zonas fueron salpicadas por viviendas burguesas. Esto hace que podamos hablar de una zona de Santa Cruz que destaca por la diversidad de casas y de diferentes estilos. En ella se encuentran tanto hogares populares, de una sola planta sin apenas decoración, como otros de estilo burgués con fachadas más ricas y variadas.

A partir de la segunda mitad del siglo XX comienza la decadencia del barrio. A pesar de las modificaciones que fueron propuestas en el Plan General de Urbanización de Santa Cruz de Tenerife, pocas se cumplieron. Este plan fue aprobado en 1959, y apenas se hicieron reformas que mejoraran el trazado urbano del barrio de El Toscal.

El ayuntamiento priorizó la ampliación de la ciudad hacia el Noroeste, creando barrios de nueva construcción. Se logró así que la ciudad superara los 200 mil habitantes actuales. Por este motivo es que el barrio de El Toscal ha logrado mantener las viviendas tradicionales. Sin embargo, condenó la zona a perder drásticamente población.¹⁹

¹⁸ [https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

¹⁹ <http://www.revistabinter.com/2017/09/25/origenes-desarrollo-del-barrio-toscal/>

2.3 Distribución

Queda delimitado de la siguiente manera:

Desde el vértice suroeste formado por la confluencia de la Rambla de Santa Cruz con la calle de Numancia, sigue el límite hacia el noreste por el eje de la Rambla de Santa Cruz hasta su cruce con la avenida de Francisco La Roche.

Desde aquí, el límite es el mar hacia el suroeste hasta la conexión entre la referida avenida y la calle de La Marina, que sigue en dirección sur hasta la confluencia con la calle de Emilio Calzadilla.

El límite prosigue por el eje de esta calle hacia el noroeste hasta la plaza del Patriotismo. Desde aquí, toma la calle de La Rosa hasta el cruce con la de Santa Rosalía, tomando de nuevo dirección noroeste hasta la calle de Méndez Núñez.

Desde esta calle, el límite continúa dirección suroeste hasta la calle de Numancia, y de aquí, finalmente, rumbo norte hasta el punto de partida.²⁰

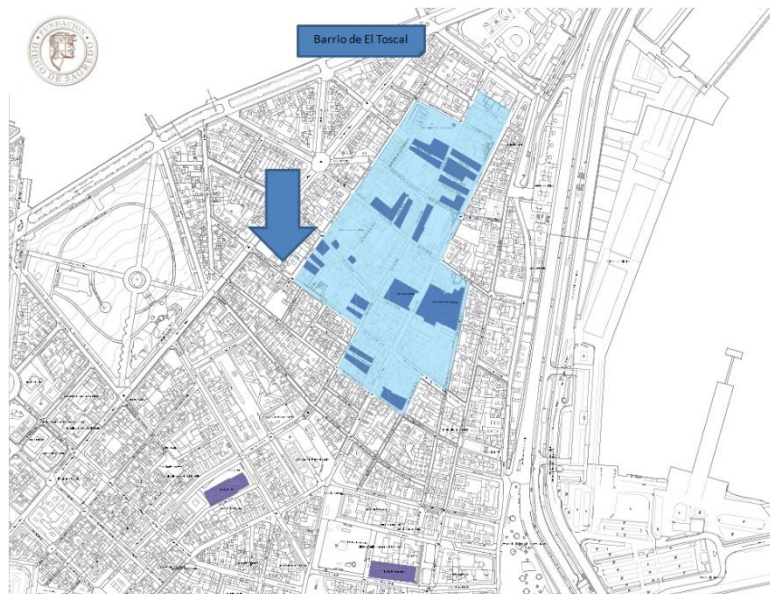


Foto 8: Distribución de El barrio de El Toscal

²⁰ [https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

2.4 Elementos significativos

El barrio cuenta con:

- La Iglesia de San José (Calle Méndez Núñez), La Parroquia de San Francisco de Asís (Calle San Francisco), y La Parroquia de Nuestra Señora del Pilar (Calle El Pilar).
- El colegio Salesianas Tenerife (Hogar Escuela María Auxiliadora) (Calle de la Rosa), El colegio Montessori (Calle Emilio Calzadilla), y El colegio Onésimo Redondo (Calle de la Rosa).
- Parque García Sanabria en sus proximidades (Calle Méndez Núñez).
- Museo Militar Almeida (Calle San Isidro).
- Hotel Taburiente (Calle Doctor José Naveiras), y Hotel Príncipe Paz (Calle Valentín Sanz).
- El edificio del Círculo de Amistad XII de enero.
- Construcciones del Conjunto Histórico Artístico El Toscal: Casa Burgada (Calle San Francisco), Casa Martín Arnay (Calle San Vicente Ferrer/ Calle Santa Rosa de Lima) Casa Pisaca (Calle Santiago), Casa Siliuto (Calle San Antonio), Ciudadelas de los Pasajes Santiago y Santa Marta... etc.
- Restaurantes diversos: La Tagliatella (Calle Santa Rosalía), Restaurante Libanés Baalbek (Calle Santa Rosalía), La Verdulería (Calle Santiago), Montaditos & Company (Calle Puerto Escondido), Cervecería Santa Cruz Bulevar (Calle Puerto Escondido), La Guinda Boulevard (Calle Antonio de Lara y Zárate), La Cayena (Calle Santiago), Lua (Calle de la Luna), New York (Calle de la Luna), Kokken Gastrobar (Calle de la Luna), Hamburguesería Viva María (Calle Suárez Guerra), Daresashu, (Calle Suárez Guerra)...etc.²¹
- Antiguo edificio de La Fábrica de Tabaco La Lucha.
- Edificio del periódico La Tarde.
- Monumento de Charlot.

²¹ [https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_(Santa_Cruz_de_Tenerife))



Foto 9: Círculo de Amistad XII de enero



Foto 11: Antigua fábrica de tabaco La Lucha



Foto 10: Museo Militar Almeida



Foto 13: Iglesia de San Francisco

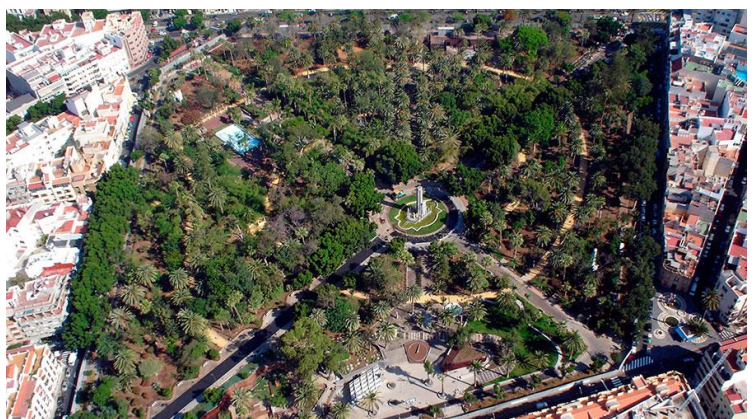


Foto 12: Parque García Sanabria

2.5 Curiosidades del barrio

- El barrio constituyó la primera zona de expansión del núcleo poblacional y es, posiblemente el más extenso de la capital.
- Las tierras de El Toscal, Los Toscales o Las Toscas, como eran llamadas, eran, en sus orígenes, de muy pocos propietarios. Al principio, su único dueño era la familia Párraga. Los Párraga dividieron su propiedad en tres partes, de una de las cuales no se conoce su destino, pero de las otras dos una llegó a manos de la familia Armas, que la donó en 1648 al beneficio de la lagunera iglesia de Los Remedios, y la tercera quedó en propiedad de los Párraga, que donaron la mitad de su parte a la Esclavitud del Cristo de La Laguna.
- La llamada ermita del Pilar fue el tercer templo en importancia del puerto, después de la parroquia matriz de la Concepción y La Iglesia del convento franciscano.
- Una de las huertas de El Toscal, más famosas, fue la del capitán Pascual Ferrera, personaje que había contribuido con una aportación de 1.600 reales y la administración de los trabajos de construcción y posteriores reparaciones de los canales de madera por los que venían las aguas, en remuneración de lo cual le fue concedida por el Cabildo una data de medio real de agua para el riego de su propiedad. Pascual Ferrera era abuelo del que sería alcalde de Santa Cruz cuando el ataque de la escuadra de Nelson en 1797, Domingo Vicente Marrero Ferrera.
- En 1797, año de la victoria sobre Nelson, ya existían en El Toscal nada menos que 35 casas edificadas, algunas más o menos alineadas con las incipientes calles y la mayor parte desperdigadas, y ya se contaban 4 huertas importantes: la de Falcón, arrendada a los herederos de Pascual Ferrera, la del veedor Pedro Catalán, la de Parrado y la de Casalón.
- Por algún motivo, la fama de las huertas de El Toscal debió traspasar las fronteras del barrio y aún de la población, pues en 1847 hay constancia de una insólita petición de unos de Tacoronte al alcalde de Santa Cruz, pidiendo licencia para hacer huertas en los solares de tres casas ruinosas en la calle Santiago, prometiendo tomar a su cargo el derribo de estas.
- La calle más antigua del barrio, además del primer tramo de la de la Marina, es San Francisco, en la que en 1780 ya figuran empadronadas 95 familias.
- Al final de la calle San Francisco, frente al antiguo cuartel de Artillería, existía una casa grande y alta en la que vivía la familia Murphy-Meade y en la que nació José Murphy, considerado por algunos como “padre de Santa Cruz”, que con sus acertadas gestiones logró para la que apenas dos décadas antes era sólo Lugar y Puerto y desde entonces Villa exenta, el título de Capital de todas las Islas Canarias. Muchos tienen a José Murphy por el mejor político que ha dado nuestra ciudad, hoy recordado en su estatua de la plaza de San Francisco.

- Emilio Calzadilla, chicharrero ferviente y republicano convencido, que dio nombre a la calle de su residencia, antigua San Felipe Neri. Emilio Calzadilla, cuando todavía no era alcalde sino concejal, ante la imposibilidad del Ayuntamiento de pagar la banda de música para la procesión de la Virgen de las Angustias, la pagó de su bolsillo. Desde entonces, se conoce a esta popular procesión de la Semana Santa santacruzera como “procesión de los republicanos”.
- En el barrio existió un célebre molino de gofio.
- Tuvieron su sede en el barrio el primer teatro de Santa Cruz en la casa Hardisson y el llamado “teatro viejo”.
- En El Toscal tuvieron sus sedes sociedades como el Ateneo Tinerfeño, Juventud Republicana, Masa Coral Tinerfeña y el Gabinete Instructivo, y frente a la Plaza del Príncipe de Asturias, la veterana y dinámica sociedad, El Círculo de Amistad XII de enero, El Iberia, Club de Fútbol, o los famosos “Leones de El Toscal”.
- En el Toscal la existían cinco locales de proyección: Parque Recreativo, en la Plaza del Patriotismo, en el que se celebraban los famosos y populares bailes de Carnaval; Royal Victoria y Toscal, en la calle de La Rosa; San Martín, en la de su nombre; y al aire libre el Ideal, en la calle San Francisco Javier, donde también se celebraban otros espectáculos, tales como lucha canaria y boxeo. Hoy todos han desaparecido, pero durante años los cinco funcionaron a la vez.²²

²²http://amigos25julio.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1311:el-toscal&catid=65:conferencias&Itemid=105

2.6 Plan especial del Toscal

Teniendo en cuenta la declaración como Bien de Interés Cultural, con categoría de Conjunto Histórico, del barrio de “El Toscal” y las determinaciones contenidas en la Ley 4/99 de Patrimonio Histórico de Canarias, se hacía imprescindible redactar un Plan Especial de Protección específico, que se ciñera a ese Conjunto Histórico declarado y que dejara la ordenación restante, contenida en el hasta ahora aprobado inicialmente Plan Especial Integral El Toscal, para su absorción por la Revisión del Plan General de Ordenación del Santa Cruz.

- Es objetivo básico del Plan Especial dotar al área propuesta de un régimen de planeamiento preciso, con el fin de garantizar su protección, conservación, salvaguarda y difusión, promover su enriquecimiento y uso como bien social y factor de desarrollo sostenible y asegurar su transmisión a las generaciones futuras.
- Igualmente, el Plan Especial de Protección habrá de formularse de acuerdo con las exigencias que, para esta figura de planeamiento, prevé la legislación urbanística y la de Patrimonio Histórico.²³

Objetivos Globales

- a) Criterios de Conservación, Consolidación, Restauración y, en su caso, Rehabilitación y Remodelación de los inmuebles, con un programa específico de actuaciones para los catalogados.
- b) Medidas de fomento que se estimen necesarias en orden a promover la revitalización del conjunto histórico.
- c) Definición del Sistema de Circulación viaria, transportes, accesos, zonas peatonales, espacios libres y zonas destinadas a aparcamientos.
- d) Normativa Reguladora de la Edificación, así como las obras y usos admitidos.
- e) Criterios relativos al ornato de edificios y espacios libres, viales y sus pavimentos, mobiliario urbano, señalizaciones, cromatismo y demás elementos ambientales.
- f) Medidas para la mejora ambiental del espacio urbano.
- g) Un catálogo de edificaciones y espacios libres con sus correspondientes grados de protección. En desarrollo de estas premisas del Plan Especial propone como objetivos globales los siguientes:
 - Recuperar y proteger el patrimonio arquitectónico existente, favoreciendo su rehabilitación, para lograr que su puesta en uso revitalice el barrio

23

https://www.urbanismosantacruz.es/sites/default/files/Planeamiento/Panes_Especiales/PE_Toscal/DOC_TEC/ORDENA/01%20MEMORIA%20ORDENACION.pdf

- Mantener la trama urbana geométrica existente.
- Renovar y rehabilitar la urbanización de tal forma que se logre mejorar el entorno, con la creación de nuevos espacios libres, la peatonalización de calles y un programa de renaturalización de estos espacios libres que se ganan para el usuario.
- Mejorar el Medio Ambiente Urbano, tanto en los espacios exteriores como en el interior de las manzanas e, incluso, en la edificación, potenciando un nuevo paisaje urbano, a escala humana, en aquellos sectores en los que la calidad ambiental es, actualmente, muy baja e incluso negativa.
- Realizar nuevas actuaciones tendentes a la disposición de las dotaciones necesarias en el área, algunas de ellas reivindicadas históricamente.
- Dotar al área de un carácter representativo dentro de la identidad de la ciudad, mediante la implantación de usos, actividades y servicios de Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico de El Toscal Memoria de Ordenación noviembre 2017 8 carácter comunitario que supongan a un beneficio global para el conjunto del Municipio.
- Sentar las bases de gestión para una actuación coordinada de los sectores públicos y privados en la recuperación del área.
- Aprovechar los nuevos espacios peatonales para convertirlos en corredores verdes, que no sólo mejoren la calidad ambiental del área, sino que permitan unir algunos de los grandes espacios verdes existentes en la ciudad, y que se sitúan en los límites del barrio (Parque García Sanabria, Cuartel de Almeida, Plaza del Príncipe y Plaza de España). A la hora de escoger las especies vegetales se tendrá en cuenta la existencia de inmuebles catalogados de baja altura, como son las casas terreras o de dos plantas, para que se haga compatible el paisaje urbano histórico con la arborización del espacio libre.

Muchos de los objetivos que se nombran en El Plan Especial de El Toscal están relacionados y coinciden con la demanda que ha hecho la gente tanto en la encuesta, como en las entrevistas, comenzando por la rehabilitación de los edificios viejos o abandonados. A esto se le suma la mejora del espacio ambiental urbano, o mantener la trama urbana, entre otros. Por lo tanto, este plan contemplaría la mejora del barrio a nivel físico, ayudando así a que la creación de una posible marca pudiera dar mejores resultados al atraer a gente a él. El primer paso para que esta funcionase sería tener un barrio que fuera cómodo para sus habitantes, debido a que se hubieran solventado los mayores problemas que estos han observado con los años. El Toscal exige ser una zona verde, un conjunto histórico, y un lugar cultural. Esta debería de ser la precisa que persiguiera su imagen e identidad, y que podría lograrse con el tiempo, dado su potencial.

3. Metodología

Como ya he comentado anteriormente, en la primera parte de mi TFM me centro en concretar cual es la imagen asociada al barrio y la identidad con la que se identifica. Para ello me serviré tanto de una encuesta hecha mediante el programa Survio, realizada a todo tipo de personas, ya sean residentes del barrio o no, para comenzar a asentar que es lo que la gente piensa de él, que cambiarían, mejorarían o mantendrían, cuáles son sus elementos más notables (edificios, calles, monumentos, lugares...etc.), que serían las señas de identidad del barrio, y que podrían llegar a convertirse en puntos de interés de este, como de una serie de entrevistas en las que pueda obtener más información del pensamiento común que hay sobre el sujeto de estudio en forma de diálogo. Estos dos métodos tienen por objetivo principal conocer a fondo la opinión de la ciudadanía.

3. 1 Libros y artículos relacionados

La temática de la imagen de la ciudad y la relación entre el ser humano como habitante y el espacio es tratada en varios libros y artículos como *La imagen de la ciudad* de Kevin Lynch, en el cual se habla de que La legibilidad del espacio urbano es muy importante a la hora de poder observarlo de forma correcta. Como se explica: “La estructuración e identificación del entorno es fundamental para la actividad diaria de la población urbana. Del mismo modo que esta página impresa, si es legible, puede ser aprehendida visualmente como una pauta conexas de símbolos reconocibles, una ciudad legible sería aquella cuyos distritos, sitios sobresalientes, o sendas, son identificables fácilmente y se agrupan, también fácilmente, en una pauta global.”²⁴

También se hace patente en el libro de Jan Gehl, *Ciudades para las personas*. En este libro el autor trata la temática de la decadencia que puede haber en el espacio público y expone, desde un primer momento, la importancia de las calles como un espacio donde se suceden los encuentros tanto personales, económicos, como culturales. El libro trata, en definitiva, la necesidad de convertir las ciudades en puntos que favorezcan la conexión y bienestar de sus habitantes y además cuestiona la tendencia de construir ciudades para los automóviles, pues lo único que se logra con ello es deshumanizar los espacios que habitamos.

El mismo autor trata una temática similar a esta en *La humanización del espacio urbano: la vida social entre los edificios*. En él hace una llamada a los arquitectos para que focalicen su atención fuera de los edificios y le den importancia a el espacio que los rodea, ya que es en este dónde se dan los encuentros sociales.

²⁴ Lynch, Kevin, *La Imagen de la ciudad*, Editorial MIT Press, 1960.

Por lo tanto, hace notable hincapié con respecto a las relaciones sociales y cuáles son los factores que se dan en una ciudad para que esta las favorezca. Establece, además, alternativas que favorezcan el encuentro comunitario. Hay, por lo tanto, una interrelación entre estructura física y estructura social.

Todos estos libros tienen en común que tratan la temática de las ciudades y de cómo estas influyen en la vida diaria de las personas que en ellas habitan. Buscan establecer premisas de calidad y señalar cuales son los elementos que fallan y, por lo tanto, restan comodidad a la vida a la gente que las puebla. La existencia de estos y muchos otros libros similares, demuestran la importancia que tiene el espacio en el que habitamos y, por lo tanto, explica el hecho de que varias personas hayan tratado esta necesidad de buscar una serie de pautas que hagan de las ciudades un sitio de calidad en el que vivir, con el fin de mejorar la vida de sus habitantes.

Para ello, es necesario que en un primer momento se observe y analice la ciudad y se saquen conclusiones sobre la imagen que esta está ofreciendo y, por lo tanto, que se pueda buscar la forma de modificarla.

Además de esto, se han realizado anteriormente estudios y artículos que indagan sobre la temática de la imagen e identidad de la ciudad como:

En el artículo ***Imagen e identidad, unidad clave en el logro de la marca ciudad***, se aborda el fenómeno de la marca ciudad, que es utilizada como una herramienta por entidades y gobiernos que buscan atraer turismo, inversión, o proyectar una imagen particular al mundo como a sus mismos habitantes buscando atraer beneficios, principalmente económicos.

En él se explica que algunos de los objetivos que se buscarían lograr a través de la creación de la marca ciudad serían que las ciudades sean reconocidas como la imagen cultural de la región o país, o el punto ideal para el crecimiento comercial o económico, así como: “reflexionar acerca de la importancia de integrar la triada conformada por identidad, imagen y cultura, como soportes esenciales para lograr una mejor gestión de la marca ciudad; así como recalcar la trascendencia de estos aspectos como base estratégica para la fundamentación y consolidación de una marca-ciudad propia, capaz de comunicar una imagen de la ciudad que coadyuve a fortalecer su posición en el imaginario de los habitantes del lugar y del mundo.”

La metodología utilizada para llevar a cabo este estudio sería una perspectiva de investigación de carácter cualitativo y dialéctico, atendándose la interrelación de los factores externos, con el problema de estudio, así como la interacción e interdefinibilidad entre los conceptos centrales involucrados: identidad, cultura e imagen mediante la lectura de a lectura crítica de textos pertinentes al objeto de interés. Como explica el artículo: “La lectura crítica se orientó a dilucidar las implicaciones de las actuales condiciones de globalización en las ciudades y en el fenómeno de la marca ciudad, como plataforma para avanzar en la conceptualización de la identidad y poder cavilar acerca de su imagen.”

Así mismo, se tratan los conceptos de identidad, el cual relacionan con la cultura: “nos encontramos ante dos fenómenos, el de la identidad y el de la cultura, los cuales

funcionan de manera correlativa, pues no es posible abordar el fenómeno de la identidad sin vincularlo al de la cultura, como tampoco entender a la imagen y su comunicación sin la trascendencia que la cultura tiene en ella, ya que identidad y cultura son una construcción comunicativa”, o la imagen, la cual se define de formas distintas por varios autores.²⁵

El artículo ***La estrategia de Marca-Ciudad según el turismo*** se plantea la utilización de promocionar la imagen de una ciudad de forma que esta se utilice para atraer al turismo. En él se explica que: “La estrategia de marca-ciudad (EMC) consiste en identificar los atributos diferenciales de una localidad en lo específico o de una región con localidades muy cercanas y casi contiguas. Es pieza fundamental para esclarecer el posicionamiento de regiones, naciones y ciudades, desde la perspectiva de atracción generado por la creación de marca y referencia, de manera que se estimule la apreciación positiva de los atributos de una comunidad. De esta forma productos, íconos, lugares, personajes, arte, cultura, empresas y sociedad, son sintetizados de manera eficiente en una serie de mensajes atractivos y coherentes, que procuran promover el interés externo e interno por una comunidad en lo específico y bajo la perspectiva focalizada de un agrupamiento muy especializado de funciones y trabajos.²⁶

3.2 Pensamiento del diseño

Para resolver la problemática que planteo en mi trabajo de final de máster me sirvo de la metodología de Desing Thinking, la cual se utiliza para la resolución creativa de problemas. Es un método centrado en el ser humano para innovar productos, servicios y modelos de negocio. Su proceso iterativo brinda la guía para entregar resultados orientados al usuario y al cliente, y para resolver problemas complejos. Los principios básicos del pensamiento de diseño son: ser prácticos, reflexionar en cada acción, imponer la diversidad y la creatividad, y siempre poner al ser humano en el centro de los pensamientos. Estas características son la base del proceso central del pensamiento de diseño: el microciclo que consta de cinco pasos.

Empatizar

Debo de empatizar con las personas que estarían afectadas por los problemas y carencias que tiene el barrio con el que estoy tratando para poder generar soluciones consecuentes con sus realidades. La gente implicada en ello sería, en primer lugar, los vecinos que en él viven, y las personas que trabajan ahí día a día y, en segundo lugar, el resto de la gente que tiene contacto de alguna forma con el barrio, o podría llegar a tenerlo, comenzando por los posibles turistas que este podría acoger. Los habitantes de Tenerife, sin excepción, se ven o verán implicados o interactuarán con el barrio en algún momento, de la misma manera que lo podrán hacer gente de fuera la isla y demás

²⁵ <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/229/27.htm>

²⁶ Estrategia marca-ciudad

visitantes extranjeros, por lo que es preciso entender y empatizar con cada uno de estos perfiles de índole variada.

La primera herramienta que utilizo para llevar a cabo este cometido es la realización de una encuesta en la que, mediante una serie de preguntas, la gente concreta que imagen tienen del barrio y que mejoras o cambios realizarían dentro de él. De esta manera puedo clasificar y organizar las distintas necesidades y, posteriormente, trabajar en sus posibles soluciones. Mediante dicha encuesta consigo una visión amplia de la opinión general de la gente.

Otra herramienta parecida y que me serviría para empatizar con las personas implicadas en la problemática que estoy tratando sería la realización de una serie de entrevistas, en este caso, a personas que residen actualmente en el barrio. Su principal cometido sería el de que, en un formato de diálogo, puedan exponer de forma más abierta que en la encuesta, su opinión y visión con respecto a este.

Mediante estas dos herramientas conseguiría un mayor acercamiento al pensamiento de la gente, tanto de forma común como individual, lo que me ayudaría en la posterior realización de métodos resolutivos.

Considero que la comunicación y diálogo llevadas a cabo abiertamente es la mejor forma de comenzar a esbozar cuales son los problemas y necesidades, así como plantear nuevos interrogantes. Además de esto, la propia observación que yo haga del sitio con el que estoy tratando será necesaria para continuar sacando conclusiones y ampliando mi estudio del barrio.

Definir

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas y entrevistas, podré clasificar los diferentes problemas y necesidades y analizar la imagen e identidad asociada que se ha establecido del barrio, tanto por parte sus habitantes, como de la gente de fuera. De esta forma, podré continuar con el siguiente paso, en el que buscaría soluciones a los problemas planteados. Se recopilarán los datos de valor e interés para la realización del proyecto que aporten perspectivas interesantes.

El principal problema con el que trato desde el primer momento en mi TFM es la necesidad de establecer cuál es la imagen e identidad que se tiene del barrio El Toscal, y que acciones podrían ser llevadas a cabo, según la ciudadanía, para que esta imagen pudiera ser mejorada a fin de poder llegar a convertirse en un sitio de interés turístico.

Idear

En este apartado comenzaré a esbozar una lluvia de ideas de posibles soluciones de las problemáticas a tratar dadas por los resultados obtenidos en la encuesta y las entrevistas, así como las aportadas por los mismos ciudadanos. El objetivo principal de esta fase es establecer que soluciones puedo encontrar. Al realizar la fase anterior, he resuelto la primera cuestión que me acontecía: identificar la imagen y la identidad del

barrio. A partir de ahora, me centraré en el nuevo problema generado por la resolución del problema anterior: Mejorar la imagen e Identidad y hacerla promocionable.

Prototipar

Será el momento de comenzar a crear un modelo que me ayude a dar forma a lo que hasta entonces habría sido una simple idea. Haría físico y palpable la idea que estoy tratando: se concretaría el concepto.

El objetivo principal de esta fase sería realizar un modelo o prototipo “rápido” que no consuma muchos recursos o tiempo, con el fin de poder probarlo cuanto antes. Realizaría un análisis “sacándolo al mercado” mediante una nueva encuesta en la que se preguntaría a la gente si la marca de barrio realizada se corresponde con la imagen que de este se tiene, y si consideran que es acta y capaz para representarlo y promocionarlo.

Testear

Finalmente se creará el prototipo definitivo que será utilizado en base a la fase de investigación previa y las conclusiones sacadas de ella. El público debería de interactuar positivamente con la marca de barrio, ya que ha sido creada y desarrollada en base a la opinión general. Debería ser concisa y sencilla pero útil e innovadora.

3.3 Encuesta

El principal método que será utilizado a la hora de llevar a cabo mi trabajo será la encuesta, la cual es una herramienta fundamental para la recolección de datos de interés, en este caso, la opinión e imagen que tiene la gente del barrio. Mediante una serie de preguntas de distinta tipología, (algunas abiertas, otras con distintas opciones, etc.) conseguiré la información necesaria para comenzar mi estudio, que será representada en forma de gráficos.

3.4 Entrevistas

Las entrevistas involucran a personas que presentan diferentes puntos de vista. En este caso, utilizaré las entrevistas como herramienta para obtener la misma información que se ha obtenido de la encuesta, pero de una forma más abierta, extensa y narrativa. El objetivo principal será abordar a personas importantes dentro del barrio y plantearle la cuestión referente a la marca de barrio: que opinan, si creen necesario que se establezca una para El Toscal, etc.

4. Turismo

4.1 Turismo en Santa Cruz de Tenerife

Santa Cruz de Tenerife es una ciudad y un municipio de España, capital homónima de la isla de Tenerife y de la comunidad autónoma de Canarias junto con Las Palmas de Gran Canaria.²⁷

Atracciones turísticas de interés

Carnaval

El Carnaval de Santa Cruz de Tenerife se celebra en la isla desde la llegada y asentamiento de los primeros europeos, tras la conquista de las islas Canarias, convirtiéndose muy pronto en la fiesta más popular de Santa Cruz de Tenerife y más participativa de cuantas se celebran en Canarias. Una fiesta que, desde 1980, tiene la distinción de haber sido declarada oficialmente “Fiesta de Interés Turístico Internacional” por la Secretaría de Estado para el Turismo, siendo la única fiesta canaria que ostenta tal distinción.

Un evento popular que combina algunos elementos como disfraces, espectáculos y desfiles con una multitudinaria fiesta bailable en plena calle, al aire libre, tanto de día como de noche, en distintas vías del casco urbano antiguo y de sus céntricas plazas, con una enorme participación ciudadana. Una fiesta tan multitudinaria que, desde 1987, figura en el libro de los Records Guinness con la mayor participación de público, más de 200 mil personas en un baile celebrado en lugar abierto.

Tal es la importancia del Carnaval en Santa Cruz de Tenerife que, durante todo el año, la población santacruzera prepara su participación en la fiesta, formando parte de alguna de las agrupaciones carnavalescas o confeccionando carrozas, disfraces y cualquier otro tipo de elemento que conlleve una actividad artística y artesanal para ser expuesta.

Durante los días de celebración y festejos, que se viven en cada vía pública, avenida o plaza, llegan a congregarse, bailando a un mismo tiempo, más de 250 mil personas.

El carnaval de Santa Cruz de Tenerife es considerado el segundo carnaval más popular y conocido internacionalmente, después de los que se celebran en Río de Janeiro (Brasil). De hecho, la ciudad de Santa Cruz de Tenerife está hermanada con la ciudad de Río de Janeiro por esta razón. Además, es uno de los carnavales más importantes en el mundo y de mayor relevancia del país.²⁸

²⁷ https://es.wikipedia.org/wiki/Santa_Cruz_de_Tenerife

²⁸ El carnaval de Santa Cruz de Tenerife: Su influencia en el sector turístico y económico de la isla, V.A, 2017

Arquitectura histórica

Canarias fue acosada entre los siglos xv y xvii por numerosos saqueos de piratas, lo cual obligó a reforzar la ciudad con construcciones defensivas. Las conservadas son:

Castillo de San Cristóbal

Fue la primera fortificación de importancia de la isla de Tenerife y el principal pilar del conjunto defensivo de la bahía de Santa Cruz. Sólo se conservan unos muros del edificio original, que se pueden ver en una galería subterránea de la plaza de España. La conocida calle del Castillo debe su nombre a esta fortaleza desaparecida.



Foto 14: Castillo de San Cristóbal

Castillo de San Juan Bautista

Conocido popularmente como Castillo Negro por encontrarse junto a la Caleta de Negros. Fue construido en la primera mitad del siglo xvii, y reconstruido en 1765. Es un fuerte costero artillado de planta circular. Es el mejor conservado de la isla y Patrimonio Histórico Español.



Foto 15: Castillo de San Juan Bautista

Torre de San Andrés

Ayudó a defender la isla de ataques piráticos. Fue arruinado por varias avenidas del barranco próximo. En 1949 es declarado como Patrimonio Histórico Español y en 1999 Bien de Interés Cultural de Canarias.



Foto 16: Torre de San Andrés

Fuerte de Almeyda

Era una gran fortaleza defensiva de Santa Cruz, de mediados del siglo XIX, con más de 40 cañones. Es sede del Museo Histórico Militar de Canarias.



Foto 17: Fuerte Almeyda

Los edificios religiosos más importantes son:

Iglesia de San Francisco de Asís

Una de las iglesias más conocidas y antiguas de la ciudad. En esta iglesia se encuentra la famosa imagen del Señor de las Tribulaciones, imagen de mucha devoción en la ciudad y declarado como Señor de Santa Cruz.



Foto 18: Iglesia de San Francisco

Iglesia de la Virgen del Pilar

Está situada en la confluencia de la calle del Pilar y la calle de San Lucas en el barrio del Toscal.



Foto 19: Iglesia de El Pilar

Iglesia de San José

Se encuentra en la calle de Méndez Núñez, junto a la Rambla de Santa Cruz, destacando su fachada con dos torres campanario. Es uno de los templos más representativos entre los construidos a mediados del siglo XX. Su exterior es del estilo arquitectónico neocanario.



Foto 20: Iglesia de San José

Templo Masónico de Santa Cruz de Tenerife

Fue sede de la logia Añaza, la más importante de Canarias. Está considerado como el más bello ejemplo de templo masónico en España, y fue el mayor centro masónico de España hasta la ocupación por los militares del régimen franquista.



Foto 21: Templo Masónico

Otros edificios:

El estilo neoclásico se ve representado principalmente en edificios oficiales, como la antigua Capitanía General o el Parlamento de Canarias.

También sobresale la arquitectura modernista, ejemplos de la cual son las edificaciones existentes en torno a la plaza de los Patos y Las Ramblas. Las más distinguidas son la antigua fábrica de tabaco La Lucha y la de El Águila, obras del arquitecto Domingo Pisaca.

La arquitectura posterior a la Guerra Civil denota poderío en sus dimensiones, lo que se manifiesta en el edificio del Gobierno Civil, La Recova —Mercado de Nuestra Señora de África— o el Cabildo de Tenerife.



Foto 22: Capitanía General



Foto 23: Parlamento de Canarias



Foto 24: Antigua Fábrica de Tabaco La Lucha



Foto 25: Antigo edificio La Tarde



Foto 28: Plaza 25 de julio "Plaza de los patos"



Foto 27: Cabildo Insular de Tenerife



Foto 26: La Recova

Nueva arquitectura

Presidencia del Gobierno



Foto 29: Presidencia del Gobierno



Foto 30: Presidencia del Gobierno/2

En 1993 comenzó a construirse la sede de la presidencia del Gobierno Autónomo de Canarias en Santa Cruz de Tenerife. Los arquitectos tinerfeños Felipe Artengo Rufino, Fernando Martín Menis y José María Rodríguez-Pastrana estuvieron a cargo del diseño, que combina materiales volcánicos, piedra, material y madera. Destaca el balcón canario de madera, recuperado de una antigua casa de la isla, y que puede admirarse desde el patio interior de este edificio.²⁹

²⁹ <https://www.webtenerife.com/tenerife/arte-y-cultura/arquitectura/contemporanea/presidencia-del-gobierno-canario.htm>

Centro Internacional de Ferias y Congresos de Tenerife (Recinto ferial)



Foto 31: Centro Internacional de Ferias y Congresos de Tenerife (Recinto Ferial)

El Centro Internacional de Ferias y Congresos de Tenerife, también conocido como Recinto Ferial, es un edificio destinado a celebraciones de ferias y congresos que se encuentra en la ciudad de Santa Cruz de Tenerife.

Fue inaugurado en mayo de 1996, ocupa una superficie superior a 40.000 metros cuadrados en la fachada marítima de Santa Cruz de Tenerife. Se encuentra en las inmediaciones de otros espacios como el Parque Marítimo César Manrique, el Auditorio de Tenerife o el Palmétum. Este edificio es además la sede del World Trade Center Tenerife.

Fue por el arquitecto e ingeniero Santiago Calatrava, y se configura como un edificio polivalente que permite acoger las principales ferias, exposiciones y congresos que tienen lugar en la isla de Tenerife.

El recinto ferial se divide en tres zonas: La Gran Nave, el Edificio Zócalo y el Edificio Anexo.³⁰

³⁰ https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_Internacional_de_Ferias_y_Congresos_de_Tenerife

Tenerife Espacio de las Artes (TEA)



Foto 32: Tenerife Espacio de las Artes (TEA)

Tenerife Espacio de las Artes (TEA) es un complejo arquitectónico de aproximadamente 20.622 metros cuadrados que alberga el museo contemporáneo Instituto Óscar Domínguez, el Centro de Fotografía Isla de Tenerife y la Biblioteca Municipal Central. Además, el inmueble dispone de un salón de actos, un restaurante, una tienda, una plaza pública, numerosas oficinas y varios almacenes.

Este espacio cultural, promovido por el Cabildo de Tenerife, está localizado en la zona centro de la ciudad de Santa Cruz de Tenerife, en los márgenes del Barranco de Santos, entre el Mercado de Nuestra Señora de África y la Iglesia de la Concepción y justo al lado del Museo de la Naturaleza y el Hombre. El inmueble ha sido diseñado por el estudio de arquitectos suizos Herzog & de Meuron, y dirigido por el arquitecto canario Virgilio Gutiérrez Herreros.

Su diseño propicia la apertura hacia el exterior de sus espacios interiores, aportando luz y dinamismo a todo el conjunto y conectando el barrio antiguo de la ciudad con la zona moderna. Este espacio contiene una plaza pública, abierta y accesible a los visitantes, cuya función principal es la de conducir al público al interior del edificio. Asimismo, dispone de una amplia escalera espiral que conecta tanto con el nivel superior como con el inferior.

Este espacio tiene entre sus objetivos el de contribuir al florecimiento de la cultura, la cooperación cultural con diversos países y la promoción de los jóvenes talentos de la isla.

El acceso a TEA es posible desde distintas partes de la ciudad ya que una nueva vía pública discurre diagonalmente a través del edificio conectando la parte superior del puente Serrador con la cota inferior de la orilla del barranco de Santos.³¹

³¹ https://es.wikipedia.org/wiki/Tenerife_Espacio_de_las_Artes

Sede de CajaCanarias



Foto 33: Sede de CajaCanarias

La sede de la entidad financiera CajaCanarias, ahora La Caixa, es un espectacular edificio situado en el centro de Santa Cruz de Tenerife. Su construcción finalizó en el 1988 de mano de los arquitectos José Ángel Domínguez Anadón, Francisco Artengo Rufino y Carlos Schwartz Pérez. Su fachada está recubierta de piedra de la montaña de Tindaya, en Fuerteventura, y su diseño se adapta al trazado de las calles que lo rodean. Una escultura de Martín Chirino y otra de José Pepe Abad acompañan el edificio.³²

³² <https://www.webtenerife.com/tenerife/arte-y-cultura/arquitectura/contemporanea/sede+central+cajacanarias.htm>

Auditorio de Tenerife Adán Martín



Foto 34: Auditorio Adán Martín

El Auditorio de Tenerife fue construido por el arquitecto Santiago Calatrava. Se encuentra situado en La Avenida de la Constitución de Santa Cruz de Tenerife y fue inaugurado en 2003. Es considerado un emblema de la ciudad de Santa Cruz y de la isla de Tenerife. Es el edificio civil más moderno de Canarias y se encuadra en la arquitectura tardomoderna de finales del siglo XX. Es una atracción turística de la isla.

El edificio es emblemático por su sobrecubierta, tanto por su imagen como por la técnica usada para su sustentación: está sustentada por su base, en uno de sus lados, y por un punto de apoyo en el centro, que descarga sobre la cubierta principal, de forma que su extremo libre en forma de punta aparece suspendido, desafiando la gravedad. Las dimensiones aproximadas del elemento son 60 metros de anchura en su base, 100 metros de longitud en proyección horizontal, y 40 metros de altura.³³

³³ https://es.wikipedia.org/wiki/Auditorio_de_Tenerife

Parques

Santa Cruz de Tenerife es la ciudad canaria que mayor cantidad de zonas verdes tiene. Los parques más importantes son:

Parque García Sanabria



Foto 35: Parque García Sanabria



Foto 36: Parque García Sanabria/2

Fue construido en 1926 y tiene una extensión de 67.000 m², lo que lo convierte en el mayor parque urbano de la ciudad. En su interior se encuentra el tradicional reloj de flores, regalo del cónsul de Dinamarca y fabricado en Suiza en 1958, punto de encuentro de muchos chicharreros así como un busto del alcalde y un homenaje a la maternidad en la zona central. Además, gracias a la I Exposición Internacional de Escultura en la Calle del año 1973-1974, se pueden contemplar en el propio parque obras de artistas tan importantes como: Pablo Serrano, Amadeo Gabino, Óscar Domínguez o Gustavo Torner. Es el parque urbano más grande de Canarias.



Foto 38: Estatua de la Fecundidad



Foto 37: Reloj de flores



Foto 40: Monumento al gato de Óscar Domínguez



Foto 39: Las cuatro figuras antropomórficas de Federico Assier

Parque de La Granja



Foto 41: Parque de La Granja

El Parque de La Granja de Santa Cruz de Tenerife fue construido entre 1969 y 1976. Son sus 64.310 m² un amplio espacio para practicar deporte, juegos, paseos para contemplar la flora y más. Es uno de los parques urbanos más grandes de las Islas Canarias.

El Parque de La Granja, tiene una extensión muy amplia de instalaciones para la práctica deportiva al aire libre. Cuenta con amplios caminos de asfalto y de tierra batida, rodeados por parcelas ajardinadas. Estas parcelas están más levantadas que los caminos y por ello la tierra siempre es retenida por hileras de grandes rocas de basalto. Cuenta con amplias zonas de césped, un parque infantil y varias esculturas entre las que destaca la escultura a Félix Rodríguez de la Fuente obra de María Belén Morales. En una esquina del parque se encuentra la Biblioteca Pública del Estado en Santa Cruz de Tenerife. A principios de 2017 se inauguró un skatepark profesional, diseñado por el arquitecto Daniel Yábar, el Skatepark Parque de la Granja, considerado el mejor de Canarias y uno de los mejores en el mundo.³⁴

Foto 39: Parque Cultural Viera y Clavijo.

³⁴ https://es.wikipedia.org/wiki/Parque_de_La_Granja



Foto 42: Parque Cultura Viera y Clavijo

Parque Cultural Viera y Clavijo

El Parque Cultural Viera y Clavijo de Santa Cruz de Tenerife fue construido en el año 1903, y está situado en el casco antiguo de la ciudad, en la Avenida de las Asuncionistas. Su principal uso es para realizar actividades de ocio, espectáculos y fiestas populares.

Lleva el nombre del insigne botánico José Viera y Clavijo. Arquitectónicamente destaca su iglesia neogótica, que se asemeja a una catedral o basílica.

El parque forma parte de un complejo cultural que está formado por edificios como el Teatro Pérez Minik y el antiguo Colegio de la Asunción. También se puede encontrar en él abundantes zonas arboladas incluso con vegetación autóctona, un parque infantil y una escultura de Joan Miró, denominada Femme Bouteille.³⁵

³⁵ https://es.wikipedia.org/wiki/Parque_Cultural_Viera_y_Clavijo

El Palmetum de Santa Cruz de Tenerife

Es un jardín botánico de 12 hectáreas de extensión dedicado a las palmeras. Dividido en secciones biogeográficas, alberga una colección de gran valor, con varias especies en peligro crítico de extinción. Los jardines incluyen un gran sistema de cascadas, riachuelos y lagos, un museo dedicado a las palmeras y un umbráculo de gran tamaño. La valiosa colección de palmeras es la mayor en la Unión Europea, recoge cerca de 600 especies y se centra en las que proceden de las islas del mundo. También se cultivan árboles y arbustos de otras familias de plantas. Abundan diferentes especies de aves silvestres.³⁶



Foto 43: El Palmetum de Santa Cruz de Tenerife

³⁶ https://es.wikipedia.org/wiki/Palmetum_de_Santa_Cruz_de_Tenerife

Plazas

Plaza de España



Foto 44: Plaza de España

La Plaza de España es la más amplia de la ciudad y del Archipiélago Canario. Fue construida en 1929 sobre el histórico Castillo de San Cristóbal, baluarte destinado a defender la isla de la piratería. Esta plaza se sitúa entre la Plaza de la Candelaria y la Avenida Marítima anexa al Puerto. La Alameda del Duque de Santa Elena, construida a finales de 1787, es prácticamente parte integrante de la plaza. Alberga una fuente de mármol, encargada en Génova el mismo año de su construcción, además de constituir la zona con mayor vegetación de la Plaza. La plaza está ubicada en el centro de la ciudad, a pocos metros al norte del Auditorio de Tenerife.

La Plaza de España tiene la categoría de "Plaza de Interés Insular", dada por el Cabildo de Tenerife a finales de los noventa.

Alberga un lago con fuentes emergentes y de caudal variable, un gran parque, los llamados pabellones (restaurantes, cafeterías, kioscos, información, accesos a subterráneos, tiendas, bares...) y zona de nuevos aparcamientos.

La plaza está presidida por el Monumento a los Caídos, una torre en forma de cruz con un mirador en lo alto, cuya base contiene una cripta ya vacía. Está formado en total por cuatro piezas escultóricas: la alegoría de la Patria sosteniendo al Caído; una mujer alada representando la Victoria y en alusión a aquellas expediciones marítimas que retornaron gloriosas a su tierra nativa, y dos figuras de soldados en posición de descanso y con una espada entre sus manos, que representan los valores cívico y militar, respectivamente. Las paredes de la base están cubiertas por bajorrelieves.³⁷

³⁷ [https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_Espa%C3%B1a_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_Espa%C3%B1a_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Plaza de Isabel II “Plaza de la Pila”



Foto 45: Plaza Isabel II “Plaza de la Pila”

Conocida coloquialmente como Plaza de la Pila, posee una fuente neoclásica de orden toscano, diseñada por Pedro Maffiotte y realizada en cantería azul. Ésta fue construida a finales de 1844, con el comienzo del reinado de Isabel II al ser declarada mayor de edad. La fuente posee cinco caños en forma de cabeza de león. Destaca en la esquina con la calle La Marina el Edificio Núñez (1932), diseñado por José Blasco, como importante ejemplo del racionalismo en Tenerife. Fue el primer edificio de la ciudad construido mediante estructura metálica y en el que se utilizaron bóvedas curvas prefabricadas en los forjados.³⁸

³⁸ [https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_Isabel_II_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_Isabel_II_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Plaza de la Candelaria



Foto 46: Plaza de Candelaria

La Plaza de la Candelaria se encuentra situada junto a la Plaza de España. En la plaza están ubicados varios edificios conocidos y emblemáticos de la capital; destacándose el Palacio de Carta y el Casino de Tenerife. Después de la Plaza de España, la Plaza de la Candelaria es la segunda más importante de la ciudad.

En la plaza se encuentra el monumento del Triunfo de la Candelaria, también llamado Obelisco de La Candelaria, que es uno de los principales monumentos escultóricos de la ciudad, y está dedicado a la Virgen de Candelaria, Patrona de Canarias, de la que toma nombre esta plaza. ³⁹

³⁹ [https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_la_Candelaria_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_la_Candelaria_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Plaza Weyler



Foto 47: Plaza Weyler

La Plaza Weyler debe su nombre al general español Valeriano Weyler, militar que fue Capitán General de Canarias bajo cuyo mando se construyó el Palacio de la Capitanía General de Canarias situado junto a la citada plaza.

La plaza se realizó en 1893 por Vicente Armiño, promovida por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, por la capitanía General de Canarias y por la Constructora de Edificios Urbanos. Con una superficie de 3.600 m², esta plaza está situada en pleno centro de la ciudad, desembocando en ella la calle del Castillo, que es la calle más comercial de Santa Cruz.

Originariamente, esta plaza fue diseñada como antepiazza del edificio neoclásico de la Capitanía General, estando además encuadrada por un muro discontinuo.⁴⁰

⁴⁰ https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_Weyler

Plaza del Príncipe de Asturias



Foto 49: Plaza del Príncipe



Foto 48: Estatua en memoria de Don Enrique González Bethencourt

Conocida comúnmente como Plaza del Príncipe. Está situada entre las calles Villalba Hervás, Valentín Sanz, Ruiz de Padrón y José Murphy.

Su trazado data de 1857 y fue proyectada por Manuel de Oraá y Arcocha. Su nombre viene del por el entonces Príncipe de Asturias, Alfonso XII.

A la entrada de la plaza, hay dos estatuas procedentes de Génova que representan la primavera y el verano. También destaca un templete central, y numerosos laureles de Indias.

Más recientemente, en la última década del siglo XX, se instaló, en uno de sus laterales, un grupo escultórico denominado Courage, obra de Hanneke Beaumont de 1995, realizado en bronce y acero. Este grupo escultórico destaca por su representación escénica; está compuesto por cuatro figuras humanas distribuidas en dos grupos enfrentados; uno de los grupos lo forman tres figuras y el otro una sola.

En 2013 fue instalada una estatua de bronce en memoria de Don Enrique González Bethencourt, fundador de la Afilarmónica NiFú-NiFá y padre de las murgas canarias.⁴¹

⁴¹ [https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_del_Pr%C3%ADncipe_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_del_Pr%C3%ADncipe_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Plaza de Europa



Foto 50: Plaza de Europa

La Plaza de Europa es una de las principales plazas de la ciudad de Santa Cruz de Tenerife. Junto a la plaza se encuentran algunos de los edificios importantes para la ciudad como la Iglesia Matriz de la Concepción y el Museo de la Naturaleza y el Hombre.

Esta plaza, situada sobre el barranco de Santos, entre las avenidas José Antonio Primo de Rivera y Bravo Murillo, junto a la Delegación de Hacienda, fue proyectada por el arquitecto Rubens Hernández.

Por un acuerdo plenario del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife en 1991, se le puso el nombre de plaza de Europa que responde, según explicó el entonces alcalde, José Emilio García Gómez, a que los vecinos de la ciudad han convivido y trabajado estrechamente con los europeos que, a lo largo de siglos, se han establecido en la capital, dando decenas de hombres célebres y apellidos extranjeros a la historia del municipio.⁴²

⁴² [https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_Europa_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_Europa_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Plaza de 25 de Julio



Foto 51: Plaza 25 de Julio "Plaza de los patos" /2

La Plaza de 25 de Julio de Santa Cruz de Tenerife debe su nombre al 25 de julio de 1797, fecha en la que la ciudad rechazó el ataque del Almirante Nelson cuando intentó ocupar la isla. Sin embargo, es conocida popularmente como Plaza de los patos.

Situada en las proximidades del Parque García Sanabria, está en el centro de la Avenida de Veinticinco de Julio y de la calle de Viera y Clavijo, y en ella confluyen también las calles General O'Donnell y Costa y Grijalba.

Se construyó entre 1913 y 1917, y su fuente central es idéntica a la Fuente de las Ranas del Parque de María Luisa de Sevilla. En total, la plaza tiene una superficie aproximada de 1.330 metros cuadrados.

La fuente presenta las figuras de ocho ranas que rodean a la oca central.

Lo más sobresaliente de la plaza, además de la fuente central, son los 20 bancos con anuncios pintados en cerámica proveniente de Triana (Sevilla) de quienes patrocinaron su construcción.

Alrededor de la plaza destacan el edificio de Correos, el palacete Martí Dehesa y la actual Iglesia de San Jorge, antiguamente iglesia anglicana.⁴³

⁴³ https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_25_de_Julio

Plaza del Chicharro



Foto 53: Plaza del Chicharro



Foto 52: Monumento al Chicharro

La plaza del Chicharro, es una pequeña plaza situada en de Santa Cruz de Tenerife, se encuentra cerca de la Plaza del Príncipe en pleno centro de la capital.

En el centro de la misma se encuentra la emblemática escultura alegórica al Chicharro, que le da el actual nombre a la plaza. Esta simbólica escultura de bronce fue colocada originalmente en 1979, pero en el año 2000 fue objeto de un robo y fue prácticamente destruida, por lo que en 2003 se colocó la actual que es una réplica exacta de la original.⁴⁴

Originalmente la escultura fue donada a la ciudad por la Agrupación Cultural Venezolana los "Liqui-Liquis" como regalo a la ciudad de Santa Cruz y a la isla de Tenerife. Al pie del monumento fue colocada una placa que textualmente decía: "La Comunidad Canario-venezolana al Noble Pueblo de Tenerife".

La escultura actual confeccionada en bronce tiene un peso aproximado de 600 kilos y está situada sobre una piedra de basalto.

En la actualidad dicha escultura es un símbolo que da nombre a los habitantes de la capital y de la isla; Chicharrero, por lo tanto es una escultura muy representativa.

⁴⁴ https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_del_Chicharro

Escultura urbana

Un rasgo característico y uno de los grandes atractivos de la ciudad son las numerosas piezas escultóricas, visibles tanto en sus plazas como en sus paseos; así, destacan la Fecundidad del Parque García Sanabria o Arbórea, estatua que rememora una sabina retorcida por el viento.

Pero sin duda el conjunto de las Exposiciones Internacionales de Escultura al Aire Libre de Santa Cruz de Tenerife de 1973 y 1994 es el más importante. Se sitúa a lo largo de Las Ramblas; el Parque García Sanabria y Parque Viera y Clavijo (antiguo Colegio de Las Asuncionistas), y contiene obras de artistas como Henry Moore, Andreu Alfaro, Martín Chirino, Joan Miró y Óscar Domínguez, entre otros.

Entre los grandes conjuntos escultóricos presentes en la ciudad destaca el Monumento del Ángel, dedicado a Franco en 1966. La fuente representa a un ángel volando con las alas extendidas. Sobre su espalda se encuentra una imagen alegórica de Franco que sostiene una espada en forma de cruz. Está situado al final de la Rambla de Santa Cruz, esquina con la Avenida de Anaga.

Otro gran monumento escultórico presente en la ciudad es el Triunfo de la Candelaria, cuya estatua representa a la Patrona de Canarias, la Virgen de Candelaria, colocada en la cima de una pilastra piramidal. También es conocido como Obelisco de la Candelaria. Fue donado en su día por Bartolomé Montañez. El monumento, de mármol esculpido en Génova (Italia), por Pasquale Bocciardo en 1768, tiene también cuatro estatuas de mármol que representan a otros tantos guanches, que custodian la imagen de la Virgen de la Candelaria.⁴⁵

La explosión del colorido tiene lugar con la elección de la Reina del Carnaval, luego, con la Cabalgata Anunciadora, dará comienzo el carnaval en la calle. Las murgas y rondallas son las encargadas de poner el tono picante y cultural de la fiesta, siendo la apoteosis del Carnaval santacrucero el martes de carnaval, con el gran colorido y desfile de la cabalgata, y al día siguiente el colorido de días anteriores se cambia por el negro del luto por el Entierro de la sardina, que pone fin a las fiestas de manera oficial, aunque el Carnaval continua hasta el fin de la semana (viernes y sábado de piñata).⁴⁶

⁴⁵ https://es.wikipedia.org/wiki/Santa_Cruz_de_Tenerife#Escultura_urbana

⁴⁶ https://es.wikipedia.org/wiki/Santa_Cruz_de_Tenerife#Carnavales

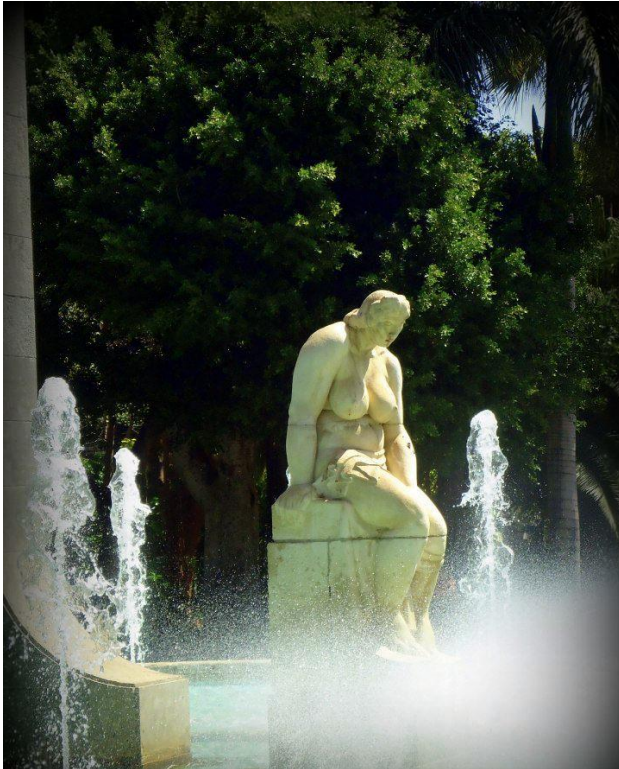


Foto 54: Estatua de la Fecundidad del Parque García Sanabria /2



Foto 56: El Guerrero de Goslar de Henry Moore en la rambla de Santa Cruz de Tenerife.

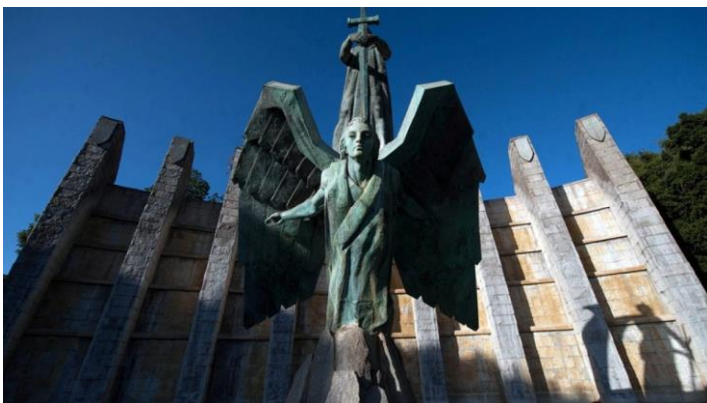


Foto 55: Monumento a Franco, al final de La Rambla de Santa Cruz en la esquina con La Avenida Anaga.



Foto 57: Triunfo de la Candelaria en Plaza Candelaria.

4.2 Turismo en Tenerife

Tenerife acoge miles de turistas cada año, que vienen atraídos por las zonas más turísticas de la isla como: El Puerto de la Cruz en el norte, El Teide, el sur de la isla como El Médano, Los Cristianos, Costa Adeje, o La Playa de las Américas, entre otros, instituciones tales como El Siam Park o El Loro Parque, o por El Carnaval, que es una fiesta de interés turístico internacional. Sin embargo, dentro de cada una de las islas, se encuentran zonas que no son tan frecuentadas.

Puerto de la Cruz

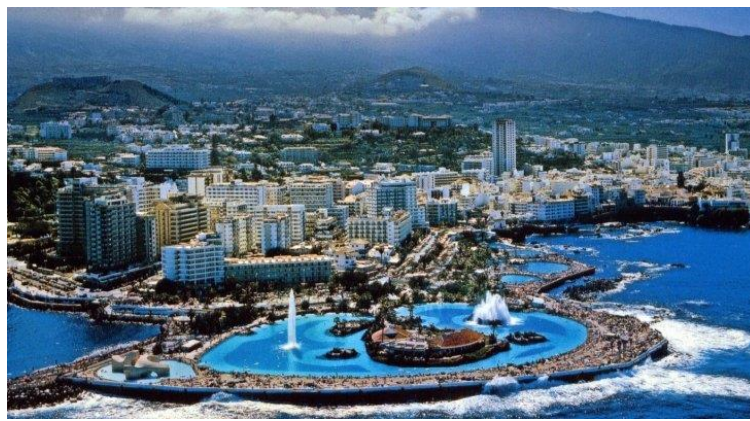


Foto 58: Puerto de la Cruz

El Puerto de la Cruz es un municipio del Valle de la Orotava, situado al norte de la isla. Su agradable clima lo convirtió en el primer centro turístico de Canarias, desde que la Sociedad Médica Británica del siglo XIX lo recomendó como un enclave ideal. Cuenta con temperaturas que oscilan entre los 22 °C y los 15 °C que permiten disfrutar del mar, el aire libre y la tranquilidad durante todo el año. El Puerto de la Cruz es considerado Lugar de Interés Turístico Nacional desde 1955 debido a su amplia historia como centro de descanso y vacaciones.

El Puerto de la Cruz es también un destino ideal para practicar turismo activo y disfrutar de los más de mil kilómetros de senderos de la Isla, con la ruta 0-4-0 como máximo exponente. Su naturaleza exuberante permite también disfrutar de saltos en parapente a los pies del Teide. El mar ofrece multitud de actividades deportivas, desde paddle surf o bodyboard hasta buceo.

Entre sus lugares de interés se encuentran El Lago Martiánez, que fue diseñado por César Manrique, El Jardín Botánico, El Loro Parque, La Plaza del Charco, Complejo Playa Jardín, La Plaza de Europa, etc.⁴⁷

⁴⁷ <https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/puerto-cruz/?tab=3&tab-view-mode=cuadrícula>

El Teide



Foto 59: Parque Nacional del Teide

El Parque Nacional del Teide fue declarado Patrimonio Mundial de la Humanidad por la Unesco en 2007 con la categoría de Bien Natural. Es la más completa muestra de vegetación de piso supramediterráneo que existe y constituye una de las manifestaciones más espectaculares de vulcanismo en todo el mundo, y por supuesto, la más destacada de Canarias.

El P.N. del Teide está situado en el centro de la isla, a una altitud media de 2.000 metros, y su cima representa el pico más alto de España, con 3.718 metros. Sus cifras de récord también incluyen que es el parque nacional más visitado de España y Europa, al recibir unos tres millones de turistas al año.

Los cientos de conos, coladas o cuevas con las que cuenta enriquecen su interés científico y paisajístico. A ello se añaden su riqueza de fauna y flora, con una gran cantidad de endemismos canarios y especies exclusivas del parque.⁴⁸

⁴⁸ <https://www.webtenerife.com/que-visitar/parque-nacional-del-teide/?tab=1>

El Médano



Foto 60: El Médano

La playa de El Médano, situada en el municipio de Granadilla de Abona, destaca por su fina arena gris y la vista del cono volcánico Montaña Roja.

La zona más cercana al pueblo tiene menos oleaje. A medida que se avanza por el paseo marítimo se encuentran tiendas de surf, restaurantes y cafeterías.

En esta playa se suelen celebrar campeonatos de gran renombre mundial como el Campeonato del Mundo de Windsurf y Kitesurf.⁴⁹

Los Cristianos



Foto 61: Los Cristianos

Esta playa urbana situada en el municipio de Arona es una de las primeras a las que empezaron a llegar los turistas en la década de los 60.

De oleaje tranquilo y arena dorada, las pequeñas embarcaciones pesqueras fondean en sus aguas. A pie de playa se pueden encontrar todos los servicios propios de un núcleo turístico, así como, una gran oferta de deportes acuáticos.

⁴⁹ <https://www.webtenerife.com/que-visitar/playas/el+medano.htm#>

Adeje



Foto 62: Adeje

El municipio de Adeje está situado en el Suroeste de la Isla. Allí se encuentran algunos de los materiales geológicos más antiguos de la Isla, combinados con una intensa actividad erosiva de la que son fieles exponentes el Roque del Conde o el Pico de Abinque. También destaca el Barranco del Infierno, protegido como Reserva Natural Especial, y el cráter freatomagmático de la Caldera del Rey. Más del 45% de la superficie del municipio está compuesta por espacios naturales protegidos.

Denominada como Costa Adeje, concentra una infraestructura hotelera de excelente calidad, así como una amplia oferta de ocio, naturaleza, descanso y deporte (con mención especial a su campo de golf).

Adeje cuenta además con 14 playas con arena de todos los colores, en las que es posible bañarse durante todo el año gracias a su temperatura media anual de 24°C y sus casi 300 días de sol al año.

Destaca también la riqueza de su fauna marina, pues cuenta con una de las colonias de cetáceos más importantes del mundo: ballenas piloto, delfines y otras especies de mamíferos acuáticos se encuentran en sus aguas.

La belleza de los fondos marinos de Adeje y las más de 500 especies que viven en su litoral convierten a este municipio en uno de los puntos favoritos por los visitantes para practicar submarinismo. Adeje dispone de una extensa red de centros de buceo.⁵⁰

⁵⁰ <https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/adeje/?tab=1>

Playa de las Américas



Foto 63: Playa de las Américas

Es una de las entidades de población que conforman el municipio de Adeje, en la isla de Tenerife. Se trata de uno de los principales centros turísticos de la isla.

La zona incluye varias playas, la mayoría artificiales, confeccionadas con arena importada de África. Es además uno de los lugares donde se aglutina la mayor oferta de ocio del sur de Tenerife con bares, pubs, terrazas, restaurantes, y numerosas discotecas, etc.⁵¹

⁵¹ https://es.wikipedia.org/wiki/Playa_de_las_Am%C3%A9ricas

4.3 Turismo en Canarias

Las principales señas de identidad de cara al turismo de las islas Canarias son tanto sus paisajes, playas como su clima subtropical marcado por los vientos alisios. Las islas son elegidas destino turístico por un gran número de europeos entre los que destacan alemanes, ingleses o italianos y, de hecho, se encuentra posicionada como una de las comunidades españolas más visitadas por los extranjeros. El turismo más frecuente es el de “sol y playa”, que suele darse sobre todo al sur, y la isla de Tenerife es la más visitada, con más de cinco millones de turistas al año, aunque también destaca el turismo rural y deportivo.

Según los datos aportados por AENA⁵², Tenerife es el principal destino turístico de las islas, con el 37% del total, le sigue Gran Canaria con un 31% y luego Lanzarote y Fuerteventura con un 16, 28% y un 13, 30% respectivamente. La Palma se mantiene en la proporción superando el 1,3%.⁵³

Factores que motivaron a los turistas a elegir Canarias⁵⁴

Clima, playas y paisaje	96,3%
Deseo de conocer la isla	37,2%
Tranquilidad	18,6%
Confort y servicios	13,0%
Precios	12,0%
Ambiente animado	10,0%
Otros factores	10,0%

El motivo de la elección de Canarias como destino turístico es mayoritariamente por el clima, seguido muy de lejos por las playas, la calidad, y la tranquilidad del entorno. La relación precio-calidad es valorada como normal.

⁵² Aena, SME S. A. es una empresa pública española que gestiona los aeropuertos de interés general en España.

⁵³ <https://es.wikipedia.org/wiki/Canarias#Turismo>

⁵⁴ Promoción en imagen del turismo en Canarias, V.A, pág. 4.

Canarias / Destinos populares



Tenerife
Volcán, playa,
cetacea, auditorio y



Gran Canaria
Resorts, golf y
tiendas de Las



Lanzarote
César manrique,
playa, volcán,

✈ 73 € 🏠 89 €



Fuerteventura
Isla con playas y
actividad surfera

✈ 286 € 🏠 83 €

Foto 64: Ejemplo de destinos populares en Canarias según Google

¿Qué ofrece Lanzarote?: entorno de volcanes.

Su mayor atracción turística es el Parque Nacional de Timanfaya. Es un espacio único no solo en Canarias, sino que, en España, ya que no hay otro parque volcánico tan interactivo y que mantenga ese entorno desértico de tierra negra. No sólo podemos hablar de Timanfaya, sino de otros muchos lugares de Lanzarote con esas increíbles panorámicas que ha dejado el rastro de la lava.

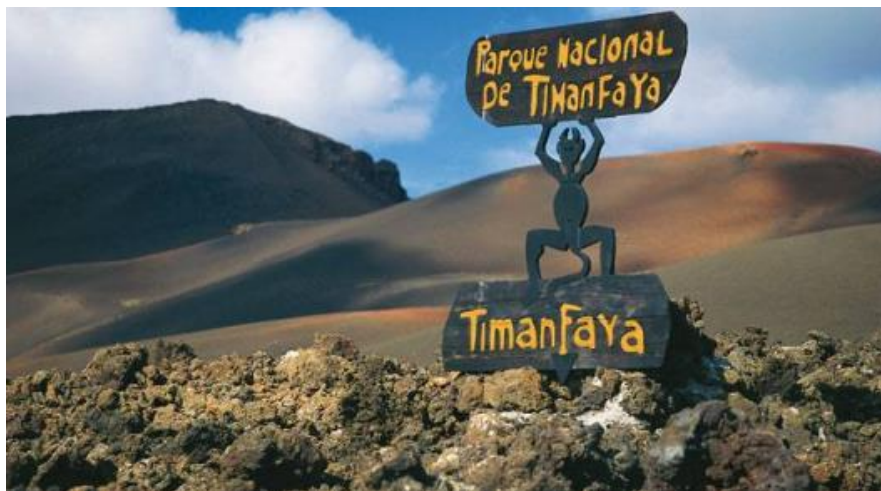


Foto 65: Parque Nacional de Timanfaya en Lanzarote

¿Qué ofrece Fuerteventura?: playas paradisíacas.

La isla majorera tiene las mejores playas que se puede ofrecer al turismo en Canarias, incluso de todo el país. Cuenta con extensas costas en las que además se han respetado su fisionomía natural, es decir, no ha sido víctima de la invasión hotelera. Esto es desde luego un plus para los turistas que buscan relax, silencio, calma, pero también aguas claras y arena blanca.



Foto 66: Playa blanca en Fuerteventura

¿Qué ofrece Gran Canaria?: La cultura cosmopolita.

El principal referente turístico de la isla capitalina es Maspalomas y sus dunas. Las Palmas de Gran Canaria también es una ciudad que se está abriendo a miles de turistas, que llegan en lujosos cruceros. Parques artísticos, esculturas impresionantes, excelentes zonas de compras, actividades y festejos curiosos, y toda una infraestructura urbana que hace que hablemos casi de un “New York” en medio del Atlántico.



Foto 67: Las Palmas de Gran Canaria

¿Qué ofrece Tenerife?: EL TEIDE.

Tenerife es especial por su gastronomía, que se ejemplifica en sus guachinches y rutas del buen comer. Pero si el turismo en Canarias tiene una imagen esa es la del turista en el Teide. Es el pico más alto de España (3.718 metros sobre el nivel del mar), y se encuentra en todo un ecosistema que acapara todos los folletos turísticos sobre las islas. Y es lógico. Se trata de un monumento natural declarado Patrimonio de la Humanidad.



Foto 68: Parque Nacional de El Teide

¿Qué ofrece La Gomera?: Turismo rural.

Esta es la isla más verde de las siete, de forma que sólo el Parque Nacional de Garajonay ocupa el 10% de su superficie. La Gomera aporta al turismo en Canarias vastos senderos que invitan a la aventura. Las escapadas rurales aquí son el 'must' para el archipiélago, unida a la tranquilidad de su entorno y respeto por el medio ambiente y sus costumbres. La isla colombina cuenta con un turismo que cada vez gana más adeptos entre los senderistas.



Foto 69: Parque Garajonay en La Gomera

¿Qué ofrece La Palma?: Turismo Astronómico.

El cielo de La Palma es uno de los mejores del mundo para observar las estrellas. Uno de sus grandes reclamos es el Observatorio del Roque de Los Muchachos, en lo alto de la Caldera de Taburiente. Cuenta con uno de los telescopios más avanzados en su categoría. Pero el turista que visita la cima también puede quedar deslumbrado viendo la caldera desde arriba, bañada en mar de nubes.



Foto 70: Cielo de La Palma

¿Qué ofrece El Hierro?: Tranquilidad.

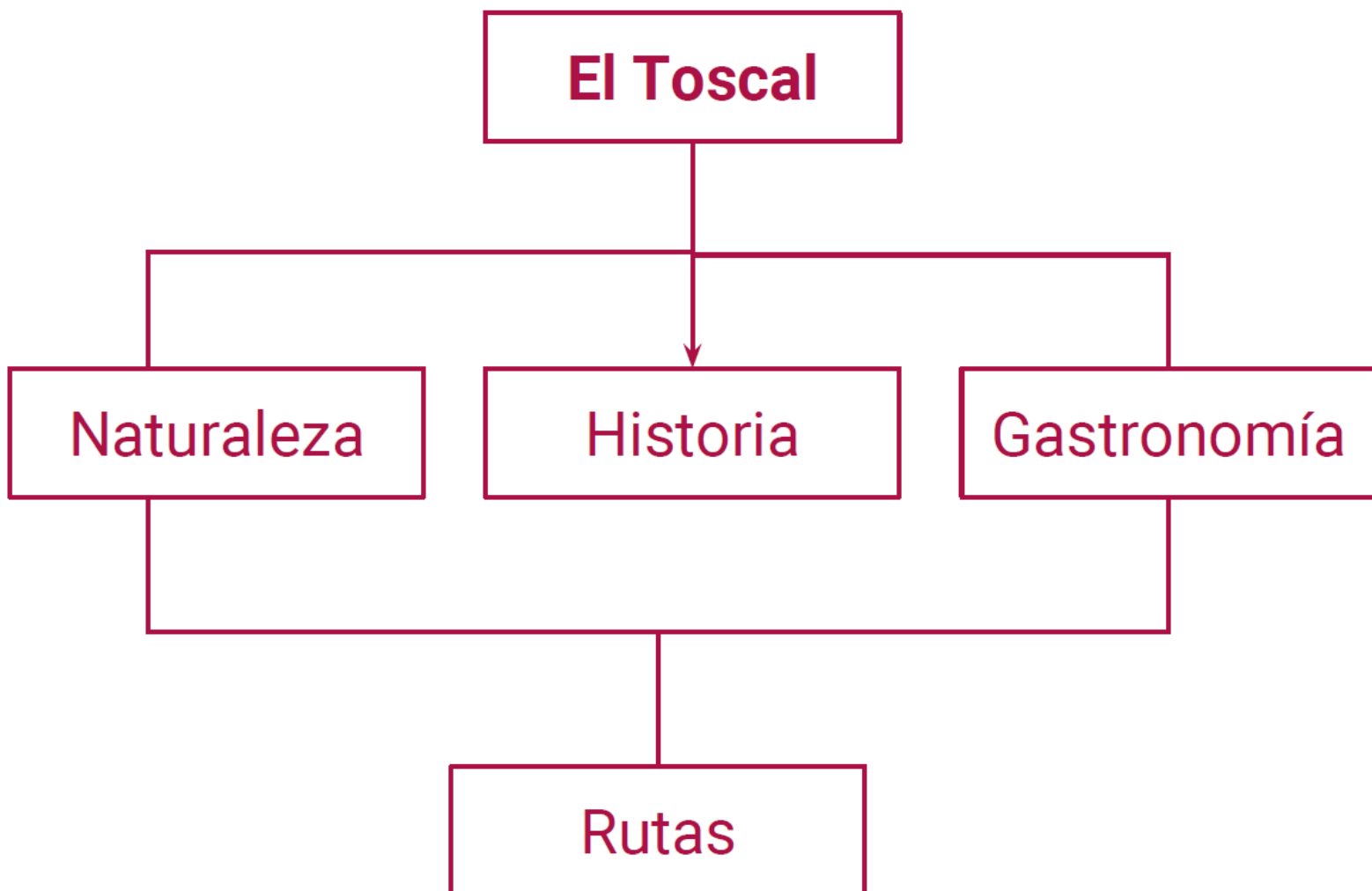
Quizás sea la perfecta desconocida para el turismo en Canarias, y ese es su don especial: huye del turismo de masas, que no quiere decir que no invite al turismo. El tiempo se detiene en El Hierro. No hay prisas ni existe ni la más mínima mancha de caos urbano.⁵⁵



Foto 71: El Hierro

⁵⁵ <http://www.revistabinter.com/2017/12/20/que-ofrece-cada-isla-al-turismo-en-canarias/>

4.4 Turismo en El Toscal



En El Toscal el turista puede:

- Adentrarse en la naturaleza en pleno centro de la ciudad, ya que el barrio cuenta con El Parque García Sanabria en sus proximidades, el cual es el mayor corazón natural de Santa Cruz. El turista puede pasearse por él, admirar sus distintos árboles y plantas, sus dos fuentes, sus esculturas, y participar de los frecuentes eventos que allí se realizan.
- Acercarse a la historia, mediante una ruta para ver las fachas de los numerosos edificios históricos que allí se encuentran.
- Realizar una ruta gastronómica por la gran cantidad de bares y restaurantes que el barrio acoge, y que tiene una gran variedad étnica para todos los gustos: chino, libanés, italiano, japonés, turco...etc.

Y todo esto a tan solo cinco minutos de la calle Comercial principal: La calle del Castillo, y otros lugares que pudieran resultar de interés para el turista como El teatro Guimerá, El Círculo de Bellas Artes, La Plaza Weyler, La Avenida Anaga, etc.

Además, el barrio cuenta con un buen clima la mayor parte del año, entre 18 °C en invierno y 25 °C en verano, aproximadamente.

Llegar hasta el barrio no es complicado, debido a lo céntrico que se encuentra, y tanto las paradas del tranvía Weyler como El Teatro Guimerá, quedan a diez minutos de él. Así mismo, hay varias guaguas que pasan por el barrio desde otros puntos de la ciudad, como la 905.

Por último, el barrio cuenta con tres hoteles importantes en sus proximidades: El Hotel Taburiente, de 4 estrellas, El Hotel Príncipe Paz, de 3 estrellas, y El Hotel Iberostar Grand Mencey, de cinco.

Construcciones del Conjunto Histórico Artístico El Toscal:

- Casa Burgada
- Casa Martín Arnay
- Casa Pisaca
- Casa Siliuto
- Ciudadelas de los Pasajes Santiago y Santa Marta
- Edificio Marrero
- Edificio Mac-Kay
- Edificio Núñez
- Edificio de Radio Nacional de España
- Edificio de la Consignataria Ledesma
- Edificio de la fábrica de pastas La India
- Edificio de la fábrica de tabacos La Suprema
- Colegio Montessori
- Hogar Escuela María Auxiliadora
- Edificaciones singulares en las calles de La Rosa, Santiago, Señor de las Tribulaciones, San Martín, San Francisco, San Miguel, San Antonio, San Nicolás, Santa Rosa de Lima, San Vicente Ferrer, Emilio Calzadilla y Pasaje Pisaca.

Mapa de rutas históricas por El Tossal

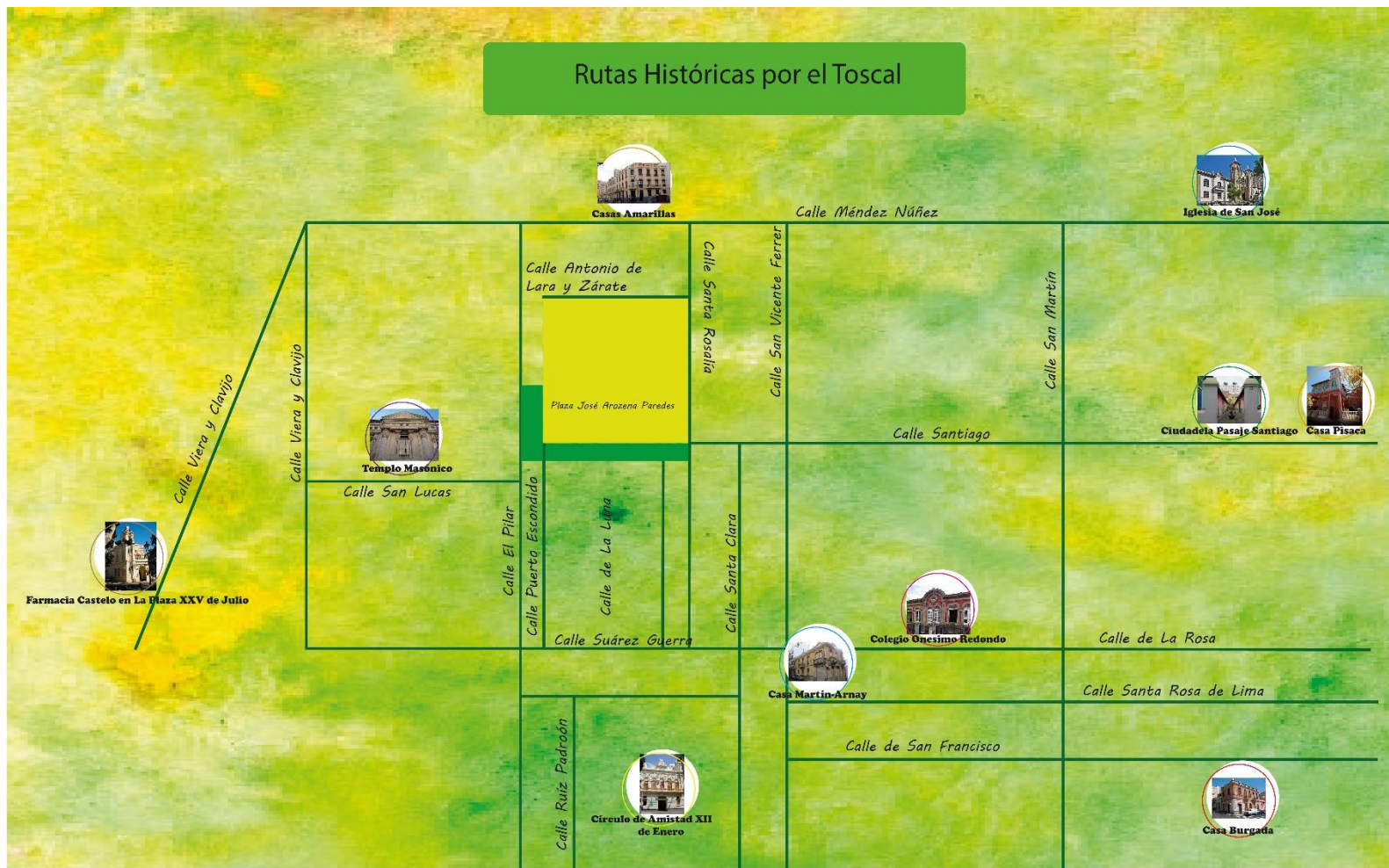


Foto 72: Mapa de posible ruta histórica por El Tossal

Mapa de rutas gastronómicas por El Toscal

Rutas Gastronómicas por el Toscal

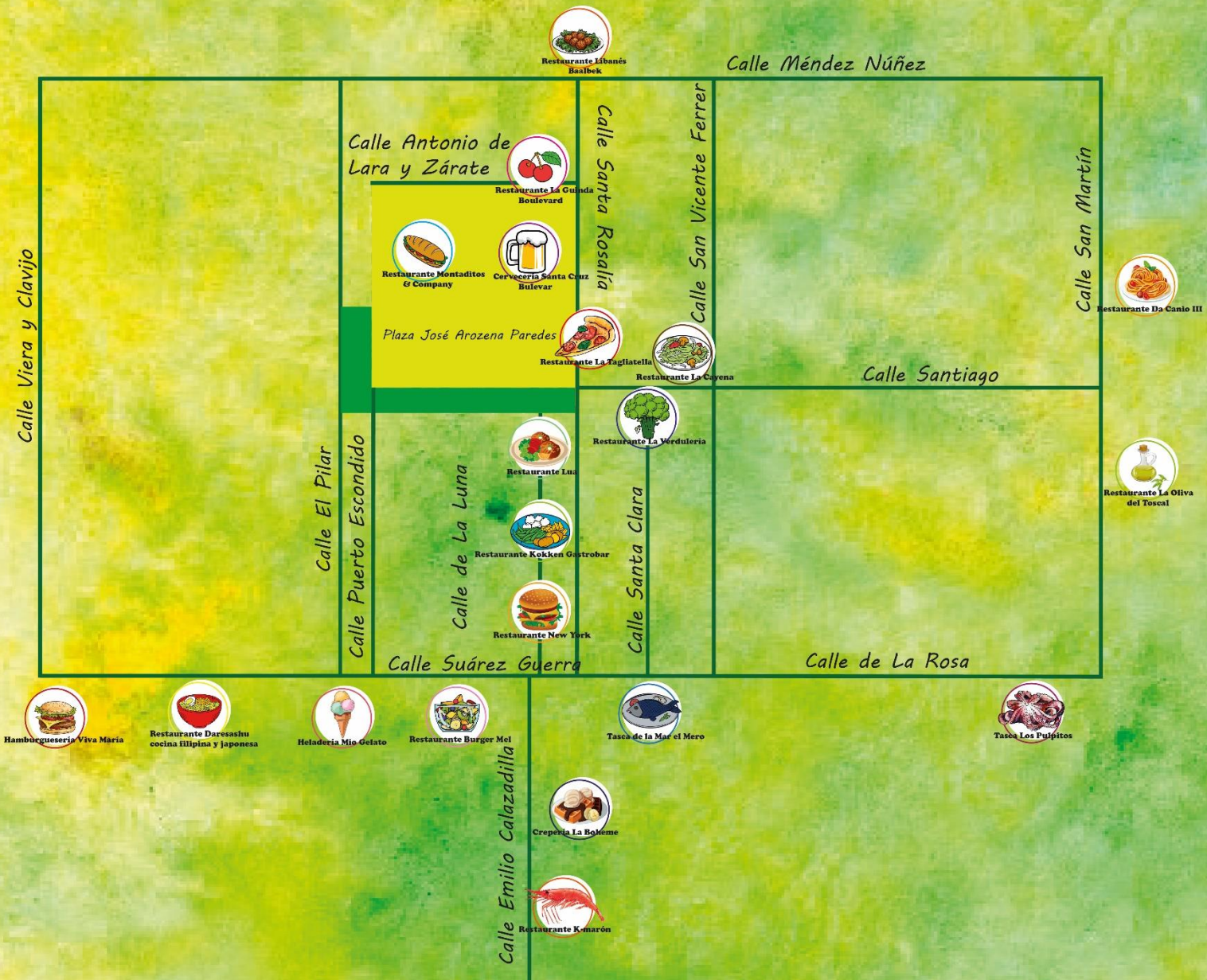


Foto 73: Mapa de posible ruta gastronómica por El Toscal

5. Antecedentes

5.1 Marcas de ciudad

En la actualidad, las ciudades más famosas se han hecho una imagen a partir de la realización de una marca de ciudad que las identifique a fin de poder promocionarse, sobre todo de cara al público relacionado con el sector turístico. Además, muchas de ellas han aprovechado los atributos que más las caracterizan a la hora de hacerse un nombre y crear esta identidad visual, lo cual refuerza sus ventajas competitivas frente a otras ciudades que pudieran tener características similares.

El hecho de que una ciudad tenga éxito radica en su carácter diferencial, aquello que la hace única. El problema es que la mayoría de las ciudades no se identifica con un único valor, sino con varios, muchos de los cuales son compartidos con otras ciudades. Ámsterdam y Venecia comparten la fama que les dan sus canales, por ejemplo.

Ejemplos de ciudades con sus principales atributos:

- Londres: Capital de las Finanzas.
- Ámsterdam: Capital Cultural y de ocio.
- Melbourne: Capital medioambiental.
- Birmingham: Capital de la democracia.
- Fráncfort: Capital de la intelectualidad.
- Zúrich: Capital tecnológica.
- Bruselas: Capital de los negocios.
- Madrid: Capital de la sostenibilidad.
- Barcelona: Capital del conocimiento.
- Valencia: Capital de la información Global.
- Zaragoza: Un reto, una ciudad.
- San Francisco de Macoris: Tierra del Cacao⁵⁶

La globalización como proceso económico, tecnológico, social y cultural ha venido a generar grandes cambios en los esquemas de promoción y venta de las ciudades, cambiando el sistema de relación entre ellas, dando paso a una enorme competencia por atraer turistas e inversiones. Esta situación está empujando a muchas urbes a promocionarse y venderse a través de técnicas de marketing, como una especie de marca enfocada a la ciudad. Los países, las ciudades e incluso las regiones compiten por lograr un posicionamiento y una reputación positiva que ofrezca al lugar una fuerte ventaja competitiva. Para ello, «Las ciudades han desarrollado estrategias y mecanismos de atracción de inversión y fomento comercial para sustentar sus atributos, los cuales

⁵⁶ https://es.wikipedia.org/wiki/Marca_ciudad

brinden oportunidades de desarrollo económico y social a su población, en un afán de ofrecer sustento y oportunidades de progreso» (Capriotti, 1992).

La marca ciudad se utiliza como símbolo de su personalidad y se asocia a una serie de activos y recursos urbanos existentes, y a unos valores relacionados con el modelo de la ciudad y con una significativa capacidad de atracción. La oferta tiene que ver con las personas, el conocimiento, los recursos naturales, la infraestructura técnica, las finanzas, los aspectos políticos y los valores culturales que la ciudad representa. Para el desarrollo de la marca ciudad, se requiere del apoyo de los gobiernos, de los responsables de cultura, educación, así como de los empresarios, pero sobre todo de los medios de comunicación para la creación y gestión de la marca ciudad. Para lograr destacarse de entre otras, una ciudad tiene que trabajar en su identidad, la cual debe:

- Ocupar un espacio primordial en la mente de los públicos.
- Facilitar la diferenciación de otras entidades.
- Disminuir la influencia de los factores situacionales.
- Lograr vender mejor el producto, servicio, concepto o idea y
- Atraer mejores inversores o consumidores.
- Crear una identidad corporativa para las ciudades.

Las grandes ciudades hoy en día están sometidas a la constante presión de la competencia: compiten por el posicionamiento y el atractivo. En otras palabras, todas las ciudades están buscando la manera de ser únicas y de desarrollar un perfil interesante que las sitúe en la primera línea. Tienen que destacarse de las otras para lograr una mayor atención. Para ello, hay que crear valores de diferenciación de la competencia.

Esto requiere un proceso de pensamiento estratégico en todos los niveles y en todas las dimensiones. Las ciudades necesitan tener perspectivas de futuro antes de ponerse a implementar un sinnúmero de pequeñas iniciativas, pero, sobre todo, cada ciudad debe forjar su propio signo distintivo.

Así pues, las ciudades potencian sus posibilidades de sacar ventaja a la competencia, de atraer un mayor número de personas, empresas y acontecimientos, lo que en conjunto hará que la ciudad tenga un futuro próspero. Entre las cualidades, instituciones y actitudes que pueden ayudar a crear el signo distintivo de una ciudad figuran las siguientes:

- Acontecimientos históricos: hechos fundamentales de la cultura o la historia de la ciudad.
- Puntos de referencia físicos: edificios arquitectónicos, esculturas, parques.
- Entidades culturales, eventos y exposiciones.
- Naturaleza, entorno y clima
- Estructura demográfica
- Tradiciones y cultura cívica, actitud, carácter y manera de ser.
- Centros de conocimiento, universidades.
- Visión del futuro, apertura.
- Acogida de las personas «diferentes», inclusión.

- Contactos globales, redes y diversidad.
- Interactividad entre la ciudad y la sociedad corporativa.
- Rapidez de comunicación, flujo de información entre los dirigentes municipales y la ciudadanía.
- Adaptabilidad, grado de innovación y promoción.
- Atractivo para las personas, las empresas y el capital.

La visión de la ciudad es una imagen mental ideal de cómo será el futuro y debe ser concisa, fácil de recordar y realizable. En esa visión se tiene que recoger lo que la hace singular y distinta, lo que la diferencia de las demás⁵⁷

⁵⁷ <https://foroalfa.org/articulos/construccion-de-la-marca-ciudad>

5.2 Logos de ciudad



Foto 75: Nueva York, Estados Unidos



Foto 76: Ámsterdam, Países Bajos



Foto 74: Hong Kong, China



Foto 78: Sao Paulo, Brasil



Foto 77: Ciudad de México, México

5. 3 Marca de ciudad: Santa Cruz de Tenerife.

Manual de Identidad Corporativa marca SANTACRUZ

Marca: versión principal



Foto 79: Marca de ciudad de Santa Cruz de Tenerife

Debido a su condición de capital de la isla, Santa Cruz de Tenerife se encuentra en medio de una oferta turística que debe potenciar el concepto de “capital” por encima de cualquier otro. Es el punto de partida y de llegada, el lugar donde se toman las decisiones y una oferta más urbana.

La A central se sustituye por un corazón central invertido, sobre el cual se encuentra otra igual enfrentado. Nos generan un discurso que nos habla de centralidad, de diálogo, de interacción, señalando que ahí está el centro de Tenerife, el kilómetro 0 de la isla.

Posiciona la marca como centro del destino Tenerife, así como refuerza su valor principal diferenciador, la autenticidad.

Construcción del claim



Foto 80: Construcción del claim de la marca de Santa Cruz

Marca en versión monocromática



Foto 81: Versión monocromática de la marca de Santa Cruz

Versión en monocromático con fondo fotográfico

Cuando se utiliza un fondo fotográfico se debe utilizar la marca según convenga en positivo o negativo.



Foto 82: Marca de Santa Cruz con fondo fotográfico



Foto 83: Marca de Santa Cruz con fondo fotográfico 2

Construcción del tagline

Para la edición del tagline en cualquier idioma se aplicará esta norma.



Foto 84: Construcción del Tagline de la marca de Santa Cruz

Uso de la marca monocromática con colores secundarios en positivo



Foto 85: Uso de la marca monocromática de Santa Cruz con colores secundarios en positivo

Uso de la marca monocromática con colores secundarios en negativo



Foto 86: Uso de la marca monocromática con colores secundarios en negativo

Área de protección de la marca y tamaños mínimos

Para el área de protección mínima se utiliza como referencia la altura del corazón, tanto en la parte superior, inferior, izquierda y derecha. El tamaño mínimo de reducción de la marca será de 30 mm. con tagline. Si se requiere utilizar la marca en dimensiones inferiores será sin el mismo, y superior a 20 mm.

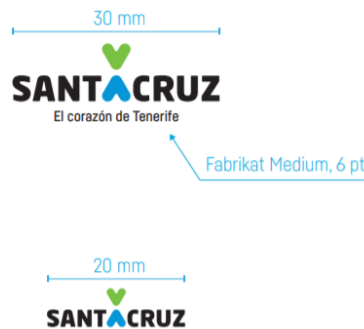


Foto 87: Área de protección de la marca y tamaños mínimos

Tipografía del Tagline

Fabrikat Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890¿¡{.,;:}?!

Foto 88: Tipografía del Tagline

Colores corporativos y secundarios

Los colores secundarios solo sirven de referencia en el caso de que se quiera utilizar para las versiones monocromáticas positivas y negativas, pudiendo utilizar también otros colores.










	Pantone	Cuatricomía	RGB	Pintura RAL
Colores corporativos	 Negro	K 100%	R: 80 G: 10 B: 45	RAL 95
	 Pantone 2925 C	C 85% M 25%	R: 63 G: 143 B: 207	RAL 6040
	 Pantone 368 C	C 57% Y 100%	R: 146 G: 185 B: 58	RAL 7075
Colores secundarios	 Pantone 258 C	C 43% M 76%	R: 144 G: 85 B: 152	RAL 4040
	 Pantone 320 C	C 100% Y 31% K 7%	R: 0 G: 146 B: 167	RAL 5045
	 Pantone Cool Gray 9 C	M 1% K 51%	R: 153 G: 152 B: 152	RAL 5500
	 Pantone 144 C	M 48% Y 100%	R: 221 G: 148 B: 27	RAL 6080
	 Pantone 355 C	C 94% Y 100%	R: 60 G: 153 B: 71	RAL 5060
 Pantone 179 C	M 79% Y 100%	R: 202 G: 81 B: 27	RAL 5070	

Foto 89: Colores corporativos y secundarios

La marca en elementos de comunicación

Cuando se quiera utilizar la marca principal en fotografías, será sobre fondo blanco respetando el área de protección de la marca que se refleja en este manual.



Foto 90: La marca en los elementos de comunicación

Relación entre la marca Santa Cruz y la marca Ayuntamiento de Santa Cruz

Cuando organiza el Ayuntamiento, la marca Santa Cruz se colocará en la parte superior y la marca del Ayuntamiento estará en la parte inferior firmando. Cuando quién publica no es el Ayuntamiento, la marca Santa Cruz se colocará en la parte superior igualmente, y la marca del Ayuntamiento estará en la parte inferior junto a los colaboradores y con la caja descrita en el MIC del Ayuntamiento.



Foto 91. Relación entre la marca Santa Cruz y la marca Ayuntamiento de Santa Cruz

La marca en actividades donde no participa el Ayuntamiento de Santa Cruz

Cuando una empresa privada organiza el evento, la marca Santa Cruz aparecerá en la parte inferior junto con las demás marcas, con la versión según el fondo y respetando el área de protección de esta.

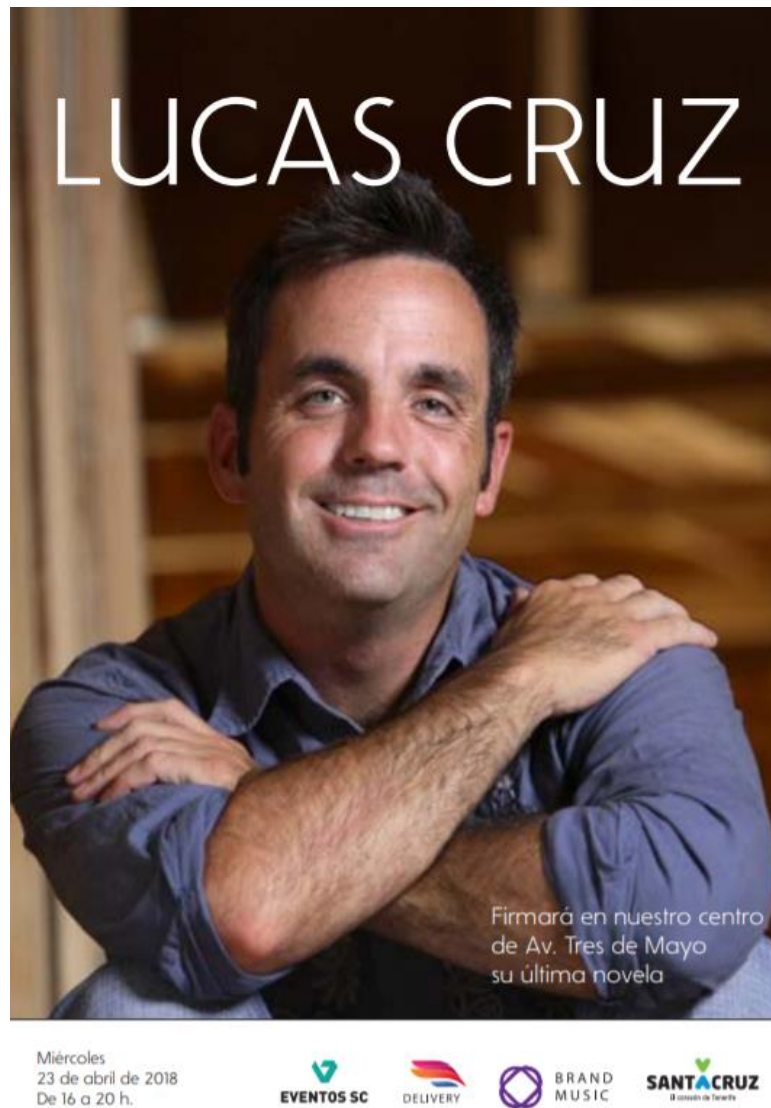


Foto 92: La marca en actividades donde no participa El Ayuntamiento de Santa Cruz

Merchandising y objetos especiales



Foto 93: Merchandising y objetos especiales

Marca en relieve

En este caso se realizará sin utilizar el tagline. Se aplicará la profundidad según las necesidades de la pieza.



Foto 94: Marca en Relieve

Corpóreo

Este es un caso excepcional en el que los corazones se han unido por motivos de construcción.⁵⁸

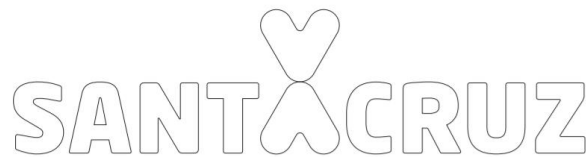


Foto 95: Marca de Santa Cruz de Tenerife corpórea

58

https://www.santacruzdetenerife.es/web/fileadmin/user_upload/web/Ayuntamiento/Gobierno_de_la_Ciudad/Identidad_corporativa/MICSANTACRUZ.pdf

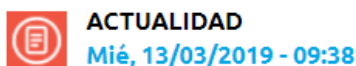
5.4 Marca Islas Canarias



Foto 96: Marca Islas Canarias

Debido a la intensa competencia en la categoría de marcas destino, la Viceconsejería de Turismo del Gobierno de Canarias seleccionó a FutureBrand para desarrollar un proyecto de reposicionamiento de su marca paraguas y optimización de su arquitectura de marcas. El objetivo era hacer de Canarias un destino atractivo para atraer flujos de personas y capital a las Islas.

Se llevó a cabo una ambiciosa investigación de mercado en 9 países europeos entre turistas actuales y potenciales de Canarias. Se creó un posicionamiento que facilitara la diferenciación de Canarias respecto a otros destinos de sol y playa. Y un modelo de arquitectura de marcas que permite generar sinergias entre las Islas.⁵⁹



La marca Islas Canarias, premiada en las 10 categorías en las que estaba nominada en los TTMA de Londres

Foto 97: Noticia del miércoles 13 de marzo de 2019

⁵⁹ <https://www.futurebrand.es/islas-canarias/>

5.5 Marca de las islas

Así mismo, FutureBrand se encargó de la realización de las marcas de cada una de Las Islas Canarias.



Foto 98: Marca de las islas

Tenerife

Tenerife decidió enfocar y unificar su comunicación como destino vacacional bajo una marca turística, para la que contó con Futurebrand. En la actualidad, se ha actualizado la identidad gráfica y el posicionamiento de la marca, con el objetivo de hacerla más eficaz y acorde a las nuevas realidades del mercado turístico.

Se detectó la necesidad de vincular la nueva estrategia a la personalidad cálida, natural y humana de Tenerife, identificando un territorio estratégico que recoge sus valores y los comunica con un nuevo claim; Tenerife 100% vida. La identidad se ha obtenido como resultado una nueva imagen que transmite la calidez y la vitalidad que asocian a Tenerife.⁶⁰



Foto 99: Marca de Tenerife

⁶⁰ <https://www.futurebrand.es/tenerife/>

El Hierro

El Hierro destaca por ser la más virgen de todo el archipiélago, y por fuertes contrastes naturales de su terreno, que van desde los altos pinares hasta los malpaíses más propios de la costa. Pero el elemento que más ha impresionado a turistas y personalidades de todo el planeta ha sido su mar; color por el cual, se tiñe su imago tipo de azul. Uno de los mares más calmados y repletos de biodiversidad, se encuentra en El Hierro. En cuanto a su símbolo, veremos que representa mediante una síntesis de fragmentos, uno de los elementos más característicos de la Isla: La Sabina, una vegetación totalmente autóctona de su terreno. Tanto el logo como su símbolo representan mediante la misma muestra de color, la imagen de destino turístico de El Hierro.⁶¹



Foto 100: Marca de El Hierro

La Palma



Foto 101: Marca de La Palma

La “isla bonita” ha contado con un símbolo vigente hasta 2009. Esta forma precursora de la nueva aportación de FutureBrand, desarrollaba en un mismo trazo la forma triangular de la Isla. Desde el sur de la Isla se construía en zigzag la forma triangular o acorazonada de la isla, para rematar con una discreta pincelada, lo que podría ser el “sombbrero del enano” tan característico de las celebraciones lustrales de La Palma. En 2009 por lo tanto, se impone una nueva imagen para el turismo de la Isla. Este nuevo imago tipo impone el violeta junto al verde, para

caracterizar el fuerte contraste de sus cielos con la predominante vegetación también presente. En cuatro trazos alternados, que forman el “triángulo” de la isla, se superpone un semicírculo que representa la bóveda del observatorio astronómico mundialmente reconocido. El cielo y la vegetación, son dos elementos muy singulares de la palma,

⁶¹ Hernández Borges, Aaron. (2016). Puerto de la Cruz. Marca de destino turístico (Proyecto de fin de grado), pág. 34. Universidad de La Laguna, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife.

como la propia forma de su territorio isleño. Esto destaca, por lo tanto, a la isla palmera.⁶²

La Gomera



Foto 102: Marca de La Gomera

El verde representa a la Isla de La Gomera, frondosa por sus bosques y la gran variedad de especies vegetales que aquí conviven. El elemento representado mediante su símbolo es el Roque de Agando, un icono de la Isla, que todo turista desea visitar. La textura de este se sintetiza con varias sustracciones en el propio símbolo, factor que también puede asociarse a los característicos barrancos que rodean a la isla. Esta forma redondeada también se asocia directamente con la forma circular del destino. Un degradado circular desde su núcleo hasta los extremos, hace “brillar” al propio elemento. El imagotipo en total se colorea mediante dos tintas. Amarillo y verde.⁶³

⁶² Hernández Borges, Aaron. (2016). Puerto de la Cruz. Marca de destino turístico (Proyecto de fin de grado), pág. 35. Universidad de La Laguna, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife.

⁶³ Hernández Borges, Aaron. (2016). Puerto de la Cruz. Marca de destino turístico (Proyecto de fin de grado), pág. 34. Universidad de La Laguna, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife.

Gran Canaria



Foto 103: Marca de Gran Canaria

La actual marca de Gran Canaria, también diseñada por FutureBrand, representa una unión de elementos que pueden interpretarse como naturales, coloquialmente. Su logotipo diferencia en dos azules a la palabra “Gran” y “Canaria”, ambas construidas mediante la misma tipografía. Pero el elemento simbólico es la identificación de la isla con una serie de características. Así pues, esta estrella en movimiento giratorio une en sus cinco aspas, tres elementos naturales de la misma. El azul de su mar, el amarillo de sus dunas y playas y el verde de sus montes. La variedad natural de Gran Canaria y la amplia cultura que la ciudad recoge como primera y mayor capital de la comunidad canaria, representa en este símbolo, una explosión de sentimientos y valores.⁶⁴

Fuerteventura



Foto 104: Marca de Fuerteventura

El azul turquesa de su logotipo y la tonalidad amarilla de su símbolo nos da a simple vista el más destacado de sus elementos: las mejores playas del océano atlántico. La extensión de su terreno es parcialmente seco y árido, carece apenas de abundante vegetación y la arena blanca de sus dunas conforman la primera búsqueda del turista. De este modo, mediante tres formas circulares y en degradación de amarillo a naranja,

⁶⁴ Hernández Borges, Aaron. (2016). Puerto de la Cruz. Marca de destino turístico (Proyecto de fin de grado), pág. 34. Universidad de La Laguna, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife.

se representa el ambiente cálido de su paisaje, además de la inclinación que posee la propia isla, añadiendo el propio Islote de Lobos.⁶⁵

Lanzarote



Foto 105: Marca de Lanzarote

Se trata de la primera isla de todo el Archipiélago Canario en poseer una imagen de destino turístico. Fue creada por su artista nativo, César Manrique, persona que dotó de identidad y representación mundial a la Isla. Dado el ingenio del artista y la autenticidad del isologo de Lanzarote, nadie ha remplazado jamás esta imagen. La imagen deja la huella de su creador, y transmite el mayor valor patrimonial de la Isla: los volcanes. Su tipografía verde e inquieta, representa el abrupto terreno que se recorre de norte a sur en el malpaís volcánico. Se trata de una imagen única, una identidad propia de la isla. Una marca con historia donde el propio César Manrique ha dejado aquí su firma.⁶⁶

⁶⁵ Hernández Borges, Aaron. (2016). Puerto de la Cruz. Marca de destino turístico (Proyecto de fin de grado), pág. 34. Universidad de La Laguna, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife.

⁶⁶ Hernández Borges, Aaron. (2016). Puerto de la Cruz. Marca de destino turístico (Proyecto de fin de grado), pág. 34. Universidad de La Laguna, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife.

5.6 Marcas de los municipios de Tenerife

En la isla de Tenerife, la mayoría de sus municipios tiene una marca que lo representa e intenta mostrar cuáles son sus características principales, de cara a su promoción turística. Estas son alguna de ellas:



Foto 106: Marcas de los municipios de Tenerife

5.7 Marcas de barrio

Victoria, Londres

El barrio Victoria, situado en Londres, desarrolló su propia identidad visual, con el fin de comenzar a diferenciarse y crear su propia identidad visual.



Foto 107: Marca del barrio Victoria en Londres



Foto 108: Marca del barrio Victoria aplicada a un folleto



Foto 109: Marca del barrio Victoria aplicada a folletos publicitarios

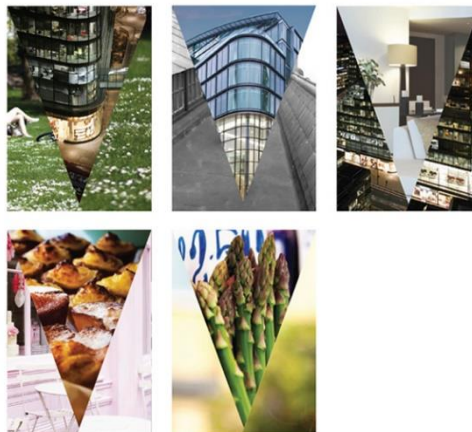


Foto 110: Marca del barrio Victoria aplicada a fondos fotográficos

5.8 Identidad de barrios

Chueca, Madrid.

El barrio de Chueca se ha convertido en los últimos años en una de las zonas de moda de Madrid. Es enorme su actividad de comercios, bares y oferta cultural. Pero si destaca por algo para el visitante es por el bullicio de gente que transita sus calles. Chueca es conocido por ser uno de los barrios gays más conocidos de Europa, y un referente para el colectivo LGTB (lesbianas, gays, transexuales y bisexuales) en todo el mundo. Aquí se celebra a principios del verano Madrid Orgullo, la gran fiesta del barrio que ya se expande a otras calles y plazas de Madrid y atrae visitantes de todas las nacionalidades. De esta forma, la imagen asociada al barrio de Chueca es la de un colectivo en concreto, y una causa concreta.



Foto 111: Chueca, Madrid

Chauen, Marruecos.

La ciudad de Chauen, en Marruecos, se ha convertido en una importante atracción turística debido a que su casco histórico está repleto de casas antiguas pintadas en diferentes tonos de color azul, que le ha valido el nombre de “el pueblo pitufo”.



Foto 112: Chauen, Marruecos

El barrio rojo/Red Light, Ámsterdam.

Es un barrio central de la ciudad de Ámsterdam en los Países Bajos. Famoso por su historia, su arquitectura, su vida cultural y por ser uno de los barrios más liberalizados del mundo en cuanto a la actitud hacia la prostitución, las drogas y la diversidad sexual.

Este es el más pintoresco y turístico barrio de Ámsterdam. Conocido mundialmente por los escaparates que adornan sus calles y estrechísimos callejones, en los que las prostitutas, realizan sus actividades profesionales desde hace siglos.⁶⁷



Foto 113: Barrio Rojo, Ámsterdam

Chinatown, Nueva York



Foto 114: Chinatown, Nueva York

Es un barrio de la Ciudad de Nueva York, famoso por ser un enclave étnico con una gran población de inmigrantes chinos.

El barrio de Chinatown en Manhattan es uno de los nueve barrios conocidos como Chinatown que hay en Nueva York. Es habitado por la mayor etnia china fuera de Asia. A diferencia de la mayor parte de los barrios chinos, Chinatown es tanto un barrio residencial como un área comercial.

Es un barrio con una gran diversidad lingüística.

⁶⁷ https://es.wikipedia.org/wiki/Barrio_rojo_de_%C3%81msterdam

6. Viabilidad Técnica

La creación de un logotipo que funcione como marca de barrio deberá de pasar por un proceso que incluya, primeramente, una investigación de campo donde se establezca como debería de ser su diseño. El estudio de campo incluiría una encuesta y una serie de entrevistas a distintas entidades del barrio donde se buscará conocer cuáles son sus características principales y elementos representativos para comenzar a realizar una lista de ideas.

Una vez llevada a cabo esta primera parte del proceso, y habiendo establecido una serie de posibles propuestas, se contará con un diseñador que realice una serie de bocetos que culminarían con el diseño final y con su correspondiente manual de identidad corporativa.

Tras haber decidido como sería el prototipo final de la marca de barrio será necesario comenzar a aplicarlo de diferentes formas para que pueda ser cumplir su principal objetivo: publicitar el barrio. Para ello sería necesario también un diseñador que se encargase de gestionar las diferentes aplicaciones:

El diseño de cartas que cuenten el logotipo del propio barrio, pudiéndose este aplicar tanto en hojas como marca de agua, como en los sobres. El diseñador situaría el logo y la distribución del resto de elementos.

El diseño de un email corporativo, que contenga el nombre del barrio y que lo diferencie.

El diseño de embalajes, o packaging de distintos productos promocionales del barrio, que se puedan vender en tiendas de la zona.

El diseño de dípticos, o trípticos publicitarios, con información del barrio, curiosidades, mapas, catálogos de tiendas o restaurantes, etc, o que funcionen directamente como elementos promocionales que muestren los distintos sitios de interés de este, o flyers en un formato más sencillo que pudieran ser distribuidos.

El diseño de un cartel publicitario en gran escala, para que pueda ser colocado en grandes paneles de publicidad.

Diseño de anuncios de prensa que puedan ser colocados en distintos periódicos o revistas.

Diseño de rótulos exteriores o vinilos, en caso de que estos pudieran llegar a ser necesarios.

Diseño de catálogos publicitarios con imágenes e información del barrio, que sirva de guía para sus visitantes.

Por otra parte, sería útil contactar con un diseñador web que pudiese desarrollar y diseñar una página donde se pudiera encontrar información del barrio: sus monumentos, esculturas, o edificios o sitios de interés, bares y restaurantes, tiendas, su ubicación, puntos de interés cercanos al este, etc y la contratación de un community manager que gestionase cuentas en redes sociales como Facebook o Instagram donde también el barrio pueda promocionarse.

Estos gastos serían afrontados por El cabildo de Santa Cruz de Tenerife, que, una vez aceptado el proyecto, proporcionaría unos fondos que se distribuirían entre las agencias de publicidad, empresas de diseño gráfico, etc; encargadas de llevar a cabo las distintas partes del trabajo, que a su vez debería proporcionar beneficios económicos para la comunidad.

7. Conclusiones

7.1 Conclusiones basadas en las encuestas

Datos generales

La encuesta fue realizada a un total de 90 personas, la mayor parte de los cuales tienen entre 20 y 35 años, siendo la mayoría de género femenino con un 61, 11% frente a un 38, 89% de los encuestados de sexo masculino.

Así mismo, el 53% de los encuestados no ha residido nunca en el barrio de El Toscal, frente a un 37% que sí reside en la actualidad, y un 10% que ha residido en el pasado.

Conclusiones obtenidas

- ➔ De los encuestados, un 48% reside o ha residido en el barrio. La mayor parte de la gente considera que la experiencia de vivir en este es buena (27%), o normal (12%), frente a una minoría que la considera excelente (8%). Un 1% de los encuestados consideraron que la experiencia de residir en el barrio ha sido mala. Por lo general, la gente que ha vivido o vive en el barrio considera que este es un buen lugar para vivir, y que se han sentido a gusto residiendo en él.
- ➔ La mayoría de la gente considera que las tiendas, comercios y negocios que hay en el barrio son buenos. Esto se debe en parte, a que el barrio se caracteriza por tener muchos pequeños comercios, los cuales llegan a ser conocidos por la gente del barrio y frecuentados por ellos.
- ➔ La mayoría de la gente opina que la limpieza y el cuidado del barrio dejan mucho que desear, siendo este uno de los grandes problemas que acumula El Toscal, dado la gran cantidad de residuos que se generan en los comercios y en las casas, sumado a la falta de higiene que se puede ver en sus calles (defecaciones y orines de animales, basura en el suelo, etc.).
- ➔ La mayoría de la gente considera que las actividades llevadas a cabo por las asociaciones vecinales del barrio podrían ser mejorables.
- ➔ Uno de los aspectos del barrio mejor considerado por la gente es su ubicación, la cual tildan de excelente, ya que este se encuentra en el centro de Santa Cruz de Tenerife, y próximo a varios puntos importantes de la ciudad, como La Plaza Weyler, La calle de El Castillo, La Plaza del Príncipe, La Plaza Candelaria, La Plaza España, La Avenida Anaga, o El Parque García Sanabria, entre otros.

- La gente considera en su mayoría, que el mobiliario público del barrio podría mejorarse considerablemente, sobre todo respecto a los varios edificios abandonados o en ruinas que allí se encuentran.
- La mayoría de la gente considera que el turismo dentro del barrio es casi nulo, ya que este no está lo suficientemente aprovechado.
- Cuando se le pregunta a la gente sobre aspectos positivos del barrio, la mayoría de los encuestados hace alusión a su localización, seguido de otros aspectos importantes, como la seguridad: la gente considera que el barrio es un lugar seguro para vivir. Así mismo, se encuentran satisfechos, en general, con los vecinos que en él residen y la gente que lo frecuenta. Se considera que hay un buen ambiente en el barrio. Por último, una minoría valora la presencia histórica, sus edificios, y El Parque García Sanabria, que se encuentra en sus proximidades.
- Cuando se le pregunta a la gente sobre aspectos que mejorarían o cambiarían del barrio, la mayoría nombra su limpieza, seguido de los edificios, debido al abandono que hay de alguno de ellos. También, se nombra mucho el mobiliario urbano, el cual, en algunos casos, se encuentra algo desmejorado. Una minoría habla de mejorar los aparcamientos, ya que otra problemática dentro del barrio para las personas que viven en él es la falta de aparcamientos, parkings, o lugares públicos donde poder aparcar, y la falta de lugares de ocio y otros negocios. También, un 7% de los encuestados hicieron alusión a otros aspectos como: la posibilidad de peatonalizar el barrio, la disminución del ruido, abrir espacios gastronómicos, más vida laboral los fines de semana, abrir zonas deportivas, etc.
- La mayoría de las personas encuestadas recomendarían el barrio para vivir y trabajar en él, y una minoría solo lo recomendaría para vivir.
- El lugar más conocido de El Toscal es El Parque García Sanabria, que se encuentra en sus proximidades, y es el único punto verde del barrio y de la ciudad. (el 84% de la gente lo reconoce), seguido de la plaza Parque Bulevar, que es reconocida por un 82%, y el edificio de la sede de CajaCanarias, que se encuentra en dicha plaza. Estos serían, por lo tanto, los lugares y edificios más conocidos y representativos según la gente. Otros sitios conocidos son el Museo Militar Almeida, La Iglesia San José, o El Hotel Taburiente. En cambio, La Casa Burgada, La Plaza Astrológica Pessoa, o el Huerto urbano de El Toscal, son poco conocidos por la gente. Una minoría de un 1% de los encuestados admite no reconocer ninguno de los lugares, edificios o monumentos nombrados.
- El lugar que la gente más se decantaría por visitar es El Parque García Sanabria, siendo votado por un 64% de los encuestados, seguido de La ciudadela del pasaje de Calle Santiago (las ciudadelas son construcciones típicas de El Toscal), y El Templo Mágico, o la casa Pisaca. En cambio, El Hotel Taburiente, o negocios como El Restaurante La Oliva del Toscal, El Restaurante La Tagliatella, o la cervecería Santa Cruz Bulevar, han sido votados como los que la gente visitaría menos. Una minoría

de un 1% de los encuestados admite no querer visitar ninguno de los lugares nombrados en la encuesta.

- ➔ A la pregunta, que otros lugares, edificios o monumentos te gustaría visitar, la mayoría de la gente nombró La Iglesia del Pilar, La plaza del Príncipe, El Edificio Círculo de Amistad XII de enero o La Plaza de la Pila.
- ➔ La mayoría de la gente está de acuerdo con que el barrio es un lugar de interés histórico, dada su antigüedad.
- ➔ La mayoría de la gente está de acuerdo con que el barrio es un lugar de interés turístico.
- ➔ La mayoría de la gente está de acuerdo en que el barrio es un lugar de interés cultural.
- ➔ La institución del barrio más reconocida por la gente es El Huerto de El Toscal, seguida de la casa de la juventud del Toscal (abierta desde febrero de 2019). Un 35% de los encuestados reconocen no conocer ninguna de las instituciones nombradas en las encuestas. La institución menos conocida sería la Asociación Para (solo un 2% la reconoce).
- ➔ La propuesta que más apoyaría la gente sería la de realizar una limpieza a fondo del barrio (71%), seguida de potenciar un mayor desarrollo de actividades culturales dentro del barrio (62%), y un mayor desarrollo de actividades de ocio (54 %). La propuesta menos votada sería la de difundir publicidad y propaganda del barrio (32%), y un 2% no aprobaría ninguna de las propuestas.
- ➔ La mayoría de la gente (54%) considera que el barrio no es aún un lugar atractivo para el turismo, pero podría llegar a serlo.
- ➔ La mayoría de la gente (91%) considera que sería útil para el barrio tener una marca de barrio.

La opinión general de la gente respecto al barrio

- Es un lugar de interés histórico y cultural.
- Podría mejorar en cuanto a la limpieza y el abandono de algunos edificios.
- Es un buen lugar para vivir.
- Se encuentra céntrico, su localización es muy buena.
- Hay una necesidad de homogenizar el barrio.
- Es un barrio bonito.
- Tiene edificios y monumentos de interés turístico.
- Está envejecido.
- Es parte del casco antiguo de la capital.
- Necesita más ocio.
- Está abandonado y sucio.
- Necesita un lavado de cara.
- Es un barrio con potencial.
- Es un barrio tranquilo y familiar.
- Es un barrio antiguo y emblemático.
- Le faltan actividades de interés para residentes y turistas.
- Hace falta más aparcamiento.
- Hace falta la mejora de su mobiliario público.

7.2 Conclusiones basadas en las entrevistas

Datos generales

Las entrevistas han sido realizadas a cuatro perfiles distintos, pero representativos del barrio:

- Una vecina.
- Un propietario de negocio muy frecuentado en El Toscal.
- Una empleada en una entidad que se mueve en el barrio.
- Un presidente de una asociación de vecinos.
-

Conclusiones obtenidas

- ➔ Los entrevistados consideran útil una marca de barrio para promocionarlo, no sólo de cara a un sector más turístico, sino para la mejora de la vida cotidiana de los vecinos del barrio.
- ➔ Los entrevistados coinciden en que las casas antiguas con fachadas de colores son los elementos más representativos del barrio, junto con otras construcciones como las ciudadelas.
- ➔ Los entrevistados coinciden en que El Toscal tiene potencial turístico debido a su carácter histórico, pero que aún necesita mejorar en varios aspectos para que esto pudiera llegar a ser del todo cierto.
- ➔ Los entrevistados coinciden en que lo primero que mejorarían del barrio sería la reconstrucción de los edificios antiguos, darles una utilidad a los que están abandonados, y la limpieza.
- ➔ Tres de los entrevistados desconocían la condición del barrio de bien de Interés Cultural en la categoría de Conjunto Histórico Artístico, y solo uno era consciente de ello, ya que su asociación vecinal fue la que luchó por que dicho título fuera atribuido al barrio. La opinión general es que, pese a que este título sea motivo de orgullo para el barrio, no ha hecho que se consiga que se mejore la condición de los edificios. Además, dos de los entrevistados opinan que esto ha hecho que suba el precio de las viviendas dentro del barrio, y se especule con las construcciones antiguas.
- ➔ La gente considera el pequeño comercio como una seña de identidad del barrio.
- ➔ Los entrevistados coinciden en convertir las casas antiguas o solares en espacios culturales.

7.3 Conclusiones personales

Mi opinión es que, igual que la mayoría de la gente encuestada, el barrio tiene un potencial turístico muy notable, empezando por su carácter y estilo único. Al ser el primer barrio y, por lo tanto, el más antiguo de Santa Cruz, los edificios que en él se encuentran, las calles estrechas, callejones y ciudadelas le imprimen una personalidad que lo diferencia del resto de las zonas la ciudad, y lo hace único.

Sin embargo, y a pesar de estar declarado patrimonio histórico, este barrio no goza del privilegio de tener un buen mantenimiento precisamente. Sus calles se encuentran sucias, la propia gente que pasa por él permite que los perros defequen y orinen en ellas, y se pueden ver colillas y otro tipo de residuos en la calle.

Además, la basura que generan los pequeños comercios, sumada a la de los propios vecinos, hace que sus contenedores estén siempre abarrotados, huelan mal, y sea desagradable pasar frente a ellos, por no hablar de los pocos que se usan para reciclar.

A esto se le suma el abandono de ciertas estructuras, mobiliario público, edificios o solares, que generan la sensación de un lugar abandonado y poco cuidado.

La falta de aparcamiento es otro problema que tienen los vecinos del barrio que tienen coche, pero no un garaje privado donde aparcarlo.

También sería enriquecedor para el barrio aprovechar estos espacios deshabitados para generar nuevos comercios de ocio, que pudieran atraer a más gente, dando así un poco más de ambiente al barrio, pero también aprovechar su carácter cultural

Por lo tanto, el barrio necesita ser mejorado en distintos niveles, ya no solo para que pueda ser de interés de cara al sector turístico, sino para conseguir mejorar el día a día de las personas que residen y trabajan dentro de él.

Este sería el primer paso para convertirlo en un sitio importante dentro de Santa Cruz, y debería de preceder a la creación de una marca que lo publicite, es decir, primero habría que perfeccionar el producto antes de venderlo.

Esto podría llegar a ser posible y útil para el barrio, su imagen, vecinos, comercio, etc. Se podría dar a conocer hacia fuera, puesto que el potencial ya lo tiene, solo falta un mayor cuidado y mimo.

Para los toscaleros sería un orgullo y una alegría ver nuestro barrio crecer, mejorar, y dejar de ser un esbozo, para convertirse en lo que para nosotros siempre ha sido: un lugar bonito y único, pero, sobre todo, un lugar cuidado donde vivir.

8. Bibliografía

Definición de identidad corporativa:

Conway Lloyd, Morgan, “¿Qué es una identidad corporativa?”, *Logos, logotipos, identidad, marca, cultura*, Barcelona: Editorial Índex Books S.L, 1999, pág. 47.

Definición de logotipo:

Conway Lloyd Morgan, “¿Qué es un logotipo?”, *Logos, logotipos, identidad, marca, cultura*, Barcelona: Editorial Índex Books S.L, 1999, pág. 15.

Definición de marca:

Conway Lloyd Morgan, “¿Qué es una marca?”, *Logos, logotipos, identidad, marca, cultura*, Barcelona: Editorial Índex Books S.L, 1999, pág. 75.

Definición de marketing urbano:

Tesserras, Jordi Juan, *La tematización de las ciudades: el uso de la cultura en las estrategias de desarrollo local y promoción del turismo urbano*, Universidad de Barcelona, (2004).

Carnaval de Santa Cruz de Tenerife:

V.A, *El carnaval de Santa Cruz de Tenerife: Su influencia en el sector turístico y económico de la isla*, 2017.

Turismo en Canarias:

V.A, *Promoción en imagen del turismo en Canarias*, pág. 4.

Logos de las islas:

Hernández Borges, Aaron, “Marca de las islas”, *Puerto de la Cruz. Marca de destino turístico (Proyecto de fin de grado)*, págs. 34-36. Universidad de La Laguna, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife, 2016.

La imagen de la ciudad:

Lynch, Kevin, *La Imagen de la ciudad*, Editorial MIT Press, 1960.

García Herrera, L.M, Díaz Rodríguez M.C, *La transformación morfológica y social en el barrio de El Toscal*, Universidad de La Laguna.

Briceño Ávila, Morella, Gil Sheuren, Beatriz, *Ciudad, Imagen, y percepción*, Venezuela, 2004.

Gehl, Jan, *Ciudades para las personas*, Ediciones Infinito, Buenos Aires, Argentina: 2010.

Gehl, Jan, *La humanización del espacio urbano*, Editorial Reverte, 1971.

9. Webgrafía

Modelo de negocio:

https://es.wikipedia.org/wiki/Modelo_de_negocio

Mapa de empatía:

<https://www.rdstation.com/es/blog/mapa-de-empatia/>

Definición de claim:

<https://primeroestrategia.com/2014/04/24/tagline-eslogan-o-claim-de-marca/>

Definición de city branding:

<http://lisandrocaravaca.es/marca-villena-como-aprender-a-venderse-y-no-morir-en-el-intento/>

Definición de cultura:

<http://www.rae.es/>

Definición de estrategia corporativa:

<https://blog.acsendo.com/los-elementos-clave-para-disenar-la-estrategia-corporativa/>

Definición de marca de ciudad:

https://www.google.com/search?q=definici%C3%B3n+de+marca+de+ciudad%C3%A7&rlz=1C1CHBF_esES840ES840&og=definici%C3%B3n+de+marca+de+ciudad%C3%A7&aqs=chrome..69i57j0l2.4291j1j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Definición de marca de ciudad/2:

<https://elblogdefarina.blogspot.com/2015/04/identidad-y-marca-ciudad.html>

Definición de marketing:

<https://www.cyberclick.es/marketing>

Definición de city marketing:

<https://marketingconsandra.com/marketing-de-ciudades-y-el-turismo-ciudad-como-marca/>

Definición de merchandising:

https://www.google.com/search?q=merchandising+definici%C3%B3n&rlz=1C1CHBF_e_sES840ES840&oq=merchandising+definici%C3%B3n&aqs=chrome..69i57j0l5.6995j1j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Definición de tagline:

<https://www.emezeta.com/articulos/que-es-un-tagline>

El Toscal:

[https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Historia de El Toscal:

<http://www.revistabinter.com/2017/09/25/origenes-desarrollo-del-barrio-toscal/>

Distribución de El Toscal:

[https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Restaurantes:

[https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Toscal_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Curiosidades:

http://amigos25julio.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1311:el-toscal&catid=65:conferencias&Itemid=105

Turismo en Santa Cruz de Tenerife:

https://es.wikipedia.org/wiki/Santa_Cruz_de_Tenerife

Presidencia del gobierno:

<https://www.webtenerife.com/tenerife/arte-y-cultura/arquitectura/contemporanea/presidencia+del+gobierno+canario.htm>

Centro Internacional de Ferias y Congresos:

https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_Internacional_de_Ferias_y_Congresos_de_Tenerife

TEA (Espacio de las Artes):

https://es.wikipedia.org/wiki/Tenerife_Espacio_de_las_Artes

Edificio de CajaCanarias:

<https://www.webtenerife.com/tenerife/arte-y-cultura/arquitectura/contemporanea/sede+central+cajacanarias.htm>

Auditorio de Tenerife:

https://es.wikipedia.org/wiki/Auditorio_de_Tenerife

Parque de La Granja:

https://es.wikipedia.org/wiki/Parque_de_La_Granja

Parque Cultural Viera y Clavijo:

https://es.wikipedia.org/wiki/Parque_Cultural_Viera_y_Clavijo

Palmetum de Santa Cruz de Tenerife:

https://es.wikipedia.org/wiki/Palmetum_de_Santa_Cruz_de_Tenerife

Plaza de España:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_Espa%C3%B1a_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_Espa%C3%B1a_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Plaza Isabel II:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_Isabel_II_\(Santa_Cruz_de_Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_Isabel_II_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Plaza de la Candelaria:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza de la Candelaria \(Santa Cruz de Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_la_Candelaria_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Plaza Weyler:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza Weyler](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_Weyler)

Plaza del Príncipe:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza del Pr%C3%ADncipe \(Santa Cruz de Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_del_Pr%C3%ADncipe_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Plaza de Europa:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza de Europa \(Santa Cruz de Tenerife\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_Europa_(Santa_Cruz_de_Tenerife))

Plaza de 25 de julio:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza de 25 de Julio](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_de_25_de_Julio)

Plaza del Chicharro:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza del Chicharro](https://es.wikipedia.org/wiki/Plaza_del_Chicharro)

Escultura urbana:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Santa Cruz de Tenerife#Escultura urbana](https://es.wikipedia.org/wiki/Santa_Cruz_de_Tenerife#Escultura_urbana)

Carnavales:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Santa Cruz de Tenerife#Carnavales](https://es.wikipedia.org/wiki/Santa_Cruz_de_Tenerife#Carnavales)

Puerto de la Cruz:

<https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/puerto-cruz/?tab=3&tab-view-mode=cuadrícula>

Teide:

<https://www.webtenerife.com/que-visitar/parque-nacional-del-teide/?tab=1>

Médano:

<https://www.webtenerife.com/que-visitar/playas/el+medano.htm#>

Adeje:

<https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/adeje/?tab=1>

Playa de las Américas:

https://es.wikipedia.org/wiki/Playa_de_las_Am%C3%A9ricas

Turismo en Canarias:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Canarias#Turismo>

Que ver en cada isla:

<http://www.revistabinter.com/2017/12/20/que-ofrece-cada-isla-al-turismo-en-canarias/>

Marca de ciudad:

https://es.wikipedia.org/wiki/Marca_ciudad

Marca de ciudad/2:

<https://foroalfa.org/articulos/construccion-de-la-marca-ciudad>

Identidad corporativa de Santa Cruz de Tenerife:

https://www.santacruzdetenerife.es/web/fileadmin/user_upload/web/Ayuntamiento/Gobierno_de_la_Ciudad/Identidad_corporativa/MICSANTACRUZ.pdf

Marca de Las Islas Canarias:

<https://www.futurebrand.es/islas-canarias/>

Marca de Tenerife:

<https://www.futurebrand.es/tenerife/>

Barrio Rojo de Ámsterdam:

https://es.wikipedia.org/wiki/Barrio_rojo_de_%C3%81msterdam

Imagen de la ciudad:

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/229/27.htm>



Titulación: Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico

Trabajo de Fin de Máster

Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de Marca de Barrio

Anexos



Titulación: Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico

Trabajo de Fin de Máster

Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de Marca de Barrio

A. Encuesta

Índice

Ficha estadística.....	5
Encuesta.....	9
Estudio	39

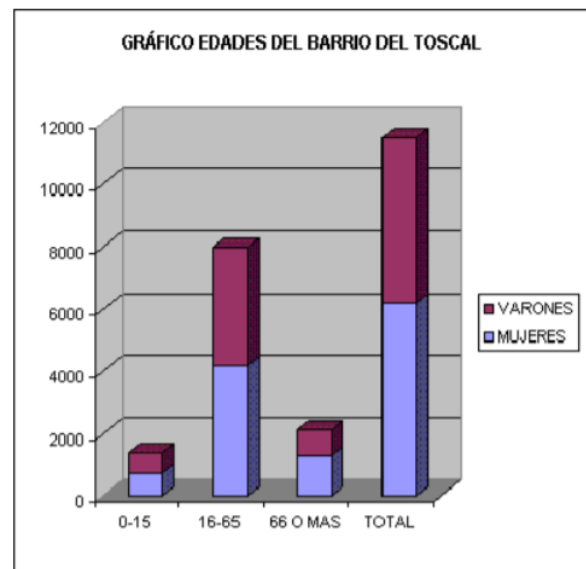
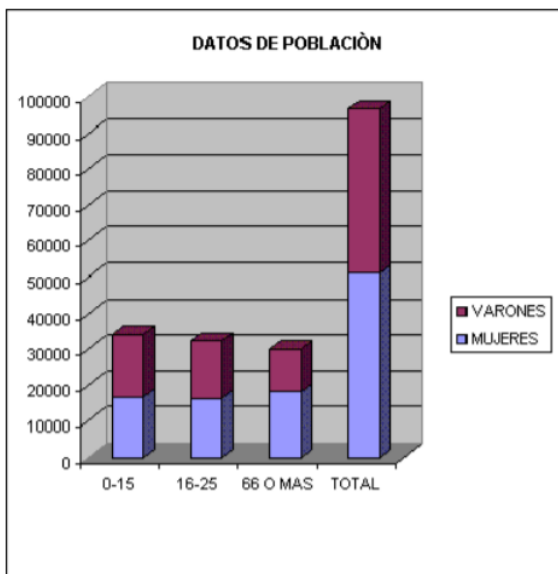
Ficha estadística

Número de encuestados: 90

Población:¹

SANTA CRUZ					
	MUJERES		VARONES		TOTAL
0-15	16703	32,70%	17398	38,23%	34101
16-25	16343	31,99%	16020	35,20%	32363
66 O MAS	18035	35,31%	12096	26,58%	30131
TOTAL	51081	100,00%	45514	100,00%	96595

BARRIO DEL TOSCAL				
	MUJERES		VARONES	
0-15	698	11,29%	700	13,27%
16-65	4183	67,64%	3770	71,46%
66 O MAS	1303	21,07%	806	15,28%
TOTAL	6184	100,00%	5276	100,00%



¹

https://www.urbanismosantacruz.es/sites/default/files/Planeamiento/Panes_Especiales/PE_Toscal/DOC_TEC/INFO/01%20MEMORIA%20DE%20INFORMACION.pdf

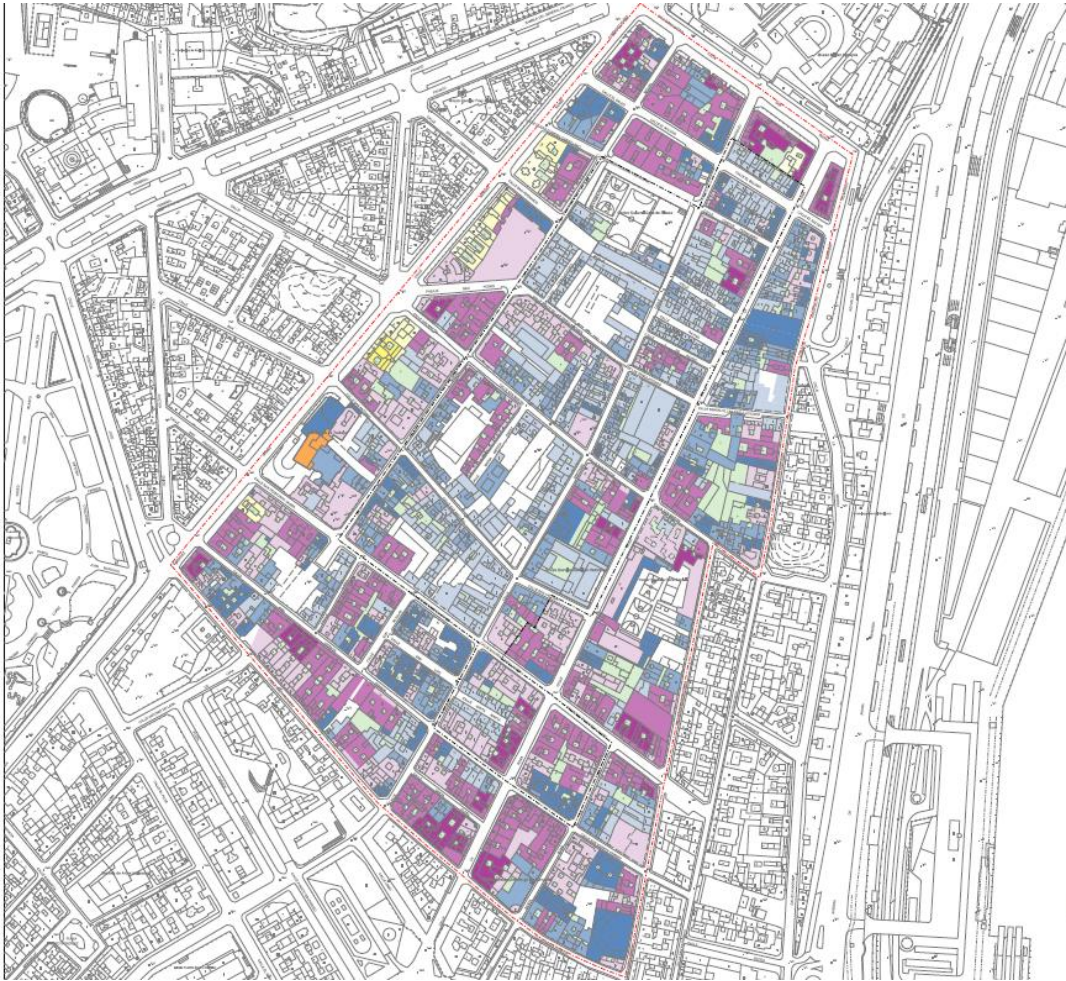


Foto 1: Extensión de El Toscal.

https://www.urbanismosantacruz.es/sites/default/files/Planeamiento/Panes_Especiales/PE_Toscal/DOC_TEC/INFO/PLANOS/01%20PLANOS%20INFORMACION.pdf

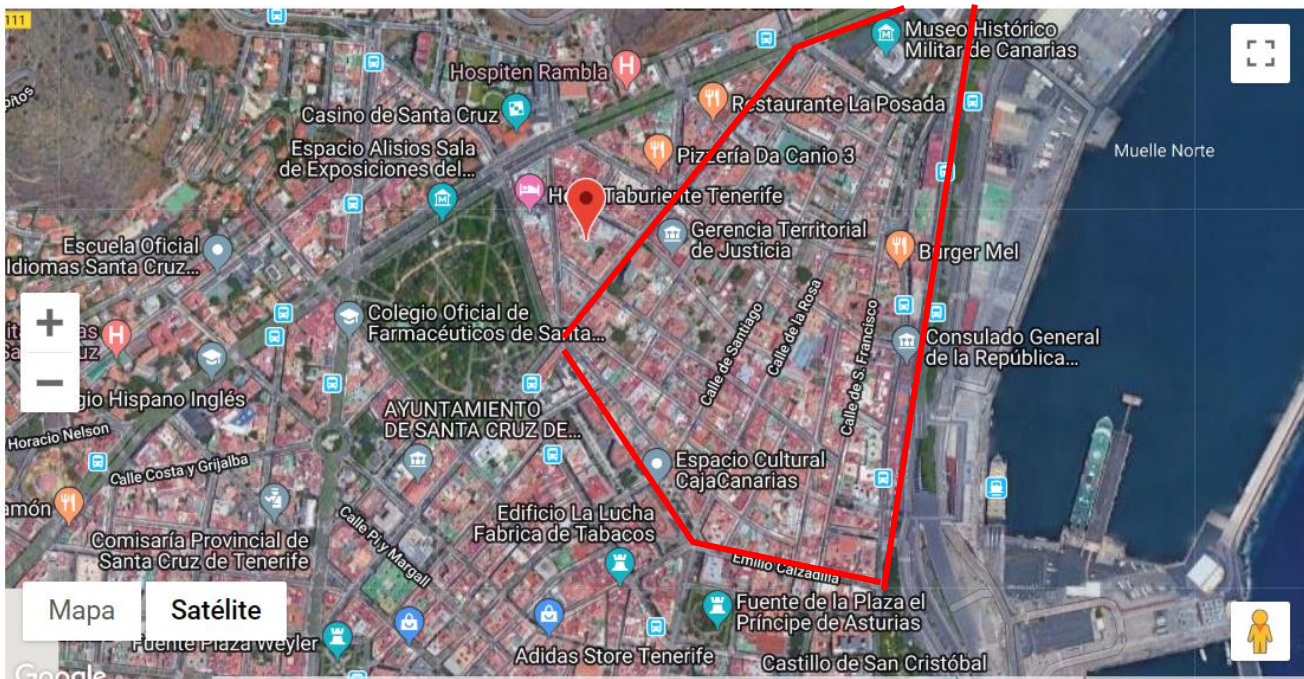
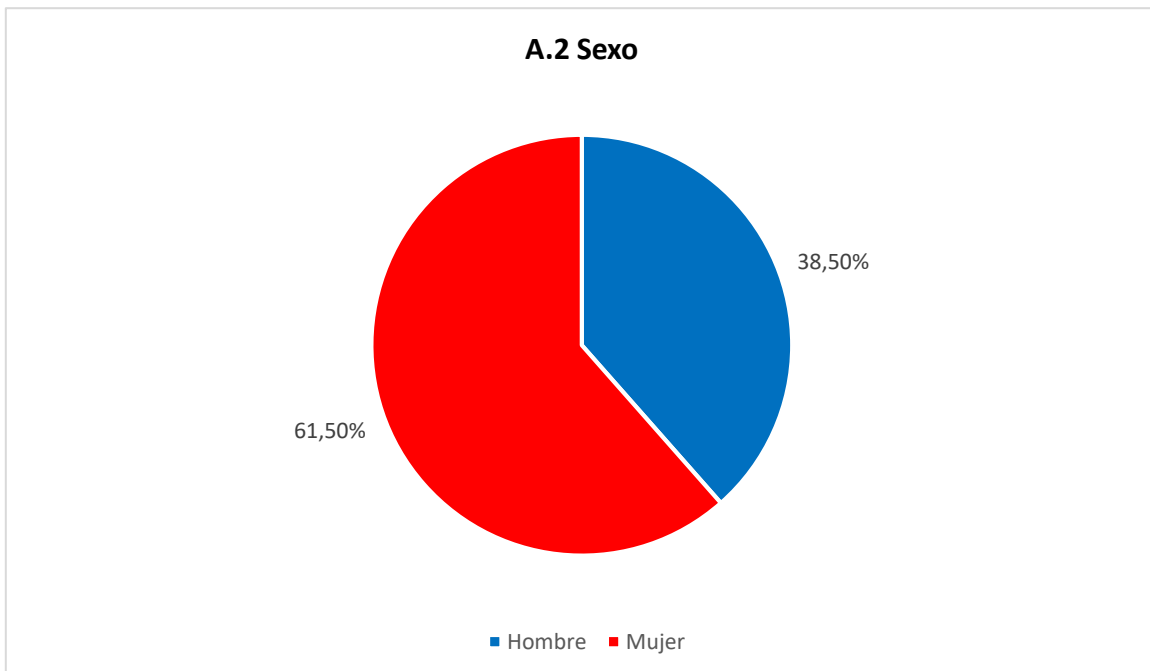
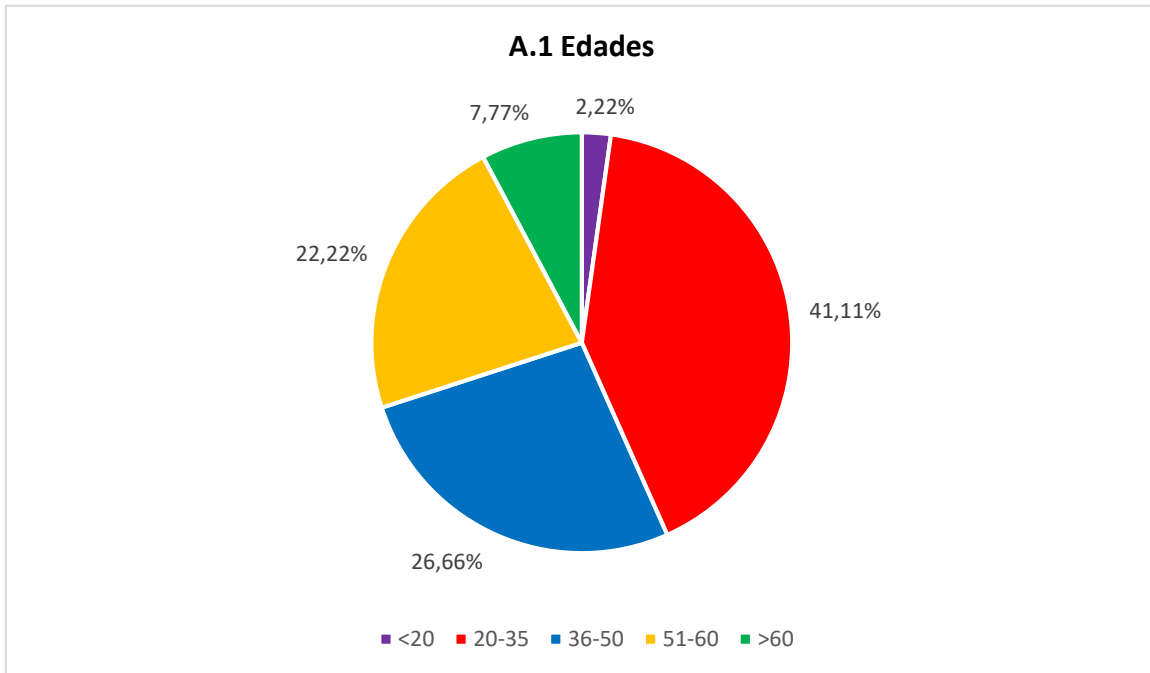


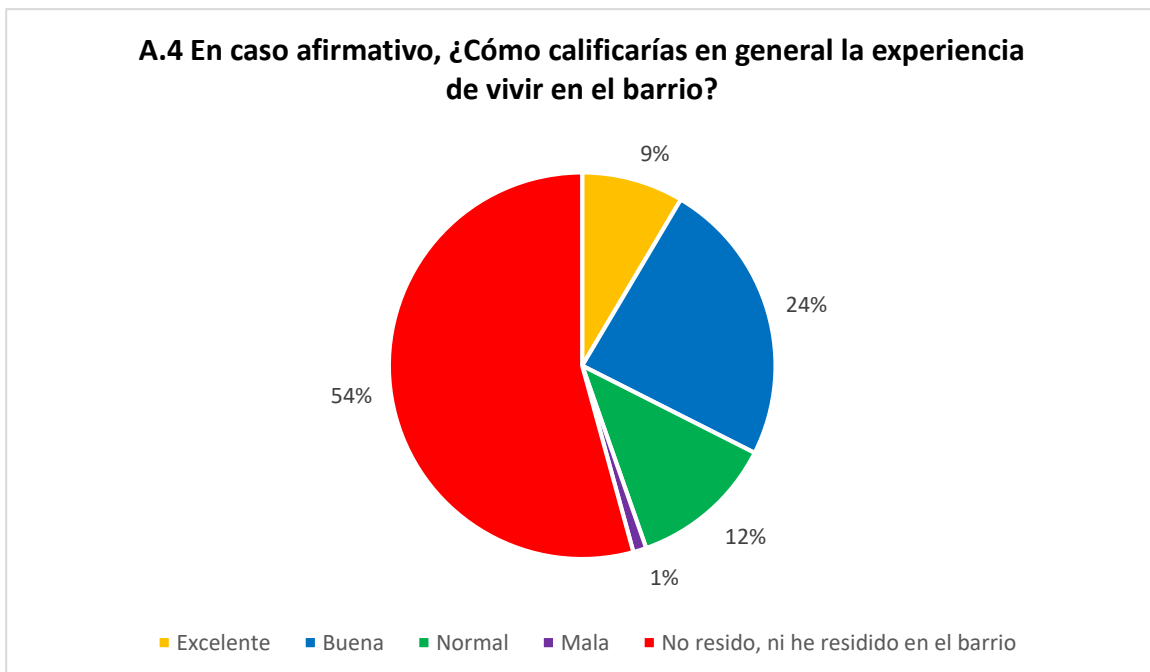
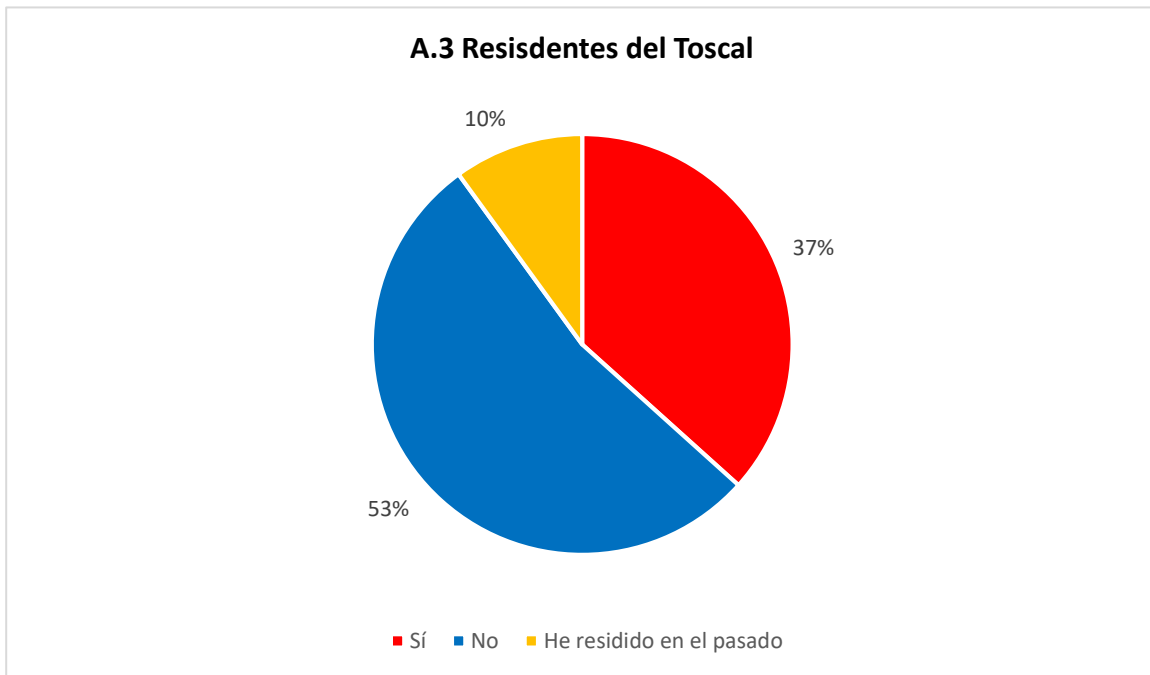
Foto 2: Foto satélite de El Toscal

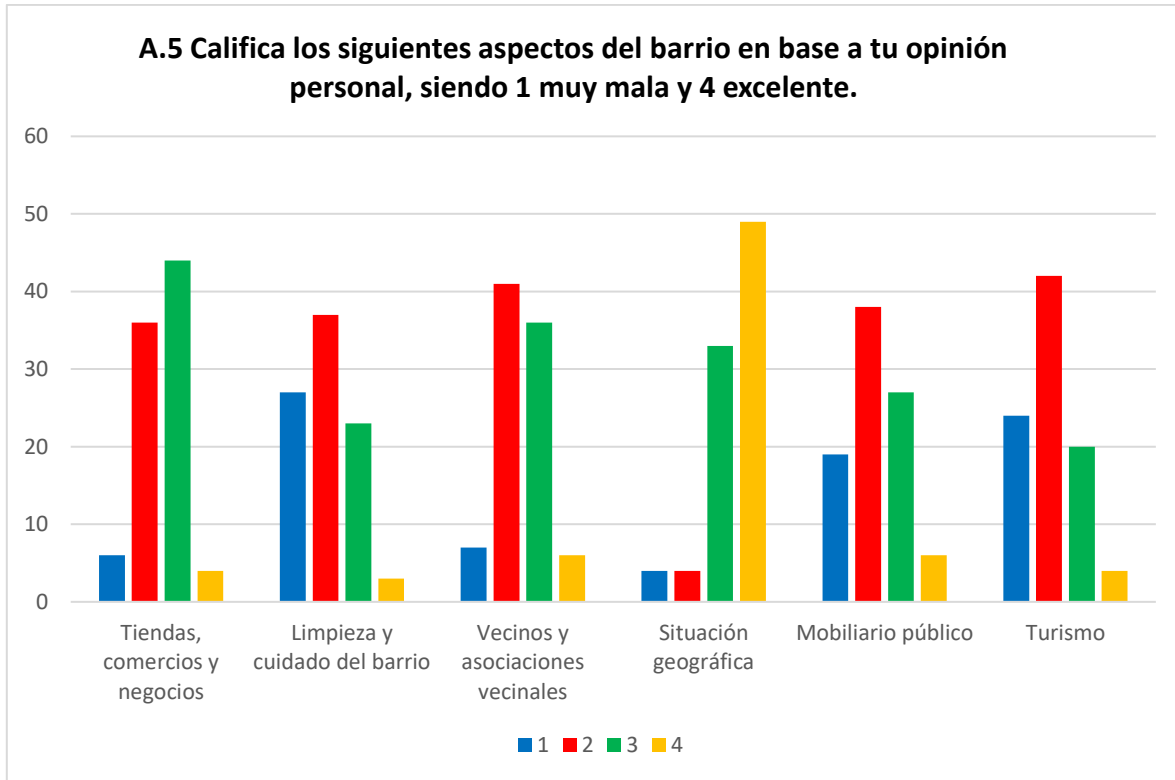
Observaciones:

- La mayoría de los encuestados fueron mujeres jóvenes.
- La pregunta escrita más contestada fue la número 20.
- La pregunta escrita menos contestada fue la 11.
- Las preguntas donde más dudas surgieron fueron las relacionadas con identificar un lugar, edificio, monumento o asociación.

Encuesta







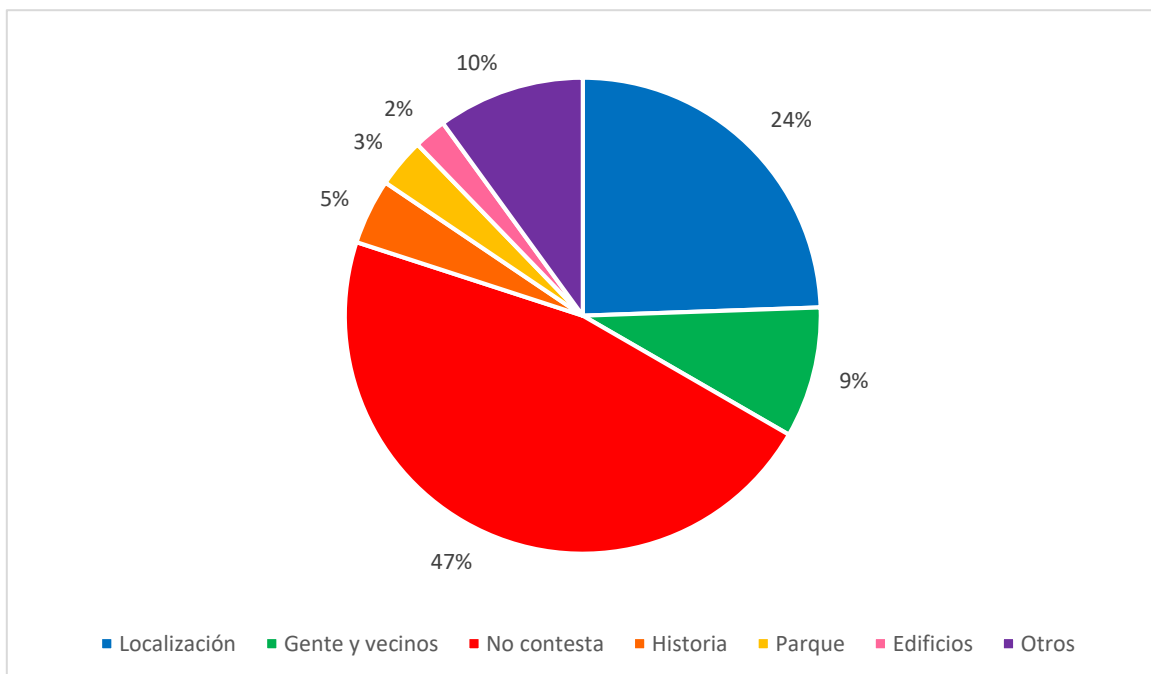
A.6 Nombra algún aspecto o aspectos del barrio que sea positivo o destacable, en base a tu opinión. Si no tienes nada más que añadir pon una x

- X (42).
- Su ubicación, lo cerca que está de todo, el parque García Sanabria, está bien conectado.
- Historia de Santa Cruz barrio emblemático.
- La unión vecinal.
- Cercanía al centro y tranquilidad.
- Céntrico y Patrimonio.
- Está en el centro de la ciudad.
- Tradición.

- Situación. (2)
- Bonito parque.
- Supermercados cerca.
- Las casas antiguas que todavía se conservan.
- Familiaridad.
- Localización.
- El parque García Sanabria.
- Es un buen sitio para vivir, tranquilo, y está cerca de todo.
- El barrio se sitúa en una buena zona de Santa Cruz.
- Se encuentra en el centro de la capital.
- Está cerca todo, muy céntrico.
- Pertenece prácticamente al casco antiguo de Santa Cruz, desaprovechándose su ubicación.
- Es una zona de Santa Cruz que, bien cuidada, podría tener muchísimas posibilidades de convertirse en punto neurálgico de la cultura de la ciudad.
- Muy cerca del centro y buenos servicios.
- Barrio histórico.
- Somos como una familia, nos conocemos todos.
- La situación privilegiada con respecto al transporte público, comercios, etc.
- Historia.

- Es el barrio más antiguo de Santa Cruz. La arquitectura de las casas antiguas, que ahora hay muchas que están reformando. Cercanía con el centro.
- Está en una de las zonas más céntricas de la ciudad.
- Es céntrico y tienes comercio mínimo.
- Cercanía al centro y al mar.
- La convivencia vecinal.
- Variedad de negocios.
- Tiene la zona del Pilar, Anaga, y El Bulevar cerca.
- Tranquilidad.
- Su situación geográfica.
- Tiene todo tipos de servicio y está bien comunicada.
- Seguridad.
- Es un barrio relevante de la ciudad de Santa Cruz, con un vecindario variopinto, lo que da lugar a un sinfín de actividades dada la variedad de usuarios que podría tener.
- La gente (2).
- La idiosincrasia de la gente.
- Su situación (3).
- Muy buena situación en la capital, cerca de las calles y plazas principales de la ciudad.
- La gente del Toscal.

- Murgas.
- Su situación como centro de la ciudad y su gente.
- Parques y plazas.
- Está cerca de todo.
- Los vecinos, la seguridad.



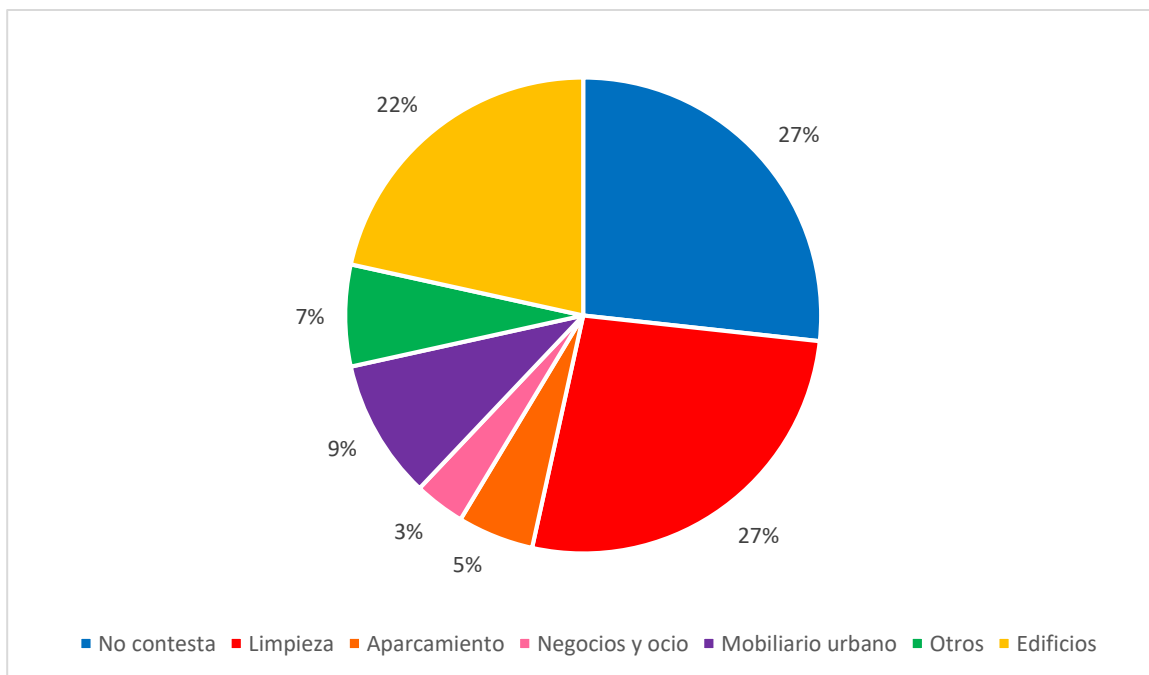
A.7 Nombra que aspecto o aspectos del barrio cambiarías o mejorarías, en base a tu opinión. Si no tienes nada más que añadir pon una x

- X (31).
- La limpieza del barrio.
- Dado el poco aparcamiento que hay, los coches aparcen en las calles, quedando muy estrechas y con una imagen de barrio inaccesible, estresante y sucio.
- La inversión en el barrio.
- Los viejos edificios.
- Comunicación y rehabilitación de los edificios existentes.
- Limpieza, mejora de equipamientos (mobiliario urbano donde se pueda, papeleras, ampliar o estrechar algunas aceras, para facilitar convivencia o mejora de aparcamiento en superficie, facilitar el arreglo de fachadas (incluso subvencionando total o parcialmente materiales, tasas municipales, ocupación de la vía pública...). Limpieza de alcantarillado periódicamente y con tratamiento de control de plagas...
- Aumento de negocios limpieza arreglo casas y fachadas arreglo aceras mejor comunicación con los vecinos más papeleras más farolas.
- Más lugares de ocio nocturno.
- Más parking.
- Limpieza y mejorar los edificios viejos.
- La limpieza de las calles y poner más contenedores de basura.
- La limpieza (6).
- La limpieza y el ambiente de algunas callejuelas, de noche no dan muy buena pinta y evito pasar por allí.
- Fomentaría los locales comerciales, mejoraría las calles, suprimiría aparcamientos si fuese necesario con tal de mejorar la accesibilidad.

- Limpieza, asfaltado, aceras, accesibilidad, parques infantiles, canchas deportivas, basuras soterradas.
- Inmuebles abandonados.
- La limpieza y arreglo de las casas.
- Peatonalización.
- Mucho ruido.
- Remodelación y restauración de fachadas, fomento del comercio.
- Mejora edificios. Pintura. Limpieza. Cuidado en general.
- Suciedad.
- Tener un plan parcial riscal y aplicarlo.
- Aparcamiento.
- Mobiliario urbano, limpieza, aparcamiento.
- La limpieza y es estado de mantenimiento de algunas de las casas más antiguas.
- Limpieza, cuidado de edificios.
- El aparcamiento.
- Es feo, está totalmente descuidado y en ruinas. Da pena. De los barrios más feos e incómodos que he visto en mi vida. Muy lamentable.
- Edificios en malas condiciones y limpieza de las calles.
- Ordenamiento urbano.
- Los ruidos debidos a los bares de copas todas las noches.
- Las edificaciones antiguas reconstruirlas.

- Edificios muy viejos con falta de rehabilitación y aspecto de abandonados.
- Rehabilitación viviendas.
- Las calles, aceras, mobiliario, las fachadas, viviendas.
- La limpieza y el cuidado de las fachadas.
- Limpieza y mejora de las fachadas.
- Limpieza y adecuación de fachadas, pavimento.
- Aparcamientos. Limpieza, muchas calles apestan a meado porque los dueños de los perros no se ocupan. Hay calles que no se puede ni pasar. Más papeleras y contenedores de reciclaje. Cambiar de sitio los contenedores de basura del colegio Onésimo Redondo. En las horas de salida de los colegios que se personen policías locales, las aceras dejan de existir porque están llenas de coches (San Martín y San Juan Bautista, colegio Hogar Escuela).
- Arreglar las fachadas de las casas.
- Limpieza y tejido asociativo.
- Limpieza, plan de innovación del patrimonio mobiliario.
- Haría en las antiguas ciudadelas espacios gastronómicos.
- Mejoras del mobiliario, así como la rehabilitación de las fachadas de algunos edificios.
- Más limpieza, calles mejor asfaltadas, terminar con viviendas abandonadas y sucias.
- Renovación del aspecto (parece una zona vieja).
- Limpieza de las calles.
- El servicio de limpieza y la restauración de los edificios antiguos.
- Más vida laboral los días fines de semana.

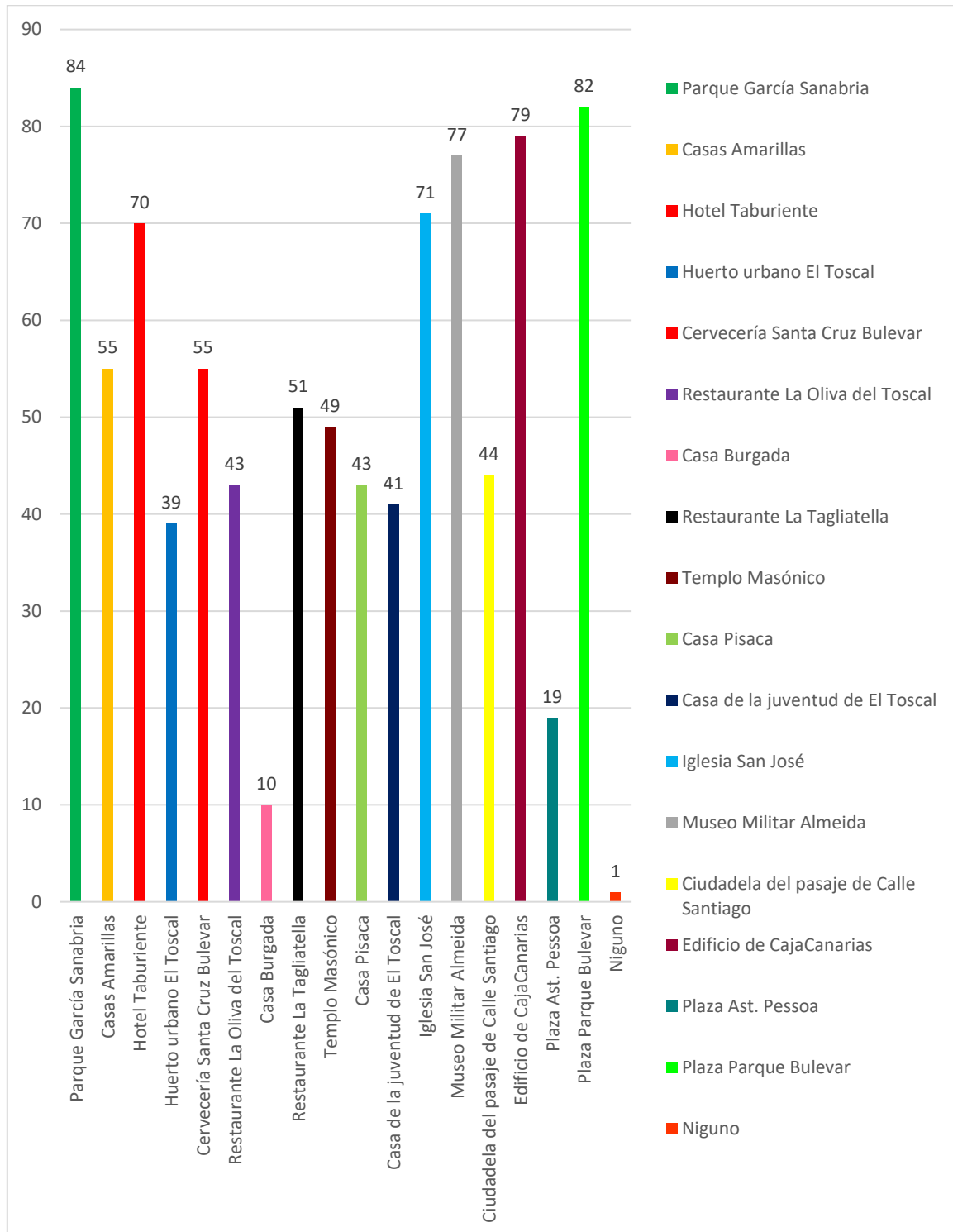
- La limpieza de sus calles y solares. La mejora de las fachadas antiguas. Utilizar las ciudadelas desocupadas en restauración y/o cultura. En los solares libres sacar a concurso parking.
- Calles sucias y viejas, casas en ruina, no hay centros deportivos.
- Zonas deportivas.
- Mejora de instalaciones deportivas.



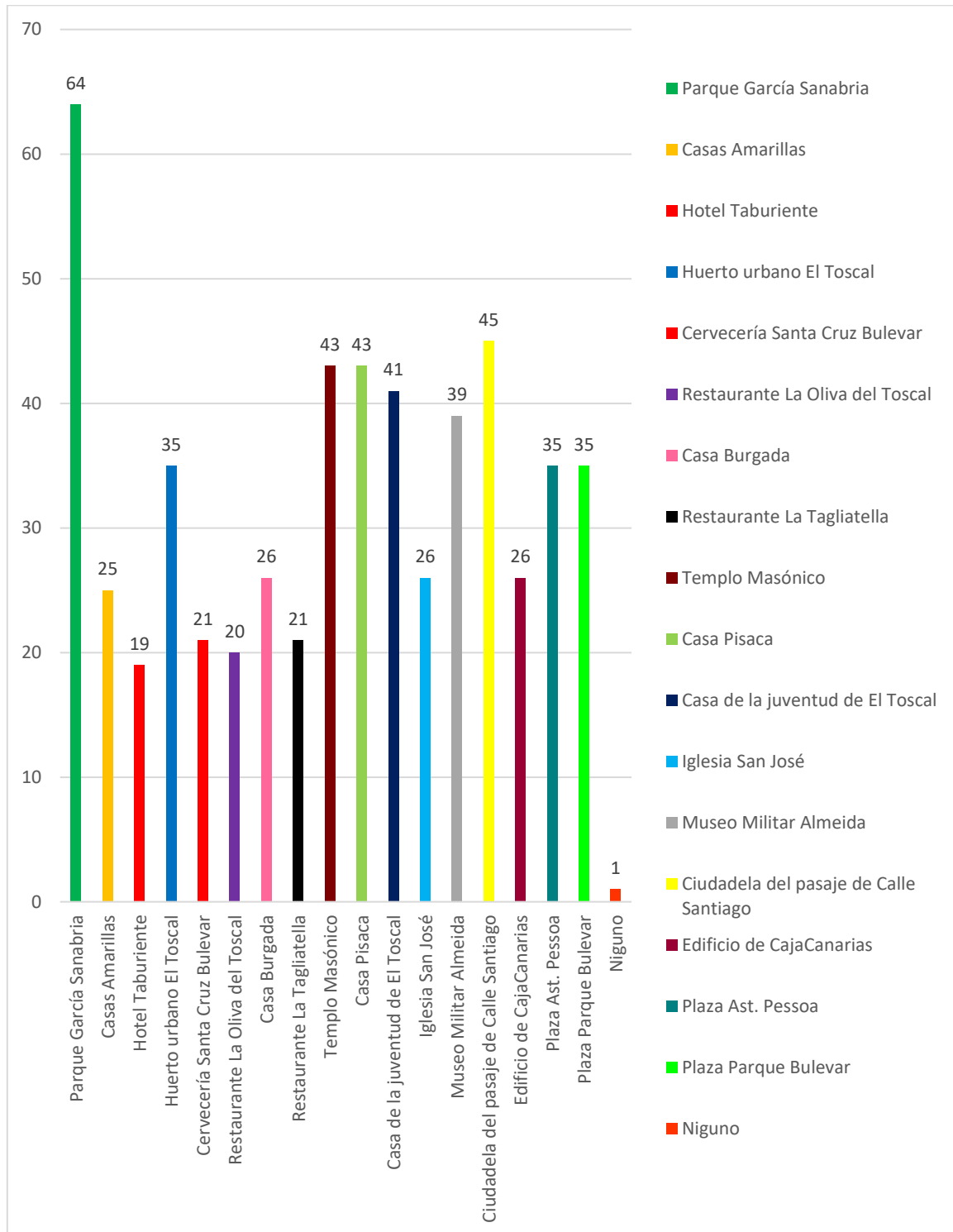
A.8 ¿Recomendarías el barrio para vivir o trabajar en él?



A.9 Marca los lugares, edificios, monumentos del barrio que conozcas

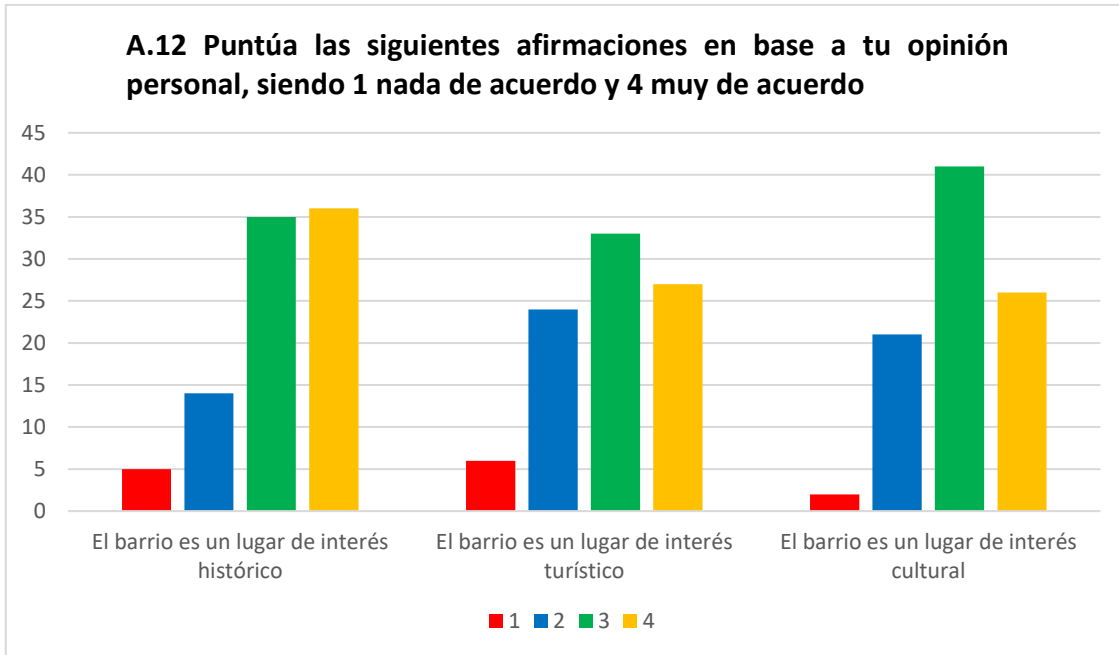


A.10 Una vez señalados los lugares que conoces, marca los que te gusta o gustaría visitar

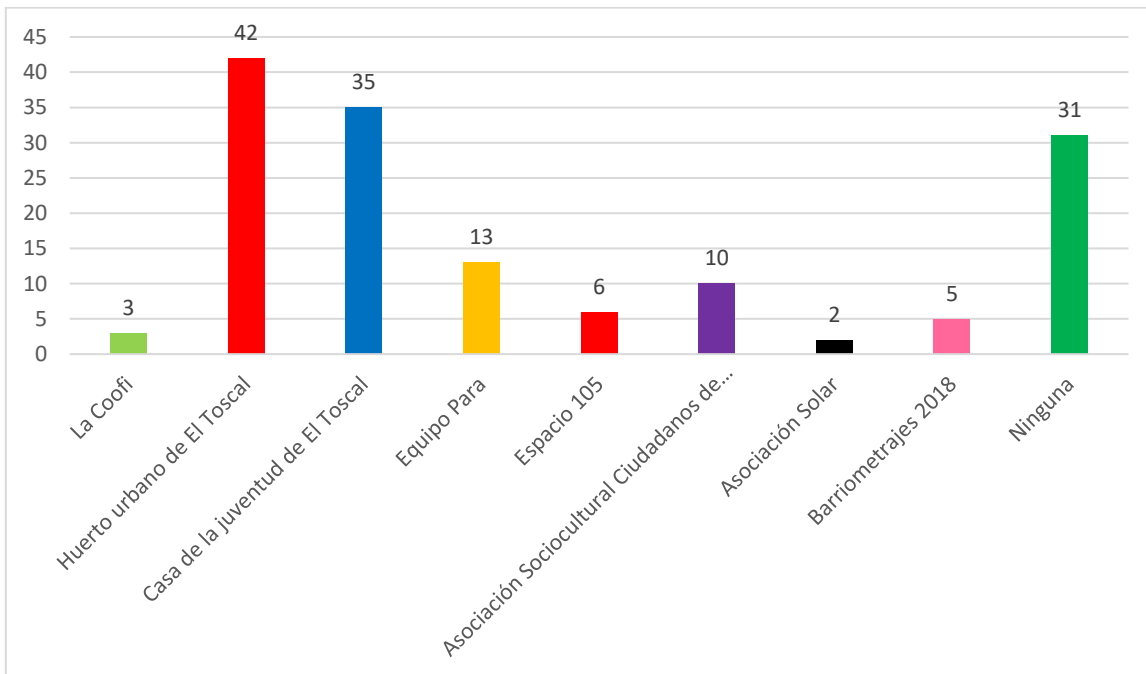


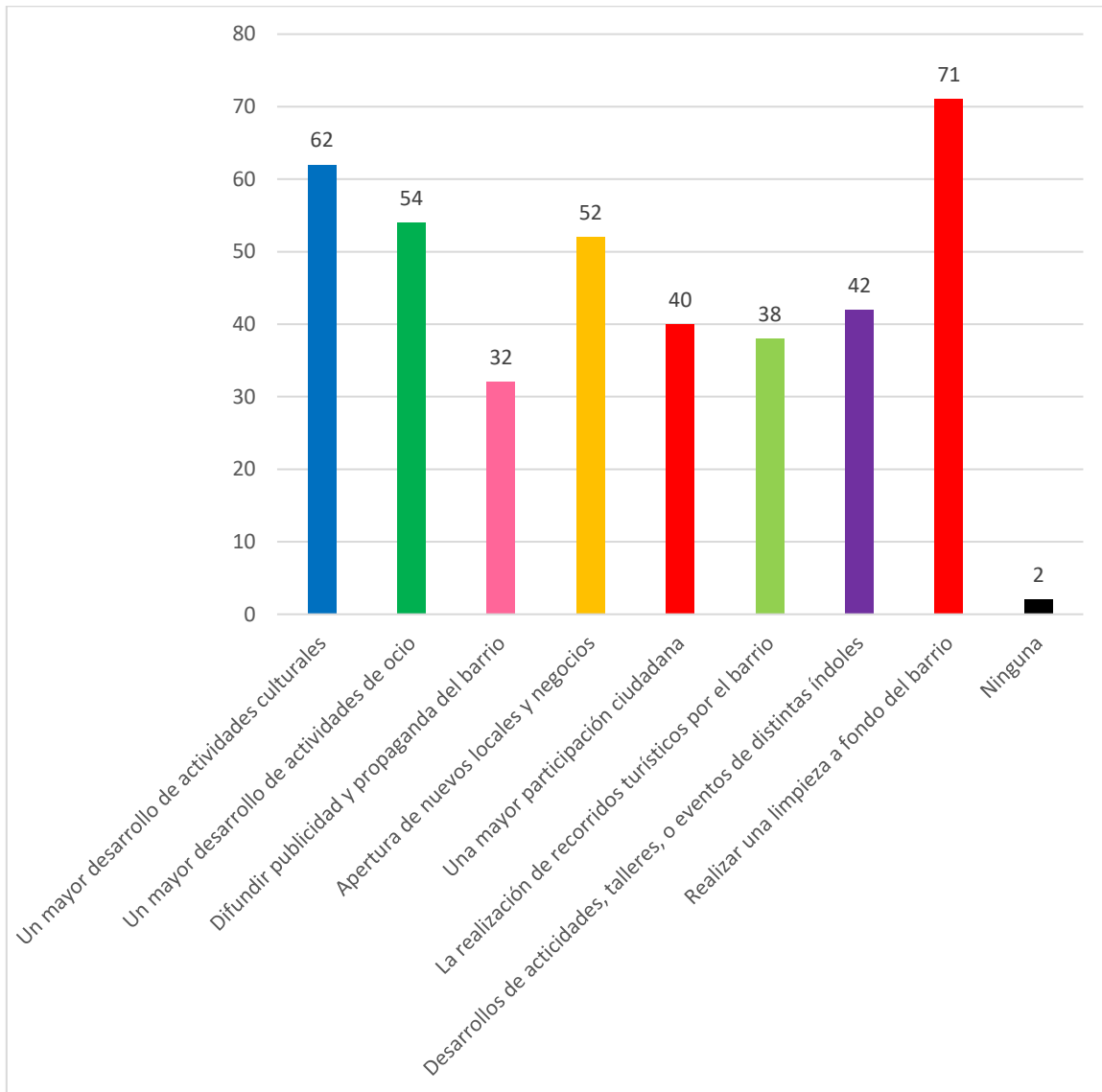
A.11 Añade, si los hubiera, otros lugares, edificios, o monumentos del barrio que conoces y te gusta o te gustaría visitar. Si no tienes nada más que añadir pon una x

- X (78).
- La Iglesia del Pilar.
- La casa Siliuto y la casa Bergara.
- La muralla, la cancha de Pisaca, La Plaza de la Pila.
- Iglesia San Francisco de Asís, Orden Tercera, Círculo de Amistad XII de enero, Pinacoteca Municipal, Plaza del Príncipe, Plaza de San Antonio de Texas, La Plaza de la Constitución.
- El Grand Hotel Mencey.
- La muralla.
- La Iglesia de El Pilar y su plaza.
- Plaza Ireneo González, Plaza de El Príncipe.
- El monumento a Pedro Gómez Cuenca, La Flor de Alicante 2, Calle de la Rosa.
- Plaza de la Pila.
- El edificio del círculo de Amistad XII de enero.
- El monumento de Charlot.



A.13 Marca las instituciones que conozcas dentro del barrio



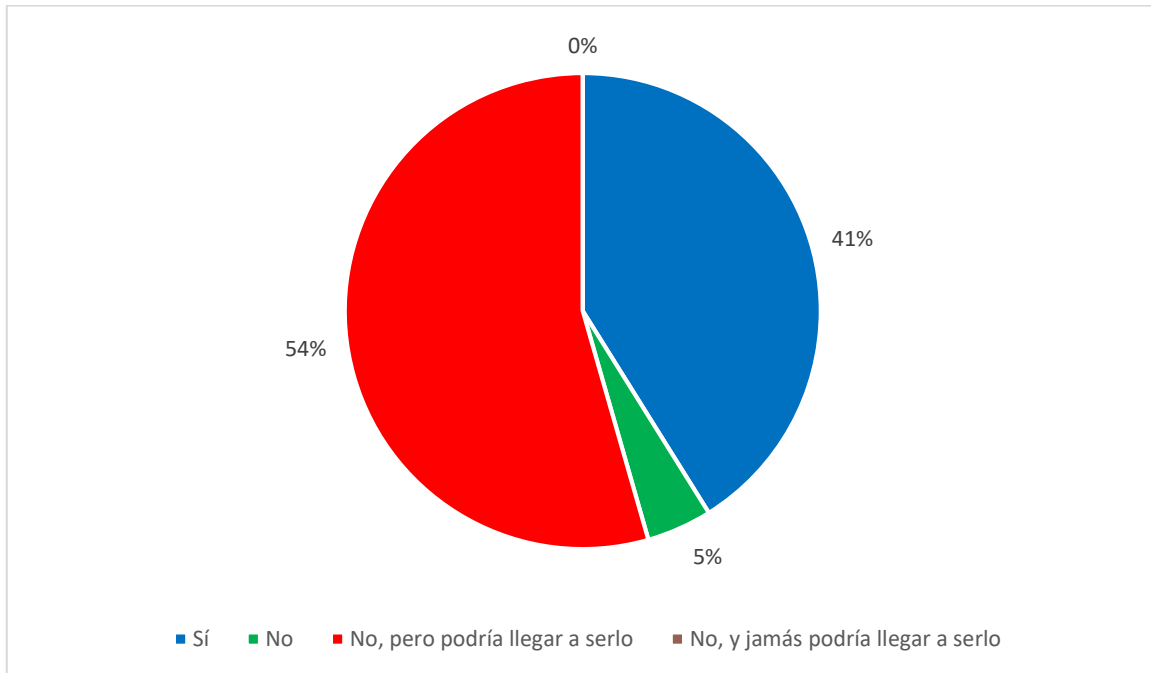
A.14 Marca las propuestas que consideres buenas o necesarias para el barrio

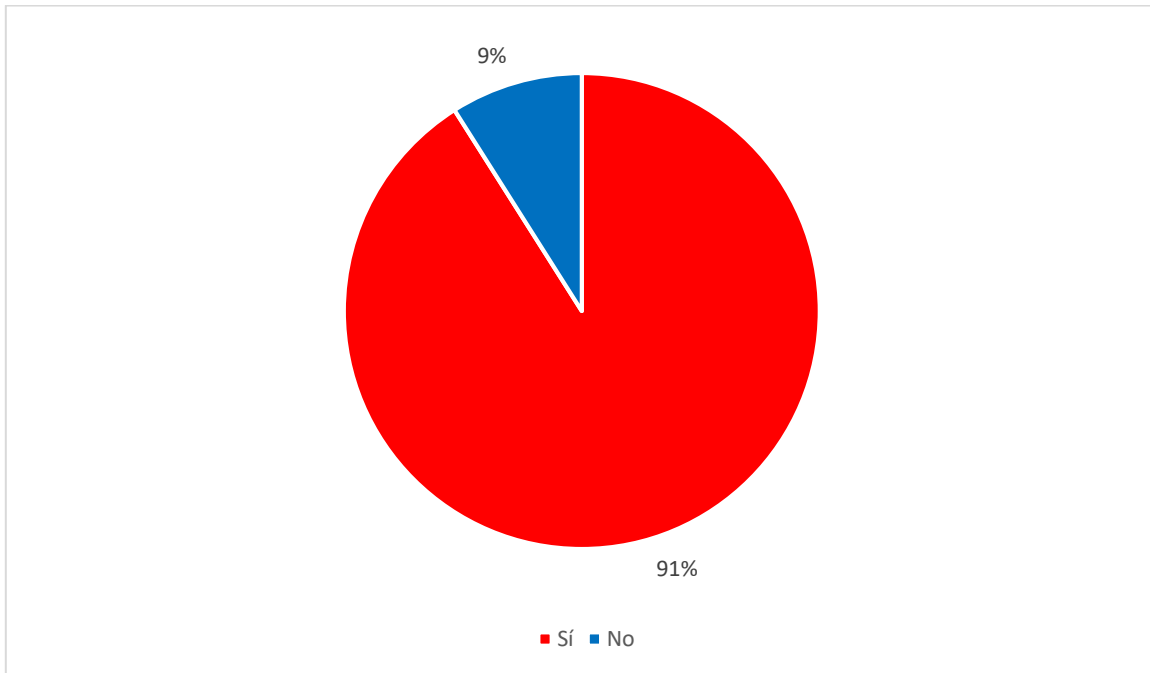
A.15 ¿Tienes alguna propuesta más? Si no tienes nada que añadir pon una X

- X (76).
- Realización de eventos culturales en el barrio.
- Arreglar aceras y restaurar casas.
- Mejorar el aspecto de las casas del barrio y sus calles.
- Rebajar el impuesto plusvalía para que los que reciban una casa del barrio por testamento la puedan arreglar al no tener que pagar la plusvalía, ayudas para material para arreglar las fachadas y casas, la mano de obra la pone el vecino, salvo las personas mayores, rebaja IBI para los vecinos que arreglen las casas, un museo de las historias del barrio desde sus comienzos como barrio de pescadores con objetos y fotos antiguas que donen vecinos.
- Que vuelva el centro cultural carrusel.
- La restauración y adecentamiento de ciertas casas antiguas.
- Arreglo del barrio en general.
- Desarrollo turístico basado en el ocio gastronómico.
- Restaurar las viviendas más antiguas.
- Parques infantiles.
- Que quiten las terrazas y prohíban la consumición de bebidas por fuera de los bares.
- El Toscal es patrimonio de esta ciudad, con una limpieza continuada, con mejoras en sus históricas fachadas y ampliando ofertas culturales de ocio y restauración, podría convertirse en el corazón activo de la ciudad por su estratégica posición. No dejen morir este barrio señero.
- Potenciar lo que ya hay en el barrio, que los locales tengan una estética similar, las aceras también y más limpias.

- Qué se cuide su arquitectura. Reformar en vez de derrumbar las casas del barrio. Hay casas antiguas que son una auténtica maravilla y de gran interés turístico para los extranjeros y para nosotros mismos. Normativa del Ayuntamiento para protegerlas.

A.16 ¿Consideras el barrio un lugar atractivo para el turismo?



A.17 ¿Crees que sería útil para el barrio tener una marca de barrio que lo promociione e identifique?**A.18 Explica brevemente el porqué de tu respuesta en la anterior pregunta****No contesta.**

- X (20).

Marcó sí en la anterior pregunta.

- Porque ayudaría a promocionarlo como un lugar de interés turístico.
- De esta forma da una impresión de un barrio estructurado, con proyectos fuertes para su desarrollo.
- Si, ya que el barrio tendría más visibilidad y sería de mayor interés turístico, esto sería favorable para el barrio.
- Reconocimiento fácil de la ubicación del barrio e interés por descubrir por qué es así la marca de barrio.
- Por historia.
- Para darse a conocer.

- El hecho de tener una marca asociada a un espacio contribuye a que la gente lo diferencie del resto de zonas circundantes. Solo hay que ver como mejoro la situación del actual centro Nivaria en Tres de Mayo para darse cuenta.
- Para que se reconozca el barrio por algún aspecto que lo hace singular.
- El barrio es de lo poco que se conserva en Santa Cruz en plan arquitectónico, cultural e histórico.
- Creo que sí el barrio tuviera una marca que lo represente la gente lo recordaría más ya que sería más atractivo.
- Por todo lo que desarrollé en la respuesta número 15. Tiene todo para ser el corazón y alma de esta ciudad.
- Hay que darle vida al barrio, lo que hoy conocemos como el centro de Santa Cruz nació de él. Para los extranjeros y demás tinerfeños sería muy interesante saber su historia. Si lo promocionamos y cuidamos poco a poco irá teniendo la vida que se merece. He llegado a odiar los centros comerciales, no hay nada como comprar dando un paseo viendo tu ciudad.
- Es el primer barrio de santa Cruz.
- Enclave de Santa Cruz.
- Siempre es positivo generar imagen corporativa para ayudar al desarrollo.
- Porque está abandonado, pero se podría extraer mucho beneficio e interés cultural histórico y turístico que tiene y activar así el comercio que está decayendo en picado y arruinando a los ciudadanos de la capital.
- Sí, para promocionarlo.
- Sí porque es una zona histórica y cultural de la ciudad antigua de Santa Cruz.
- Porque ayudaría a conocer mejor el barrio.
- Todos los barrios deberían tener su marca identificativa.
- Creo que mucha gente no lo conoce y no sabe ni que esa zona es el Toscal, y al menos tenerlo identificado generaría curiosidad en la gente.

- Aunque este barrio ya tenga una marca que es la de Santa Cruz el logotipo, siempre para dar a conocer o para diferenciarse de otros suele ser útil.
- Porque es un barrio antiguo y es una pena que esté así de abandonado.
- Por la historia del barrio.
- Sería más fácil para conocerlo.
- Porque si se asocia el barrio a una cultura gastronómica, por ejemplo, la gente se acercará con mayor regularidad y prosperarán los comercios. Eso le dará más ambiente al barrio. Como la gente protege lo que conoce e interesa, es una manera de proteger el barrio.
- Es un sitio con potencial turístico, solo necesita ser explotado.
- Para que se promocioe.
- Ayudaría a dar a conocer el barrio entre los residentes de la isla y los turistas.
- Mejoraría la percepción que se tiene actualmente y fomentaría mejoras a nivel incluso turístico.
- Facilita la difusión.
- Identidad de los vecinos.
- Necesita reconocimiento.
- Las marcas venden.
- Promoción.
- Porque es un efecto llamada.
- Diseñar algún logo y promocionar la historia del barrio podría ser interesante tanto para el turismo que viene de otras latitudes, como para el interior (del propio municipio o de la isla).
- Porque ayudaría a promocionar el barrio.

- Podría llegar a ser un distintivo frente a otros sitios que estén en una situación parecida, por lo tanto, si fuese una buena marca podrían diferenciarse y hacerlo más atractivo.
- Porque nos daría identidad propia.
- Hay que tener una identidad de barrio para así poder crear una imagen de marca del barrio.
- Para que hubiera mayor turismo.
- Como marketing vendría bien.
- Por su historia e identidad.
- Para identificación.
- Permitiría una mejor visibilidad del barrio.
- Diferenciarse del resto da un valor añadido importante.
- Interés cultural.
- No hay que olvidar que es el barrio más antiguo de S/C, tiene q ser un referente turístico por su proximidad a los cruceros.
- Las marcas ayudan a recordar, funcionan muy bien con los turistas. #vivaloshashtags.
- Para darle más actividades a Santa Cruz.
- Para poder identificarlo como sitio turístico.
- Es un barrio histórico, merece un logo.
- Porque me parece necesario.
- Para darle el prestigio que ha perdido.
- Porque al estar identificado hay mayor posibilidad de conocerlo.

- Interesa promocionarse.
- Porque serviría de referente.
- Para que se conozca más.
- Crea una seña de identidad con el barrio.
- Siempre es más sencillo para el turista tener una imagen o elemento que defina el barrio como tal promoviendo sus puntos fuertes para que atraigan a los visitantes.
- Es una manera de darse a conocer.
- Porque es uno de los barrios más pintorescos de santa Cruz y esto lo realizaría aún más.
- Más prestigio.

Marcó no en la anterior pregunta.

- Primero arreglar muchos edificios. Más limpieza.
- Creo que los barrios de la capital deben embarcarse en la marca "El Corazón de Tenerife".
- No es necesario que los barrios tengan una marca propia. Sí, quizás, una asociación de vecinos, un consorcio tipo Zona Comercial Tranvía. Pero no el barrio en sí. Esta iniciativa podría (debería) pertenecer a las actividades del Ayto. De Santa Cruz de Tenerife, llevado por la Sociedad de Desarrollo.
- Sería difícil encontrar una marca que identificase a todo el barrio.
- No es especialmente necesario que cada barrio tenga una identidad corporativa.
- Ahora mismo no hay nada que promocionar.

A.19 ¿Qué otras consideraciones de interés quieres añadir?

- X (62).
- El barrio es muy bonito, pero está descuidado. Necesita más limpieza y mantenimiento.
- Arreglo de edificios antiguos.
- Rescatar el barrio.
- La gran cantidad de esculturas existentes en la calle y otros espacios del barrio, los edificios emblemáticos, las ciudadelas y pasajes todavía habitadas. Historia de comercios tradicionales (tiendas de ultramarinos o de abastos, comercios de muchos años de implantación (Favego...)).
- Que hay que luchar por una restauración de todo lo interesante para nuestra cultura.
- Sobre todo, limpieza.
- Cuidar la estética del barrio, cartelería de los negocios, fachadas de casas y edificios, señalética, carretera y aceras.
- Sería interesante rehabilitar las casas o edificios con una clara falta de mantenimiento.
- Estimulen las actividades en los comercios.
- Cuando más se tarde en rehabilitarlo más costara recuperarlo.
- Cuando se tenga la imagen de marca del barrio que esta imagen se use para todas las comunicaciones del barrio.
- Necesita un plan parcial y comenzar a renovar y conservar.
- Más aparcamiento.
- Muchas veces se ha intentado mejorar la situación de un barrio, pero sin su vecindario. Creo que la participación y compromiso de los ciudadanos son imprescindibles para la mejora del barrio, por lo que se deberían hacer muchas acciones de participación ciudadana.

- Más bancos en las aceras.
- El barrio necesita urgentemente una rehabilitación.
- Hay que darle vida al Toscal.
- Limpieza.
- Den un paso adelante y de una vez por todas denle a El Toscal, lo merece por historia y situación.
- Reclamar más limpieza para el barrio.
- Fomenten la cultura carnavalesca del barrio. Tiene una gran historia.
- Incidir en el problema de limpieza que tiene el barrio.
- Campañas de limpieza y mayor implicación en la misma por parte del ayuntamiento.
- Todo lo que pueda hacer prosperar el barrio es importante.
- Que ya es hora de que lo reactive este barrio. Está casi igual que hace 15 años.
- Mejoras en las carreteras y aparcamientos.
- Si no se cuida y se preocupan más sobre todo en quitar, por ejemplo, grafitis que es suciedad...luego pregunten.
- El barrio es tercermundista, da pena, asco, parece de un país del tercer mundo.

A.20 Indica brevemente que opinión tienes del barrio

- X (14).
- Un buen lugar para vivir, céntrico, cercano, buen clima, pero descuidado.
- Me parece un barrio dividido en muchas zonas, unas mejores y otras peores. Creo que es esencial dar una homogeneidad al barrio en sí, la idea de la marca es muy buena. Con ello se potenciarían los puntos fuertes del mismo.
- Considero que es un barrio bonito y situado en un buen lugar y con edificios y monumentos de interés turístico.
- Está envejecido.
- Barrio tranquilo y acogedor que necesita desde hace bastante tiempo un lavado de cara y promoción hacia los propios vecinos.
- Genial.
- Que es muy céntrico, histórico y que podría mejorar.
- Muy buena porque recuerda lo antiguo de la capital.
- Buen, pero anticuado y muy mala limpieza.
- Buena, pero necesita más ocio.
- Es un lugar tranquilo y muy céntrico en la ciudad.
- Es un barrio familiar y que forma parte del patrimonio de los toscaleros.
- Me gusta mucho porque está cerca de todo y accesible, pero está abandonado y sucio.
- Es un barrio maravilloso para residir, pero completamente olvidado, sucio y descuidado.
- Que da pena el abandono.
- Varias generaciones de mi familia han vivido en el barrio, así que es importante para mí. Espero que se le dé un buen lavado de cara sin que pierda su esencia. También es importante intentar evitar la gentrificación.

- Creo que es un barrio con muchas posibilidades, pero deberían cuidarlo mejor y embellecerlo de manera que tenga un interés histórico y cultural.
- Siendo un barrio céntrico y con mucha historia a sus espaldas, está abandonado, sucio, casas abandonadas y edificios en mal estado. Es una pena porque es un signo de identidad de Santa Cruz.
- Calles sucias.
- Es un barrio con historia. Mal cuidado. Que debe cambiar su cara y adaptarse al siglo XXI.
- Un barrio abandonado que necesita urgentemente un lavado de cara.
- Es un típico barrio.
- Está muy abandonado.
- Barrio tradicional, cercano.
- Me parece una zona tranquila y familiar con Buenos accesos y bastantes comercios cerca.
- Al ser uno de los barrios relativamente céntricos se debería de mejorar la imagen, así como el comercio lo que ayudaría no solo a este barrio sino a los más próximos.
- Me gusta por su historia.
- Muy positiva, viviría allí otra vez.
- Un barrio con una ubicación privilegiada, pero muy olvidado y abandonado.
- Lo han afeado.
- Buena situación, mal aparcamiento y mucho por reformar.
- Es muy bonito e identifica a Santa Cruz.
- Un buen barrio abandonado.

- Está descuidado, pero podría llegar a ser un barrio con encanto.
- Depende de las zonas, está más cuidado o menos y las que menos están cuidadas no me agradan nada ni me transmiten seguridad.
- Me parece un barrio muy bonito y céntrico, a mí, sinceramente, me gusta.
- Es feo, abandonado, lamentable, muerto, da pena.
- Regular (x).
- Buena (x6).
- Un barrio con una gran posibilidad de futuro.
- Barrio histórico que han ido dejando caer.
- Un lugar con gente muy agradable para vivir y trabajar, pero que podría mejorar tanto su ornato como limpieza.
- Está bien.
- Muy buena.
- Me gusta mucho su ubicación, aunque no es una zona que consideraría para vivir, aunque sí para visitar.
- Es algo que merece la pena cuidar y mantener.
- Barrio antiguo y emblemático.
- Buena zona para vivir.
- Soy toscalero de corazón, se lo que significa vivir en él y estar lejos de él también. Todo el que ha nacido y/o vivido en él, lo llevará siempre dentro, por su encanto, su idiosincrasia, por su gente. Es el momento de potenciar su identidad y hacer de él, como Triana en Sevilla, el Born en Barcelona o Malasaña en Madrid. Lugares peculiares por su historia y sus gentes.
- El Toscal es un sentimiento.

- Excelente.
- Está bien, pero le faltan actividades de interés para residentes y turistas.
- Un barrio precioso y con mucha historia, que se podría aprovechar y convertirse en un centro de ocio y cultura de la isla.
- Tiene un gran potencial para convertirse en el centro cultural y asociativo de SC
- Me gusta mucho, pero necesita cambios importantes.
- Tranquilo.
- Lugar histórico de la capital de Tenerife, con edificaciones muy recomendadas para visitar, pero una mala publicidad de los lugares de interés. Sería recomendable promocionar más los lugares de interés turísticos que tiene el barrio.
- Es un barrio bien comunicado con muchos servicios.
- Muy buena.
- Muy tranquilo para vivir, pero a falta de limpieza y rehabilitación de muchas tachadas y casas abandonadas.
- Me crea nostalgia porque lo conocí como barrio popular en mi infancia.
- No da ganas de pasear, y eso es lo primero que considero importante. Por el parque sí. ¿Y qué otra calle?
- Me parece que deberían acondicionarlo.
- Es un barrio con bastantes restaurantes y pequeñas tiendas. Pero si no se vive allí resulta complicado encontrar aparcamiento.
- Me parece un barrio tranquilo donde hay muy buena convivencia.
- Es un barrio bonito, pero algo descuidado. Podría mejorarse mucho.
- Bonito.

Estudio

Respuestas totales **89** Descartada **1**

El límite de 100 respuestas has sido superado para esta cuenta.

Aquí podrás ver un máximo de **89**. Puedes obtener **3** respuestas adicionales.

+3

[Aumentar](#)

1 ¿Cuántos años tienes?

23 (11x)	29	21 (2x)	22 (10x)
30	24 (4x)	16	81
25 (2x)	18	Cincuenta	75 años
Veintitrés	52 (3x)	34 (4x)	Cincuenta y seis (2x)
36 (3x)	40 (2x)	56	57 (2x)
58 (2x)	Cuarenta y tres	55	Sesenta
35	Cincuenta y nueve	60 (3x)	80
85	43 (4x)	61	57 años
Cincuenta y cinco	53 (2x)	cincuenta y cuatro	71
Cuarenta y seis	32 (2x)	42 (2x)	38 (2x)
69	54 años	Cuarenta (2x)	54
41	Cincuenta y dos		

Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de marca de barrio

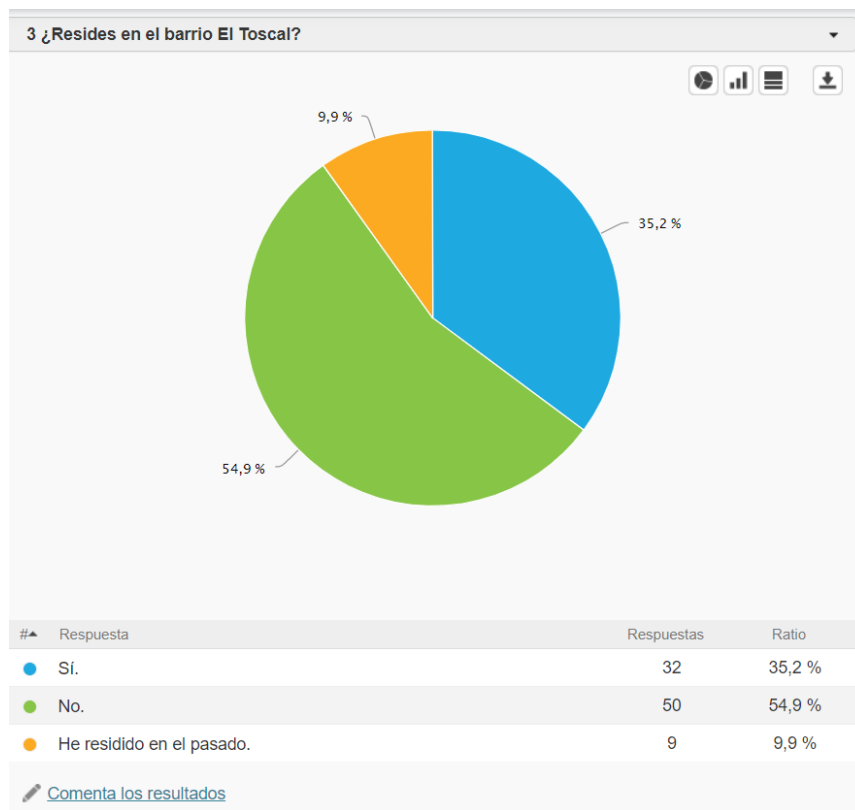
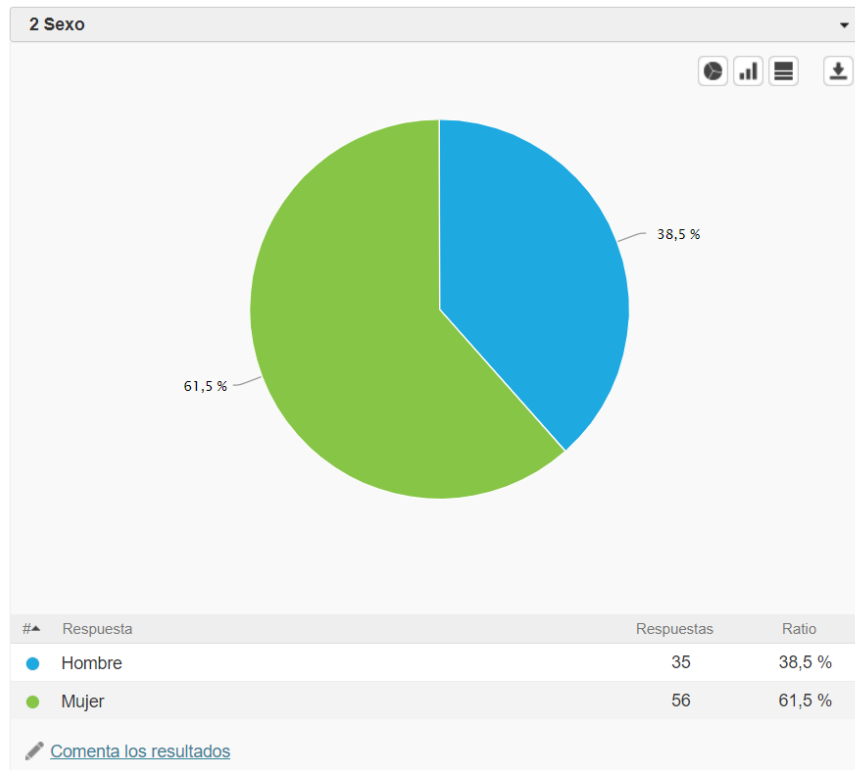
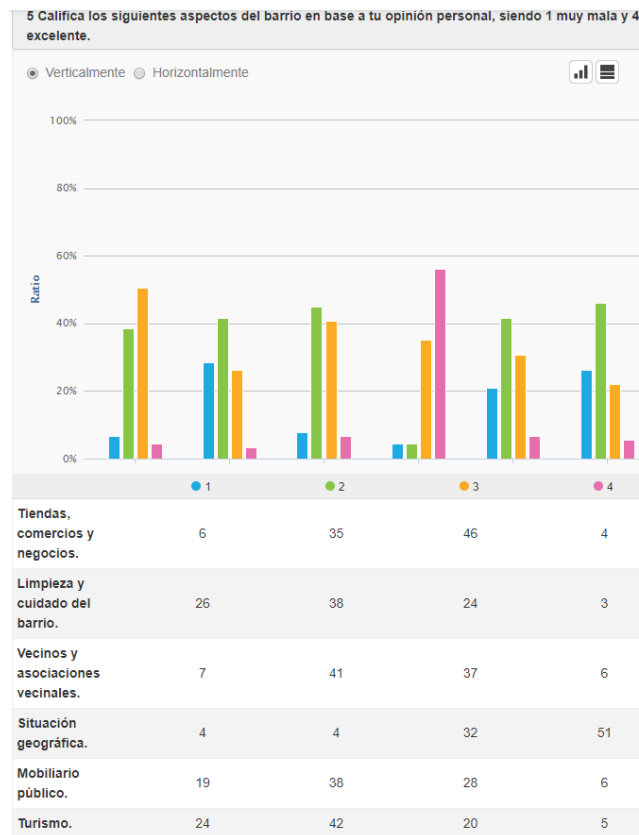
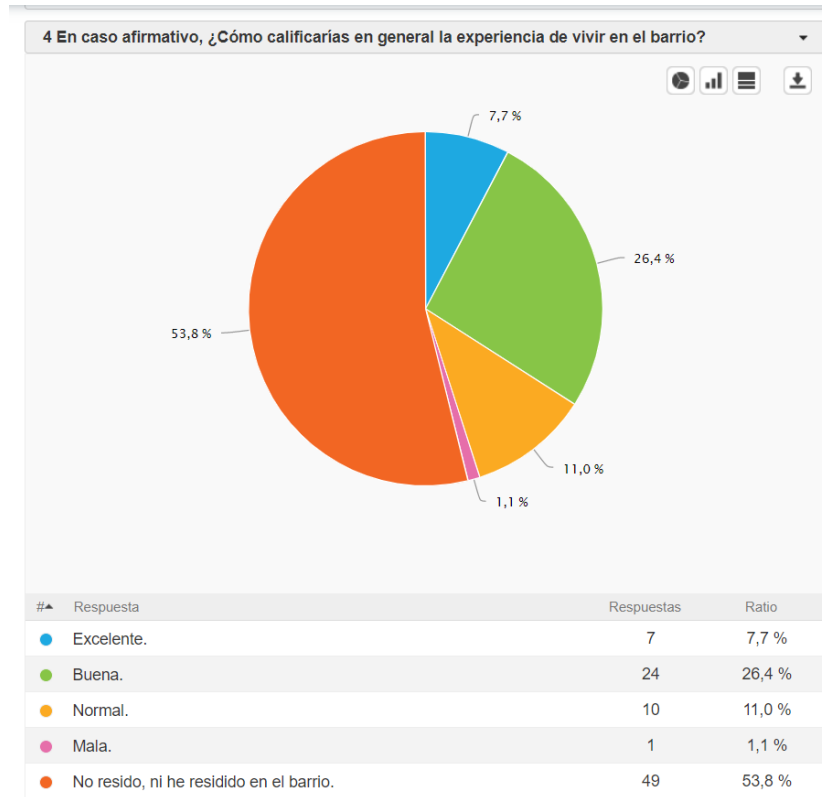


Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de marca de barrio



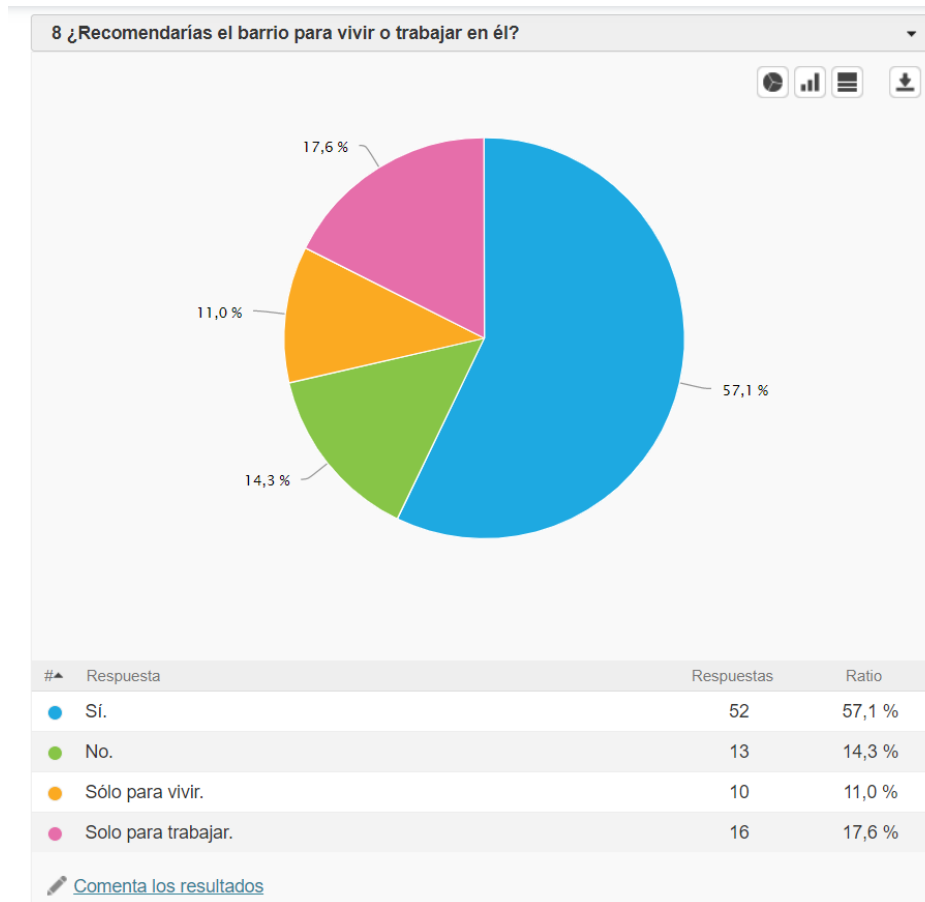
6 Nombra algún aspecto o aspectos del barrio que sea positivo o destacable, en base a tu opinión personal. Si no tienes nada más que añadir pon una x.

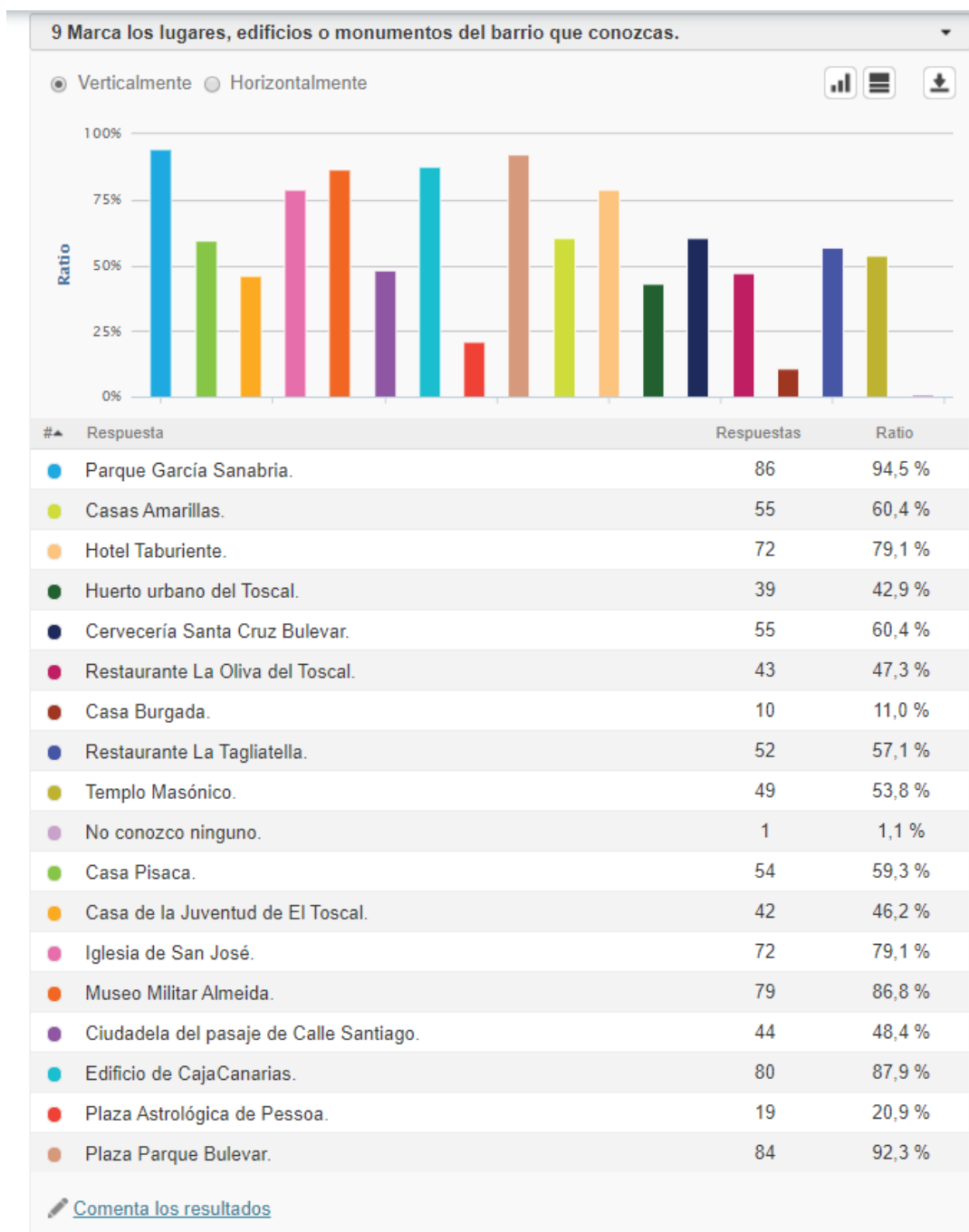
Su ubicación, lo cerca que está de todo, el parque García Sanabria, está bien conectado.	El barrio se sitúa en una buena zona de Santa Cruz	Está en una de las zonas más céntricas de la ciudad	X (28x)
Historia de Santa Cruz barrio emblemático	Se encuentra en el centro de la capital	Murales y casas bonitas	Es un barrio relevante de la ciudad de Santa Cruz, con un vecindario variopinto, lo que da lugar a un sinfín de actividades dada la variedad de usuarios que podría tener.
X.*	Está cerca de todo, muy céntrico	Carácter de pueblo dentro de la ciudad	La gente (2x)
La unión vecinal	Pertenece prácticamente al casco antiguo de Santa Cruz, desaprovechándose su ubicación.	Es céntrico y tienes comercio mínimo	Falta de arreglo de los edificios abandonado y en peligro de derribo
Cercanía al centro y tranquilidad	Es una zona de Santa Cruz que, bien cuidada, podría tener muchísimas posibilidades de convertirse en punto neurálgico de la cultura de la ciudad	x (3x)	La idiosincracia de su gente
Céntrico y Patrimonio	Muy cerca del Centro y buenos servicios.	Cercanía al centro y al mar	Nada
Está en el Centro de la ciudad	X.	La convivencia vecinal	Su situación
Tradición	Barrio histórico	Variedad de negocios	Su situación.
Situación (2x)	Somos como una familia nos conocemos todos	Tiene la zona del Pilar, la Anaga y el Bulevar cerca	Su situación
Bonito parque	La situación privilegiada con respecto al transporte público, comercios, etc	hay muchas casas en abandonadas que dan muy mal aspecto, a parte del mal estado en el q están. salvo las calles principales del barrio, el resto esta bastante sucio y descuidado. tanto las calles como las aceras son muy estrechas y difícil de transitar para personas discapacitadas	Muy buena situación en la capital, cerca de las calles y plazas principales de la ciudad
supermercados cerca	Historia	Tranquilidad	la gente del Toscal
Las casas antiguas que todavía se conservan	Es el barrio más antiguo de Santa Cruz. La arquitectura de las casas antiguas, que ahora hay muchas que están reformando. Cercanía con el centro.	Su situación geográfica	Murgas
Familiaridad		Tienes todo tipor de servicios y esta bien comunicada	Su situación como centro de la ciudad y su gente
Muchas casas en ruinas. suciedad en las calles. Arbol en la casa sindical que está ahogando las palmeras		Seguridad	Parques y plazas
Localización			Está cerca de todo
El parque garcía sanabria			Los vecinos, la seguridad
Es un buen sitio para vivir, tranquilo y está cerca de todo			Es un barrio muy céntrico además tiene cancha pública de baloncesto y un museo militar cerca, también me parece una zona tranquila

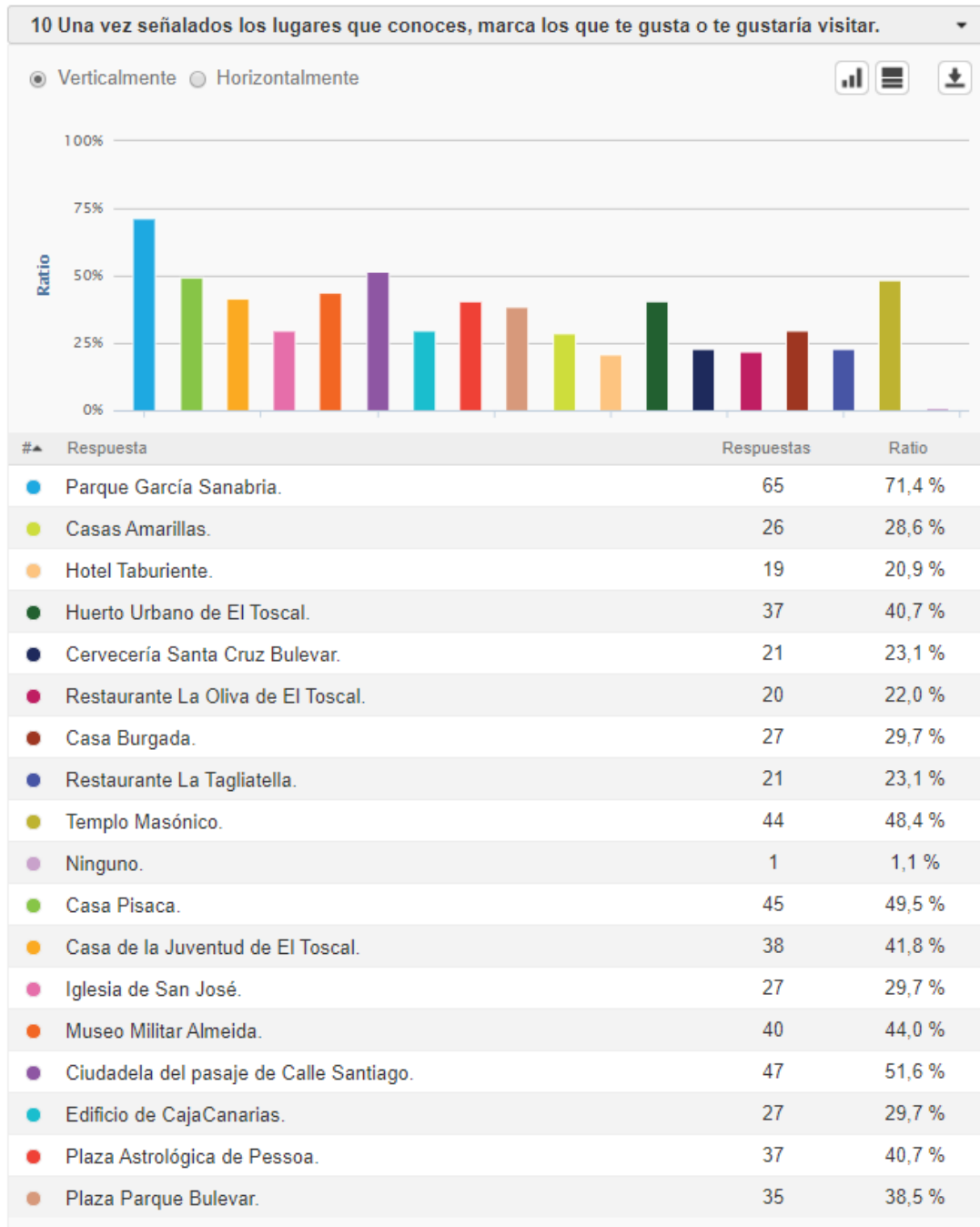
Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de marca de barrio

7 Nombra que aspecto o aspectos del barrio cambiarías o mejorarías, en base a tu opinión personal. Si no tienes nada más que añadir pon una x.

La limpieza del barrio.	La limpieza (3x)	La limpieza y es estado de mantenimiento de algunas de las casas más antiguas	X (28x)
Dado el poco aparcamiento que hay, los coches aparcen en las calles, quedando muy estrechas y con una imagen de barrio inaccesible, estresante y sucio.	La limpieza y el ambiente de algunas callejuelas, de noche no dan muy buena pinta y evitó pasar por allí	Limpieza, cuidado de edificios	Arreglar la fachada de las casas
La inversión en el barrio	El aparcamiento	X.*	Limpieza y tejido asociativo
x (3x)	Es feo, está totalmente descuidado y en ruinas. Da pena. De los barrios más feos e incómodos que he visto en mi vida. Muy lamentable.	Fomentaría los locales comerciales, mejoraría las calles, suprimiría aparcamientos si fuese necesario con tal de mejorar la accesibilidad.	Limpieza, plan para la recuperación del patrimonio inmobiliario
Los viejos edificios	Edificios en malas condiciones y limpieza de las calles	Limpieza.	Haría en las antiguas ciudadelas espacios gastronómicos
Comunicación y rehabilitación de los ed existentes	Ordenamiento urbano	Limpieza, asfaltado, aceras, accesibilidad, parques infantiles, canchas deportivas, basuras soterradas	Mejoras del mobiliario así como la rehabilitación de las fachadas de algunos edificios
Limpieza, mejora de equipamientos(mobiliari o urbano donde se pueda, papeleras, ampliar o estrechar algunas aceras, para facilitar convivencia o mejora de aparcamiento en superficie, facilitar el arreglo de fachadas (incluso subvencionando total o parcialmente materiales, tasas municipales, ocupación de la vía pública...), Limpieza de alcantarillado periódicamente y con tratamiento de control de plagas...	Los ruidos debidos a los bares de copas todas las noches	Inmuebles abandonados	Más limpieza, calles mejor asfaltadas, terminar con viviendas abandonadas y sucias
	Renovación del aspecto (parece una zona vieja)	La limpieza y arreglo de casas	Las edificaciones antiguas reconstruirlas
	limpieza calles	Peatonalización	edificios muy viejos, con falta de rehabilitación y aspecto de abandonafos
	X.	Mucho ruido	Rehabilitación viviendas
	El servicio de limpieza y la restauración de los edificios antiguos.	Remodelación y restauración de fachadas, fomento del comercio	Las calles , aceras , mobiliario , las fachadas viviendas
	Más vida laboral los días fines de semana	La limpieza, y el cuidado de las fachadas	Mejora edificios. Pintura. Limpieza. Cuidado en general
aumento de negocios limpieza arreglo casas y fachadas arreglo aceras mejor comunicación con los vecinos mas papeleras mas farolas	La limpieza de sus calles y solares. La mejora de las fachadas antiguas. Utilizar las ciudadelas desocupadas en restauración y/o cultura. En los solares libres sacar a concurso parking	Limpieza y mejora de fachadas	limpieza
Más lugares de ocio nocturno	Calles sucias y viejas, casas en ruina, no hay centros deportivos	Sociedad	Limpieza y adecuación de fachadas,pavimento
Más parking	Zonas deportivas	Tener un plan parcial nscal y aplicarlo	Aparcamientos. Limpieza, muchas calles apestan a meago porque los dueños de los perros no se ocupan. Hay calles que no se puede ni pasar. Más papeleras y contenedores de reciclaje. Cambiar de sitio los contenedores de basura del colegio Onésimo Redondo. En las horas de salida de los colegios que se personen policías locales, las aceras dejan de existir porque están llenas de coches (San Martín y San Juan Bautista, colegio Hogar Escuela)
Limpieza y edificios viejos mejorar	Mejora de instalaciones deportivas	Aparcamiento	
La limpieza de las calles y pondría más contenedores de basura		mobiliario urbano,limpieza,aparcamiento	







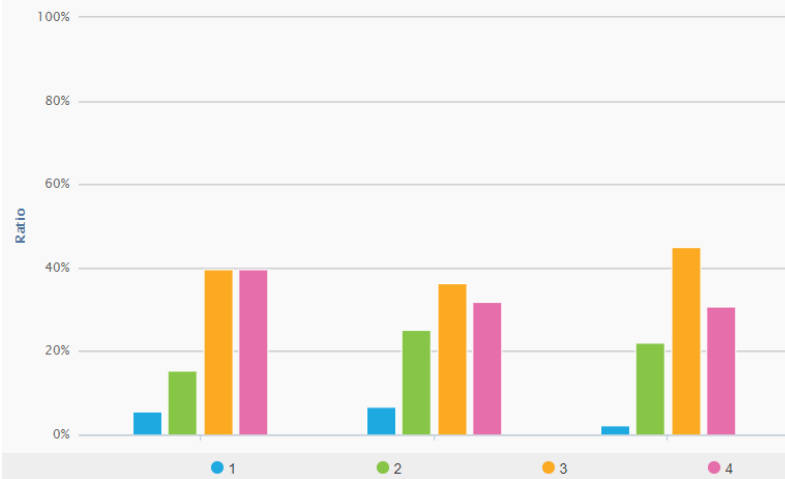
11 Añade, si los hubiera, otros lugares, edificios o monumentos del barrio que conoces y te gusta o gustaría visitar. Si no tienes nada más que añadir pon una x.

Iglesia del Pilar.	X (65x)	El Grand Hotel Mencey, el spa del hotel.	.
Ninguno	X.*	La muralla	El monumento a Pedro Gómez Cuenca, La Flor de Alicante 2, Calle La Rosa
x (9x)	Iglesia San Francisco de Asis, Orden Tercera, Círculo de Amistad XII de Mayo, Pinacoteca Municipal, Plaza del Príncipe, plaza de San Antonio de Texas, La Rambla, plaza de la Constitución... , ,	La iglesia del Pilar con su plaza aledaña	x*
X.		El auditorio	Plaza de La Pila
Casa de la juventud casa siliuto casa bergara		Plaza Irineo, Plaza del Principe	El edificio del Círculo de Amistad
La muralla ,la cancha de pissaca,la plaza la pila			

[Comenta los resultados](#)

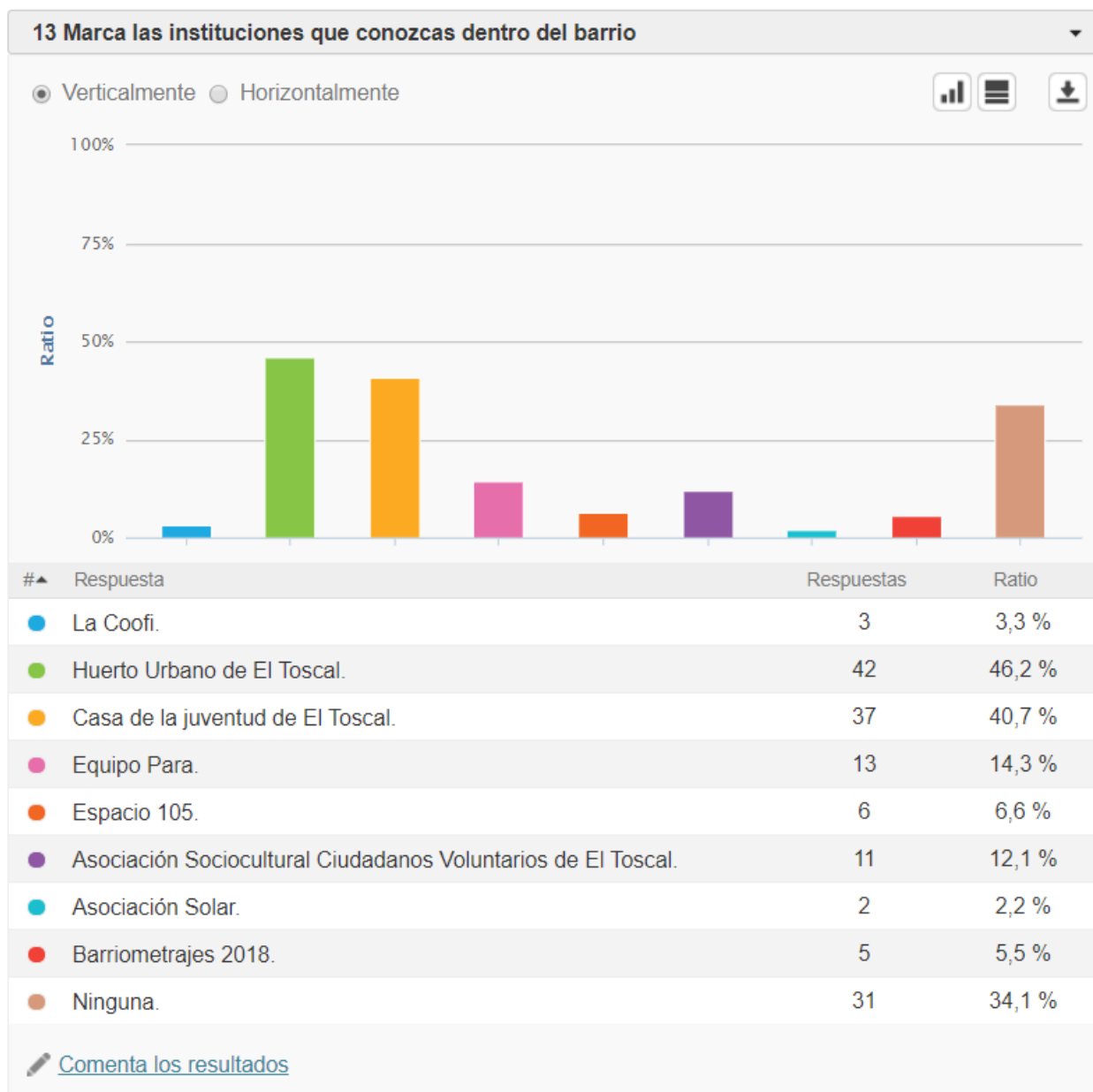
12 Puntúa las siguientes afirmaciones en base a tu opinión personal, siendo 1 nada de acuerdo y 4 muy de acuerdo.

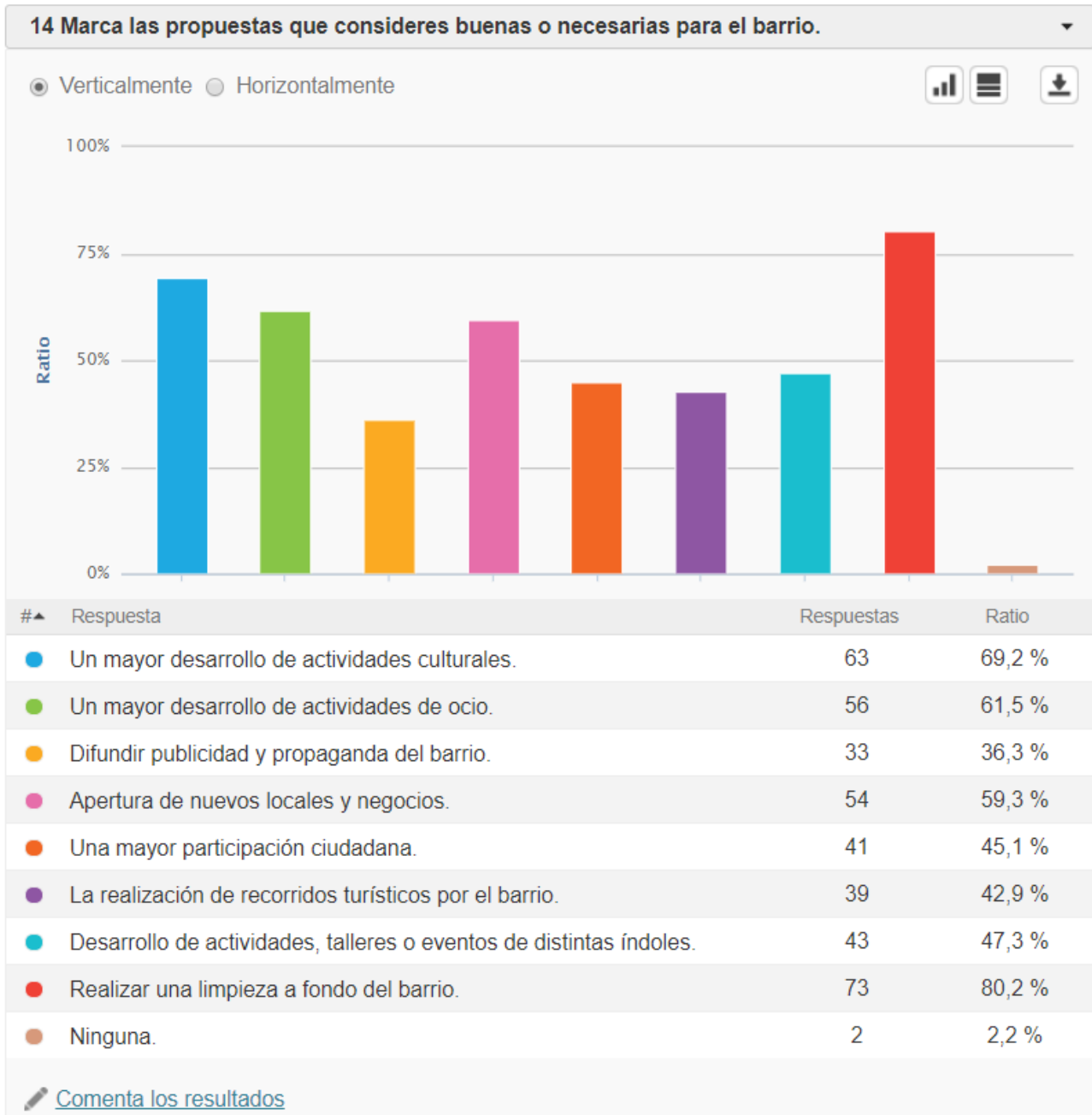
Verticalmente Horizontalmente



Afirmación	1	2	3	4
El barrio es un lugar de interés histórico.	5	14	36	36
El barrio es un lugar de interés turístico.	6	23	33	29
El barrio es un lugar de interés cultural	2	20	41	28

[Comenta los resultados](#)





15 ¿Tienes alguna propuesta más? Si no tienes nada más que añadir pon una x.

Realización de eventos culturales en el barrio.

X (59x)

Restaurar las viviendas más antiguas

Potenciar lo que ya hay en el barrio, que los locales tengan una estética similar, las aceras también y más limpias.

No

Que vuelva el centro cultural carrusel

X.*

Arreglar aceras y restaurar casas

x (10x)

Parques infantiles

Creo que tanto el Templo Madonico como la Asociación Solar se encuentran en otro Barrio distinto a El Toscal. He creído desde siempre que El Toscal terminaba en la Calle de El Pilar.

x*

La restauración y adcentamiento de ciertas casa antiguas

Que quiten las terrazas y prohíban la consumición de bebidas por fuera de los bares

Mejorar el aspecto de las casas del barrio y sus calles.

Arreglo del barrio en general

El TOScal es patrimonio y tenemos que preservarlo

rebajar impuesto plusvalia para los que reciban una casa del barrio por testamento la puedan arreglar al no tener que pagar la plusvalia ayudas para material para arreglar las fachadas y casas, la mano de obra la pone el vecino, salvo las personas mayores rebaja IBI para los vecinos que arreglen las casas un museo de las historia del barrio desde sus comienzos como barrio de pescadores con objetos y fotos antiguas que donen vecinos

Es un barrio que tiene zonas abandonadas. Deprimentes.

Qué se cuide su arquitectura. Reformar en vez de derrumbar las casas del barrio. Hay casas antiguas que son una auténtica maravilla y de gran interés turístico para los extranjeros y para nosotros mismos. Normativa del Ayuntamiento para protegerlas.

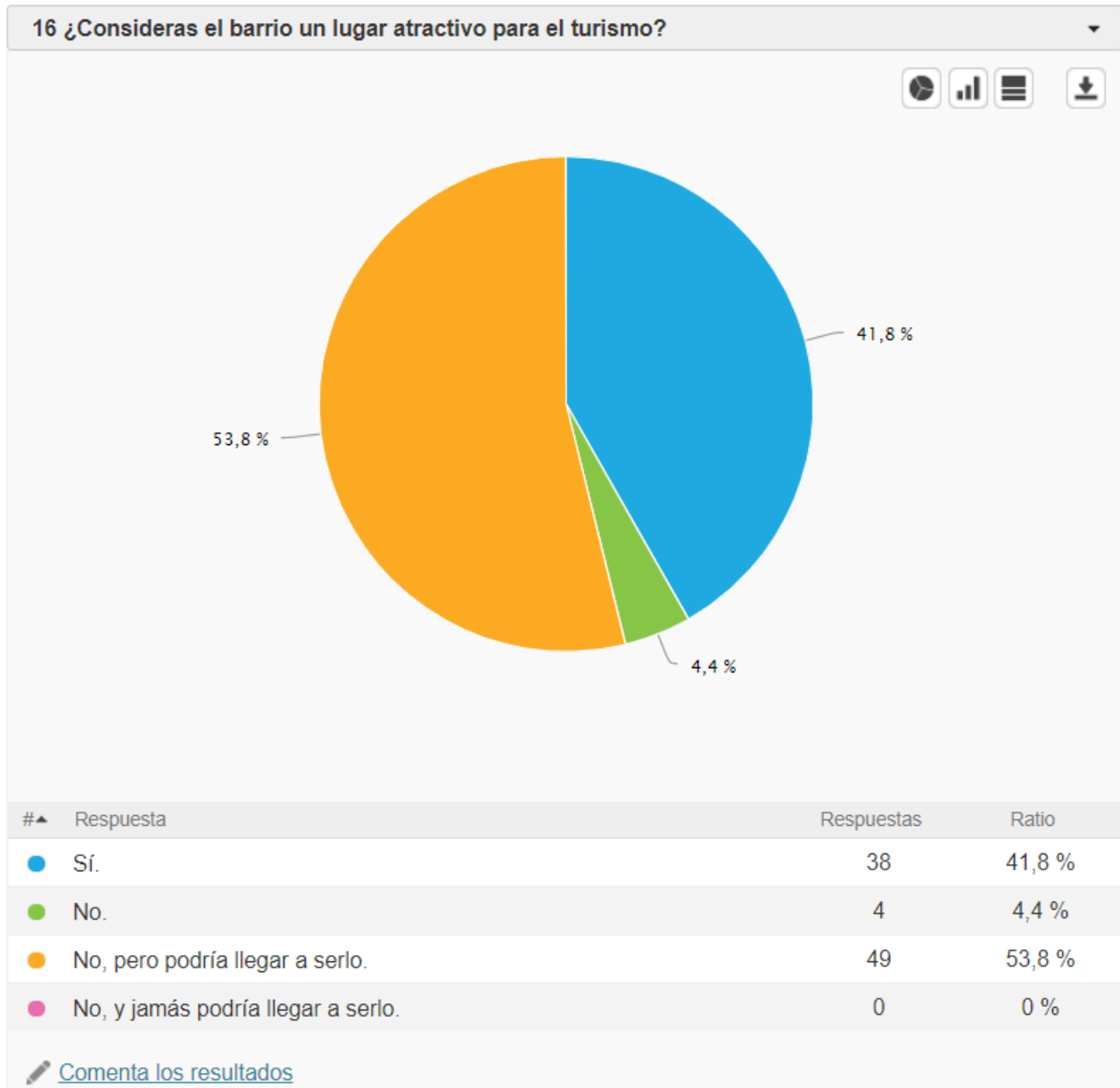
El barrio está muy abandonado por el Ayuntamiento

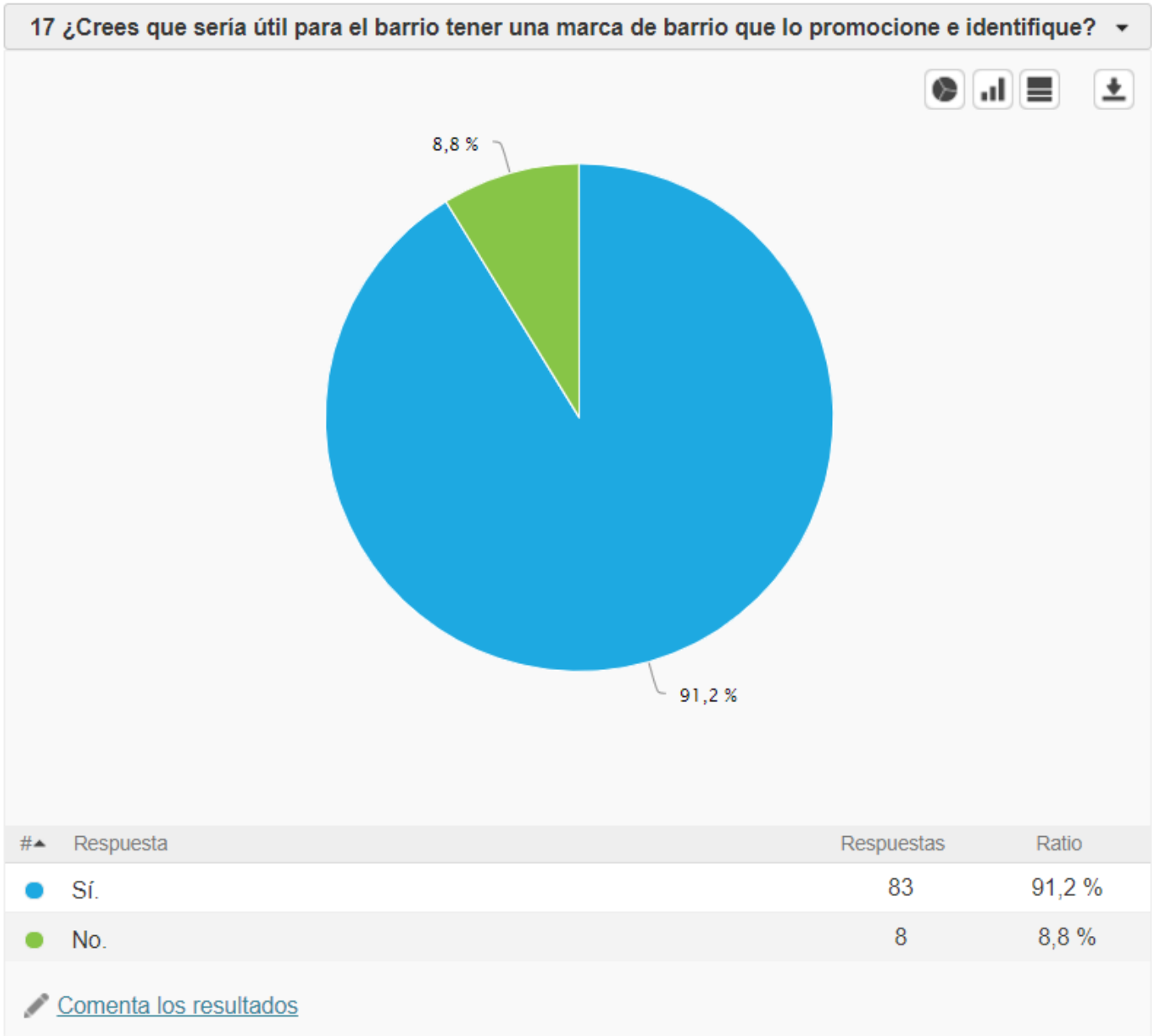
Desarrollo turístico basado en el ocio gastronómico

C

El Toscal es patrimonio de esta ciudad, con una limpieza continuada, con mejoras en sus históricas fachadas y ampliando ofertas culturales, de ocio y restauración podría convertirse en el corazón activo de la ciudad por su estratégica posición. No dejen morir este barrio señero

 [Comenta los resultados](#)





18 Explica brevemente el por qué de tu respuesta en la anterior pregunta.			
Porque ayudaría a promocionarlo como un lugar de interés turístico.	Creo que sí el barrio tuviera una marca que lo represente la gente lo recordaría más ya que sería más atractivo	Ayudaría a dar a conocer el barrio entre los residentes de la isla y los turistas	Las marcas ayudan a recordar, funcionan muy bien con los turistas. #vivaloshastags
De esta forma da una impresión de un barrio estructurado, con proyectos fuertes para su desarrollo.	Enclave de Santa Cruz X (13x)	Mejoraría la percepción que se tiene actualmente y fomentaría mejoras a nivel incluso turístico	Para darle mas actividades a santa cruz Siempre es positivo generar imagen corporativa para ayudar al desarrollo
Si, ya que el barrio tendría más visibilidad y sería de mayor interés turístico, esto sería favorable para el barrio.	Para poder identificarlo como sitio turístico	Facilitar la difusión	Identidad de Los vecinos
Porque fue antiguamente el centro neurológico de los cambuyoneros	No es necesario que los barrios tengan una marca propia. Sí, quizás, una asociación de vecinos, un consorcio tipo Zona Comercial Tranvía. Pero no el barrio en sí. Esta iniciativa podría (debería) pertenecer a las actividades del Ayto. De Santa Cruz de Tenerife, llevado por la Sociedad de Desarrollo.	Porque está abandonado pero se podría extraer mucho beneficio e interés cultural histórico y turístico que tiene y activar así el comercio que está decayendo en picado y arruinando a los ciudadanos de la capital.	Necesito reconocimiento Las marcas venden
Reconocimiento fácil de la ubicación del barrio e interés por descubrir por qué es así la marca de barrio	Espectacular	Creo que los barrios de la capital deben embarcarse en la marca "El Corazón de Tenerife"	La no promoción Promoción
Por historia	Sería difícil encontrar una marca que identificase a todo el barrio	Si, para promocionarlo	Porque es un efecto llamada
Para darse a conocer	Es un barrio histórico, merece un logo	Sí porque es una zona histórica y cultural de la ciudad antigua de Santa Cruz	Diseñar algún logo y promocionar la historia del barrio podría ser interesante tanto para el turismo que viene de 9trss latitudes, como para el interior (del propio municipio o de la isla)
Para quedé cinizcamejor	Porque me parece necesario	Porque ayudaría a conocer mejor el barrio	Porque ayudaría a promocionar el barrio.
El hecho de tener una marca asociada a un espacio contribuye a que la gente lo diferencie del resto de zonas circundantes. Solo hay que ver como mejoro la situación del actual centro Nivaria en Tres de Mayo para darse cuenta.	No es especialmente necesario wue cada barrio tenga una identidad corpo	Todos los nsrrios deberían tener su marca identificativa	x
Para que se reconozca el barrio por algún aspecto que lo hace singular	Porque al estar identificado hay mayor podibilidad de conocerlo	Creo que mucha gente no lo conoce y no sabe ni que esa zona es el Toscal, y al menos tenerlo identificado generaría curiosidad en la gente	Podría llegar a ser un distintivo frente a otros sitios que estén en una situación parecida, por lo tanto, si fuese una buena marca podrían diferenciarse y hacerlo

El barrio es de lo poco que se conserva en Santa Cruz en plan arquitectónico, cultural e histórico	Para darle el prestigio que ha perdido	Aunque este barrio ya tenga una marca que es la de Santa Cruz el logotipo, siempre para dar a conocer o para diferenciarse de otros suele ser útil	Porque nos daría identidad propia
Primero arreglar muchos edificios. Más limpieza	Es pintoresco	Porque es un barrio antiguo y es una pena que esté así de abandonado.	hay que tener una identidad de barrio para así poder crear una imagen de marca del barrio
Para que se conozca más	Interesa promocionarse	Por la historia del barrio	Por todo lo que desarrollé en la respuesta número 15. Tiene todo para ser el corazón y alma de esta ciudad
Crear una seña de identidad con el barrio	Porque serviría de referente	Sería más fácil para conocerlo	Hay que darle vida al barrio, lo que hoy conocemos como el centro de Santa Cruz nació de él. Para los extranjeros y demás tinerfeños sería muy interesante saber su historia. Si lo promocionamos y cuidamos poco a poco irá teniendo la vida que se merece. He llegado a odiar los centros comerciales, no hay nada como comprar dando un paseo viendo tu ciudad.
Siempre es más sencillo para el turista tener una imagen o elemento que defina el barrio como tal promoviendo sus puntos fuertes para que atraigan a los visitantes	Para que hubiera mayor turismo	Porque si se asocia el barrio a una cultura gastronómica, por ejemplo, la gente se acercará con mayor regularidad y prosperarán los comercios. Eso le dará más ambiente al barrio. Como la gente protege lo que conoce e interesa, es una manera de proteger el barrio	Es el primer barrio de santa Cruz
Ahora mismo no hay nada que promocionar	Como Marketing vendría bien	Es un sitio con potencial turístico, solo necesita ser explotado.	
Es una manera de darse a conocer	Por su historia e identidad	Para que se promocione.	
Porque es uno de los barrios más pintorescos de santa Cruz y ésto lo realizaría aún más.	Para identificación		
Más prestigio	Permitiría una mejor visibilidad del barrio		
marketing	Diferenciarse del resto da un valor añadido importante		
	Interés cultural		
	No hay que olvidar que es el barrio mas antiguo de S/C, tiene q ser un referente turístico por su proximidad a los cruceros		
	Muchas veces lo interesante de una zona es perderse para verla bien, creo que si estuviese bien señalizado y pusiesen rutas turísticas El Barrio tendría más visitas no solo por parte de los extranjeros sino también por parte de los ciudadanos de la isla		

19 ¿Qué otras consideraciones de interés quieres añadir?

El barrio es muy bonito, pero está descuidado. Necesita más limpieza y mantenimiento.	X (42x)	Muchas veces se ha intentado mejorar la situación de un barrio, pero sin su vecindario. Creo que la participación y compromiso de los ciudadanos son imprescindibles para la mejora del barrio, por lo que se deberían hacer muchas acciones de participación ciudadana.	Nada más
Arreglo de edificios antiguos	Ninguna (4x)		Fomenten la cultura carnavalesca del barrio. Tiene una gran historia.
Rescatar el barrio	x (7x)		Incidir en el problema de limpieza que tiene el barrio
La gran cantidad de esculturas existentes en la calle y otros espacios del barrio, los edificios emblemáticos, las ciudadelas y pasajes todavía habitadas. Historia de comercios tradicionales (tiendas de ultramarinos o de abastos, comercios de muchos años de implantación (Favego,...) ,	Seria interesante rehabilitar las casas o edificios con una clara falta de mantenimiento alta de		Campañas de limpieza y mayor implicación en la misma por parte del ayuntamiento
	C	Ninguna	Todo lo que pueda hacer prosperar el barrio es importante
Que hay que luchar por una restauración de todo lo interesante para nuestra cultura	Estimulen las actividades en los comercios	Ninguna más.	Que ya es hora que lo reactive este barrio. Esta casi igual que hace 15 años
No (2x)	ninguna especial	Más bancos en las aceras	Mejoras en las carreteras y aparcamientos
Sobretudo limpieza	El barrio necesita urgentemente una rehabilitación.	Cuando más se tarde en rehabilitarlo más costará recuperarlo	Si no se cuida y se preocupan más sobre todo en quitar por ejemplo grafitis que es suciedad.... luego pregunten
Cuidar la estética del barrio, cartelería de los negocios, fachadas de casas y edificios, señalética, carretera y aceras.	Hay que darle vida al Toscal	cuando se tenga la imagen de marca del barrio que esta imagen se use para todas las comunicaciones del barrio	El barrio es tercermundista, da pena, asco, parece de un país del tercer mundo
	Limpieza	Necesita un plan parcial y comenzar a renovar y conservar	
	Den un paso adelante y de una vez por todas denle a El Toscal, lo merece por historia y situación	Nada destacable	
	Reclamar más limpieza para el barrio	Más aparcamiento	
	una buena señalética de los monumentos históricos y en general del barrio. No me acordaba donde estaba El Toscal, con eso contesto todo	Estaría muy bien un trabajo de restauración de edificios ya que creo que hay muchas construcciones que llamarían mucho más la atención si estuviesen bien conservadas	

Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de marca de barrio

20 Indica brevemente que opinión tienes del barrio

Un buen lugar para vivir, céntrico, cercano, buen clima, pero descuidado.	Creo que es un barrio con muchas posibilidades pero deberían cuidarlo mejor y embellecerlo de manera que tenga un interés histórico y cultural	Está descuidado, pero podría llegar a ser un barrio con encanto	Está bien pero le faltan actividades de interés para residentes y turistas
Me parece un barrio dividido en muchas zonas, unas mejores y otras peores. Creo que es esencial dar una homogeneidad al barrio en sí, la idea de la marca es muy buena. Con ello se potenciarían los puntos fuertes del mismo.	Siendo un barrio céntrico y con mucha historia a sus espaldas, está abandinado, sucio, casas abandonadas y edificios en mal estado. Es una pena porque es un signo de identidad de Santa Cruz	Depende de las zonas, está más cuidado o mejor y las que menos están cuidadas no me agradan nada ni me transmiten seguridad	Un barrio precioso y con mucha historia, que se podría aprovechar y convertirse en un centro de ocio y cultura de la isla
Considero que es un barrio bonito y situado en un buen lugar y con edificios y monumentos de interés turístico	Calles sucias	X (13x)	Tiene un gran potencial para convertirse en el centro cultural y asociativo de sc
Está envejecido	Es un barrio con historia. Mal cuidado. Que debe cambiar su cara y adaptarse al siglo XXI	Me parece un barrio muy bonito y céntrico, a mo sinceramente me gusta	Me gusta mucho, pero necesita cambios importantes
Barrio tranquilo y acogedor que necesita desde hace bastante tiempo un lavado de cara y promoción hacia los propios vecinos	Un barrio abandonado que necesita urgentemente un lavado de cara	Es feo, abandonado, lamentable, muerto, da pena.	Tranquilo
Genial	Es un típico barrio	Regular (2x)	Lugar histórico de la capital de Tenerife, con edificaciones muy recomendadas para visitar, pero una mala publicidad de los lugares de interés. Sería recomendable promocionar más los lugares de interés turísticos que tiene el barrio
Un lugar con gente muy agradable para vivir y trabajar, pero que podría mejorar tanto su ornato como limpieza	Está muy abandonado	Buena (6x)	Es un barrio bien comunicado con muchos servicios
Esta bien	C	Un barrio con una gran posibilidad de futuro	Muy buena
Muy buena.	Barrio tradicional, cercano	Barrio histórico que han ido dejando caer	muy tranquilo para vivir, pero a falta de limpieza y rehabilitación de muchas tachadas y casas abandonadas
Me gusta mucho su ubicación, aunque no es una zona que consideraría para vivir, aunque sí para visitar	cerca del centro y guay	Que es muy céntrico, histórico y que podría mejorar	Me crea nostalgia porque lo conocí como barrio popular en mi infancia
Es algo que merece la pena cuidar y mantener	Me parece una zona tranquila y familiar con Buenos accesos y bastantes comercios cerca	Muy buena porque recuerda lo antiguo de la capital	regular
Barrio antiguo y emblemático	Al ser uno de los barrios relativamente céntricos se debería de mejorar la imagen así como el comercio lo que ayudaría no solo a este barrio sino a los más próximos	Buena pero anticuado y muy mala limpieza	No da ganas de pasear. Y eso es lo primero que considero importante por el parque sí. Y que otra calle?
Buena zona para vivir	Me gusta por su historia	Buena Pero necesita mas ocio	Me parece que deberían acondicionarlo
Soy toscalero de corazón, se lo que significa vivir en el y estar lejos de él también. Todo el que ha nacido y/o vivido en él, lo llevara siempre dentro, por su encanto, su idiosincrasia, por su gente. Es el momento de potenciar su identidad y hacer de él, como Triana en Sevilla, el Born en Barcelona o Malasaña en Madrid. Lugares peculiares por su historia y sus gentes	Muy positiva viviría allí otra vez	Es un lugar tranquilo y muy céntrico en la ciudad	Es un barrio con bastantes restaurantes y pequeñas tiendas. Pero si no se vive allí resulta complicado encontrar aparcamiento
Es muy bonito e identifica a Santa Cruz	Un barrio con una ubicación privilegiada, pero muy olvidado y abandonado.	Es un barrio familiar y que forma parte del patrimonio de los toscaleros	Me parece un barrio tranquilo donde hay muy buena convivencia
Un buen barrio abandonado	Lo han afeado	Me gusta mucho porque está cerca de todo y accesible, pero está abandonado y sucio.	Es un barrio bonito, pero algo descuidado. Podría mejorarse mucho.
Me parece un barrio tranquilo con muchas cosas que hacer y muchos sitios por los que pasear. Creo que es adecuado tanto para gente joven como para gente adulta y de la 3 edad	Buena situación, mal aparcamiento y mucho por reformar	Es un barrio maravilloso para residir pero completamente olvidado, sucio y descuidado	Bonito
	El Toscal es un sentimiento	Que es da pena el abandono	
	Excelente	Varias generaciones de mi familia han vivido en el barrio, así que es importante para mí. Espero que se le dé un buen lavado de cara sin que pierda su esencia. También es importante intentar evitar la gentrificación	
	Historia poco contada		

[Comenta los resultados](#)



Titulación: Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico

Trabajo de Fin de Máster

Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de Marca de Barrio

B. Entrevistas

Índice

2.1 María Luisa de la Cruz	4
1.2 La Verdulería	11
2.3 El Huerto de El Toscal.....	18
1.3 Asociación Vecinal Toscal Tribulaciones	28

Tabla de ilustraciones

Foto 1: Pasaje 1º de Ravina	8
Foto 2: Casa Pisaca	8
Foto 3: Cubos de basura debajo de la casa de María Luisa	9
Foto 4: Restaurante La Verdulería en El Toscal	11
Foto 5: Fachadas de colores en El Toscal	16
Foto 6: Casa de la juventud del Toscal	16
Foto 7: Huerto de El Toscal	18
Foto 8: Cubos de basura subterráneos en Calle Méndez Núñez	25
Foto 9: Logo de El Huerto de El Toscal	26
Foto 10: Ciudadela en Calle Santiago	26
Foto 11: Calle San Antonio	29
Foto 12: Edificios antiguos	29
Foto 13: Pasaje de Ravina	29

B.1 María Luisa de la Cruz

Nombre: María Luisa de la Cruz.

Descripción: María Luisa reside en el barrio de El Toscal desde hace 19 años, en la plaza José Arozena Paredes, conocida coloquialmente como "Parque Bulevar".

1. ¿Considera necesaria la creación de una marca de barrio? Explique el porqué de su respuesta.

ML: Pues sí, sí, claro, porque El Toscal es un barrio bastante antiguo que siempre ha tenido edificios muy bonitos. Yo tengo una amiga que estuvo observando y estudiando las casas antiguas, porque ella hizo Bellas Artes como tú, y dice que tiene históricamente edificios muy, pero que muy bonitos e importantes. Yo creo que antiguamente era el barrio, si no me equivoco, más importante de Santa Cruz.

A: Sí, y el más antiguo.

ML: y el más antiguo, sí, precisamente por eso, tiene un valor histórico que no puede pasar desapercibido.

2. En caso de haber una marca, ¿cómo la utilizaría?

ML: Bueno, es que generalmente las marcas se usan para promocionar, pues en este caso para promocionar al barrio claro, creo que estaría bien, en beneficio del barrio, para darlo a conocer, atraer gente de fuera, no sé, se podrían hacer muchas cosas aquí, actividades culturales, ¿Por qué no?, rutas, eventos...no sé, creo que habría varias posibilidades.

3. ¿Qué elementos del barrio (edificios, esculturas, lugares...etc.) crees que son representativos de este?

ML: La casa Pisaca¹, y después sé que hay varias casas antiguas, pero no sé los nombres. Hay varias edificaciones, pero esa es la que siempre se nombra de aquí.

A: Sí, hay varias edificaciones muy antiguas.

ML: Sí, todas las que hay que son antiguas.

4. ¿Cree que El Toscal tiene o podría llegar a tener atractivo turístico? ¿Por qué?

ML: Ahora mismo, no. Si lo restauran, y lo ponen bonito, sí. La verdad que son típicas que ya no existen, las ciudadelas², las casitas esas pequeñas que son típicas de canarias, las casitas pequeñas. Todos esos edificios podrían atraer turistas, o hacerse rutas por el barrio, algo así. Pero primero necesitan ser restauradas.

5. ¿Qué mejoraría o cambiaría del barrio?

ML: Hombre, mejoraría la restauración de todas las casas antiguas, y eso cambiaría el barrio. Y la limpieza, que es lo principal, pero eso no es solo en El Toscal, eso es en todo Santa Cruz.

6. ¿Se siente usted cómodo viviendo/trabajando en el barrio? ¿Por qué?

ML: Me siento cómoda aquí en el barrio, vivo. En el barrio nunca he trabajado, pero sí me siento cómoda. Se agradece mucho la cercanía de todo.

7. ¿Qué opina de que parte del barrio esté declarado bien de Interés Cultural en la categoría de Conjunto Histórico Artístico?

ML: Opino que eso está muy bien hecho, pero lo importante es que restauren todas las casas que dan ese nombre, si no, de poco sirve, creo yo.

A: Exacto, que no está aprovechado.

ML: Es que ese es el problema. Entristece ver esta situación.

¹ La casa Pisaca es una construcción que se encuentra situada en el barrio El Toscal de Santa Cruz de Tenerife, en la calle Santiago concretamente.

² Las ciudadelas son construcciones típicas de El Toscal que consisten en un pequeño callejón con viviendas a los lados.

8. En su opinión, ¿Qué opción crees que sería más útil para mejorar la limpieza del barrio? Explique el porqué de su respuesta.

- a) Poner contenedores subterráneos en el barrio.
- b) Realizar una gestión de los residuos de los comerciales distinta a la de la vivienda.
- c) Realizar una campaña de limpieza por parte de los vecinos del barrio.
- d) Firmar una petición al Ayuntamiento de Santa Cruz para que se realice una limpieza a fondo del barrio.
- e) Realizar una campaña donde se pida que se mantenga la limpieza del barrio.

ML: Yo primero diría lo del ayuntamiento. Segundo, sería poner los contenedores, y tercero, haría que los vecinos se hicieran responsables. No solo que se movilicen, sino que cuando pongan la basura y eso, la metan dentro de donde tienen que meterla. No por fuera, que muchos lanzan por fuera de los contenedores.

A: En mi calle misma, siempre está todo por fuera.

ML: No, y aquí abajo lo ves ahí, y la mayoría está todo tirado por fuera.

A: Exacto.

ML: Entonces, por mucho que tú quieras ordenar y limpiar todo eso, si los propios vecinos no cooperan es como si no se estuviera haciendo nada, es mi opinión. Yo diría, primero el ayuntamiento, poner los contenedores, y por supuesto, claro, los vecinos. Porque les pones todos los medios, y aun así no lo hacen bien, sino que lanzan todo al suelo, que es más cómodo.

A: Claro, cierto.

ML: Y después pasa lo que pasa, las ratas, cucarachas y demás.

9. ¿Qué opción crees que sería la más acertada para solucionar la problemática del aparcamiento dentro del barrio?

- a) Abrir un parking público en el barrio.**
- b) Crear más garajes de uso privado.**
- c) Poner zonas azules en el barrio.**
- d) Intensificar el transporte público.**

ML: Lo principal sería pensar en que es lo que quiere hacer El Ayuntamiento, porque si la hace peatonal, no pondría nada, si no los aparcamientos para la gente que, como en la península, y en todos sitios, vive aquí, claro. Porque claro, si abres más aparcamientos y eso, se destroza también todo el barrio, si lo hicieran así.

A: Claro, se tendría que ver dónde.

ML: Claro, se tendría que ver cómo sería.

10. ¿Opina que es necesaria la restauración de los edificios antiguos? ¿Por qué?

ML: Sí, hombre, por supuesto, como hemos estado hablando, eso es fundamental, porque sin eso el barrio seguirá estando deteriorado, da mucha pena, podría ser un lugar mucho más bonito. la verdad que, si el barrio lo arreglaran bien, con todas las casas antiguas que hay, sobre todo en la calle de la Rosa. Si todas esas casas las arreglan, y las ponen para viviendas, o para pequeñas tascas, como está en La Laguna, en La Laguna está precioso, y es igual, antiguo. Hay una calle peatonal, una calle que pasan los coches, pero por lo demás es todo peatonal. Y solo entra la gente que tiene aparcamiento, que vive allí. Vamos, sería preciosa esta zona, pero arreglando bien todo, lo que se tiene que arreglar, y las ciudadelas, que son muy bonitas. Es que hace falta de verdad.



Foto 2: Casa Pisaca



Foto 1: Pasaje 1º de Ravina



Foto 3: Cubos de basura debajo de la casa de María Luisa

B.2 La Verdulería

Nombre: La verdulería.

Descripción: La verdulería es un restaurante que se encuentra situado en el barrio de El Toscal, en la calle Santiago concretamente, y es uno de los más frecuentados de la zona. De tipología vegetariana, este local fue abierto hace poco más de un año, pero es, sin duda, muy conocido y frecuentado por los vecinos, tanto para desayunos, como para almuerzos y cenas. Los entrevistados son Josué y Marin, dos de sus propietarios.

Dirección: Calle Santiago, nº 4, Santa Cruz de Tenerife.

Página web: <https://la-verduleria-restaurant.negocio.site/>



Foto 4: Restaurante La Verdulería en El Toscal

1. ¿Considera necesaria la creación de una marca de barrio? Explique el porqué de su respuesta.

A: Sí creen que sería buena, o no lo ven útil...

J: Yo pienso que sí, porque creo que el barrio tiene un potencial super potente como para crear una marca. Cada vez hay más locales chiquititos con mucho encanto, hay una autonomía muy buena, y se forma aquí un rollo muy guay, un rollo muy cultural, muy guapo, que yo creo que se debería explotar, yo creo que sí.

M: Yo también, creo en todo lo que sea bueno para que el barrio crezca y vuelva a ser un poco lo que fue, o aprovechar el encanto que tiene, con la ayuda de ciertas instituciones, yo lo veo bien, la verdad.

2. En caso de haber una marca, ¿cómo la utilizaría?

A: Por ejemplo, ustedes, de cara a su negocio.

J: ¿Cómo la utilizaríamos para nuestro negocio? Pues publicitando la marca, por ejemplo. Publicitando el conjunto, lo que se ofrece, ¿no? Si hubiera más locales como el nuestro, o hubiese tanto movimiento como en el nuestro, por qué no publicitarlo. O sea, sería un atractivo para un montón de gente. Como dice mi socia Nuria, cuanto más queso, más ratones. Pues, cuanto más grande sea esto, más gente vendrá a vernos, a conocernos, y a conocer a los demás.

M: Sí, también un poco por el estilo, toda propuesta que sume para el barrio. Si nosotros podemos sumar de esta manera, promocionarnos o ayudar en la marca. Si nosotros podemos colaborar con otras empresas pequeñas, más grandes, todo lo que sea sumar y sumar, pues sí. La verdad, es que estaríamos encantados.

3. ¿Qué elementos del barrio (edificios, esculturas, lugares...etc.) crees que son representativos de este?

A: Es decir, que son conocidos, fuera del barrio, y que lo representa, porque la gente sabe que están aquí.

J: ¿Del Toscal? Pues, así a botepronto, los callejones, todo este tipo de casas de colores, de diferentes fachadas. Me sabe mal que haya un montón de casas que estén cerradas, o tapiadas, cuando debería ser todo lo contrario.

M: Por ejemplo, cuando abrimos el bar, y empezamos la obra, y vinimos para acá, la casa de la juventud la reformaron, que era una antigua casa, y ahora esta espectacular, y creo que ha sido un punto de partida para comenzar a hacer mejoras, y es verdad que, de camino a casa o al trabajo, hay muchas casas tapiadas, muchas casas abandonadas, y no debería de ser así.

4. ¿Cree que El Toscal tiene o podría llegar a tener atractivo turístico? ¿Por qué?

J: Para mí sí, creo que podría tener atractivo turístico, o sea solo hay que verlo, todas esas casitas tan monas, esa parte tan, no sé, tan local, tan antigua de Santa Cruz, que parece alejada de la ciudad. Es como algo más local, algo más autóctono, no sé, para mí sí que lo tiene, vamos. Haría visitas guiadas y explicaría todo lo que hay por ahí.

M: Yo creo que también tiene atractivo turístico, y se deberían de tomar una serie de medidas para que el turista conozca El Toscal, conozca lo que no enseñamos de Santa Cruz. Y también, por ejemplo, yo diría que los domingos, los restaurantes y todos los pequeños comercios abrieran, para que hubiera una vida comercial más allá de entre semana, o en vacaciones. En agosto no hay nadie. No sé, que se dejara de ser un poco “ciudad dormitorio”.

5. ¿Qué mejoraría o cambiaría del barrio?

J: Yo mejoraría la limpieza, el barrio está muy sucio. No sé qué pasa aquí con los barrenderos. Lo mismo con el reciclaje. Creo que hay pocos puntos de reciclaje, creo que debería haber más puntos, pero no solo en El Toscal, sino en general en todo Santa Cruz. Tienes que pegarte un choleo para poder reciclar, y eso no está bien en una capital, para nada.

M: Es eso, un poco ya más allá de mejorar el barrio, se debería de mejorar Santa Cruz como capital. Cosas muy sencillas y básicas no se cumplen. Como acaba de decir mi socio: la limpieza. El barrio de El Toscal de Santa Cruz, con la historia que tiene, es increíble lo abandonado está, en relación con pequeños comercios como nosotros, al final le estamos dando un poco el oxígeno que le falta, pero, para que tenga mucho más oxígeno, hace falta ayuda pública, en mi opinión. Con trabajos como el tuyo, con trabajos como el nuestro, pues a ver si podemos poner un granito de arena y hacer que todo vaya mucho mejor.

6. ¿Se siente usted cómodo viviendo/trabajando en el barrio? ¿Por qué?

J: Yo sí me siento cómodo, y el ejemplo³ creo que te lo acabo de mostrar. Atender a gente así para mí es lo más bonito que me da El Toscal, sobre todo la gente. A mí, por ejemplo, es lo que me motiva, lo que me ayuda a seguir, y lo que me da vida. El “feedback”⁴. Es como que nosotros damos algo y, cuando tu das algo, obtienes una respuesta, siempre. La respuesta que tenemos nosotros, son nuestros clientes, que son una maravilla, y la mayor parte de la gente de El Toscal.

³ Josué hace alusión a una conversación mantenida momentos antes con una clienta habitual a la cual considera agradable.

⁴ Es una palabra del inglés que **significa retroalimentación**. Puede ser la **reacción, respuesta u opinión que nos da un interlocutor** como retorno sobre un asunto determinado.

M: Yo la verdad, es que estoy muy contento de trabajar aquí, de trabajar en el barrio. Más que nada, porque vivo en el barrio, y para mí es un orgullo trabajar donde vivo y, diariamente, como dice Josué, ver lo que ocurre, sienta bien, lo que pasa que no tengo tiempo de entristecerme, porque no paramos (risas), pero bueno, si me entristece ver como está, la verdad, me gustaría que de un tiempo para adelante pueda haber cambios, y yo sentirme protagonista, o participe.

7. ¿Qué opina de que parte del barrio esté declarado bien de Interés Cultural en la categoría de Conjunto Histórico Artístico?

A: Esta pregunta es pues, un poco para saber si la gente que está relacionada con el barrio lo sabe, porque yo creo que mucha gente no es consciente.

J: Yo no lo sabía.

M: Yo lo intuía, pero no lo sabía.

A: Porque hay muchos edificios que son antiguos y, por lo tanto, son históricos, es por ello por lo que tienen esta categoría.

M: Pues mira, más me entristece, y más me indigna, que haya edificios con ese carácter cultural, y siga esto pareciendo las afueras de cualquier sitio.

J: Hombre, a la vez me alegra, también diré. También me alegra que eso esté aquí, pero si es verdad que es como, sentimientos encontrados, a la vez que me alegra, pues, lo que dice Marin, que triste. Qué triste que sea así, y que esté como está.

8. En su opinión, ¿Qué opción crees que sería más útil para mejorar la limpieza del barrio? Explique el porqué de su respuesta.

- f) Poner contenedores subterráneos en el barrio.**
- g) Realizar una gestión de los residuos de los comerciales distinta a la de la vivienda.**
- h) Realizar una campaña de limpieza por parte de los vecinos del barrio.**
- i) Firmar una petición al Ayuntamiento de Santa Cruz para que se realice una limpieza a fondo del barrio.**
- j) Realizar una campaña donde se pida que se mantenga la limpieza del barrio.**

J: Creo que elegiría todas las opciones. O sea, creo que hacen falta todas, tanto como la colaboración ciudadana, porque veo que aquí la gente tira mucha basura a la calle. Hace falta mayor gestión de los residuos entre comerciales y casas, por supuesto, como te digo, reciclar aquí es... (suspira).

Voy a tirar los cartones por las mañanas, a las diez de la mañana, y vuelvo a la una, y aquello es, vamos, lleno hasta arriba. O sea, creo que hacen falta todas las opciones. Que se mantenga limpio, o sea todo.

M: Sí, todas las opciones y faltarán más. Todo lo que sea bueno para el barrio, la verdad que bien. Los ciudadanos, las instituciones públicas... seguro que faltan más y seguro que si nos ponemos aquí a pensar, sacaríamos diez más. Así que, sí.

9. ¿Qué opción crees que sería la más acertada para solucionar la problemática del aparcamiento dentro del barrio?

- e) Abrir un parking público en el barrio.**
- f) Crear más garajes de uso privado.**
- g) Poner zonas azules en el barrio.**
- h) Intensificar el transporte público.**

J: La a, y la última. Por supuesto, al transporte público no le damos el uso que le deberíamos de dar en esta isla. Todos somos muy cómodos, y todos tenemos nuestros coches, todos nos movemos en nuestro coche, y no pensamos en el planeta. Y a base de eso nos lo cargamos. Pero reconozco que aquí, el transporte público es bastante malo.

A: Sí, y aquí en el barrio tampoco hay mucho, están cerca algunas paradas de tranvía, pero tampoco mucho.

M: El transporte público, aparcamientos... Yo, por ejemplo, gracias a Dios, no tengo coche, y me muevo caminando. De casa al trabajo tardo diez minutos, pero sí es mucha locura aparcar, doble fila, las calles son estrechas...Yo lo del parking lo vería bien si no modificara lo que es el barrio, o pudiera tirar casas que están cerradas para abrir un parking, no sé, me gustaría que fuera un poco más equilibrio, no priorizar que haya aparcamientos, cuando el barrio está mal. Es un problema complejo, pero sí deberíamos mejorarlo en ese aspecto.

10. ¿Opina que es necesaria la restauración de los edificios antiguos? ¿Por qué?

M: Por supuesto, por supuesto que deberíamos restaurar los edificios antiguos, por supuesto que habría que darles una oportunidad, como el que te comenté antes, La casa de la Juventud, la casa antigua, que ya no existe tal cual, pues se ha reformado y se ha hecho una casa de la juventud, para que los jóvenes puedan ir. Esa me parece una de las pocas ideas que ha pasado por aquí, y que se ha hecho realidad. Y sí, estaría bien transformarlas.

J: Estoy de acuerdo también con el socio, no tengo nada más que comentar.



Foto 5: Fachadas de colores en El Toscal



Foto 6: Casa de la juventud del Toscal

B.3 El Huerto de El Toscal

Nombre: El Huerto de El Toscal

Descripción: El proyecto de El Huerto Urbano de El Toscal fue llevado a cabo por la Asociación Agroambiental Amanece Chinec. Sus principales objetivos son:

- Recuperar espacios urbanos para uso público aportando diversidad al paisaje del Municipio.
- Ofrecer un espacio de esparcimiento y actividad para las personas.
- Fomentar la participación ciudadana.
- Generar espacios de biodiversidad.
- Promover buenas prácticas ambientales de cultivo: gestión de residuos, ahorro de agua, agricultura ecológica, recuperación de usos y costumbres de la agricultura tradicional, etc.
- Potenciar el carácter educativo y lúdico de los huertos.
- Establecer y valorar las relaciones entre el medio natural y las actividades humanas.
- Promover una alimentación sana y cambios de hábitos más saludables.
- Impulsar un mayor conocimiento y respeto por el medio ambiente.
- Promover las relaciones y el intercambio intergeneracional y cultural.

Dirección: Calle San Martín, nº 45, Santa Cruz de Tenerife.

Página web: <http://amanecechinectenerife.blogspot.com/>

Entrevistada: Laura, trabajadora en el huerto.



Foto 7: Huerto de El Toscal

L: Este es El Huerto Urbano de El Toscal. Somos una asociación que se llama Asociación Agroambiental Amanece Chinec. La asociación se constituyó hace como cuatro o cinco años, y yo me incorporé al equipo el año pasado, a principios de este año, del 2019, porque a finales del año 2018 el huerto había sido y querían volver a abrirlo, pero le pidieron a la asociación que hiciera un proyecto, o algo un poco más concreto, para presentar al ayuntamiento. Porque en verdad, todo este huerto existe gracias a que un grupo de personas montaron una asociación y fueron a preguntar al ayuntamiento que por qué no se cultivaba aquí un huerto urbano y comunitario, entonces el ayuntamiento cedió el espacio, el solar, y trajo un poco de tierra, pero en verdad estaba muy, deficiente, no había casi nada, no tenía mucho apoyo. Han estado así tres años, y ya a finales del año pasado cuando cerraron, lo que hicieron es que iban a conseguir un poco de fondos del ayuntamiento para poder apoyar más el proyecto del huerto. Entonces, poder invertir más en mangueras, en riegos, mejorar también el sistema del agua, hacer también estos “banquitos”, o sea como invertir un poquito de recursos en el huerto, entonces por eso estuvo cerrado, nosotros presentamos un proyecto que les gustó mucho, para mantenimiento de todo un año y lo aprobaron, entonces empezamos en febrero. Tenemos el huerto, la tierra está separada en dieciséis parcelitas, catorce parcelas son para catorce familias del Toscal. Las familias van y se apuntan en el ayuntamiento, y ya ellos con sus criterios, principalmente pues, a lo mejor, personas que tengan menos poder adquisitivo, o que estén muy cerca del huerto para que puedan venir y trabajarlo. También, la mayoría son gente más mayor, que gente joven. Ellos tienen ahí su baremo, y han dado a catorce familias las catorce parcelitas, y luego hay dos, que son las primeras, que son las que cuidamos nosotras. Somos tres chicas en la asociación ahora trabajando, y las dedicamos a la educación ambiental, basándonos en la permacultura, en la agricultura regenerativa, y mucho en la reconexión de las personas con la naturaleza, con la tierra y con la alimentación, etc. Más o menos semanalmente, recibimos a un grupo de niños de las escuelas, y hacemos talleres con ellos, les explicamos las plantas, ellos se animan, entran al huerto, el huerto tiene una forma de cuerpo humano, hemos sembrado distintas plantas como si fueran la cabeza, el corazón, y las piernas, entonces un poco hemos ido sembrando como por colores, para que ellos empiecen a entender la energía de la alimentación, de los colores, como cada planta influye en un órgano, en un estado de ánimo, y hacemos un juego con ellos pues para que huelan las plantas, para que las toquen, para que se las coman, para que se den cuenta de todos los bichitos que hacen falta, ¿no? Entonces, no es solamente el huerto por la producción de alimentos, sino también por todo el ecosistema que se genera y, en principio, esa es la finalidad.

1. ¿Considera necesaria la creación de una marca de barrio? Explique el porqué de su respuesta.

L: Bueno primero, yo no vivo en El Toscal, vivo en Buenavista del Norte, o sea, allí sí que tengo mi huerto y mi finca. Llevo ya cuatro años en Tenerife, en la finca, y desarrollo temas de jardinería, por eso ahora mi profesión la estoy enfocando mucho en educación ambiental. Entonces, yo no soy de aquí, no soy de este barrio, pero te diría que creo que, igual que Santa Cruz tiene su logotipo y su marca, El Toscal es un barrio con mucha identidad, yo creo que, aunque no tenga marca, ya El Toscal ya de por sí tiene una fuerza, ¿no? Es el barrio más antiguo de la ciudad, la gente que es del Toscal se siente muy del Toscal, y la gente que conozco que vive aquí, incluso que han nacido aquí, todavía tienen ese espíritu de barrio. Me cuentan mucho de cuando no había tanto tráfico, por ejemplo, y los niños jugaban mucho en la calle, ¿no? Aunque también antes había más niños en la calle, y ahora hay menos niños, por un lado, y también las calles son más peligrosas, porque hay más coches. Entonces, en estos cincuenta años, el barrio ha cambiado, y luego yo, por lo que observo desde fuera y también, yo que vengo de Madrid, que es donde me he criado, he visto en las ciudades que los barrios viejos se van deteriorando, y de pronto los reconvierten, les ponen la marca, como Chueca o Lavapiés, y, por un lado, sí que es un lavado estético importante, esto lleva siempre una promoción turística, claro, generalmente enfocado a gente de fuera, con más poder adquisitivo. El peligro puede ser que, en vez de dar vida a la gente del barrio, da vida a especuladores, que son las personas que compran las viviendas, y tienen dinero para poder invertir en ellas, y al final las alquilan, y quienes están viviendo en ellas son turistas, que no tiene nada de malo, pero realmente, quien está beneficiándose de eso son turistas y los propietarios, que no son generalmente gente del barrio. Entonces, para mí, es como un poco un peligro, me parece super interesante, importante, y necesario, además, que como está el barrio, a nivel de edificación, se invierta, porque es un barrio con mucha identidad, con mucho encanto, hay casas preciosas que están cayéndose, hay callejones, o sea sé que tiene mucho potencial, pero primero lo enfocaría en la calidad de vida de las personas que viven aquí. Y luego, que esa calidad, de vida, y esa vida propia del barrio, sea la que atraiga a la gente de fuera, y que realmente la gente de fuera venga a ver a la gente de aquí, no a ver cualquier otra ciudad, porque al final estas ciudades se parecen mucho, o sea todas tienen un Starbucks, no sé qué, y no sé cuántos, y te da igual estar en París, que en Madrid, que en Santa Cruz, porque al final son los mismos negocios los que están ahí. Entonces, sería bonito que se invirtiera en la gente de aquí, en los negocios de aquí, ¿no?, porque hay muchos negocios emprendiendo sus tiendas, y muchos artesanos. Y como gente que emprende, y se queda aquí, que ellos son los que hagan la vida económica. Entonces, me gustaría una marca, pero que fuera una marca que refuerce a la gente de aquí haciendo economía a pequeños comerciantes, o a pequeños negocios, o artistas, pero locales, o sea, gente local, de aquí, que ellos sean los que se nutran de la inyección económica que venga. Que ahora está un poquito dejado, pero que sean ellos los que hagan que El Toscal tenga una identidad, no que vengan inversores y que se haga una ciudad turística sin personalidad.

2. En caso de haber una marca, ¿cómo la utilizaría?

L: Para mí la marca sería calidad de vida y que el barrio esté habitado por gente de aquí, que no sea una cosa turística de postal, que sea una postal viva, eso también. Que sean postales de gente que vive, pero no de turistas que van y vienen. Que fuera un barrio con calidad de vida, igual que como está en el centro. Aquí las calles son más estrechas, porque es más peatonal, más de pequeños comercios, y eso, que tuviera una economía de los negocios de la gente de aquí, emprendimientos pequeños, pescaderías, carnicerías, ¿sabes? No un Liddle, y que se apoyara un poco la economía local de la gente del barrio.

3. ¿Qué elementos del barrio (edificios, esculturas, lugares...etc.) crees que son representativos de este?

L: Bueno, nosotras queremos pensar que el huerto. Porque en verdad, de toda Santa Cruz, es el único barrio que tiene un huerto del ayuntamiento. Otros barrios tienen supermercados, mercerías, papelerías, no sé qué, pero huerto, solo tiene El Toscal. Y luego, yo creo que representativo del Toscal, para mí estos callejones, los callejones Ravina, que hay tantos, las ciudadelas, yo creo que las callecitas esas son muy guay, muy características... también te diría el García Sanabria, pero eso ya es fuera de El Toscal, aunque bueno, el García Sanabria es un elemento de la ciudad en sí de Santa Cruz. Y luego, de por aquí, pues deben de ser las edificaciones antiguas, este rollo de que es tan céntrico, pero tenga plantitas tan bajas, están los lavaderos, que también es muy chulo, y también creo que es Toscal, o está justo en el límite. Pero diría, sobre todo, las casas tradicionales. Y luego está el centro cultural este de aquí, ¿cómo se llama? La casa Pisaca, también es una belleza. A ver, es que hay muchas casas, hay una también por ahí escondida que tiene una palmera así, flipante. También es característicos las calles así estrechas, pero bueno, también, por otro lado, le da más dificultad para que los coches pasen rápido, así que no es un barrio ruidoso, como puede ser una calle más para allá, como La Avenida Anaga, Méndez Núñez, aquí dentro la contaminación acústica no es tanta. Otro sitio emblemático de aquí es la cancha, porque es un sitio de reunión.

4. ¿Cree que El Toscal tiene o podría llegar a tener atractivo turístico? ¿Por qué?

L: Yo creo que sí, que tiene potencial. Solo hace falta que sea explotado.

5. ¿Qué mejoraría o cambiaría del barrio?

L: Daría más utilidad a las edificaciones, aquí hay muchas que están paradas y vacías y podrían tener más servicios culturales y sociales, más espacios para la gente, incluso más espacio de autogestión, como que se haga algo que se ofrece, como un parque, la gente hace lo que se quiere en el parque, no tiene que ser

de cuatro a tres taller de yoga, o de cinco a siete, ¿no?, o sea más espacios sociales, pero para que la gente tenga un lugar donde crear su propia dinámica, que la casa Pisaca es muy bonita, pero tiene unos horarios y unas actividades. Al final, son como centro de formación social. Demasiado cuadrulado, no puedes quedar ahí con tus colegas para hacer algo. Si vas es porque hay una clase de no sé qué. Las ciudades heterogéneas no me gustan. Por ejemplo, aquí un sitio que era una antigua fábrica, que está ahí en San no sé cuántos, enorme, esa nave industrial, que vale, por un lado están las casas abandonadas, que pueden ser de dueños, y siempre, pues lo querrán rehabilitar como casas, porque, bueno, para alquilarlo y tal, luego hay sitios como naves industriales que no van a funcionar como industrial porque no están bien localizadas, se van a un polígono, y eso es perfecto para hacer como un lugar cultural y social, y de que la gente se motive y haga sus historias. Más lugares para el emprendimiento, espacios más espontáneos, como que la oferta cultural es demasiado en plan, vengo, me veo la peli, me consumo lo que sea, y me voy a mi casa, ¿no? Muy protocolario, ¿no?, Sería ir a un sitio donde no sabes lo que va a pasar, quedas con tus colegas y montas algo, o vas a ver lo que ha hecho no sé quién, como más dinamismo. Le falta un poco de vida cultural y arte. Es que hay mucha vivienda vacía. Y le falta un poquito de zonas verdes, pero vamos, es síntoma de cualquier ciudad, pero sí, más techos verdes, más huertos urbanos, más parques de tierra...

6. ¿Se siente usted cómodo viviendo/trabajando en el barrio? ¿Por qué?

L: Pues yo me siento muy cómoda porque me gusta que, aunque sea ciudad, o sea, me gustan las ciudades, pero me gustan si conservan el factor humano, y el factor cultural, y el factor de la mezcla también, que al final pasan esas cosas, que tienes gente en todas partes, entonces te mezclas, y para mí eso es muy, muy fructífero. Entonces me gusta por eso, porque tiene calles estrechas, entonces sí o sí los coches van despacio, la gente se saluda mucho en la calle, porque también hay muchos pequeños comercios, y entonces, pues eso sigue dando economía a la gente de acá, y, bueno, creo que también me gusta como por el cambio transgeneracional, ¿no?, hay como muchos abuelos, también hay gente joven, y también hay niños, ¿no? En los barrios más de las afueras suelen ser más parejas jóvenes que se compran una casa nueva, como que aquí es la vivienda vieja, y también es centro, pues hay esa mezcla generacional, entonces sí, desde luego que me gusta.

7. ¿Qué opina de que parte del barrio esté declarado bien de Interés Cultural en la categoría de Conjunto Histórico Artístico?

L: No lo sabía. Hombre, en verdad no se puede tirar ninguna fachada de estas casas, porque la mayoría de las fachadas, ya por antigüedad están protegidas. A veces la doble cuchilla de estas cosas es, vale, que bueno que esté catalogado porque es como un reconocimiento, como justo lo que decíamos, que las cosas que más nos parecen interesantes, es justo la arquitectura del barrio, pero claro,

a veces ese tipo de categorías lo que hacen es encarecer un poco, fomentar la especulación, porque entonces la gente que tiene esa propiedad sabe que tiene un valor, pero van a esperar a que alguien pague más por ese valor, o a los propietarios tienen que gastarse mucho dinero en reformar la fachada, o sea si estuviera apoyado por el ayuntamiento, pues tenéis este valor, entonces os vamos a apoyar para que juntos le demos brillo, vale, pero si te dicen a ti, este es el valor, con lo cual te tienes que gastar una pasta, o no puedes hacer nada, entonces, en el fondo limitas al propietario de esa vivienda, entonces está limitado lo que va a hacer y, bueno, pues eso, la abandona, hasta que venga un tipo con mucha pasta, y pueda sacarle brillo a la vivienda. Entonces, a veces es un arma de doble filo. Pero bueno, creo que la gente sí que sabe el valor que tiene arquitectónico el barrio, pero probablemente no sepa que está catalogado. Bueno, es importante eso, la estrategia de este tipo de reconocimientos es para ayudar a que el barrio prospere, con la gente que vive aquí, o si es para ir incubando una especulación, ir incubando que la gente esté incómoda porque no pueden abrir una ventana, entonces, algo así ¿no? Lo ideal sería decir, mira la casa que heredaste de tu tatarabuelo ya es patrimonio, porque ya estamos en 2017 y es patrimonio, entonces pues que te den recursos para arreglar la fachada, por ejemplo. Si no va acompañado de un apoyo, suele ser una restricción económica.

8. En su opinión, ¿Qué opción crees que sería más útil para mejorar la limpieza del barrio? Explique el porqué de su respuesta.

- a) **Poner contenedores subterráneos en el barrio.**
- b) **Realizar una gestión de los residuos de los comerciales distinta a la de la vivienda.**
- c) **Realizar una campaña de limpieza por parte de los vecinos del barrio.**
- d) **Firmar una petición al Ayuntamiento de Santa Cruz para que se realice una limpieza a fondo del barrio.**
- e) **Realizar una campaña donde se pida que se mantenga la limpieza del barrio.**

L: Igual estoy pensando, yo no sé si el abandono arquitectónico tiene que ver con el abandono de la limpieza, o sea yo no sé si realmente en este barrio invierten en limpieza lo que invierten en, a lo mejor, otros barrios. Habría que ver si se están dando los recursos que otros barrios tienen, por ejemplo, que pueden estar más limpios. También es un barrio que tiene mucho comercio pequeño, entonces si puede ser que eso sea un extra de basuras y tal, pero bueno, si a lo mejor hacer un tratamiento diferente a los comercios, o simplemente reforzar más limpieza porque es un barrio comercial. Aquí el pequeño empresario no tiene dinero para comprarse el local de al lado y poner ahí la basura, entonces el ayuntamiento tendría que apoyar a los pequeños empresarios para que la gestión de basura fuera más eficiente. Otra puede ser la cultura de la gente, que también lo es, o sea que la gente también ensuciamos. Sí, siempre las campañas de concienciación con la basura son necesarias, pero bueno. A ver, siendo justos, las ciudades siempre

son un cúmulo de basura, o sea el propio ecosistema de la ciudad no está diseñado para que los residuos se reutilicen o se gestionen bien. Entonces, ya la ciudad en sí como infraestructura es muy insostenible con el tema de los residuos. Luego, yo creo que esconderlo nunca es la solución. O sea, ni subterráneo, tenemos que darnos cuenta de la basura que generamos. Y luego, que ojalá tuviéramos propuestas políticas que realmente gestionaran bien los residuos, pero que, si no la gestionan bien, ni el que puede hacer negocio de los residuos lo hace, el que no tiene ningún negocio, que es el tipo que va, como nosotros que tiramos la basura, que no tiene ningún valor, no se va a preocupar más que un tío que podría montar una empresa y recoger plásticos y tal. Pero está el monopolio que hay también con los residuos, o sea, el tema de los residuos es un problema sistémico. Culturalmente, estamos muy atrasados en el tema de la gestión de los residuos, o sea no le damos el valor que tienen, no hay emprendimiento económico, no hay empresas que gestionen bien los residuos y que los estén realmente reciclando o que recojan la materia orgánica, o que cojan el plástico y lo reciclen en otro plástico, o sea no hay ese negocio, eso es por una carencia cultural, de que por políticas no se puede, porque Ecoembes⁵ tiene el monopolio o porque claro, no les dan permiso, porque no apoyan esos emprendimientos. Pero los contenedores subterráneos se llenan de mierda igual, por fuera, encima la gente no ve la basura que genera y yo, lo siento, pero yo creo que es mejor que tú veas lo que pasa en tu ciudad que no que esté debajo de la tierra. Aquí en Méndez Núñez es muy triste, porque ves los tubos, y todos rodeados de cartón, no creo que sea la solución. Pero bueno, también creo que, si invirtieran un poquito más de recursos, tampoco es un barrio con tanto problema de residuos, hay ciudades que realmente huelen a pis, o sea, El Toscal dentro de lo que cabe, oye, para la gente que hay, y para la cultura que tenemos, y para los medios de los que disponemos, yo no creo que el problema más grave sean los residuos, es más grave el abandono.

9. ¿Qué opción crees que sería la más acertada para solucionar la problemática del aparcamiento dentro del barrio?

- a) Abrir un parking público en el barrio.**
- b) Crear más garajes de uso privado.**
- c) Poner zonas azules en el barrio.**
- d) Intensificar el transporte público.**

L: Pues es que yo creo, o sea como son problemas que vienen de una consecuencia, de una causa que ya está enferma. Entonces, si la causa ya está enferma que es, que dependemos tanto del coche y que queremos meter el coche hasta en la puerta del supermercado, entonces ya si la consecuencia es poner aparcamientos, pues bueno, menos mal, a lo mejor

⁵ Ecoembes es una organización medioambiental sin ánimo de lucro que promueve la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente a través del reciclaje.

así cambiamos la causa, y desaparece la consecuencia. O sea, yo más atacaré a la enfermedad que a los síntomas. Entonces sería, a ver, tanto tráfico rodado es necesario, o no sé, haría como estrategias de movilidad sostenible, o sea hacer aparcamientos pero un poquito más bordeando la ciudad y que hubiera más servicios públicos para llegar a al centro, luego no sé, yo estuve viviendo aquí un año y el problema del aparcamiento es grave cuando vienes de fuera para Santa Cruz, que no hay sitio, pero para la gente de aquí, en el fondo, a la primera de la mañana y ahora, encuentras aparcamiento casi siempre. Me da la sensación de que tampoco hay tanto problema de aparcamiento, porque tengo una amiga que vive aquí, en la calle de la Rosa, y aparca siempre la furgoneta en frente de la puerta de su casa. Es muy estrecho, pero más o menos das unas vueltas. Pero claro, si ya vienes de fuera, yo creo que para la gente del barrio sí hay. O sea, igual si fueran zonas azules... yo fomentaría más otros medios que no el coche. O aparcar a las afueras, o por El Corte Inglés, y luego venir caminando al centro sería otra opción.

10. ¿Opina que es necesaria la restauración de los edificios antiguos? ¿Por qué?

L: Sí, yo creo que claro que sí, ¿“Why not?” ¿Por qué no? Sí, y de darles vida, y ojalá que sea una vida que beneficie a la gente de acá. Sí, y además yo creo que es también una responsabilidad, porque es también muy irresponsable decir que es un bien público, y no ayudamos a su conservación, estamos viendo cómo se muere, pues, si deberíamos tener un poco de responsabilidad con eso. Entonces sí, claro sería bueno, igual se podría hacer alguna estrategia de, bueno apoyamos a los propietarios para que restauren la vivienda, a cambio de que la pongan en actividad del algún tipo, y que luego lo que inviertan en su rehabilitación, pues lo puedan recuperar por otro lado, o sea darle vida al barrio. Pero que sea vida para la gente de aquí, no para que venga el de la inmobiliaria y compre trocientos edificios, invierta, restaure, y luego se los esté alquilando a guiris, o sea que ojalá fuera para la gente de acá, y vean que es positivo para ellos.



Foto 8: Cubos de basura subterráneos en Calle Méndez Núñez



Foto 9: Logo de El Huerto de El Toscal



Foto 10: Ciudadela en Calle Santiago

B.4 Asociación Vecinal Toscal Tribulaciones

Nombre: Asociación El Toscal Tribulaciones.

Descripción: Se trata de un grupo de vecinos del barrio del Toscal que empezaron como Comisión de Defensa del Barrio de El Toscal. Participó en la consecución del BIC y se interesó en la planificación de este (PGO y PEI).

Dirección: Calle Méndez Núñez, nº 49, Santa Cruz de Tenerife.

Página web: <http://toscaltribulaciones.com/>

Entrevistada: José Antonio, presidente de la asociación y Pilar, tesorera.

1. **¿Considera necesaria la creación de una marca de barrio? Explique el porqué de su respuesta.**

JA: Bueno, yo creo que podría ser una buena idea, no tanto por la marca de barrio en sí, no por el mecanismo, sino que haría visible la importancia del barrio como casco histórico, le daría una seña de identidad, podría servir muchísimo para activar la identidad de barrio y, sobre todo, las reivindicaciones históricas del barrio con respecto a la rehabilitación, con respecto al orgullo de ser un casco histórico, etc. Entonces, quizás, no tanto la marca de barrio como fin, sino como un medio para, precisamente, realzar la actividad del barrio.

2. **En caso de haber una marca, ¿cómo la utilizaría?**

JA: Pues yo creo que, en la señalética de los edificios, en los productos de los pequeños comercios del barrio, la utilizaríamos también para posibles rutas, porque hay ya un par de rutas que se podrían aprovechar turísticamente en el barrio, porque tenemos edificios singulares, es decir, se podría usar de muchísimas maneras, con una gran variedad de posibilidades, creo yo.

P: Claro, yo soy de la opinión de que siempre que sea para no perder la identidad del barrio porque si es la marca de El Toscal, pero para arrasar el barrio, como que no.

A: Claro, más bien sería una marca que identifique El Toscal y que lo represente por como es.

JA: Sobre todo para el pequeño comercio, que hay mucho en el barrio. Entonces, sería ideal. Y, por ejemplo, nuestra asociación, que ha propuesto unas formas de comercio nuevas para el barrio, artesanía, de comercio justo, etc. Que, a lo mejor puesto en las alegaciones, pues también sería interesante que esa producción tuviera la marca del barrio, eso sí. No el HiperDino, aunque este en el barrio.

3. **¿Qué elementos del barrio (edificios, esculturas, lugares...etc.) crees que son representativos de este?**

JA: Hombre, yo creo que, en primer lugar, porque a ver, el barrio fue nominado como casco histórico precisamente por dos factores, primero por la heterogeneidad de sus arquitecturas, las distintas tipologías de casas, hay casas humildes, casas menos humildes, casas eclécticas, casas más modernistas, es decir, tienen una tipología muy variada, entonces, una de las posibilidades sería, precisamente, señalar uno de esos edificios singulares que tenemos en el barrio, no solo exteriores, sino también los interiores, porque uno de los factores que tenemos era también aprovechar los interiores de las casas, lo que se llamaban las manzanas interiores, y destacar el aspecto del patio, el aspecto de... entonces sería primero para los edificios, pero otra de las marcas que valoraron en el

barrio fue la trama urbana. Es decir, las calles pequeñas, la idea un poco laberíntica del barrio, pues esa también es una posibilidad porque a partir de ahí se podría generar pequeñas rutas muy interesantes. Porque eso son los dos valores del barrio: la arquitectura de muchas de sus viviendas y la trama urbana que lo caracteriza.

4. **¿Cree que El Toscal tiene o podría llegar a tener atractivo turístico? ¿Por qué?**

P: Hombre, yo creo que sí, porque ya de todas maneras, por ejemplo, el casco histórico, si estuviera rehabilitado, pues sería algo para ver, porque las pequeñas ciudadelas, las casas antiguas...es algo que, igual que la gente va a La Laguna a ver el casco, pues aquí también. Esto tiene un modelo de casco obrero que los trabajadores del muelle, que bueno, que es importante, es una de las pocas partes de Santa Cruz que todavía se mantiene y que, claro, y que si se tarda tanto en rehabilitarse se va a caer, entonces yo creo que es importante rehabilitar ese casco.

JA: Yo creo que potencialmente el barrio tiene unas posibilidades turísticas inmensas, potencialmente, lo que pasa que hace falta dinamizar, el pequeño comercio, formas alternativas de comercio, de intercambio, o de uso de edificios con carácter cultural, y convertirlo a lo mejor en un barrio pintoresco en el sentido de bohemio, de artístico, etc., eso, por un lado, y también se puede establecer una serie de espacios privilegiados de cómo era el Santa Cruz antiguo, como por ejemplo las ciudadelas, los pasajes, como se vivía. Claro, pero todo esto te digo, potencialmente, porque, como sabes, a pesar desde que llevamos desde 2003 luchando, y a pesar de todas las alegaciones, de todas las intervenciones, de todo lo que hemos hecho, todavía el casco histórico sigue sin ser aprobado, el plan especial, con lo cual nosotros ahora mismo tenemos potencialmente una joya, pero que cada vez se va devaluando más porque el paso del tiempo es inevitable sobre los edificios, y sobre, incluso, la propia trama identitaria, porque la gente hace unos años, era "Toscal, Toscal, Toscal", y sonaba esa ilusión de que se iba a tener un casco histórico, y ahora mismo han logrado diluir en parte eso. Por ejemplo, lo de la marca de barrio podría ser interesante para eso para volver a tener otra vez un sentimiento común de orgullo de barrio.

5. **¿Qué mejoraría o cambiaría del barrio?**

P: Lo mismo que dije antes, rehabilitarlo es fundamental, porque hay gente que viene aquí y dice: "Pero bueno, ¿esto qué es, un bombardeo o algo así?" Y yo digo, potenciar el pequeño comercio, porque es un signo de identidad del barrio, porque luego hay personas que han viajado a otros sitios, Madrid, o donde sea, y dicen que es difícil encontrar una pequeña tienda para comprar, sino que tienes que ir a los centros comerciales, porque ya las pequeñas tiendas de los barrios han desaparecido. Aquí todavía se conservan, pero a duras penas, porque hemos ido por los comercios a veces para hablar con el pequeño comercio y todos dicen

que están en una situación muy crítica, por eso, porque hace falta también un compromiso de los vecinos, trabajar su conciencia, apoyar el pequeño comercio para rehabilitar la zona comercial, que es un signo del barrio.

JA: Yo creo que sobra en el barrio mucho entusiasmo, porque a pesar de todo la gente está todavía empeñada en sacarlo adelante. Lo que falta, sobre todo, es voluntad política porque incluso si vas a nuestra página web encontraras en toda la documentación, que nuestras propuestas no son propuestas puntuales, son estructurales, tiene su parte social, su parte sanitaria, para la tercera edad, para los jóvenes, etc. Hay una propuesta de dinamización comercial que tiene que ver con la rehabilitación de espacios para entregarlos a colectivos artesanales o culturales, es decir, lo que necesita el barrio esta precisamente en nuestras alegaciones, porque además, si ves la firma final, no solo la hemos firmado nosotros, la propuesta es nuestra, pero ha sido firmado por las otras asociaciones que a lo mejor no han tenido mucho tiempo o no estaba dentro de sus objetivos crear un plan integral, pero como tenemos la suerte de que en nuestro colectivo hay gente técnica muy preparada, abogadas, arquitectas, es sobre todo un colectivo fundamentalmente femenino, nuestra asociación. Pues gracias a ese trabajo técnico hemos logrado proponer, y está público, es decir, se ha presentado y todas las oficinas habidas y por haber, cabildo, gobierno autónomo, en El Ayuntamiento, etc. Las propuestas concretas y, además, completas, es decir, no son intervenciones puntuales, son intervenciones de fuste, que alcanzan a todo el barrio, y ahí está lo básico, lo que necesitamos, porque luego, de resto, es que la gente se ponga a funcionar, porque lo que no puedes hacer es proponer un decorado y nosotros como una especie de piezas de escenografía, el barrio es una realidad dinámica, de interacción, pero ahí la voluntad política es fundamental, porque el barrio necesita una rehabilitación urgente. Y el dinero siempre ha estado, lo que pasa que no ha habido voluntad política para movilizar ese dinero. Ahí está el problema.

6. ¿Se siente usted cómodo viviendo/trabajando en el barrio? ¿Por qué?

JA: Si te digo la verdad, cuando estoy de viaje, y estoy una temporada fuera, yo no echo de menos ni Santa Cruz, ni echo de menos la isla de Tenerife, pero sí echo de menos este trocito. Es la única patria que me conozco, es mi pequeño barrio, la verdad es que sí.

P: Claro, yo por ejemplo, mi familia, mis abuelos son de aquí, uno de la calle San Antonio, otro de la Calle de Ravina, y demás, y lo que pasa es que yo he estado fuera, mis padres emigraron a Venezuela, después vine, después me puse a trabajar, me tocó El Puerto de la Cruz, pero después al final he vuelto al barrio, pero, ese hecho de que tu familia haya vivido, cuando pasas por una calle determinada ves la casa que todavía está en pie, donde vivieron y no sé, te une un poco, es como si te conectara con esa otra generación ya fallecida, pero que parte de tus raíces están ahí. Son muchos años, y toda la estructura del barrio te une a esos antepasados.

7. ¿Qué opina de que parte del barrio esté declarado bien de Interés Cultural en la categoría de Conjunto Histórico Artístico?

JA: Bueno, esto sí que podemos decirlo con muchísimo orgullo, eso salió a iniciativa nuestra. El ayuntamiento había olvidado el expediente de bien de interés cultural, y nosotros en la lucha inicial, en el 2003, o 2005, porque no se construyeran torres en el barrio, se dijo que la única posibilidad de impedir una intervención tan agresiva era recuperar ese expediente que estaba dormidísimo desde hacía muchísimos años. Lo que hicimos fue rescatarlo, recoger firmas, ser la parte que propone la iniciativa, y luego llevarla al gobierno autónomo a hacer un seguimiento. O sea que, es bien de interés cultural, aunque el sello lo pone el gobierno autónomo a partir del cabildo y demás, realmente la iniciativa y las firmas que se llevaron a cabo para que se iniciara el expediente, fue nuestro. Un proyecto de meses recogiendo firmas en la calle, en La Plaza España, en el rastro.

A: ¿Y la gente estaba de acuerdo?

JL: Sí, sí, se recogieron miles de firmas. O sea que, estaban muy de acuerdo.

P: Sí, es que, si no fuera por esto de interés cultural, que tiene una normativa concreta de patrimonio, ya hace tiempo que hubieran arrasado el barrio completo, pero al tener ese título que tiene una normativa distinta al plan general por ser casco histórico, pues ya no pueden hacer las maldades que tenían pensadas. Entonces fue fundamental.

8. En su opinión, ¿Qué opción crees que sería más útil para mejorar la limpieza del barrio? Explique el porqué de su respuesta.

- k) Poner contenedores subterráneos en el barrio.**
- l) Realizar una gestión de los residuos de los comerciales distinta a la de la vivienda.**
- m) Realizar una campaña de limpieza por parte de los vecinos del barrio.**
- n) Firmar una petición al Ayuntamiento de Santa Cruz para que se realice una limpieza a fondo del barrio.**
- o) Realizar una campaña donde se pida que se mantenga la limpieza del barrio.**

P: Pues complicado, porque, por ejemplo, sé de gente que ha visto ratas, después hay mucha basura por ahí acumulada... hay contenedores de basura..., se han puesto denuncias, se ha pedido que se limpiara, pero nunca ha llegado a más. Claro, eso fue antes de las elecciones, vamos a ver ahora. La gente sí está preocupada por la limpieza en el sentido de que hay muchas ratas, los edificios tienen peligro de caerse, y de cosas así sí que hay quejas de los vecinos.

JA: Yo creo que la gestión de la basura tendría que ser con la combinación de tres soluciones, de tres acciones: En principio, lo de los contenedores subterráneos me

parece muy buena idea, siempre y cuando haya una limpieza constante, en segundo lugar separar los residuos empresariales o comerciales de los de los particulares, también sería una buena solución, pero también, el problema de la gestión de los residuos es que no tenemos una educación para separar residuos, para tener, a lo mejor, contenedores para papel, para plástico, es decir, que también es una cuestión de concienciar a la población de que hay que reciclar los residuos. Pero claro, como vas a reciclar botellas o papel, si luego no tienes los contenedores adecuados. Para que lo haces en tu casa, si luego lo vas a tener que mezclar todo en el basurero. Entonces yo creo que tendría que ser una solución a tres bandas, quitar los contenedores exteriores, porque, además, quitan aparcamiento y afean visualmente, entonces enterrarlos, separarlo, porque, por ejemplo, debajo de mi edificio a veces los de la central de uniforme acumulan cartones. Luego, los de la hamburguesería residuos orgánicos, entonces aquello es un foco de infecciones. Pero yo creo que también, una campaña de concienciación en el la que se le diga al ciudadano: “usted recicle en su casa, y nosotros le ponemos en la calle, cerca, de su casa, no a 3 km, los contenedores adecuados para cada tipo de basura”. O sea, no creo que sea una sola, sino a lo mejor la combinación de dos o tres. Y sobre todo concienciar de lo que es el reciclaje de la basura en casa. Y encima, como hay pocos, cuando la gente recicla enseguida se llena mucho y se acumula encima.

9. ¿Qué opción crees que sería la más acertada para solucionar la problemática del aparcamiento dentro del barrio?

- i) Abrir un parking público en el barrio.**
- j) Crear más garajes de uso privado.**
- k) Poner zonas azules en el barrio.**
- l) Intensificar el transporte público.**

JA: No, a ver, en el plan general que está planteado para el barrio, que esa fue una de las luchas que tuvimos, la idea del ayuntamiento era poner un gran parking en el centro del barrio y eso se evitó y, la idea es, precisamente crear un conjunto de pequeños parkings alrededor del barrio o del casco histórico y que se haga como en cualquier lugar del mundo, es decir, los coches que puedan acceder a su garaje, estupendo, como se hace aquí en la zona centro, o, lo que planteamos nosotros era que se facilitara a los habitantes del barrio la posibilidad de un garaje económico, es decir que hubiera un puesto económico que tuviera una bonificación por ser del barrio y que no le queda otro remedio que aparcar ahí. Entonces el nuevo plan general en parte se ha hecho caso, y hay cuatro nuevos aparcamientos, o sea que es un problema que sí está ya previsto en el plan general. Otra cosa, es cuando salga.

10. ¿Opina que es necesaria la restauración de los edificios antiguos? ¿Por qué?

P: Hombre claro, ya digo, eso sería pues un atractivo del barrio y además, podrían hacer actividades también artísticas, porque hay como unas cuarenta casas que no tienen dueño, y ahí podrían hacerse espacios culturales para hacer actividades y sería interesante, porque bueno, ahora mismo han rehabilitado el centro de la juventud, en la calle San Antonio, pero yo creo que debería de haber más sitios donde la gente pudiera hacer sus actividades, sería interesante, y yo creo que podría ser un poco también de dinamización y de relacionar un barrio antiguo con un espacio para la cultura.

JA: Sí, en distintas zonas, distintas casitas, y que cada una de ellas tenga algo. Yo acabo de llegar ahora mismo de México, y en Jalapa, la ciudad donde estuve dando clase es un casco histórico, reconocido, además, y lo que han hecho ha sido, por ejemplo, distintas facultades e institutos en distintas casitas, entonces, no te queda otro remedio, cuando vas a actividades culturales que caminar y transitar por todo el espacio. Nuestro barrio sería ideal para eso, distintas casitas, cada una con una actividad, o con un espacio concreto de dinamización para jóvenes, cultural, artística, literaria, de baile, y que, te vieras obligado a visitar, por así decirlo, todo el barrio. Entonces, en nuestra asociación hay dos perspectivas con respecto al barrio que están en lucha: por un lado, la que casi siempre ha estado en boca del ayuntamiento, que es la reforma urbanística, y la nuestra que es la de la rehabilitación urbanística. O sea, que es necesario intervenir, pero no para quitar, no para desgajar, no para quitar una cosa y luego poner otro volumen, sino precisamente nuestra petición ha sido rehabilitar todo lo que se pueda rehabilitar. Y ese ha sido siempre nuestra lucha, para poder darles un uso. Todas sirven, porque ha fin de cuentas que se hayan mantenido tanto tiempo y conforman la topografía del barrio, es como parte del espacio, además no entiendes las esquinas sin esas casitas, y, además, cuando se quitan, o cuando les elevas dos alturas, y de repente ves que ahí a pasado algo, entonces nuestra idea es rehabilitar lo que hay que merece ser rehabilitado, partimos de ahí. Y renovar lo menos posible. O sea, la renovación, que es lo que ellos quieren fundamentalmente, persigue, y esto no se puede demostrar con papeles, pero sí lo sabemos, es parte de una especulación urbanística del ayuntamiento para aprovecharse del espacio de todos, mientras que nosotros planteamos la rehabilitación.

A: Es que no es lo mismo rehabilitar que renovar.

JA: Por eso, nuestra principal herramienta fue el BIC, el bien de interés cultural. Y de ahí no nos vamos a bajar, es decir, no vamos a admitir un cambio de trama, las peatonalizaciones hay que hacerlas con cuidado, no se puede peatonalizar y conectar zonas porque sí, porque quede bonito, porque ya te dije que el segundo factor importante de respeto es el de la trama, es decir, si la calle de San Antonio es irregular, y es absolutamente tortuosa, intentar enderezarla es ir en contra de sus valores, que es que la calle se construyó a partir de un barranquillo, el de San Antonio, y la estructura que tiene es la del barranco. Entonces lo que hay que respetar es esa orografía, un poco sinuosa, y que así a veces laberíntica, que hay veces que en el barrio te puedes perder en un momento dado.

P: Es el respeto de cómo se construía en esa época, porque cuando tú vas a un casco histórico te trasladas a la época y es como que conectas, algo que vives, estás metido en la época en que se vivió.

JA: Y que conste que nuestra idea es muy moderna, porque es que cohabite lo histórico con lo contemporáneo, es decir, que realmente se vea, no como una especie de casco mantenido en el tiempo, sino todo lo contrario, como un casco que ha sufrido las distintas etapas de esta ciudad, porque tú vas por el barrio y haces un corte, y es un corte de los distintos, un barrio ocupado desde los principios de gente humilde, un barrio ocupado por pescadores y obreros, con habitaciones pequeñas, con infraviviendas, las ciudadelas, luego te encuentras el caserón porque aquel era el médico de no sé qué y tiene su caserón, cohabitando con eso, luego te encuentras en los años 70, 80 cuando las grandes construcciones y aparecen las moles, los edificios enormes, te encuentra todavía edificios con el cartel del aguilucho de Franco diciendo que fue una vivienda del año 57 y protegida, es decir, haces un corte y el barrio es como un microcosmos de los últimos 150 o 200 años de la ciudad. Entonces, nosotros lo que queremos, evidentemente, es que eso también se vea. Ahí estuvo la cárcel de mujeres, durante la guerra civil, que queremos convertirla en museo de la memoria, es una de las propuestas, y está en la calle San Miguel convertida en un garaje. Bueno, pues rehabilitar ese espacio para la memoria histórica. Nosotros también fuimos parte de ese episodio terrible, que fue la guerra civil. Pues ya te digo, es un planteamiento muy complejo el que tenemos sobre el barrio, pero como nunca nos hacen caso, nosotros seguimos ahí. Pero de lo que sí estamos muy orgullosos es de que nuestro planteamiento no sólo razonado, respetuoso y demás, sino que es compartido con muchísima gente del barrio, con lo cual, nosotros sí estamos en el buen camino.



Foto 11: Calle San Antonio



Foto 12: Edificios antiguos

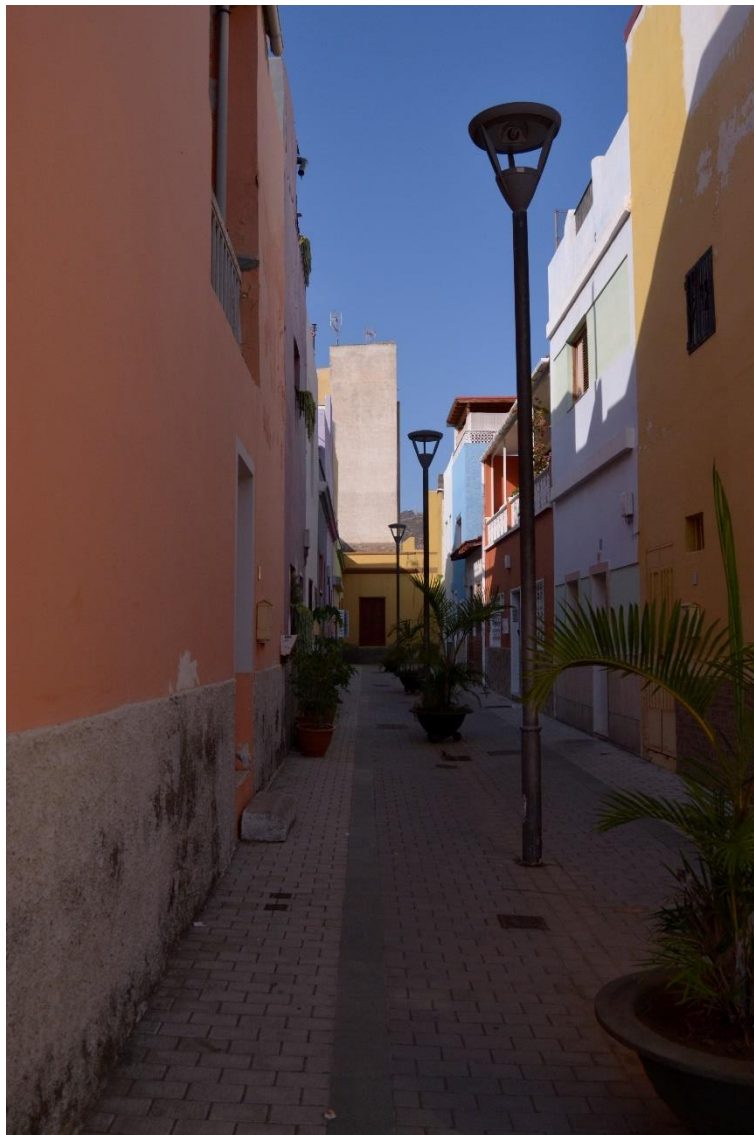


Foto 13: Pasaje de Ravina



Titulación: Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico

Trabajo de Fin de Máster

Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de Marca de Barrio

C. Presupuesto

CÓDIGO	CANTIDAD	UD	RESUMEN	PRECIO	SUBTOTAL	IMPORTE
CAPÍTULO 1 Diseño del logotipo						
1.1		h	Diseñador gráfico			
				Sin descomposición		
				Mano de obra.....		18,33
				TOTAL PARTIDA.....		18,33

Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de DIECIOCHO EUROS con TREINTA Y TRES CÉNTIMOS

CÓDIGO	CANTIDAD UD	RESUMEN	PRECIO	SUBTOTAL	IMPORTE
CAPÍTULO 2 Diseño de imagen corporativa					
2.1		ud Diseño para cartas			
			Sin descomposición		
			TOTAL PARTIDA		55,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CINCUENTA Y CINCO EUROS					
2.2		ud Diseño de embalajes o packaging			
			Sin descomposición		
			TOTAL PARTIDA		100,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CIENTO EUROS					
2.3		ud Diseño de díptico publicitario			
			Sin descomposición		
			TOTAL PARTIDA		130,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CIENTO TREINTA EUROS					
2.4		ud Diseño de tríptico publicitario			
			Sin descomposición		
			TOTAL PARTIDA		180,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CIENTO OCHENTA EUROS					
2.5		ud Diseño de flyers			
			Sin descomposición		
			TOTAL PARTIDA		110,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CIENTO DIEZ EUROS					
2.6		ud Diseño de cartel publicitario A3			
			Sin descomposición		
			TOTAL PARTIDA		150,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CIENTO CINCUENTA EUROS					
2.7		ud Diseño de anuncios de prensa			
			Sin descomposición		
			TOTAL PARTIDA		100,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CIENTO EUROS					
2.8		ud Diseño de rótulos exteriores o vinilos			
			Sin descomposición		
			TOTAL PARTIDA		110,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CIENTO DIEZ EUROS					
2.9		ud Diseño de producto			
			Sin descomposición		
			TOTAL PARTIDA		100,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CIENTO EUROS					
2.10		ud Diseño de tarjeta			
			Sin descomposición		
			TOTAL PARTIDA		50,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CINCUENTA EUROS					

CÓDIGO	CANTIDAD UD	RESUMEN	PRECIO	SUBTOTAL	IMPORTE
CAPÍTULO 3 Folletos y maquetación					
3.1		ud Catálogos publicitarios: Portada y contraportada			
3.1.1	100,000 ud	Impresión portada	0,10	10,00	
3.1.2	100,000 ud	Impresión contraportada	0,10	10,00	
		Materiales			20,00
		TOTAL PARTIDA			20,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de VEINTE EUROS					
3.2		ud Páginas interiores			
3.2.1	1.500,000 ud	Impresión páginas interiores	0,10	150,00	
		Materiales			150,00
		TOTAL PARTIDA			150,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CIENTO CINCUENTA EUROS					
3.3		ud Diseño original ,formato ai. (Adobe Illustrator) psd. (Photoshop)			
3.3.1	60,000 h	Diseñador gráfico	18,33	1.099,80	
3.3.2	1,000 ud	Licencia Adobe Illustrator durante un mes	24,19	24,19	
3.3.3	1,000 ud	Licencia Adobe Photoshop durante un mes	24,19	24,19	
		Mano de obra.....			1.099,80
		Materiales			48,38
		TOTAL PARTIDA			1.148,18

Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de MIL CIENTO CUARENTA Y OCHO EUROS con DIECIOCHO CÉNTIMOS

CÓDIGO	CANTIDAD	UD	RESUMEN	PRECIO	SUBTOTAL	IMPORTE
CAPÍTULO 4 Diseño de página web						
4.1		h	Diseñador web			
				Sin descomposición		
				Mano de obra.....		30,00
				TOTAL PARTIDA.....		30,00

Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de TREINTA EUROS

LISTADO DE MATERIALES VALORADO (Pres)

CÓDIGO	CANTIDAD UD	RESUMEN	PRECIO	IMPORTE
1.1	30,000 h	Diseñador gráfico	18,33	549,90
			Grupo 1.1.....	549,90
3.1.1	100,000 ud	Impresión portada	0,10	10,00
3.1.2	100,000 ud	Impresión contraportada	0,10	10,00
			Grupo 3.1.....	20,00
3.2.1	1.500,000 ud	Impresión páginas interiores	0,10	150,00
			Grupo 3.2.....	150,00
3.3.1	60,000 h	Diseñador gráfico	18,33	1.099,80
3.3.2	1,000 ud	Licencia Adobe Illustrator durante un mes	24,19	24,19
3.3.3	1,000 ud	Licencia Adobe Photoshop durante un mes	24,19	24,19
			Grupo 3.3.....	1.148,18
4.1	25,000 h	Diseñador w eb	30,00	750,00
			Grupo 4.1.....	750,00

Resumen

Mano de obra.....	2.399,70
Materiales	218,38
Maquinaria.....	0,00
Otros.....	1.085,00
TOTAL	2.618,08

RESUMEN DE PRESUPUESTO

CAPITULO	RESUMEN	EUROS	%
1	Diseño del logotipo	549,90	14,85
2	Diseño de imagen corporativa.....	1.085,00	29,30
3	Folletos y maquetación.....	1.318,18	35,60
4	Diseño de página web.....	750,00	20,25
TOTAL EJECUCIÓN MATERIAL		3.703,08	
	13,00% Gastos generales.....	481,40	
	6,00% Beneficio industrial.....	222,18	
	SUMA DE G.G. y B.I.	703,58	
	6,50% I.V.A.....	286,43	
TOTAL PRESUPUESTO CONTRATA		4.693,09	
TOTAL PRESUPUESTO GENERAL		4.693,09	

Asciende el presupuesto general a la expresada cantidad de CUATRO MIL SEISCIENTOS NOVENTA Y TRES EUROS con NUEVE CÉNTIMOS

, a 11/07/2019.

El promotor

La dirección facultativa



Facultad de Humanidades
Universidad de La Laguna

Titulación: Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico

Presupuesto de costes anuales

Viabilidad Económica aplicada al proyecto de diseño y su gestión

AUTOR:

Alba Cabrera Brito

CUADRO DE DESCOMPUESTOS

CÓDIGO	CANTIDAD UD RESUMEN	PRECIO	SUBTOTAL	IMPORTE
--------	---------------------	--------	----------	---------

CAPÍTULO 1 Páginaweb				
-----------------------------	--	--	--	--

1.1	año Mantenimiento de la página web			
		Sin descomposición		
		Mano de obra		2.400,00
		TOTAL PARTIDA.....		2.400,00

Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de DOS MIL CUATROCIENTOS EUROS

1.2	año Alojamiento de la página web			
		Sin descomposición		
		TOTAL PARTIDA		89,40

Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de OCHENTA Y NUEVE EUROS con CUARENTA CÉNTIMOS

CUADRO DE DESCOMPUESTOS

CÓDIGO	CANTIDAD UD RESUMEN	PRECIO	SUBTOTAL	IMPORTE
CAPÍTULO 2 Distribución de publicidad				
2.1	m es Distribuidores de publicidad			
		Sin descomposición		
		Mano de obra		360,00
		TOTAL PARTIDA		360,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de TRESCIENTOS SESENTA EUROS				
2.2	año Alquiler de panel publicitario			
2.2.1	12,000 mes Zonas de gran demanda	2.666,90	32.002,80	
2.2.2	12,000 mes Zonas poco transitadas	711,24	8.534,88	
		Otros		40.537,68
		TOTAL PARTIDA.....		40.537,68
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CUARENTA MIL QUINIENTOS TREINTA Y SIETE EUROS con SESENTA Y OCHO CÉNTIMOS				
2.3	mes Anuncios de prensa			
		Sin descomposición		
		TOTAL PARTIDA.....		4.600,00
Asciende el precio total de la partida a la mencionada cantidad de CUATRO MIL OCHOCIENTOS EUROS				

LISTADO DE MATERIALES VALORADO (Pres)

CÓDIGO	CANTIDAD UD	RESUMEN	PRECIO	IMPORTE
2.1	12,000 mes	Distribuidores de publicidad	360,00	4.320,00
			Grupo 2.1.....	4.320,00
<hr/>				
Resumen				
<hr/>				
				Mano de obra..... 6.720,00
				Otros..... 98.227,00
				TOTAL 4.320,00

RESUMEN DE PRESUPUESTO

CAPITULO	RESUMEN	EUROS	%
1	Página web	2.489,40	2,37
2	Distribución de publicidad.....	102.457,68	97,63
	TOTAL EJECUCIÓN MATERIAL	104.947,08	
	13,00% Gastos generales.....	13.643,12	
	6,00% Beneficio industrial	6.296,82	
	SUMA DE G.G. y B.I.	19.939,94	
	6,50% I.V.A.....	8.117,66	
	TOTAL PRESUPUESTO CONTRATA	133.004,68	
	TOTAL PRESUPUESTO GENERAL	133.004,68	

Asciende el presupuesto general a la expresada cantidad de CIENTO TREINTA Y TRES MIL CUATRO EUROS con SESENTA Y OCHO CÉNTIMOS



Titulación: Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico

Trabajo de Fin de Máster

Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de Marca de Barrio

D. Noticias

Tabla de ilustraciones

Foto 1: Noticia: Santa Cruz culmina las obras de mejora de la Casa Siliuto en el barrio de El Toscal	2
Foto 2: Noticia 14 de cada 100 inmuebles de El Toscal se encuentra en ruina o mal estado....	2
Foto 3: Noticia: Santa Cruz remite el Plan de El Toscal al Cabildo, Gobierno de Canarias y Estado.....	2
Foto 4: Noticia: El Toscal, el corazón en ruinas de Santa Cruz	2
Foto 5: Noticia: Urbanismo da dos meses para que se arreglen 55 casas en El Toscal bajo amenaza de multa	2
Foto 6: Noticia: El barrio del Toscal, donde más crece el precio de la vivienda en Santa Cruz de Tenerife	2
Foto 7: Noticia: Más de la mitad de los inmuebles protegidos del barrio santacrucero de El Toscal se hallan en regular o mal estado de conservación	2
Foto 8: Noticia: El Consistorio adjudica 14 parcelas del huerto urbano de El Toscal.....	2
Foto 9: Noticia: Desalojan un edificio de El Toscal por el incendio de un piso	2
Foto 10: Noticia: La capital restaura la Cruz de San Agustín, en El Toscal.....	2
Foto 11: Noticia: Evangelio de las Tribulaciones, según El Toscal	2
Foto 12: Noticia: La Marina 61, cocina creativa en el céntrico barrio de El Toscal	2
Foto 13: Noticia: Santa Cruz espera aprobar el Plan Especial de El Toscal durante octubre....	2
Foto 14: Noticia: Santa Cruz admite que el Plan de El Toscal puede llegar a juzgado	2
Foto 15: Noticia: Toscal-Santa Cruz demanda un plan que “humanice” el barrio	2
Foto 16: Noticia: La mitad de las casas catalogadas en El Toscal están en ruinas	2
Foto 17: Noticia: El PSOE, en contra de permitir más altura edificable al barrio de El Toscal ..	2
Foto 18: Noticia: Callejear entre el desencanto	2
Foto 19: Noticia: Santa Cruz de Tenerife se plantea borrón y cuenta nueva con el Plan Especial de El Toscal	2
Foto 20: Noticia: Urbanismo prevé aprobar el Plan Especial de El Toscal en diciembre	2
Foto 21: Noticia: Una adjudicación irregular limita el horario de la Casa de la Juventud	2
Foto 22: Noticia: Una adjudicación irregular limita el horario de la Casa de la Juventud	2
Foto 23: Noticia: Las expropiaciones en El Toscal llegan a los 5 millones	2
Foto 24: Noticia: Santa Cruz de Tenerife: el barrio de El Toscal será la sede de un proyecto cinematográfico colaborativo	2

14 de cada 100 inmuebles de El Toscal se encuentran en ruina o mal estado

La Gerencia de Urbanismo incoa 55 expedientes con los que ordena a los propietarios de las casas a acometer medidas de seguridad urgentes para evitar caídas de cascotes y otros incidentes.

Foto 2: Noticia 14 de cada 100 inmuebles de El Toscal se encuentra en ruina o mal estado

Santa Cruz culmina las obras de mejora de la Casa Siliuto en el barrio de El Toscal

- El inmueble se convertirá en breve en Casa de la Juventud, tras los trabajos de rehabilitación reiniciados en junio con una inversión de casi un millón de euros

Tenerife Ahora [Seguir a @TenerifeAhora](#) - Santa Cruz de Tenerife

28/12/2018 - 10:03h



Foto 1: Noticia: Santa Cruz culmina las obras de mejora de la Casa Siliuto en el barrio de El Toscal

Santa Cruz remite el Plan de El Toscal al Cabildo, Gobierno de Canarias y Estado

El documento, una vez incorporadas las alegaciones, avanza en su tramitación para ser aprobado definitivamente antes de marzo

DIARIO DE AVISOS

03/01/2019 · ACTUALIZADO 04:00

Foto 3: Noticia: Santa Cruz remite el Plan de El Toscal al Cabildo, Gobierno de Canarias y Estado

Urbanismo da dos meses para que se arreglen 55 casas en El Toscal bajo amenaza de multa

Santa Cruz pone en marcha un plan de choque para hacer cumplir el deber de conservación a los propietarios de la capital

NATALIA TORRES

14/11/2018 · ACTUALIZADO 02:26

Foto 5: Noticia: Urbanismo da dos meses para que se arreglen 55 casas en El Toscal bajo amenaza de multa

El Toscal, el corazón en ruinas de Santa Cruz

El histórico barrio de El Toscal, en el centro de Santa Cruz, Bien de Interés Cultural desde 2007, sufre un lento y progresivo deterioro de sus inmuebles más antiguos, por el abandono tanto de las administraciones públicas como de sus propios vecinos

NATALIA TORRES

06/03/2017 · ACTUALIZADO 15:16

Foto 4: Noticia: El Toscal, el corazón en ruinas de Santa Cruz

El barrio del Toscal, donde más crece el precio de la vivienda en Santa Cruz de Tenerife

⌚ En los dos últimos años y en el conjunto de la capital tinerfeña, se ha incrementado el valor de esos inmuebles un promedio del 5,2%, según los datos de la sociedad de consultoría y valoración CoHispania

EFE - Santa Cruz de Tenerife

25/07/2019 - 16:19h



Foto 6: Noticia: El barrio del Toscal, donde más crece el precio de la vivienda en Santa Cruz de Tenerife

Más de la mitad de los inmuebles protegidos del barrio santacrucero de El Toscal se hallan en regular o mal estado de conservación

⤷ Así lo reconoce el Fichero del Catálogo Arquitectónico anexo al Plan Especial de Conservación del Conjunto Histórico, que en estos momentos se encuentra en exposición pública; siete de cada 100 casas están en ruinas

D. M. - Santa Cruz de Tenerife

15/02/2018 - 12:24h



Foto 7: Noticia: Más de la mitad de los inmuebles protegidos del barrio santacrucero de El Toscal se hallan en regular o mal estado de conservación

El Consistorio adjudica las 14 parcelas del huerto urbano de El Toscal

A esta convocatoria se presentaron 37 solicitudes, descartándose cinco, de forma que, a partir de enero, se podrá retomar la actividad del huerto

NATALIA TORRES

27/12/2018 · ACTUALIZADO 10:38



Foto 8: Noticia: El Consistorio adjudica 14 parcelas del huerto urbano de El Toscal

Desalojan un edificio de El Toscal por el incendio de un piso

Hasta el lugar de los hechos se desplazaron los Bomberos, la Policía Local y un equipo médico del Servicio de Urgencias Canario

DIARIO DE AVISOS

23/03/2019 · ACTUALIZADO 17:00

Foto 9: Noticia: Desalojan un edificio de El Toscal por el incendio de un piso

Evangelio de las Tribulaciones, según El Toscal

El primer barrio obrero de la capital tinerfeña revive cada Martes Santo los dos episodios milagrosos del Señor de Santa Cruz, con la calle de Oriente como testigo, entre malagueñas y algunas saetas.

Humberto Gonar | 17.04.2019 | 11:23

Foto 11: Noticia: Evangelio de las Tribulaciones, según El Toscal

La capital restaura la Cruz de San Agustín, en El Toscal

El Ayuntamiento responde a la reiterada demanda vecinal de que se recupere ese símbolo histórico del barrio, lo que se logrará antes del próximo paseo romero del Cristo de Paso Alto

DIARIO DE AVISOS

12/08/2018 · ACTUALIZADO 00:45

Foto 10: Noticia: La capital restaura la Cruz de San Agustín, en El Toscal

La Marina 61, cocina creativa en el céntrico barrio de El Toscal

La Marina 61 es el nuevo establecimiento gastronómico, situado en la calle y número que le da nombre en el barrio de El Toscal de Santa Cruz de Tenerife. Está frente a la sede de la Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social y la Oficina de Extranjería de esta capital y ofrece tapas y [...]

JOSÉ LUIS CONDE

12/03/2018 · ACTUALIZADO 15:51

Foto 12: Noticia: La Marina 61, cocina creativa en el céntrico barrio de El Toscal

Santa Cruz admite que el Plan de El Toscal puede llegar al juzgado

El edil de Urbanismo, Carlos Tarife, en línea con el dictamen del secretario del Ayuntamiento, defiende la legalidad del documento, a pesar de que dos informes técnicos señalan su nulidad

NATALIA TORRES

15/06/2018 · ACTUALIZADO 16:00

Foto 14: Noticia: Santa Cruz admite que el Plan de El Toscal puede llegar a juzgado

Santa Cruz espera aprobar el Plan Especial de El Toscal durante octubre

⤷ El Cabildo de Tenerife podría dar el visto bueno al último informe necesario en las próximas semanas, lo que finalizaría todos los trámites previos.

Tenerife Ahora [Seguir a @TenerifeAhora](#) - Santa Cruz de Tenerife

17/10/2014 - 00:04h



Foto 13: Noticia: Santa Cruz espera aprobar el Plan Especial de El Toscal durante octubre

SANTA CRUZ >

Toscal-Santa Cruz demanda un plan que “humanice” el barrio

Por Ricardo Herrera · octubre 11, 2011

Foto 15: Noticia: Toscal-Santa Cruz demanda un plan que “humanice” el barrio

SANTA CRUZ

El PSOE, en contra de permitir más altura edificable al barrio de El Toscal

Por Natalia Torres · octubre 9, 2015

Foto 17: Noticia: El PSOE, en contra de permitir más altura edificable al barrio de El Toscal

La mitad de las casas catalogadas en El Toscal están en ruinas

La Asociación en Defensa del Patrimonio Histórico denuncia la falta de voluntad política para conservar el emblemático barrio capitalino

Foto 16: Noticia: La mitad de las casas catalogadas en El Toscal están en ruinas

Callejear entre el desencanto

- Asfixiado por la burocracia del BIC y la lentitud del Plan Especial de Protección, el Toscal languidece y sus casas se caen. Viviendas en ruinas conviven con grandes casonas y altos edificios. Una ruta por el Santa Cruz de la dejadez

Foto 18: Noticia: Callejear entre el desencanto

Una adjudicación irregular limita el horario de la Casa de la Juventud

Las Juventudes de CC denunciaron ayer que el consistorio cerró a finales de julio, de manera "sorprendente", la Casa de la Juventud del Toscal, sin comunicación previa a sus usuarios

Orlando González | S/ C De Tenerife | 09.08.2019 | 00:42

Foto 21: Noticia: Una adjudicación irregular limita el horario de la Casa de la Juventud

Foto 22: Noticia: Una adjudicación irregular limita el horario de la Casa de la Juventud

Urbanismo prevé aprobar el Plan Especial de El Toscal en diciembre

Por Marta Plasencia - octubre 16, 2012

Foto 20: Noticia: Urbanismo prevé aprobar el Plan Especial de El Toscal en diciembre

Santa Cruz se plantea borrón y cuenta nueva con el Plan Especial de El Toscal

El concejal de Urbanismo, Juan Ramón Lazcano, sostiene que el documento, una vez declarado por el Gobierno de Canarias nulo de pleno derecho, no tiene más recorrido: hay que empezar de cero, aunque se aproveche el trabajo realizado en los últimos 10 años

Foto 19: Noticia: Santa Cruz de Tenerife se plantea borrón y cuenta nueva con el Plan Especial de El Toscal

Las expropiaciones en El Toscal llegan a los 5 millones

📅 julio 11, 2013 | 📍 Actualidad, Portada actualidad, Santa Cruz

Foto 23: Noticia: Las expropiaciones en El Toscal llegan a los 5 millones

CULTURA

Santa Cruz de Tenerife: el barrio de El Toscal será la sede de un proyecto cinematográfico colaborativo

Tagoror Digital | Cultura | 🕒 15-11-2018 16:11:30

Foto 24: Noticia: Santa Cruz de Tenerife: el barrio de El Toscal será la sede de un proyecto cinematográfico colaborativo



Titulación: Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico

Trabajo de Fin de Máster

Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de Marca de Barrio

E. Marca

Índice

1. Introducción	3
2. Elementos referenciales.....	3
3. Propuestas.....	6

Tabla de Ilustraciones

Foto 1: Propuesta de logo 1	6
Foto 2: Propuesta de logo 2	7
Foto 3: Propuestas de logo 3, 4, 5	7
Foto 4: Propuestas de logo 6 ,7, 8,9 ,10, 11	7

1. Introducción

Para la realización de este proyecto se ha tomado como punto de referencia y de partida la opinión ciudadana. Conocer, saber y entender cómo ve la gente el barrio, es decir, que imagen e identidad ha sido asociada a El Toscal, es fundamental para poder visualizar que elementos, colores, etc; podrían ser útiles a la hora de que la gente relacione la marca con dicha imagen del barrio.

En este proyecto no se busca establecer, por lo tanto, una marca definitiva y completamente identificatoria, sino más bien, plantear posibles soluciones a dicha demanda, que pudieran llegar a desarrollarse en el futuro, dependiendo de la forma en la que el barrio progresara.

El objetivo principal sería, por lo tanto, aprovechar el potencial que este barrio tiene, a través de su posterior promoción. La importancia de la identidad queda patente en este trabajo, donde se busca que esos conceptos que se encuentran en el aire, pero sobre los que todo el mundo coincide en el barrio, queden materializados para poder cumplir esta función en concreto.

La marca funcionaría una vez que se hubieran solventado los problemas que tiene, y solo entonces, podría llegar a ayudar al barrio a ser un punto de potencial turístico dentro de la capital del Tenerife, y ayudaría, incluso, a fortalecer los pequeños negocios que hay dentro de él.

Así mismo, la mejora de estas condiciones anteriormente nombradas mejoraría y haría más cómoda la vida en el barrio de las personas que en él residen, pero también las que trabajan ahí o lo frecuentan.

2. Elementos referenciales

A través de los estudios previos ya nombrados anteriormente, (encuesta y entrevistas), se han sacado una serie de conclusiones relacionadas con la imagen que la gente tiene asociada al barrio de El Toscal. Las dominaciones que más se utilizan para referirse a él son:

- Histórico
- Antiguo
- Emblemático
- Barrio comercial y de pequeño comercio
- Buena localización
- Barrio seguro
- Buen clima

Por otro lado, los lugares, edificios o monumentos más emblemáticos y conocidos del barrio son:

- El Parque García Sanabria
- El Parque Bulevar
- Las ciudadelas de El Toscal
- Los edificios antiguos y sus fachadas de colores

El Toscal



**Representado
por**



Naturaleza



Historia



Arquitectura



El logo buscará seguir las siguientes pautas:

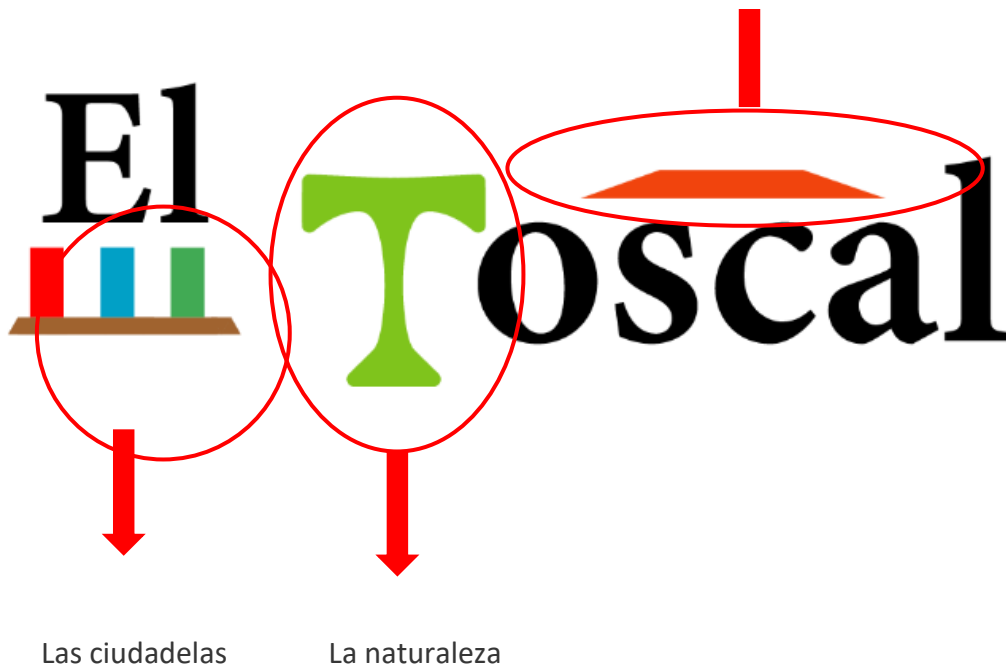
- Ser sencillo pero efectivo
- Ser fácilmente reconocible
- Ser representativo del barrio
- Tener una gama cromática relacionada con el barrio.
- Poder ser utilizado en todo tipo de impresos.

3. Propuestas

Teniendo en cuenta los datos obtenidos a través de la encuesta, las propuestas serían las siguientes:



Foto 1: Propuesta de logo 1



El T^oscal

Foto 2: Propuesta de logo 2

El T^oscal

El T^oscal

El T^oscal

Foto 3: Propuestas de logo 3, 4, 5



El Toscal

El Toscal

Foto 4: Propuestas de logo 6 ,7, 8,9 ,10, 11



Naturaleza



Historia y Arquitectura



Titulación: Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico

Trabajo de Fin de Máster

Imagen e Identidad de El Toscal: Estudio de Marca de Barrio

F. Fotos

Tabla de ilustraciones

Foto 1: Ciudadela en calle Santiago.	1
Foto 3: Casas Amarillas en Calle Méndez Núñez.	1
Foto 2: Casa Pisaca.	1
Foto 5: Plaza Fernando Pessoa.....	1
Foto 4: Plaza Parque Bulevar.	1
Foto 6: Parque García Sanabria.....	1
Foto 7: Monumento a Pedro Gómez Cuenca en Plaza de Charlot.....	1
Foto 9: Calle Santiago.....	1
Foto 8: Cancha de Pisaca.....	1
Foto 11: Uno de los muchos gatos que hay en El Toscal.	1
Foto 10: Casa en Calle Santiago.	1
Foto 12: Calle Santa Rosalía.	1



Foto 1: Ciudadela en calle Santiago.



Foto 2: Casa Pisaca.



Foto 3: Casas Amarillas en Calle Méndez Núñez.



Foto 4: Plaza Parque Bulevar.



Foto 5: Plaza Fernando Pessoa.



Foto 6: Parque García Sanabria.



Foto 7: Monumento a Pedro Gómez Cuenca en Plaza de Charlot.



Foto 8: Cancha de Pisaca.



Foto 9: Calle Santiago.



Foto 10: Casa en Calle Santiago.



Foto 11: Uno de los muchos gatos que hay en El Toscal.



Foto 1: Calle Santa Rosalía.

Septiembre de 2019, La Laguna.