



LPA_GC se reinventa: Modelo Económico Sostenible 2013-2015

Las Palmas de Gran Canaria



Índice

I. Saluda	5
II. Contexto Socio-Económico	7
III. Oportunidades y retos para una ciudad global	14
IV. Actitudes para el crecimiento	23
V. Estrategia de Las Palmas de Gran Canaria	28
VI. Proyectos Tractores	44



LPA SE REINVENTA

“Las ciudades son seres vivos que nacen, crecen y mueren, si bien hay algunas capaces de reinventarse”. Ésta es un frase cuyo contenido es compartido por expertos especializados en materia económica y en cómo ha evolucionado la sociedad y las corporaciones locales y cuya práctica desarrollan ciudades como Boston, que celebró un gran acuerdo urbano para crear el MIT e impulsar la economía del conocimiento; Manchester, que transformó su tejido industrial tradicional hacia el tecnológico o Bilbao, con su gran transformación gerencial y urbana.

En estos casos y en otros muchos como Miami, Birmingham, Barcelona, etc, las ciudades han apostado por desarrollar políticas activas de reinversión, sustentadas entre otras acciones en ejecutar acciones que dinamicen los sectores socioeconómicos, fijando prioridades para que sirvan de tractores del resto, evaluando sus resultados y rediseñando objetivos cuando procede; apostar por la colaboración público-privada, sobre todo, en las políticas definidas como prioritarias; e impulsar un cambio necesario para alinear la gestión de la ciudad y su ecosistema empresarial con las nuevas metas. Todo ello acompañado de la adopción de tecnologías adecuadas.

La historia demuestra cómo Las Palmas de Gran Canaria ha pasado por distintas reinversiones, de ciudad agrícola a comercial, y ya en el XX como escala Atlántica para la navegación, el turismo y más recientemente, la construcción. Ahora, en el Siglo XXI, debemos reinventarnos, demostrando, nuevamente, nuestras grandes capacidades para hacerlo.

La economía mundial hoy tiene nuevas jerarquías metropolitanas globales y regionales. Las reglas han cambiado. Las ciudades deben colaborar para competir, tejiendo redes útiles que atraigan inversión y promuevan la internacionalización de nuestras empresas.

De todo ello, tal y como acredita E. Glaesser para Boston, o A. Costas para Barcelona, o R. Florida para Montreal, u otros muchos estudios similares, la clave para reinventarse con éxito está en el capital humano de sus ciudadanos e instituciones públicas y privadas.

El caso de Boston, entre otros, acredita que una buena base de trabajadores especializados y emprendedores, en un ecosistema que favorezca su desarrollo económico y personal (Administraciones apoyan el crecimiento; Universidades transfieren conocimiento a las empresas; Sociedad colaborativa, etc.), son la mejor vía para la sostenibilidad y el crecimiento económico a largo plazo.

Este documento analiza el contexto socioeconómico actual de nuestra ciudad y dibuja una estrategia compartida y trabajada a lo largo de los últimos años por diferentes agentes económicos, sociales y culturales de Las Palmas de Gran Canaria con el objeto de canalizar una política común y única hacia la recuperación económica de nuestro municipio.

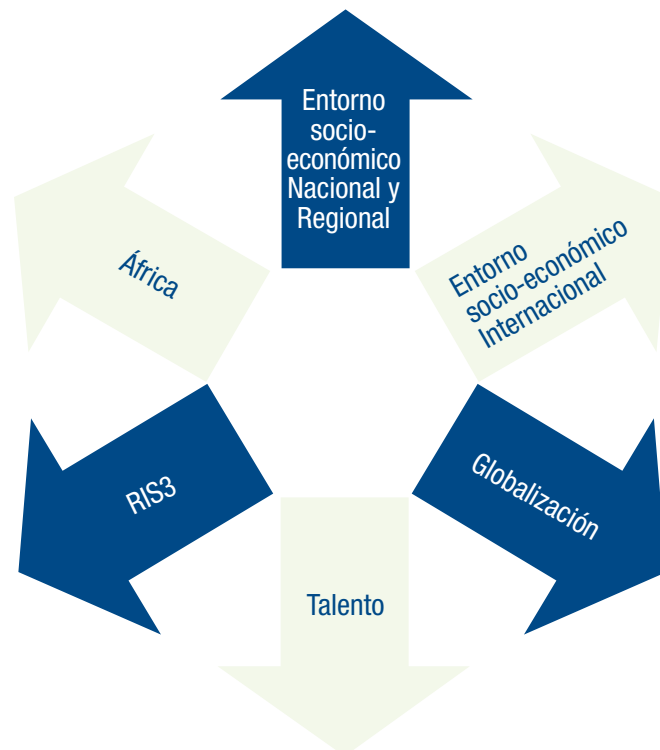
Para ello, sectores como la Economía Azul; el Turismo de Calidad y la Internacionalización de nuestra Capital se definen como los pilares clave en ese proceso de transformación que nos permitirá, al final del camino convertirnos en una Ciudad Reinventada como Capital del Atlántico Medio.

El Alcalde
Juan José Cardona

Contexto Socio-económico

LPA SE REINVENTA

El actual contexto socio-económico viene marcado por una serie de factores externos que ya marcan en el presente y lo harán más en un futuro próximo de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria:



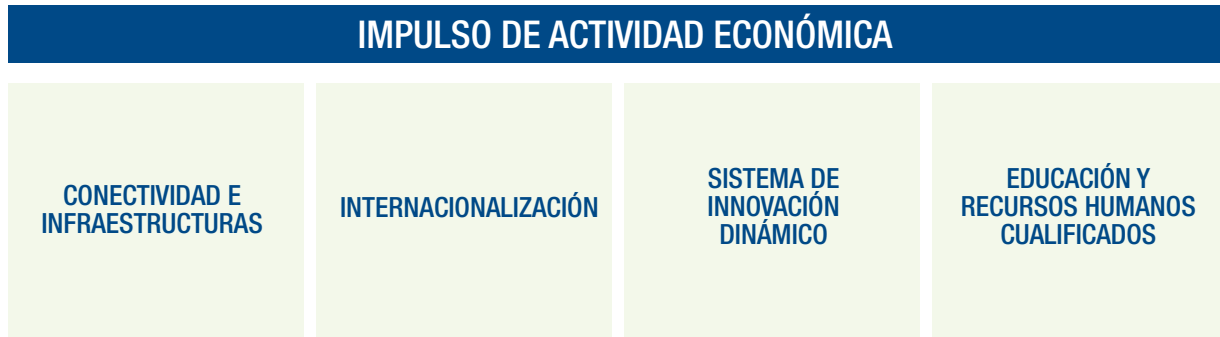
Dichos factores son la base de la recuperación económica que busca diversificar su modelo de crecimiento para minimizar, en la mayor medida posible, que sus ciudadanos no tengan que volver a vivir situaciones adversas como las actuales.

Asimismo, el análisis de la actual dinámica de las relaciones económicas no puede obviar el contexto global en que las mismas se concretan. Indudablemente, el concepto de referencia obligada en la casi totalidad de los discursos y cónclaves que abordan la realidad mundial contemporánea es "globalización", aunque éste ha evolucionado de tal forma, que ya no sólo se refiere a países y zonas económicas mundiales, sino también a las ciudades que están experimentando dicho proceso de globalización. Dichas ciudades aspiran a convertirse en grandes nodos de información y poder gracias a las nuevas tecnologías (conectividad) y a albergar sedes de instituciones y empresas de carácter global, capaces

de atraer riqueza y talento a las economías locales, favoreciendo el desarrollo económico del ámbito geográfico más cercano.

Por supuesto, no debemos olvidar el efecto de las nuevas tecnologías, especialmente Internet. En los últimos 15 años se ha creado un sector que ha permitido la aceleración del crecimiento de países subdesarrollados, y que con este efecto han integrado nuevos modelos de negocio que generan oportunidades fácilmente exportables a cualquier área geográfica.

De esta forma, todos los estudios nos indican que estamos en un momento de creciente integración económica internacional, que se distingue de cualquier otro momento histórico y que representa una oportunidad de la que Las Palmas de Gran Canaria tiene que sacar provecho, apoyándose en fundamentos básicos como:



Los puntos anteriores muestran que la economía de Las Palmas de Gran Canaria tiene las bases necesarias para ser una economía productiva y competitiva.



Contexto socio-económico internacional

El panorama económico internacional, se caracteriza por un dinamismo de la actividad inferior al que se había previsto a principios de año, con algunas salvedades, que propició una revisión a la baja de las perspectivas de crecimiento de la economía mundial para 2013 y la interrupción, a partir de mayo, de la tendencia positiva que habían experimentado los mercados financieros desde finales del año pasado. Los precios de las materias primas se desaceleraron a lo largo del trimestre y las tasas de inflación, en general, permanecieron en niveles reducidos.

El FMI en su último informe de octubre vaticina un crecimiento económico mundial del 2,9% para el año 2013 y 3,6% para 2014, siempre y cuando los países más avanzados logren consolidar los resultados que han comenzado a materializarse durante el último periodo. De hecho, para el próximo año se prevé que los países desarrollados aceleren su ritmo de crecimiento

en casi 8 décimas y logren cerrar 2014 con un avance del 2%.

En este contexto, los últimos datos confirman que la zona del euro abandonará este año la fase de recesión y, tras cerrar 2013 con un descenso del 0,4% según el FMI, logrará crecer a un ritmo del 1,0% durante 2014.

Sobre el continente africano, las perspectivas económicas para 2013 y 2014 son prometedoras, lo que confirma su capacidad de recuperación saludable a pesar de entornos internos y externos inestables. También, se confirma como un polo de crecimiento para la economía mundial actualmente en crisis. Se prevé que la economía africana crecerá un 4,8% en 2013 y se acelerará, aún más, hasta el 5,3% en 2014, según los últimos informes del Banco Mundial.

Al igual que en el contexto socio-económico nacional y regional, se confirma que a nivel mundial 2014 será un año de recuperación, que generará un mayor clima de confianza a las empresas para que ahonden en su proceso de internacionalización, al igual, que el incremento de turistas, debido a que se espera que el gasto de hogares también se acelere.

Las Palmas de Gran Canaria, debe seguir su proceso de reinvención para atraer a esas grandes empresas y turistas.



África

África, y en concreto la zona Occidental, se presenta como una vía de crecimiento fundamental para la empresa canaria, debido al crecimiento esperado que se ha expuesto anteriormente; sobre todo para aquellas empresas vinculadas a la prestación de servicios, en el marco de la contratación pública, con financiación multilateral co-gestionada por los gobiernos nacionales, o con capital privado, ante el más que notable crecimiento experimentado, en alguno de los mercados del continente.

Tradicionalmente, los mercados africanos no han sido un objetivo común para la empresa española, ante su rol principal en el crecimiento de Latinoamérica, durante los últimos 25 años también ha existido una débil vinculación con naciones africanas, al contrario de lo que ocurre con las empresas de Francia o Reino Unido,

que tradicionalmente han conducido el clima económico en estos países.

La entrada en juego de actores como China u otras naciones sin pasado colonial (Brasil, Australia, Canadá...), principalmente ligados a la necesidad de recursos naturales (petróleo, minerales, madera y otros “commodities”), ha transformado el tablero de juego profundamente.

En este entorno competitivo y de flujo de empresas, factor humano, ya no es el cliente africano el que acude a Europa en búsqueda de proveedores de servicios o “contractors”, sino que son las empresas europeas, las que mantienen una presencia constante o regular en sus mercados objetivo para acceder a las oportunidades existentes.

África Occidental es plenamente consciente que debe acompañar este crecimiento económico con reformas y mejoras de infraestructuras, capacitación técnica y desarrollo humano. Es ahí, en donde Las Palmas de Gran Canaria puede actuar para fomentar dicho progreso.





Contexto nacional y regional

España ha conseguido en el segundo trimestre de 2013 moderar significativamente su ritmo de desaceleración económica (-0,1%), favorecida por un sector exterior que ha jugado un papel clave para contrarrestar el hecho de que el gasto de los hogares y de las empresas sigue influido por condiciones adversas de financiación. Los expertos afirman que el PIB de España crecerá entre un 0,2%-0,4% en el último trimestres de 2013 y, hasta un 0,9% en 2014. (Ver anexo 1).

Igualmente, se ha logrado moderar el ritmo de desempleo en este segundo trimestre de 2013, y agosto ha sido el sexto mes consecutivo en registrar bajas en cuestión de la tasa de paro. Durante los primeros ocho meses de 2013, el paro ha disminuido en 149.940 personas.

Pero si en algo ha destacado España en este último año ha sido en el sector exterior, en donde se han superado todos los pronósticos en relación a las exportaciones, y en este primer semestre de 2013 han aumentado un 8% y han servido para reducir el déficit

comercial, que mide la diferencia entre las exportaciones y las importaciones, un 70% con respecto al primer semestre de 2012.

Si nos centramos en Canarias, en este contexto, la economía canaria también está comenzando a dar algunos síntomas de mejora, gracias a indicadores de actividad claves como la llegada de turistas extranjeros, que continúa superando durante septiembre los datos de hace un año y muestra un incremento interanual del 4,7%, acumulando así un crecimiento durante los primeros nueve meses del año del 1,7%.

En cuanto al empleo, los últimos datos de paro registrado han constatado un nuevo descenso mensual del 0,7% del desempleo en Canarias, en donde todos los sectores productivos han logrado reducir el nivel de paro, aunque de manera destacada en la construcción, contabilizándose 1.293 desempleados menos. El paro en Canarias acumula en lo que va de 2013 cuatro meses consecutivos de bajadas.

Aun siendo prematuro hablar de recuperación económica a nivel nacional y regional, sí es cierto que para 2014 se espera recuperar la senda positiva gracias al impulso del comercio exterior y la recuperación del consumo en hogares y empresas.

Las Palmas de Gran Canaria debe estar preparada y estructurada para beneficiarse de dicho impulso para poder crecer.

Estrategia europea RIS3

Con un contexto socio-económico global como el actual y entendiendo el momento de cambio estructural en lo relativo a los procesos productivos, la UE ha fijado una estrategia para la transformación de nuestra economía que mediante la RIS3, promueve la Especialización Inteligente en sus regiones asignando entre 2014-2020, nuevos recursos financieros para que los sectores que cada cual defina sean tractores de la riqueza y el empleo.

Europa se plantea como objetivo una estrategia de desarrollo económico basada en la creación de actividades de mayor valor añadido que generen ventajas competitivas sostenibles frente a otros territorios. Este modelo de desarrollo exige empleos más cualificados y tecnologías y modelos de negocio más innovadores que configuren dichas ventajas.

Para alcanzar este objetivo, Europa opta por seguir una estrategia territorial de especialización inteligente que consiste principalmente en:

- Identificar los activos y capacidades existentes que dotan a cada región de ventajas comparativas frente a otros territorios.
- Adoptar las medidas innovadoras necesarias, tecnológicas y no tecnológicas, para transformar esas ventajas comparativas en ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.
- Focalizarse en el desarrollo de actividades que mejoren las capacidades de relación o de integración en sistemas territoriales y mercados más amplios (ventajas relacionales interterritoriales).

Las Palmas de Gran Canaria junto con el resto de instituciones regionales e insulares está inmerso en la integración de dicha estrategia de todos los agentes relacionados con la innovación: empresas, administraciones públicas y centros tecnológicos y de conocimiento.

La ciudad apuesta por la reinención de nuestra ciudad como urbe turística que aprovecha sus potencialidades en la Economía Azul, en la tecnología o en el ámbito internacional. Todo ello, evidencia nuestra coherencia y decidida apuesta con este nuevo tiempo.



Talento

Todas estas estrategias ponen de manifiesto que hasta hace pocos años, las empresas para generar riqueza necesitaban tener acceso al capital. Ahora, la fuente de generación de riqueza es el talento que está en los trabajadores que buscan nuevas fórmulas de generar oportunidades de negocio y ventajas competitivas, a través del conocimiento y la innovación.

Como se ha explicado anteriormente las nuevas tecnologías han supuesto un cambio en la concepción de la economía y en los negocios, pero también lo han supuesto en la generación de conocimiento y su forma de transmitir dicho conocimiento al capital humano en cualquier área y, además, facilitando la actualización de dicha formación.

Por otro lado, cada vez más son las ciudades las que promueven y facilitan la creación de distintos parques o polos tecnológicos. En ese sentido, Las Palmas de Gran Canaria debe aspirar a ser un polo de atracción para la localización de emprendedores, PYMES y grandes empresas de base tecnológica que desarrollan todo tipo de actividades dentro del ámbito tecnológico.

Las tendencias de las ciudades van dirigidas a promover un sector de servicios avanzado en aquellos nichos que consideran estratégicos y, por tanto, se coordinan con las universidades y otras instituciones de formación para promover dichos estudios y así, generar riqueza con un alto valor añadido.

La ciudad de Las Palmas de Gran Canaria impulsa el desarrollo de talento, a través de diferentes iniciativas, incidiendo en la necesidad de tener en la ciudad personas cualificadas de todos los niveles (universitarios, formación especializada, etc.) y preparadas en idiomas, para poder atender cualquier tipo de servicio que requieran las empresas e instituciones en los nuevos nichos de mercados que se describirán posteriormente en este documento.



Oportunidades

y retos para una ciudad global

LPA SE REINVENTA

El contexto internacional hasta ahora expuesto supone para las ciudades un entorno repleto de amenazas y oportunidades en el que solo aquellas capaces de adaptarse a los nuevos modelos, es decir, reinventarse, podrán competir y crecer. A lo largo de la historia encontramos numerosos ejemplos de ciudades que han sabido reinventarse y otras que no.

En algunos casos, la reinención de las ciudades ha permitido a éstas continuar con una línea de crecimiento constante, como es el caso de Nueva York o Londres y otras, como Singapur, cuyo efecto de reinención ha sido mayor. Como muestra obtenemos que ésta alberga, actualmente, el cuarto centro financiero más importante del mundo desarrollado en torno a la actividad económica que genera por su puerto, uno de los que más tráfico registra en el mundo.

La ciudad de Las Palmas de Gran Canaria posee una serie de ventajas objetivas; algunas, inherentes a su

posición geográfica y su contexto fiscal; otras, consecuencia de las inversiones realizadas en los últimos años en infraestructuras de I+D+i y, tan importantes o más, la apuesta institucional por las formación, apoyada principalmente en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Para que estas ventajas objetivas puedan materializarse en generación de riqueza, atracción de inversión, generación de empleo de calidad y, en definitiva, una mayor competitividad internacional de la ciudad, es necesario complementarlas con una serie de actitudes que se hacen esenciales para el crecimiento de una ciudad como Las Palmas de Gran Canaria. Estas actitudes serán las que, sumadas a las ventajas objetivas de la ciudad y potenciadas por su estrategia de crecimiento, nos posicionarán como ciudad global.

Ventajas objetivas de LPGC

Puerto de Las Palmas de Gran Canaria

La ciudad cuenta con una infraestructura singular que hace las veces de motor económico y que debe jugar un papel fundamental en su futuro, el Puerto. El Puerto de Las Palmas, también conocido como Puerto de la Luz o Puerto de la Luz y de las Palmas, es un puerto pesquero, comercial, de pasajeros y deportivo de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.

Desde hace cinco siglos, el Puerto de Las Palmas (La Luz Port) es la base tradicional de escala y avituallamiento de buques en su paso por el Atlántico Medio. Escala tradicional en la ruta de cruceros, por él transitan cada año, más de un millón de pasajeros, entre turistas y usuarios de las rutas domésticas, entre las islas y con la Península.

En 2011, fue galardonado por la prestigiosa revista internacional "Dream World Cruise Destinations" con el premio al Puerto con la mejor conexión, ofertas de transporte, hoteles, manejo de equipajes y nivel turístico mundial, consolidando su posición como uno de los mejores destinos turísticos de este tipo.

Desde 2010, el Puerto de Las Palmas es el 4º Puerto en el ámbito nacional (por detrás de los puertos de

Algeciras, Barcelona y Valencia), 18º de Europa y 98º del mundo en tráfico de contenedores. Representa un punto de conexión entre Europa, África y América. Asimismo, se ha convertido en una referencia clara en el ámbito de las reparaciones navales, aprovechando las posibilidades que están ofreciendo los importantes yacimientos petrolíferos que se están descubriendo en nuestro entorno, y las necesidades anejas en lo relativo a la reparación y mantenimiento de plataformas.

El Puerto de Las Palmas ha supuesto en los últimos años una de las principales palancas de atracción de inversiones externas, entre las que cabe destacar la ubicación de Oryx, Shell, el Programa Mundial de Alimentos (PMA), Cruz Roja Internacional, US-Aid o la terminal internacional de cruceros.

El Puerto es, por lo tanto, una ventaja objetiva para la ciudad que debemos ser capaces de potenciar e incorporar en la estrategia de crecimiento, no solo por su capacidad tractora, sino por su potencial aportación cultural a residentes y visitantes.





Baja fiscalidad

En Las Palmas de Gran Canaria se aplican con carácter general las reglas del sistema fiscal español, lo que supone contar con un sistema fiscal moderno y plenamente armonizado con la Unión Europea. De esta forma, se puede operar en el Mercado Único Europeo disfrutando de la libertad de movimientos de capitales, mercancías y personas en el seno de la Unión Europea.

A este entorno fiscal armonizado se suman una serie de medidas específicas que constituyen el Régimen Económico y Fiscal de Canarias (REF) y que mejoran sensiblemente el escenario general europeo. Las medidas tributarias del REF consisten en una serie de incentivos fiscales muy ventajosos, en fiscalidad directa e indirecta, cuyo objetivo es promover el desarrollo económico de la región.

Por lo tanto, en el seno del REF de Canarias se pueden distinguir dos tipos de incentivos fiscales:

- Los que están condicionados a la realización de una inversión productiva, como la Reserva para Inversiones en Canarias (RIC); la deducción por inversiones en activos fijos en Canarias; los tipos incrementados de las deducciones por inversiones del régimen general del Impuesto sobre Sociedades, y determinadas exenciones en tributación indirecta.
- Los que suponen una reducción significativa de la presión fiscal, como la Zona Especial Canaria o ZEC (aunque se exige una inversión mínima, la ZEC es esencialmente una zona de baja tributación), la bonificación por producción de bienes corporales; el Registro Especial de Buques y Empresas Navieras; la Zona Franca de Gran Canaria; la normativa del Impuesto General Indirecto Canario (IGIC), así como la normativa específica en materia de Impuestos Especiales.

A continuación se explica, de modo esquemático, cada una de las principales herramientas fiscales que pueden contribuir a la creación de riqueza en la ciudad.

Reserva de Inversiones de Canarias (RIC)

Las empresas pueden deducir de su base imponible del Impuesto sobre Beneficios hasta un 90% de los beneficios no distribuidos y obtenidos en Canarias. Los importes resultantes se contabilizan

como dotaciones a la RIC, y deberán ser materializados en inversiones en Canarias, en un plazo no superior a los tres años de la constitución de la RIC.

Zona Especial Canaria (ZEC)

La Zona Especial Canaria (ZEC) es una zona de baja tributación que se crea en el marco del Régimen Económico y Fiscal (REF) de Canarias, con la finalidad de promover el desarrollo económico y social del Archipiélago y diversificar su estructura productiva.

impositivo reducido del 4% (frente al 30% general para grandes empresas y 25% para PYMES). Las entidades ZEC deben cumplir, en contrapartida, con una serie de obligaciones, relacionadas con la creación de empleo estable e inversiones iniciales.

Las Entidades ZEC estarán sujetas al Impuesto sobre Sociedades vigente en España, a un tipo

Zona Franca de Gran Canaria (ZFGC)

La Zona Franca es un área acotada, parte del territorio aduanero comunitario, donde se procede al almacenamiento, transformación y distribución de mercancías sin aplicación de gravámenes, aranceles ni impuestos indirectos. El objetivo principal de las Zonas Francas en Canarias es potenciar las actividades de comercio exterior que se venían realizando tradicionalmente. Las ventajas básicas que una Zona Franca ofrece:

- Cualquier clase de mercancía puede entrar en la Zona Franca, independientemente de dónde proceda y se podrá operar con países terceros, sea cual sea el proceso de transformación. Las mercancías podrán ser vendidas libremente,

despachadas a libre práctica o exportadas fuera del territorio de la UE.

- Cualquier operación realizada dentro de la zona franca está exenta de todos los impuestos indirectos. Tampoco serán de aplicación medidas de política comercial como contingentes, cupos o restricciones de cualquier tipo.

Adicionalmente, la Comisión europea otorgó a las Zonas Francas Canarias, una serie de ventajas. La principal es que las operaciones de perfeccionamiento activo en dicha zona no podrán limitarse por condiciones de tipo económico, al no existir requisito de no perjudicar a los productores de la Comunidad.

Infraestructuras de I+D+i

Las actividades de I+D+i están lideradas por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC), que concentra su actividad en el Parque Científico y Tecnológico con sus más de 150 Institutos Universitarios y Centros de Investigación, distribuidos en dos campus, donde desarrollan su trabajo más de 1.000 investigadores de múltiples áreas de conocimiento. Junto a estos grupos de investigación se encuentran instaladas numerosas empresas que interactúan con dichos centros de investigación contribuyendo a la transferencia tecnológica del mundo universitario al mundo empresarial.

En la actualidad, el Parque Científico Tecnológico dispone de una superficie de 622.077 m², diez edificios construidos y otros 2 en fase de construcción, repartidos por sus distintos enclaves en los municipios de Las Palmas de Gran Canaria, Telde, Arucas y Gáldar.

Adicionalmente al Parque Científico Tecnológico, se ha creado el Polo Marino de Canarias, que se convertirá en un referente mundial en actividades oceanográficas y marítimas, ya que albergará el Centro de Biotecnología Marina, el Instituto Canario de Ciencias Marinas y la Plataforma Oceánica de Canarias (PLOCAN).

El PLOCAN es una Infraestructura Científico Tecnológica Singular (ICTS) desarrollada mediante un Consorcio entre el Gobierno de España y el Gobierno de la Comunidad Autónoma de Canarias. Pertenece a la Red de Infraestructuras ICTS marinas.

En otros puntos cercanos a Las Palmas de Gran Canaria podemos encontrar otros centros tecnológicos, relacionados con el sector aeroespacial, la biotecnología, las energías renovables y la tecnología del agua.



Cualificación y talento

Como ya se ha indicado, la principal materia prima de la nueva economía del conocimiento son las personas, especialmente las personas cualificadas. Es ahí donde el talento juega un papel primordial. Son ya numerosos los casos de empresas que cuentan con equipos de trabajo donde cada uno de sus miembros se encuentra en una ciudad diferente.

Las Palmas de Gran Canaria cuenta con una fuente inagotable de talento, la Universidad. En total, en Las Palmas de Gran Canaria existen 16 centros universitarios, entre escuelas y facultades, tal y como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Centros Universitarios en Las Palmas de Gran Canaria	Número de Centros
Escuelas Universitarias Técnicas	2
Escuelas Universitarias	1
Facultades y Colegios Universitarios	11
Escuelas Técnicas Superiores	2
TOTAL	16

En dicha Universidad, actualmente existen alrededor de 22.500 alumnos, donde se imparten un total de 63 titulaciones, de las cuales 25 son técnicas.

Titulados por Rama	2011	2010	2009
TOTAL	2.398	2.097	2.194
Ciencias Experimentales	35	26	43
Ciencias de la Salud	225	201	288
Ciencias Sociales y Jurídicas	1.290	1.124	1.077
Humanidades	195	151	188
Técnicas	653	595	598

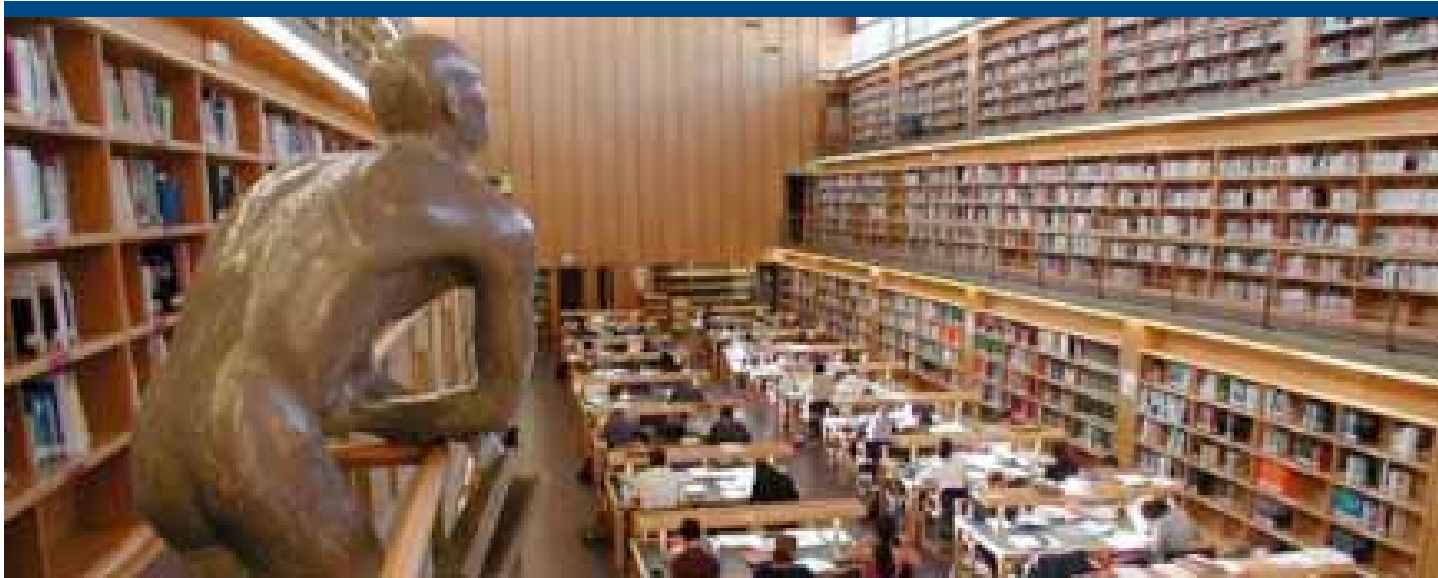
La formación universitaria se complementa con los ciclos de Formación Profesional, con 28 especialidades que a su vez disponen de diferentes grados (medios o superiores), siendo el número de alumnos en el curso 2011/2012 el siguiente:

Titulación	TOTAL
C.F. GRADO MEDIO (Rég. ordinario)	6.815
De ellos sólo F.C.T.	955
C.F. G. MEDIO (Adultos/Nocturno)	0
C.F. G. MEDIO A DISTANCIA	953
C.F. G. SUPERIOR (Rég. Ordinario)	5.325
De ellos sólo F.C.T.	426
C.F. G. SUPERIOR (Adultos/Nocturno)	28
C.F. G. SUPERIOR A DISTANCIA	1.558
PRS. DE CUALIF. PROFES. INICIAL	2.069

La disponibilidad de personal cualificado se une, en Canarias, a un marco de menores costes laborales, en relación con el resto de España y con la media de países de la zona UE.

Según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en su Encuesta Trimestral de Coste Laboral (ETCL), el coste laboral medio por trabajador y mes en Canarias en el último trimestre de 2012 fue de 2.127,71 euros, situando a Canarias como la Comunidad Autónoma con menores costes laborales del territorio nacional, concretamente un 18% por debajo de la media nacional.

Si tenemos en cuenta que, en general, los costes laborales en España son, de media, un 20% menores que en países como Alemania, Francia o Italia, podemos afirmar que Las Palmas de Gran Canaria posee una importante materia prima para la nueva economía del conocimiento, que está altamente cualificada y que tiene unos costes altamente competitivos en el contexto geográfico cercano (ámbito de la UE), aspectos que deberían contribuir a la atracción de inversiones extranjeras.



Infraestructuras de telecomunicaciones

Las infraestructuras de telecomunicaciones son la base para la deslocalización de centros de trabajo de grandes empresas en ciudades distintas a las que consumen los productos o servicios. Algunas de las actividades que pueden desarrollarse sobre este tipo de infraestructuras son, a modo de ejemplo, la prestación de servicios

en la nube, el desarrollo de software, el control remoto de instalaciones industriales (mediante centros de control), actividades relacionadas con la supercomputación o cualquier otra que no tenga por requisito la proximidad geográfica.

Conectividad exterior

La ciudad de Las Palmas de Gran Canaria conecta con el resto del mundo a través de cables submarinos de fibra óptica, bien de forma directa o bien a través de otras islas.

Estos cables submarinos conectan a la ciudad de forma directa con el continente africano y con España y Reino Unido, nodos a partir de los cuales, se obtiene conexión con el resto del mundo.

Conectividad interior

A nivel interno, tienen presencia todos los operadores nacionales de Telecomunicaciones y algunas empresas prestadoras de servicios de telecomunicaciones neutros como CityNet.

Por su parte, Orange ha realizado una inversión de más de 30 millones de euros, también dentro de la ciudad, para el despliegue de su nueva red de comunicaciones móviles de cuarta generación.

La ciudad de Las Palmas de Gran Canaria ha sido objeto de grandes inversiones en infraestructuras de telecomunicaciones por parte de estos operadores que garantizan el acceso a los servicios de banda ancha, tanto fija como móvil.

Adicionalmente, la empresa pública propiedad del Cabildo de Gran Canaria, SODETEGC, lleva varios años desplegando una red de FO a lo largo de la isla de Gran Canaria con el objetivo de interconectar municipios, emplazamientos de interés científico tecnológico y redes externas. A través de esta red de FO existen conexiones con Red Iris al tiempo que la red presta servicio a los operadores de telecomunicaciones.?

En concreto, Telefónica ha invertido más de 55 millones de euros en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria para el despliegue de su red FTTH con la que pretende prestar servicios de banda ancha tanto a particulares como a empresas de la capital.

Actitudes para el crecimiento

LPA SE REINVENTA

Para que la ciudad sea capaz de aprovechar todas estas oportunidades, que es lo que representa cada una de las ventajas objetivas expuestas anteriormente, es necesario que trabajemos en mejorar aspectos que también son clave para el desarrollo económico de la ciudad.

Las actitudes que a continuación se describen son parte importante del éxito de la ciudad y deben ser trabajadas por todos y cada uno de nosotros; instituciones, empresas, organizaciones y ciudadanos. Estas actitudes existen

ya en algunos casos, pero necesitan, por norma general, ser potenciadas para contribuir de una forma efectiva al crecimiento de la ciudad.

La estrategia de la ciudad, tal y como se explica más adelante en el documento, está perfectamente alineada con estas necesidades y trata de desarrollarlas para convertirlas en fortalezas que, sumadas a las ventajas propias de la ciudad, contribuyan a crear una ciudad global.



Apertura exterior

Es evidente que una ciudad de marcada vocación turística tiene, per se, una fuerte apertura exterior en todo lo que se refiere a su proyección internacional como destino turístico. A esta apertura exterior contribuyen, sin duda, las estrategias de posicionamiento de la ciudad (que ha ordenado los productos turísticos adecuadamente), de la comunidad autónoma (a través de la marca Canarias) y del país (haciendo lo propio con Marca España).

Pero a este posicionamiento internacional contribuyen otros muchos elementos en los que debemos trabajar. La apertura al exterior de la ciudad debe verse reflejada en el día a día de la actividad de la misma, sus habitantes, sus empresas y sus instituciones.

En primer lugar, las personas, todos y cada uno de los que vivimos o trabajamos en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria contribuimos a crear la imagen que la ciudad proyecta hacia el resto del mundo y, lo hacemos cada vez que interactuamos con un visitante o mantenemos una reunión con una empresa externa. Es imprescindible que la sociedad conozca y comprenda otras culturas, especialmente aquellas que en mayor

medida visitan la ciudad o con las que en un futuro próximo tendremos que interactuar en un plano empresarial.

Por otro lado, las empresas deben comprender el marco global en el que desarrollan su actividad, el mercado no es local, la competencia tampoco lo es. La proyección internacional de las empresas y de los negocios locales contribuye a construir una marca internacional de ciudad. Como ya se ha indicado anteriormente, la posición estratégica de la ciudad la convierte en punto de referencia para el suministro de productos y servicios a África Occidental, en pleno desarrollo económico.

Por último, la ciudad debe estar preparada para el desembarco de compañías extranjeras que decidan establecer sus centros de trabajo en Las Palmas de Gran Canaria facilitando, en la medida de lo posible, su instalación y la de sus empleados. En relación con esta cuestión surgen oportunidades de negocio para aquellos profesionales que sean capaces de comprender las necesidades de estas empresas extranjeras y ofrecer un asesoramiento legal y de servicios competitivo.



Unidad institucional

La unidad institucional es una necesidad que se materializa en múltiples ámbitos. No cabe duda de que debe existir una clara coordinación institucional entre todas las administraciones, cuyas políticas inciden sobre una misma región. En el caso de Las Palmas de Gran Canaria hablamos de la Administración General del Estado (AGE), el Gobierno de Canarias, el Cabildo de Gran Canaria, el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y la Autoridad Portuaria de Las Palmas. No cabe duda, de que estas administraciones deben trabajar con objetivos comunes y estrategias complementarias perfectamente coordinadas, en aras de una mayor eficiencia de los recursos menguantes y de una garantía de continuidad en el tiempo de las acciones que se desarrollen.

Pero al margen de esta colaboración, más que evidente, existen otras que no lo son tanto pero que también van a resultar claves para el desarrollo internacional de la ciudad. En primer lugar hablaremos de la colaboración

público-privada, como herramienta de desarrollo para una región. El sector empresarial juega un papel fundamental en el desarrollo económico de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria y, es imprescindible que esté perfectamente alineado con la estrategia de la ciudad, tanto para el desarrollo de proyectos conjuntos, como para la creación de polos de referencia internacional en sectores clave.

Por último, la ciudad tiene la obligación de establecer alianzas institucionales con otras ciudades, buscando potenciales sinergias con éstas. Este tipo de colaboración tiene un doble objetivo, por un lado el de servir de impulso al tejido empresarial local hacia otros mercados actualmente en desarrollo y, por otro, el de servir como ventana a la ciudad para incorporar modelos productivos ya testados en otras ciudades. Las Palmas de Gran Canaria debe posicionarse a través de alianzas estratégicas con otras instituciones extranjeras.



Educación

Entre los principales retos que nos encontramos en el ámbito de la educación (que no de la enseñanza), podemos destacar los siguientes:

- **Cualificación profesional y especialización:** El mejor activo de nuestra ciudad son nuestros ciudadanos, y en la medida en que estos activos avancen hacia mayores cotas de conocimiento, nuestra sociedad será más competitiva, haciendo más fácil alcanzar nuevas cotas de bienestar social.

Debemos contar con los mejores profesionales posibles, que tengan como fundamento en su trabajo la búsqueda de la excelencia y la innovación, siendo conscientes de que el desempeño profesional requiere de una cualificación constante, y que cada vez más, este entorno globalizado facilita romper barreras, permitiendo acceder a los principales avances sectoriales, sin las dificultades que tradicionalmente se había encontrado un territorio tan alejado como el nuestro.

- **Fomento de una actitud emprendedora.** El espíritu emprendedor es importante por cuanto contribuye, en primer lugar, a la creación de empleo y al crecimiento económico. Se ha observado que a mayor índice de iniciativa emprendedora, más se reduce la

tasa de desempleo y cómo la creación de empleo se concentra, cada vez más, en las pequeñas empresas de nueva creación.

Sin embargo las actuales normas sociales no estimulan la creatividad, la innovación y la asunción de riesgo empresarial, así como tampoco promueven la autonomía, la iniciativa personal o la autosuficiencia. El fracaso empresarial se percibe en nuestra cultura como una cualidad de la persona (el empresario) y no como una mayor experiencia.

Considerado un elemento imprescindible para la creación de empleo y para la mejora de la competitividad y el crecimiento económico, la necesidad de promover más el espíritu empresarial y la cultura emprendedora se hace, por tanto, cada vez más patente. Este aspecto debe ser, por tanto, incorporado en las distintas etapas educativas de los potenciales emprendedores.

- **Impulso del conocimiento de idiomas,** básicos para el sector del Turismo y para la proyección internacional de la ciudad. El trato con visitantes y con clientes del resto del mundo tiene como punto de partida el conocimiento de idiomas. En este sentido, será clave que la ciudad pueda disponer de personal con conocimiento de inglés y francés, el primero por su reco-



nocimiento internacional y el segundo por su grado de penetración en los principales países del África Occidental, mercado objetivo de la Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.

El conocimiento de otros idiomas no es un aspecto que garantice al desarrollo económico de una región, pero, sin duda, su desconocimiento puede limitarlo de una forma determinante. El conocimiento de inglés por parte de la población de una ciudad es básico para poder internacionalizarse, y está es, hasta la fecha, una asignatura a mejorar en Canarias y, de forma concreta, en Las Palmas de Gran Canaria.

- Mayor alfabetización informática, entendiendo por alfabetización informática al conjunto de tareas e iniciativas que tienen como objetivo incluir, en la Sociedad del Conocimiento, los sectores marginados de la misma, por razones económicas, sociales y/o

culturales. Inclusión que se realiza cuando las personas que integran sectores socialmente marginados desarrollan las destrezas necesarias para utilizar tecnologías de información y comunicación, que les permiten utilizarlas como herramientas para su recalificación social y el mejoramiento de su calidad de vida.

Una sociedad con mayor acceso a las TIC es una sociedad más participativa, que accede a empleos de mayor calidad y que presta mejores servicios a sus clientes. En este apartado, en Canarias, tenemos mucha tarea por hacer. En concreto, las Islas ocupan la cuarta posición en el Índice de Convergencia e Inclusión por comunidades autónomas, solo superada por Galicia, Asturias y Andalucía. Pese al continuo avance en el acceso a las nuevas tecnologías, la relación de los canarios con internet sigue siendo peor que la de la media nacional y europea.



Estrategia de

Las Palmas de Gran Canaria

LPA SE REINVENTA

Así las cosas, como hemos visto en el análisis del contexto actual, la mejora de las condiciones de vida de nuestras ciudades depende de nuestra capacidad de adaptarnos a un entorno cada vez más cambiante y competitivo, partiendo de un modelo de desarrollo que muestra claros síntomas de agotamiento, haciendo imprescindible avanzar hacia una reinversión del modelo económico de nuestra ciudad.

En este sentido, se hace necesario priorizar en aquellos sectores en los que disponemos de ventajas competitivas objetivas y, sobre esa base, hay que desarrollar estrategias colaborativas para impulsarlos como tractores del crecimiento y el empleo, buscando con ello, que nos lleven a mayores cotas de bienestar social.



La especialización inteligente de la Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria pasa por la potenciación de aquellos sectores que han sido claves para nuestro desarrollo y, que aún hoy, cuando la economía global está sufriendo, han demostrado unos niveles de competitividad innegables. Así, los pilares básicos que deben ayudarnos a construir la economía de futuro de nuestra ciudad son:

- El turismo
- La Economía Azul
- La internacionalización

Estos sectores, emergen de un importante número de análisis económicos y sociales fundamentados en el potencial económico de la ciudad, y vienen fijados claramente en el Plan Estratégico de la ciudad de Las

Palmas de Gran Canaria, Proa2020, y posteriormente han sido desarrollados como ejes estratégicos como son:

- Ciudad de Mar: Estrategia para el desarrollo de la economía azul.
- LPA Capital City: Plan estratégico de turismo de Las Palmas de Gran Canaria.
- Plan de Internacionalización de la Ciudad (PIC): Un proyecto de internacionalización de la ciudad.
- LPA Re-Activa: Un plan integral de crecimiento y empleo

El resto del documento desarrolla cada uno de estos puntos con gran nivel de detalle, desglosando las estrategias diseñadas para la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria en cada uno de estos ejes estratégicos.

Sectores estratégicos

Economía Azul, Ciudad de Mar

El mar será uno de los sectores que más empleo y valor añadido generen en Europa en los próximos años. Hoy, la Economía Azul de la UE ya genera un valor añadido bruto de 500.000 millones de euros al año, agrupando a más 5,4 millones de puestos de trabajo, el 75% del comercio exterior y el 34% del comercio interior comunitario (Ecorys, 2012). La estimación de crecimiento del mercado mundial de la navegación de recreo oscila entre el 2% y el 3% anual, para los próximos años.

En Canarias, si aprovechamos las oportunidades, podremos duplicar el PIB del sector regional (6%) en 2020. Actualmente, trabajan en el sector 47.500 personas. Si se dobla el PIB, la cifra de empleos podría aumentar considerablemente. La ciudad ocupa hoy casi 18.000 empleos, directos e indirectos, relacionados con el sector de la Economía Azul (sólo en el Puerto de La Luz existen 9.475 empleos directos).





Actividad portuaria

La actividad portuaria en LPGC tiene un impacto total de 9.475 puestos de trabajo. El sector que más valor añadido genera es el de las reparaciones navales, con 1.450 empleos directos. Las reparaciones suponen el 24% del valor añadido y 32% del empleo de la actividad portuaria. Aproximadamente:

- El 70% de las empresas tienen menos de 15 empleados.
- El 26% de las empresas está relacionado con el sector de reparaciones navales.
- El 23% con el comercio marino-marítimo, en sentido amplio.
- El 10% en servicios (seguros, consignatarias...)

Algunos datos básicos de la Economía Azul en la ciudad, referidos al Puerto de La Luz suponen:

- El 2,83% de la producción efectiva total de Canarias (1.566 millones de euros).
- El 1,89% del Valor Añadido Bruto de Canarias (578 millones de euros).

La actividad portuaria tiene un efecto multiplicador en la economía regional, de modo que por cada euro que se demanda de servicios portuarios, la economía canaria produce 1,8 euros de productos intermedios y finales, generando 0,66 euros de valor añadido.

Estos datos cobran más interés si tenemos en cuenta que más del 90% de las empresas que trabajan en el subsector del turismo costero y marítimo son pequeñas y medianas empresas (PYMES), con 10 o menos empleados, y su inversión en I+D+I en España y, concretamente, en Las Palmas de Gran Canaria, es testimonial en la mayor parte de los casos.

Turismo azul y náutica deportiva

El Puerto deportivo genera un volumen estimado de negocio directo anual de 26,25 millones de euros, excluyendo cruceros. La dársena deportiva recibe 11.000 visitantes y unos 3.900 yates cada año (de media). El puerto deportivo, integrado en el Puerto de La Luz y Las Palmas, es el mayor de Canarias en número de amarres con 1.250 y el tercero de España en número de amarres, tras Murcia, La Manga del Mar Menor con 1.625 y Cantabria-Santander con 1.350.

La ampliación prevista en 1.000 atraques para 2014, en régimen de concesión, redundará, tras su construcción en 44 nuevos empleos directos en el Puerto y 400 empleos indirectos; de ellos, 210 en restauración y comercios, 160 en industrias náuticas y servicios a barcos, y 30 en actividades formativas y deportivas.

La edad media de las empresas del sector náutico en Las Palmas de Gran Canaria es de 19 años. Ello indica la necesidad de impulsar el sector, generando nuevas empresas y ofertas que posibiliten su crecimiento

Sólo la ARC atraerá en noviembre de 2013 a 1500 tripulantes; 300 barcos de 30 nacionalidades (40% británico). El gasto medio estimado es de 9.770 euros por embarcación y un impacto económico de 2.931.000€

El posicionamiento de la ciudad y el trabajo hecho los dos últimos años para su comercialización como destino náutico de invierno, ha posibilitado la presencia entre diciembre y marzo de 2013 de casi 400 regatistas de 14 países y un impacto económico directo de 578.509 €. Son datos que nos dicen que vamos por el buen camino.





Estrategia de crecimiento azul

La Estrategia de Crecimiento Azul de la UE establece cinco sectores que generarán empleo en los próximos años: energías marinas (1), acuicultura (2), turismo marítimo, costero y de cruceros (3), recursos minerales marinos (4) y biotecnología azul (5).

El Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria está trabajando la internacionalización junto con otras instituciones públicas y empresas privadas para potenciar esos sectores, especialmente en el ámbito del turismo náutico; la mejora de la competitividad Puerto-Ciudad y en las reparaciones navales. Trabajamos para ser la Escala Atlántica.

Las embarcaciones de recreo, las plataformas petroleras, los mega yates, el turismo de vela, buceo y surf, las empresas asociadas al aprovechamiento del mar (Servicios, investigación, ingenierías, consultoras...) ya hoy son nichos de empleo, y están creando empleo.

El desarrollo de Las Palmas de Gran Canaria como Ciudad de Mar desarrolla su estrategia sobre cuatro ejes, aquí representados y cuyos objetivos/resultados esperados en 2013-2014 se resumen aquí:

Abrir la ciudad al mar

El litoral y el medioambiente. Conservar, recuperar y rehabilitar los espacios ambientales naturales, es decir:

- Ejecutar acciones de “acupuntura” urbana litoral y marítima.
- Las Palmas de Gran Canaria contará con una infraestructura marina de primero orden. El Acuario de la ciudad, impulsado por el grupo Loro Parque, generará un polo de desarrollo vinculado a los sectores marino-marítimo y turístico, que permitirá conquistar un espacio clave en la estrategia de acercar la ciudad al mar.
- Parque Marítimo Muelle de Santa Catalina. Mejora del entorno de la Plaza de Canarias en la relación entre la ciudad y su litoral en ese punto. La ciudad debe recibir a los cruceristas con una imagen adecuada y bella.
- Mejora en la Playa de La Laja impulsando un nuevo atractivo para el ocio y el disfrute de los ciudadanos, a través de acciones como las piscinas naturales o la adecuación de la escultura El Tritón y su entorno.
- Estrategia de San Cristóbal, para la puesta en valor y dinamización económica del Barrio Marino de Las Palmas de Gran Canaria.
- Potenciar la conservación del litoral y nuestras playas.
- Favorecer la accesibilidad al litoral.
- Potenciar el uso y disfrute del litoral.





Proyectar la capital del mar

Desarrollar, potenciar y vender la marca de ciudad asociada a los deportes náuticos y actividades en el mar, siendo referencia internacional como sede de invierno para el turismo náutico. Esto es:

- Promoción del turismo náutico de la ciudad internacionalmente, creando clubes de producto turísticos para su comercialización de vela, surf y buceo.
- Convertirnos en referente como destino náutico de invierno, especialmente, en los mercados donde tenemos tradición y liderazgo: Finlandia, Alemania, Rusia, Italia, Reino Unido, Dinamarca, Noruega y Suecia.
- Promocionar la escala atlántica, la ciudad como punto de paso obligado para navegantes.
- Potenciar los deportes náuticos y actividades en el mar.
- Organizar y dinamizar los sectores y agentes implicados
 - Potenciar el Cluster Marítimo de Canarias, y vertebración del sector para liderar junto a otras instituciones la Economía Azul.
 - Constitución del Cluster Marítimo de la Macaronesia. Instrumento necesario para liderar la Economía Azul desde nuestra ciudad en nuestra región y ante la UE.
 - Constitución de la primera Red Náutica Canarias-Marruecos. Puesta en marcha de actividades formativas en Las Palmas de Gran Canaria, sobre náutica para toda la región y para Marruecos; al tiempo que se desarrollara por primera vez un paquete turístico náutico combinado entre las islas orientales y Marruecos, atrayendo nuevos mercados como el francés.
- Comunicar y conectar a los ciudadanos de Las Palmas de Gran Canaria con el mundo a través de la marca de ciudad
- Hacernos visibles al mundo exterior a través de las nuevas tecnologías

Cultura de mar

Educación integral y desarrollo saludable de los ciudadanos en relación al mar:

- La escuela al mar. Los niños de Las Palmas de Gran Canaria aprenden y juegan en el mar: navegar, surfear, bucear, nadar, remar, etc.
- La escuela conoce el mar. Los niños de Las Palmas de Gran Canaria conocen nuestra naturaleza marina: el ecosistema de la barra de Las Canteras.
- Promover las actividades educativas para toda la población, con el fin de promover, a medio y largo plazo, una mayor cultura del mar.
- Propiciar riqueza social a través del intercambio cultural. Recibir, acoger y hacer partícipe a la ciudadanía de los grandes eventos internacionales náuticos. FIMAR, los Campeonatos de Surf, Fotosub, la ARC o la Semana Olímpica de Vela, son ejemplos de cómo la ciudad está abriéndose cada vez más al mundo náutico y viceversa. Ese diálogo posibilitará mejoras en el ámbito de la Economía Azul y en el incremento de la demanda local, clave para generar riqueza a medio plazo.

Oportunidades de negocio

Propiciar y crear el ecosistema necesario para que en 2020 se duplique la aportación de la Economía Azul al PIB de la ciudad. Su peso estimado hoy está próximo al 4,5% del PIB regional (cuyo total se estima en el 6%). Facilitando la realización de inversiones y mejorar la oferta de servicios actual. Las áreas con mayor potencial de crecimiento son; los productos marinos, peces y algas, biotecnología azul, logística y soporte a la explotación en petróleo y gas, entre otros.

Captar negocio como Escala Atlántica de reparaciones navales, y estancias entre Caribe y Mediterráneo, la ciudad como paso obligado de navegantes, que ven en nuestra capital un punto para la reparación y el avituallamiento de todo lo necesario para su travesía.

Atraer congresos internacionales ligados al sector, la ciudad como referente en el conocimiento vinculado al mar, punto de encuentro de empresas e instituciones foráneas, que aprovechan nuestra ubicación e infraestructura para el intercambio de conocimiento y experiencias en el Mar.

Modernizar el modelo de negocio de empresas locales del sector de actividades náuticas; chárter, surf, vela, buceo y servicios asociados.

Liderar proyectos en el litoral del contexto africano, tales como la construcción de marinas, paseos, actividades de difusión básica de los deportes náuticos, paquetes multidestino náutico, etc.



Turismo

El turismo es el principal motor de la creación de empleo y riqueza de Canarias. Su efecto multiplicador en la economía regional es clave, pues por cada 100 empleos directos creados en el sector turístico canario, se generan 49,7 indirectos. Para nuestra ciudad, por su alto impacto, es un sector de la economía muy importante que hoy día genera 7.181 empleos directos.

La estrategia europea 2020 pone el acento en el turismo, como un área fundamental para el conjunto del continente y para la generación de empleo. Las características que sitúan al sector en el centro de dicha estrategia son, fundamentalmente, tres:

- Constituye la tercera actividad socioeconómica más importante de la UE, tras los sectores del comercio y la distribución, así como el de la construcción. El turismo genera más del 5 % del PIB de la economía europea y ocupa al 5,2 % de la mano de obra. Cuando se tienen en cuenta los sectores relacionados con el turismo, estos porcentajes se elevan hasta el 10 % y el 12 %, respectivamente.

- Es una de las actividades económicas con mayor potencial para generar crecimiento y empleo en la UE. En los últimos años no sólo ha creado empleo en niveles superiores a los de la media de la economía, sino que también ha generado más oportunidades laborales para los jóvenes, las mujeres y los trabajadores no cualificados. Un dato lo ilustra: el peso de los jóvenes en el sector turístico es el doble que en el resto de la economía.
- Es un sector clave para favorecer la cohesión territorial en la UE, particularmente para fomentar la integración económica y social de las zonas rurales y de montaña, las regiones costeras y las islas, las regiones periféricas y ultra periféricas o las regiones menos prósperas.

A pesar de tales bondades, las amenazas para los destinos son crecientes, derivadas de la mayor competencia y del cambio en los modelos de negocio del sector, que van desde la compra por Internet, al mayor papel de las nuevas tecnologías para la venta del destino o a variables que recobran importancia, como la oferta de accesibilidad para una población cada vez más



envejecida o la creación de nuevos productos especializados para distintos tipos de experiencias recreativas y turísticas.

Con el Plan del Turismo Español Horizonte 2020, el Gobierno de España pretende atender esta realidad, para lo que traza los siguientes objetivos:

- Incrementar los beneficios sociales y económicos del turismo.
- Lograr un reequilibrio socio-territorial que impulse la actividad turística en nuevos destinos.
- Mejorar la calidad del entorno natural y cultural reduciendo los impactos negativos que pueda inducir la actividad turística, entre otros.

Este proceso de adaptación tiene su reflejo en el ámbito de Las Palmas de Gran Canaria, donde este Ayuntamiento está impulsando la modernización de la ciudad como destino turístico urbano. Para ello, la estrategia del destino prioriza los productos que agregan la oferta del destino y dan valor al turista, facilitando además su comercialización.

Gran Canaria es uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial, cifras que, aún en los actuales momentos de crisis, dan claros síntomas de fortaleza y de la competitividad de nuestro sector turístico.

La importancia para nuestra ciudad del turismo es notable. Las Palmas de Gran Canaria recibió en 2012 un total de 1.021.707 turistas. De ellos, por excursiones a la ciudad llegaron 417.898 cruceristas y 283.190 desde el Sur de la isla. Por otra parte, se han alojado un total de 320.619 turistas, 291.215 de ellos en hoteles (una media de estancia de 3,1 días) y 29.404 en apartamentos (una media de estancia de 5,6 días).

Del mismo modo, la ciudad se ha consolidado como destino de cruceros, siendo seleccionada como puerto base por las principales compañías que operan este destino, proyectándose para la temporada 2013-2014 la llegada de más de 650.000 cruceristas.



LPA Capital City: nuestra estrategia turística

Las Palmas de Gran Canaria es una ciudad turística. Los activos y las fortalezas que la convirtieron en cuna del turismo en Canarias siguen estando ahí. Por tanto, lo que tenemos que hacer es ponerlos en valor y concentrar los esfuerzos en su promoción. Potenciar en una comunidad autónoma como Canarias el turismo de ciudad como un complemento al tradicional turismo de sol y playa, ofrece una alternativa para la diversificación de la oferta. De esta manera, los nichos turísticos a los que la ciudad se dirige son:

Cruceros: Las previsiones para la temporada 2013-2014 estiman una llegada de más de 500.000 cruceristas a Las Palmas de Gran Canaria. Nuestra ciudad se ha convertido en puerto base, y cada vez son más las empresas que apuestan por nuestra ciudad como complemento a sus rutas de cruceros.

Sur de Gran Canaria: nuestra isla recibe 3M de turistas al año y nuestras características nos convierten en un complemento perfecto al turismo de Sol y Playa.

Resto de Islas: El acuario de la ciudad será para nuestra isla lo que el Loro Parque a Tenerife, un referente regional de visita obligada, que servirá de locomotora para la atracción de visitas de turistas de otras islas hacia nuestra ciudad.

- **Otros:** Congresos y eventos, City Break, negocios o compras, son otros ejes básicos que ofrecen un claro potencial de crecimiento.

Para avanzar en esta estrategia, la ciudad se define turísticamente como la suma de sus clubs de productos, que se potencian y ordenan con un fin claro: mejorar nuestro destino y atraer turistas.



1 LPA History: el patrimonio histórico al servicio de la generación de riqueza, la ciudad se posiciona como un atractivo cultural e histórico que vale la pena disfrutar.

2 LPA Shopping: Turismo y comercio se dan la mano para explotar el potencial comercial de la ciudad, buscando la atracción del mayor número posible de consumidores.

3 LPA Taste: La ciudad como centro gastronómico, el turismo gastronómico es un sector de fuerte crecimiento donde la marca España se ha convertido en el mayor referente internacional, y la ciudad trabaja para aprovecharlo.

4 LPA Events: La actividad cultural al servicio de la creación de riqueza y empleo, el Carnaval, el Festival de Música de Canarias, el de Teatro y Danza, etc... se unen a la estrategia de promoción de la ciudad, convertidas en producto turístico para atraer visitantes.

Además, hemos puesto en marcha un plan de marketing con objetivos muy definidos. Y se está trabajando para que la recepción del crucerista sea buena, mejor. Intentamos abrir el abanico para que cunda la reanimación del sector y la planta alojativa se nutra de músculo, fuerza e ilusión.

Entre otras muchas, las acciones dirigidas a mejorar este sector estratégico de especialización de la ciudad son:

- Mejoras sustanciales en las zonas de interés turístico de la ciudad: Vegueta, Canteras y Parque de Santa Catalina y su entorno.
- Apertura de la Casa del Turismo
- Gran Acuario de Las Palmas de Gran Canaria.
- Promoción exterior focalizada.
- Creación de una tarjeta turística para la ciudad.
- Consolidación de la oferta cultural.

- Nuevo enfoque de comercialización turística de la ciudad
- Sistemas de señalética adecuados
- Limpieza y embellecimiento urbano
- Mejora del entorno Santa Catalina: Luis Morote, Muelle y Parque Santa Catalina
- Promoción destinada al aumento del turismo excursionista desde el Sur
- Alianzas con turoperadores (cruceros)
- Potenciación del turismo náutico y las actividades relacionadas con el mar.

La elección de nuestra ciudad para celebrar el Congreso Internacional de Calidad Turística los días 9, 10 y 11 de octubre de 2013 constituye un exponente más de la firme voluntad de modernizar nuestro destino y hacerlo más competitivo. En turismo, estamos asentando las nuevas bases de la reinvención de la ciudad.



Proyecto de internacionalización de la ciudad (PIC)

En un entorno cada vez más globalizado, se hace fundamental potenciar la interconexión e interrelación de la Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria con su entorno geográfico más cercano y los focos de interés económico para garantizar su proyección internacional. Nuestra ciudad tiene recursos, infraestructuras y experiencia como para convertirnos en un enclave estratégico del Atlántico Medio.

Europa, África Occidental y América son ejes de una estrategia tricontinental que persigue aprovechar la posición de nuestra ciudad, nuestro puerto y nuestro aeropuerto, para generar un Hub de referencia que facilite el crecimiento de nuestro entorno más cercano.

Esta estrategia no es únicamente de la ciudad sino que es compartida, y se fundamenta entre otras cosas, en la estrategia de la Comunidad Canaria que el Parlamento aprobó el 23 y 24 de abril 2013, con un documento sobre la internacionalización de nuestra economía. Un documento que va en la línea del PIC, que el Ayuntamiento presentó públicamente el 24 de noviembre 2012 en el Teatro Pérez Galdós.

En nuestro caso, los entornos que pueden ser incluidos son, en este momento, tres:

- África Occidental, basada en nuestra proximidad, tradición, desarrollo y características actuales (que cada vez serán menos diferenciales).
- Los países del Norte de Europa (que ya nos conocen y valoran como destino turístico maduro, con el que mantienen una fidelidad de retorno año tras año). Se trata de dar un salto cualitativo y cuantitativo para el desarrollo de actividades empresariales de alto valor añadido.
- América. Vínculos históricos nos unen a América Latina. El creciente interés de este continente por África nos posiciona como una alternativa eficiente y segura para facilitar las inversiones en el citado continente.

Sobre esta base, el Plan de Internacionalización de la Ciudad no se limita solo al ámbito de la ciudad, sino que ha definido dos vertientes interconectadas entre sí que buscan precisamente que a través de la interconexión se propicie el desarrollo de nuestro entorno más cercano. Estas vertientes son:



- a) Acciones e iniciativas dirigidas a potenciar el desarrollo de África Occidental, facilitando la generación de clúster regionales en los sectores estratégicos, de manera que la interacción facilite el desarrollo conjunto.
- b) Acciones dirigidas a potenciar el desarrollo económico de la ciudad y de la isla. Posicionar a la ciudad como eje vertebrador y principal dinamizador de la economía en la región del África Occidental.

Para poder alcanzar estas vertientes, el proceso de configuración del Plan de Internacionalización de La Ciudad ha estimado, tres ejes prioritarios sobre los que se han establecido dinámicas de trabajo concretas con el fin de avanzar en la configuración y consecución de las metas:

- a) **La ciudad como Hub Empresarial:** Aprovechando nuestra condición de ciudad europea en África, ofrecemos nuestra capacidad para el establecimiento de las sedes para la región de empresas multinacionales. En los últimos años estamos viendo cómo empresas como Shell, Oryx y otras muchas, han decidido establecerse en nuestra ciudad con una clara proyección internacional al calor de las innumerables oportunidades de negocio que están floreciendo en nuestro entorno más cercano, sobre todo en lo vinculado al aprovechamiento de las materias primas.
- b) **La ciudad como Hub de Cooperación:** Las infraestructuras logísticas, junto con la seguridad jurídica y otros muchos elementos, han sido clave para que instituciones como Cruz Roja Internacional, PMA o USAID, hayan establecido en nuestra ciudad su base para el desarrollo de sus programas de ayuda humanitaria en nuestro entorno más cercano.
- c) **La ciudad como referencia en el apoyo a la Gobernanza:** La mejor forma de garantizarnos nuestro crecimiento futuro es articulando fórmulas que im-

pulsen un crecimiento sostenible en nuestro entorno más cercano. Gobernabilidad, fundamentos, valores democráticos, gestión institucional, son clave para el impulso de la actividad económica y empresarial en África Occidental, y nuestra ciudad tiene todos los condicionantes para poder ser un factor clave en su impulso.

Sobre estos ejes prioritarios la ciudad ha establecido dos instrumentos que a la postre se convertirán en claves para alcanzar los objetivos fijados:

- a) **Mesa de trabajo inter-institucional:** La confianza entre instituciones es clave para conseguir nuestros objetivos, Instituciones como el Gobierno de España, Gobierno de Canarias, Cabildo de Gran Canaria, Ayuntamiento, Puerto, Universidad y otras muchas, se han unido, en el desarrollo de esta estrategia generando un comité permanente para el impulso del Plan de Internacionalización. A través de este comité se comparten estrategias, agendas, contactos e información, y se busca maximizar el impacto de las acciones.
- b) **Instituto Euroafricano para la Gobernanza:** Organización nacida de la colaboración entre instituciones a raíz del PIC, y constituida actualmente por la Fundación Puerto de Las Palmas, la ULPGC, la FULP y el Ayuntamiento, cuyo fin es el impulso de programas y actuaciones que potencien la Gobernanza en nuestro entorno más cercano.
- c) **Red de Ciudades:** Se ha constituido una mesa de trabajo con Agadir, Nuakchot, Dakar, Praia y Las Palmas de Gran Canaria, con el objetivo de consolidar una estrategia común para intercambiar experiencias y buscar proyectos comunes para el impulso de la actividad económica y la mejora de la calidad de vida en nuestro entorno.



Re-activación del empleo

Sin crecimiento económico no hay empleo. La crisis internacional ha golpeado con dureza al mercado laboral español ocasionado unos elevados datos de desempleo en todo el país. Las Palmas de Gran Canaria no es una excepción. La creación de empleo es la principal prioridad de la ciudad y de este Ayuntamiento.

Las demandas del mercado en un mundo global requieren respuestas adaptadas, de calidad y competitivas. Para ello la formación es básica, pues el capital humano es fundamental para la generación de valor añadido en cada organización y, por ende, en los territorios.

Esto es más importante aún en nuestra ciudad, donde el 80% de los desempleados no tienen cualificación profesional de ningún tipo y no han superado la enseñanza Secundaria. La situación se agrava por la alta incidencia de dichas características en los menores de 25 años y mayores de 40 años. Ya no existe diferenciación entre sexos.

El pasado mes de julio de 2013, este Ayuntamiento presentó la iniciativa “LPA RE-Activa: Plan para el Crecimiento y el Empleo 2013-2015”, donde se concretan a través de 4 ejes estratégicos y 15 líneas estratégicas, todas las acciones que se desean emprender para revertir la actual situación.

Los objetivos de las líneas de actuación y actividades se articulan para que los desempleados tengan mayores y mejores oportunidades en el mercado laboral, así como avanzar en acciones e instrumentos que faciliten la actividad empresarial a todas aquellas personas que quieran apostar por el municipio a la hora de desarrollar sus inversiones. La prioridad son los sectores de nuestra ciudad con mayor potencial de crecimiento y mayores ventajas comparativas. En concreto, el Plan formula distintos programas en estos sectores, como: Programa de Empleo Azul, Programa de Turismo y, Programa de Internacionalización.

Sin duda, también es necesaria una mayor agilidad y simplificación administrativa, seguridad, fiscalidad, conectividad, infraestructuras, mano de obra cualificada, como factores clave que deben ir de la mano del impulso de la estrategia local de desarrollo, buscando con ello consolidar las actividades que se quieren atraer e impulsar en Las Palmas de Gran Canaria, la ciudad-isla.

Debemos potenciar elementos del ecosistema socioeconómico en la ciudad que nos alineen con lo que se requiere para ser competitivos en el Mundo, adecuarnos a la realidad global para seguir siendo parte de ella y líderes en la región del Atlántico Medio. Impulsar una nueva cultura de colaboración dentro de las organizaciones y entre éstas, la colaboración público-privada.



Ejes estratégicos de empleo

Todo ello se articula en cuatro ejes estratégicos que vertebran las políticas públicas que impulsamos para la creación de empleo en la ciudad, que se describen brevemente aquí:

Eje 1. LPA Inserta. Formación y empleabilidad.

El objetivo es mejorar la empleabilidad, la cualificación y la inserción profesional de los desempleados. Colaborar en la mejora de las posibilidades que tiene un desempleado de encontrar empleo o de promocionar en su carrera profesional.

Orientada a mejorar la capacitación profesional de los desempleados a través de acciones formativas

(aprendizaje, cualificación, recualificación o reciclaje y becas prácticas) o laborales (primera experiencia laboral mediante formación dual, programas de empleo - formación...). Estas medidas aumentan las oportunidades para el acceso al mercado laboral, el mantenimiento del puesto de trabajo y favorecen la mejora de la situación laboral y la recolocación en casos de pérdida del empleo.

Eje 2. LPA Compite. Competitividad y productividad.

Tiene el objetivo de formar en conocimientos transversales y específicos de sectores emergentes o estratégicos como la Economía Azul, el turismo, el empleo verde y los negocios internacionales.

El objeto es que los desempleados y los empleados adquieran las habilidades que requiere el mercado

laboral actual, destacando aspectos como el conocimiento de idiomas, la formación técnica especializada, la cualificación en herramientas tecnológicas o el espíritu innovador.

Eje 3. LPA Emprende. Emprendimiento y autoempleo.

Pretende fomentar el emprendimiento y el espíritu emprendedor. Mejorar la financiación para los autónomos y los emprendedores.

Refuerzo de los valores de iniciativa, responsabilidad, innovación y emprendimiento en la educación y formación, e incentivar y apoyar las iniciativas de emprendimiento personal y colectivo y de autoempleo.

Especialización de servicios de la Red de Viveros y Centros de Empresas.

Dirigida a fomentar el empleo autónomo y la creación de empresas mediante la educación, la formación y la información y facilitar su desarrollo, atendiendo a aspectos claves como el acceso al crédito y el asesoramiento.

Eje 4. LPA Hub. Inversión e internacionalización.

Pretende fomentar la Ciudad como capital europea del Atlántico Norte, de modo que sirva de plataforma de las multinacionales que operan en África, centro logístico internacional y como laboratorio de la economía del mar.

Fomentar la implantación de multinacionales, inversores y ONGs con intereses en países del África

Occidental y Latinoamérica. Captación de inversión para el desarrollo de proyectos que tengan su impacto en el empleo y la economía. Movilidad de desempleados y trabajadores a otros países.

Dirigida a la captación de inversión e internacionalización de la Ciudad, para la generación de empleo y actividad económica en el municipio.

Proyectos Tractores

LPA SE REINVENTA

Una vez analizado el contexto socio-económico, las aptitudes, y la estrategia fijada por la ciudad, a modo de conclusión, en este apartado se pretende hacer un repaso a aquellos proyectos que vinculados directamente a la estrategia de reinención de nuestra ciudad, la dimensión de los mismos y el alcance que su implantación en nuestra ciudad tiene, los convierten en pro-

yectos tractores prioritarios, pues en la medida en la que cada uno de ellos, alcance la plenitud en su desarrollo, su propia actividad lo convertirá en un motor básico para la consecución de nuestra estrategia y sus objetivos, que no son otros que el que nuestra ciudad sea la Capital Económica del Atlántico Medio.

LPA HUB

Puerto de La Luz y de Las Palmas

El Puerto de La Luz y de Las Palmas es uno de los principales pulmones económicos de nuestra ciudad, y de su evolución y competitividad depende, en gran medida, el futuro económico de nuestra Isla. La consolidación de Las Palmas de Gran Canaria como Capital del Atlántico, pasa necesariamente por la competitividad de su puerto, y para ello es clave concentrar esfuerzos en garantizar el máximo nivel de desarrollo para esta infraestructura básica.

A su vez, la propia actividad portuaria se está transformando, donde los acuerdos pesqueros y la apertura de

nuevos puertos cercanos, cada vez más competitivos ponen en jaque modelos tradicionales de negocio que deben adaptarse a la nueva realidad si quieren subsistir.

Igualmente, nos encontramos con que emergen nuevas actividades cada vez más tecnificadas y especializadas, sobre todo vinculada al tránsito de buques y a las actividades extractivas que se están produciendo en nuestro entorno que además, están propiciando cifras record en sectores como las reparaciones navales o el bunkering, y la aparición de nuevas actividades como las vinculadas a la logística humanitaria.

De esta manera, el puerto se ha consolidado como referente para el desarrollo de actividades internacionales, recibiendo una apuesta clara por empresas como Shell o Oryx, que materializan grandes inversiones para establecer aquí, grandes bases para acoger su negocio en África Occidental, e instituciones como Cruz Roja Internacional, Banco Mundial de Alimentos o USAID,

que han visto en nuestro Puerto y nuestra ciudad, una plataforma excepcional para el desarrollo de sus actividades.

Sobre esta base, el plan de mejora de nuestro Puerto pasa necesariamente por las actuaciones de ampliación que se pueden agrupar de la siguiente forma:

1. Obras ligadas a consolidar al Puerto de La Luz como centro de trasbordos y distribución de mercancías hacia otros puertos canarios y de África, principalmente: Ampliación de los muelles y terminales de contenedores en el eje de los muelles de Gran Canaria – Virgen del Pino – León y Castillo, que serán complementadas con las obras de la prolongación del dique Reina Sofía y el futuro dique de abrigo Sur.
2. Obras ligadas a dotar al Puerto de explanadas suficientes para actividades logísticas y de almacenamiento y suministro, con disponibilidad de líneas de atraque próximas: Mejora de La Isleta, y la nueva dársena exterior de La Esfinge.
3. Obras ligadas a la ampliación y adecuación del espacio disponible destinado a la actividad de reparaciones navales, acometiendo actuaciones que permitan mejorar el servicio que, a día, se presta a un sector emergente como son la reparación y mantenimiento de plataformas.
4. Obras ligadas a mejorar y completar el equipamiento interior del Puerto: Ampliación de la Martina de Las Palmas, mejora de las condiciones funcionales de los muelles de Santa Catalina, la terminal de cruceros de Las Palmas de Gran Canaria y ampliación del dique Reina Sofía.



Aeropuerto de Gran Canaria

En un entorno insular la conectividad aérea es básica, el avión es el principal medio de transporte tanto para los canarios como para los extranjeros que visitan nuestras islas. El posicionamiento de la Isla de Gran Canaria como Hub aeroportuario es clave para el desarrollo de nuestra ciudad como nodo de las relaciones económicas en África Occidental y hub tricontinental.

La apuesta decidida de diferentes compañías aéreas de abrir nuevas líneas con el continente vecino a través de Gran Canaria, así como el importante número de conexiones con el continente europeo, hacen de nuestro aeropuerto, uno de los primeros a escala nacional.

El actual proyecto de ampliación y mejora de nuestras infraestructuras, que supone la mayor ampliación que el Ministerio de Fomento está acometiendo en estos momentos en el aeropuerto, debe venir claramente acompañada por una potente estrategia para la captación de nuevas rutas aéreas.

Así las cosas, el proyecto de ampliación de nuestro aeropuerto engloba en sus diferentes fases las siguientes acciones:

- Ampliación de la plataforma de estacionamiento de aeronaves, que permitirá aumentar el número de posiciones de estacionamiento para aviones de gran tamaño y ampliación del aparcamiento.
- Ampliación de las zonas de facturación de la primera planta y en la de llegadas en la planta baja. Junto a ello, se ejecutará también el nuevo filtro de seguridad en la zona central del Terminal y la remodelación de las zonas comerciales actuales del Aeropuerto de Gran Canaria.
- Construcción de un nuevo dique retranqueado respecto a la fachada actual, poniendo a disposición de los usuarios nuevas salas de facturación, embarque, llegadas y recogida de equipajes, y posibilitando el embarque por pasarela de aeronaves de gran tamaño.
- Modernización y ampliación de las instalaciones en el edificio aeroportuario para mejorar la calidad de servicio que se presta a los usuarios.

Todas estas acciones, deben venir acompañadas de una estrategia regional clara de potenciación de la conectividad aérea en nuestra Isla, que faciliten el acceso a nuevos puntos de interés para el desarrollo económico de nuestro Archipiélago.



Telecomunicaciones

La conectividad de una ciudad no puede ser entendida solo en términos de transporte de personas y mercancías. En la medida en que la economía de una región pasa de ser economía industrial (o de fabricación, manipulación y distribución de producto) a economía de valor añadido basado en conocimiento (que se sustenta en el uso intensivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones) un nuevo modelo de conectividad se hace necesario, la conectividad de datos.

Los nuevos servicios digitales, tanto los que la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria pueda demandar del resto del mundo, como los que las empresas instaladas puedan prestar hacia el exterior requieren, en conjunto, de una elevada capacidad de transmisión de datos. En 2012, la capacidad de transmisión de datos del Archipiélago era de algo más de 22 Terabits/s en base a los cables submarinos que se muestran en la figura.

No obstante, se hace necesario ampliar dicha capacidad, en particular buscando la conectividad con el sur de Italia, África y América Latina. El Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria está trabajando desde hace meses para facilitar al máximo la construcción de un nuevo cable submarino que una estas regiones y un gran data center, desde el que empresas del sector TIC puedan prestar servicios a estas regiones.

El nuevo cable submarino uniría las ciudades de Casablanca, Las Palmas de Gran Canaria, Praia y Fortaleza (en el norte de Brasil) con un total de 5.600 kilómetros de distancia y una inversión estimada de 500 millones de USD (incluidos los data center de Las Palmas de Gran Canaria y de Fortaleza).



LPA TECH

Plocan

La Plataforma Oceánica de Canarias (PLOCAN) es un consorcio entre el Gobierno de España y el Gobierno de Canarias, situado en Gran Canaria, y dedicado a la investigación científica en el sector marino y marítimo. Su objetivo es convertirse en una infraestructura que garantice la combinación rentable de servicios como observatorios, bancos de pruebas, soporte para vehículos submarinos, formación y centro de innovación, entre otros.

Esta importante infraestructura forma parte de la red española de Infraestructuras Científico-Tecnológicas Singulares (ICTS) dentro del marco del Programa Ingenio 2010, lo que lo convierte en la punta de lanza de la investigación española en el ámbito marino-marítimo.

PLOCAN, actualmente en construcción, contará con instalaciones y laboratorios experimentales en suelo firme, así como una plataforma offshore situada en el borde de la plataforma continental, y centros de observación bajo el mar. Tendrá sensores, vehículos, barcos, etc. convirtiéndose en una plataforma oceánica cuyo fin es acceder al océano profundo con el objetivo de observar, producir, utilizar o instalar recursos que provean de servicios a profundidades que hasta ahora solo eran posibles para la industria de la exploración y extracción de hidrocarburos.

Esta infraestructura, será un referente internacional en la generación de conocimiento vinculado al mar, y

ofrecerá la posibilidad de colocar a Canarias a la cabeza de la investigación. Así, debemos ser capaces de potenciar al máximo esta oportunidad, impulsando la colaboración público-privada y facilitando el traspaso de conocimiento y el impulso de nuevos proyectos empresariales, que emerjan como spin-off de el trabajo de investigación que se realice.

Centro Demostrador de Referencia para la Innovación en el Ámbito Turístico

El Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria impulsa junto con Red.es, Segittur y la SPEGC, la creación y explotación de un centro demostrador de referencia para la innovación en el ámbito del turismo.

El centro demostrador de referencia para la innovación en el ámbito turístico (CDRI Turismo) es una infraestructura singular que implicará a los diferentes agentes del sector, así como a los usuarios finales de tecnologías, con el objetivo de contribuir a la mejora de la competitividad de las empresas turísticas españolas, favoreciendo al mismo tiempo la especialización de la industria proveedora de servicios TIC en el ámbito turístico a nivel nacional e internacional.

De manera especial, se pretende contribuir al desarrollo de destinos turísticos inteligentes (Smart Destinations), de forma alineada con las Ciudades Inteligentes (Smart Cities), mediante la incorporación eficiente de las



Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) que proporcionen una mejora en la calidad y sostenibilidad en la prestación de los servicios turísticos. En definitiva, convertir a Las Palmas de Gran Canaria en ejemplo internacional de buenas prácticas e innovación en la aplicación de las TIC en el sector turístico.

El CDRI Turismo pondrá a disposición de empresas TIC y turísticas un espacio audiovisual y formativo para que puedan demostrar la utilidad de sus soluciones y aplicaciones para el sector turístico en general y para la pymes, autónomos y emprendedores en particular, de forma práctica y visual, al objeto de conocer nuevos productos y servicios tecnológicos dirigidos a mejorar su productividad y competitividad. Por lo tanto, servirá como punto de encuentro entre oferta y demanda de soluciones y servicios innovadores TIC en el sector turístico.

La creación del CDRI Turismo permitirá:

- Impulsar la creación de espacios de encuentro entre la oferta del sector TIC y la potencial demanda de las empresas del sector turístico, que atraiga a los principales agentes implicados (clientes, proveedores e inversores) en el proceso innovador.
- Difundir los beneficios, bondades así como las mejores prácticas, respecto a la incorporación de las TIC en los procesos productivos y a la prestación de servicios de las PYMES del sector turístico.
- Facilitar la transferencia de tecnología, servicios especializados y conocimiento entre el sector TIC y las PYMES del sector turístico; así como el desarrollo de nuevos proyectos, productos y servicios que incrementen la capacidad competitiva de las empresas y, por ende, redunden en la generación de empleo.
- Asesorar, capacitar y formar tecnológicamente a las PYMES del sector turístico, conformándose como centro de referencia en este sentido.
- Poner los medios para la realización de pruebas y presentación de novedades y versiones BETA innovadoras de productos y servicios TIC de aplicación al sector turístico, así como la presentación de estudios de referencia en el sector.
- El fomento de la cooperación empresarial y la colaboración público-privada.
- Fomentar acuerdos de colaboración y alianzas entre los principales actores del sector turístico y de las telecomunicaciones y sociedad de la información al objeto de explorar sinergias que conlleven una implantación eficiente e innovadora de las TIC en el sector turístico.
- Impulsar productos y servicios TIC innovadores de especial énfasis en la movilidad, M-commerce y M-government.



LPA Campus Tec

El antiguo recinto militar Manuel Lois cuenta con una superficie algo más de 300.000 m² con más de 20 edificaciones recientemente remodeladas y parcialmente amuebladas, que suman un total de 8.177 m².

El objetivo principal de este proyecto es el de configurar el Manuel Lois como un espacio de Trabajo, Formación, Innovación y Emprendeduría en las más variadas disciplinas como industrias TIC, ciencias e investigación, producción cinematográfica y la creación cultural en todas sus disciplinas.

Esta infraestructura nacería como complemento a la estrategia en el impulso al Parque Científico Tecnológico de Gran Canaria, que tendrá como epicentro, el municipio de Las Palmas de Gran Canaria.

Como objetivos secundarios de este espacio, deberemos ser capaces de:

- Crear un espacio abierto a la Innovación y al desarrollo de novedosos proyectos en diversas disciplinas y ramas.

- Crear un polo de atracción de ideas, emprendedores y talento.
- Crear un proyecto sostenible a medio y largo plazo en un emplazamiento único por su situación geográfica y estratégica en la Capital de Canarias, Plataforma intercontinental en Europa, vecina de África y que mira a América.

Las instalaciones cuentan además con una extensa red de túneles que son ideales para el almacenaje de material y para la instalación de centros de proceso de datos (ya que disponen de climatización y seguridad naturales).

El Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria está trabajando de la mano del Cabildo de Gran Canaria y de un elevado número de empresas TIC canarias para comenzar cuanto antes con la explotación de las instalaciones, que se realizará en todo caso bajo criterios de rentabilidad económica propios del sector privado.



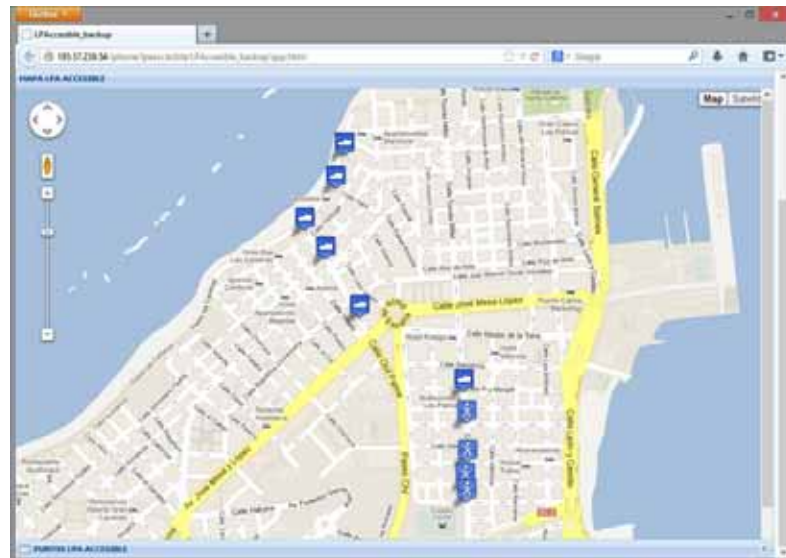
Nodo de la red FIWARE (Internet del futuro)

La Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Red.es y el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria impulsan el proyecto de puesta en servicio y explotación de la plataforma de prueba y el laboratorio de innovación para el desarrollo del Internet del futuro en Las Palmas de Gran Canaria, desplegada a través de RedIRIS-NOVA.

El proyecto FI-WARE ofrece a Las Palmas de Gran Canaria, la posibilidad de utilizar los desarrollos del proyecto para construir una plataforma distribuida a través de la red de RedIRIS que permitirá poner en marcha un Laboratorio Abierto de Innovación (en adelante OIL - Open Innovation Laboratory). Red.es, a través de RedIRIS, colaborará con FIWARE a través del proyecto FIWAT ("FIWARE Testbed"), que permitirá desplegar la infraestructura sobre la que funcionará la plataforma de desarrollo de las iniciativas de "Future Internet" para Smart Cities.

Las Palmas de Gran Canaria se suma de esta manera a ese exclusivo club de ciudades formado hasta el momento por Santander, Málaga y Sevilla, que dispondrán de un nodo de pruebas de esta red del futuro. Ello significa que todos los proyectos europeos que se desarrollen sobre esta plataforma en el ámbito de las Smart Cities deberán ser validados en alguno de estos entornos.

La Unión Europea destinará más de 100 millones de euros en el próximo marco de financiación al desarrollo de proyectos sobre esta plataforma, lo cual supone una ventaja en el acceso a estos fondos de financiación para aquellas empresas ubicadas en una región con disponibilidad de plataforma de pruebas como será el caso de Las Palmas de Gran Canaria.



LPA TURISM

Gran Acuario de Las Palmas de Gran Canaria “Poema del Mar”

Bajo la inspiración del “Poema del Mar” de Néstor Martín-Fernández de la Torre, el grupo Loro Parque está diseñando lo que será el futuro Gran Acuario de Las Palmas de Gran Canaria, una infraestructura que nace con la vocación de convertirse en referente internacional, y que supondrá la creación el Puerto de la Luz y de Las Palmas de una infraestructura turística de primer orden, que ocupará alrededor de 10.000 metros en la zona del Muelle de Sanapú, y supondrá un revulsivo turístico para Canarias.

Su ubicación, junto a la terminal de cruceros dinamizará la zona de llegada de los visitantes y se convertirá en

un reclamo tanto para los habitantes de la ciudad y de la Isla como para los turistas que llegan al sur o de otras islas.

Este proyecto, que supondrá una inversión privada cercana a los 50 millones de euros, servirá como referente en la estrategia de integración puerto-ciudad y en la re-valoración de un entorno urbanístico, históricamente, vinculado a la actividad turística de nuestra ciudad.



Plan Director para la renovación de Puerto Canteras

La reinvención y renovación de Las Palmas de Gran Canaria como destino turístico, pasa necesariamente por la reevaluación del entorno Puerto-Canteras como uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad. No en vano, es en este entorno donde se concentra la mayor planta alojativa del municipio, así como la puerta de entrada de los más de 500.000 cruceristas que visitarán nuestra ciudad en la próxima temporada de cruceros.

De esta manera, el Plan Director Puerto-Canteras, es un proyecto impulsado de la colaboración entre Ayuntamiento, Cabildo y Gobierno de Canarias, que a través de un análisis pormenorizado de las características urbanísticas de este entorno, plantea una estrategia clara para la reconversión de lo que fuera el primer destino turístico de Canarias. Así, el plan director traza acciones y propuestas concretas, integradas también

dentro del Plan de Movilidad Municipal, cuyo objetivo es la reconquista del espacio público para el disfrute del ciudadano y del visitante.

El desarrollo del citado plan está permitiendo acciones como el reacondicionamiento de la calle Luis Morote, la remodelación del Parque Santa Catalina, la mejora del entorno del Mercado del Puerto, o la mejora de la calle Fernando Guanarteme, entre otras muchas iniciativas que se están impulsando con el fin de adaptar y mejorar el entorno de la Playa de Las Canteras, para acoger la cada vez más pujante actividad turística.

De esta manera, la ciudad ha fijado una estrategia clara, a corto, medio y largo plazo de cuales son las acciones urbanísticas necesarias para la re-inversión de Puerto-Canteras como destino turístico de primer orden.



LPA_GC se reinventa: Modelo Económico Sostenible 2013-2015

Las Palmas de Gran Canaria



Ayuntamiento
de Las Palmas
de Gran Canaria