

8 ¿Cuáles son los proyectos que se impulsarán inicialmente?



AYUNTAMIENTO DE
SANTANDER



PLAN
ESTRATÉGICO
SANTANDER
2020

8

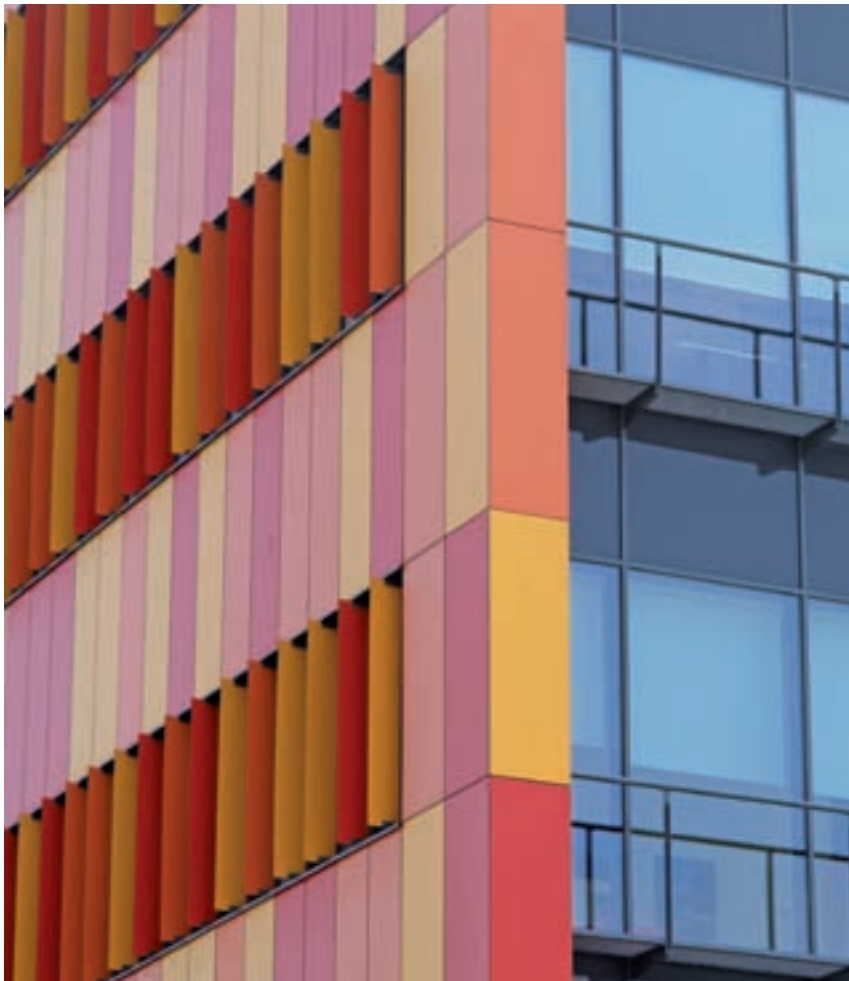
¿CUÁLES SON LOS PROYECTOS QUE SE IMPULSARÁN INICIALMENTE?

30 proyectos para el desarrollo estratégico inicial.

A partir de los resultados obtenidos en el proceso de priorización de finalidades estratégicas, objetivos y proyectos que se desarrolló en la II Conferencia de Exploración

Estratégica, y la deliberación y aprobación por parte del Consejo Municipal de Sostenibilidad del Plan, se recogen los proyectos que se han considerado más

importantes y más prioritarios a impulsar inicialmente.





Estos proyectos son los siguientes:

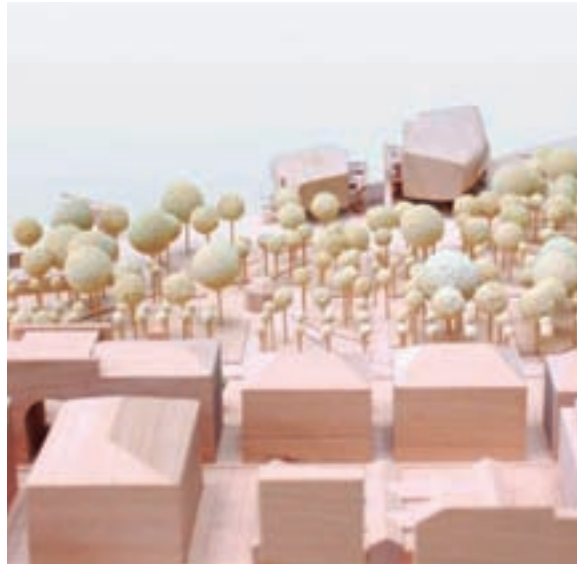
- **Proyectos relativos a Posicionamiento Exterior**
- **Proyectos relativos a Economía**
- **Proyectos relativos a Cultura**
- **Proyectos relativos a Bienestar y Ciudadanía**
- **Proyectos relativos a Territorio y Movilidad**

8

¿CUÁLES SON LOS PROYECTOS QUE SE IMPULSARÁN INICIALMENTE?

Proyectos relativos a Posicionamiento Exterior

El eje estratégico de Posicionamiento Exterior se articula en los siguientes proyectos que se han considerado prioritarios a impulsar para avanzar hacia la dimensión que sitúa Santander como “Ciudad intermedia vertebradora del sistema de ciudades del Cantábrico y del arco atlántico europeo” y como “Ciudad sostenible, abierta y accesible”:



PROYECTOS

- Proyecto City-Marketing de Santander, basado en el conocimiento, la convivencia y la cultura.
- Red de Ciudades del Arco Atlántico.
- Campus de Excelencia Internacional.
- Centro de Arte y Cultura de la Fundación Botín.
- Integración Puerto-Ciudad. Proyecto Frente Marítimo-Portuario Santander. Nuevos muelles para atraque de ferris y cruceros, nueva estación marítima, nueva terminal de graneles alimentarios y desarrollo del proyecto Raos 9.
- Mejora de la conexión ferroviaria regional con la Cornisa Cantábrica.





Estos proyectos se relacionan con los objetivos y criterios que se enumeran a continuación:

- *Consolidar Santander como ciudad intermedia de gran calidad de vida del Cantábrico y del Arco Atlántico, con capacidad de atracción de personas, sedes de entidades y empresas.*
- *Proyectar externa e internamente Santander.*
- *Alianzas/complementariedad con ciudades próximas.*
- *Avanzar en la sociedad del conocimiento y de la excelencia universitaria + Fortalecer la oferta universitaria de excelencia durante todo el año + Aprovechar y promover las sinergias entre universidad y empresas.*
- *Fomentar la cultura y su proyección internacional como atractivo turístico + Diversificar la oferta turística de excelencia: congresos, gastronomía, deporte y comercio + Desarrollar el turismo ambiental.*
- *Fortalecer la competitividad portuaria en calidad y especialización en determinados tráficos de mercancías y turismo de cruceros + Aumentar el tráfico marítimo de pasajeros y mercancías.*
- *Ciudad plenamente comunicada e integrada en Castilla, el Cantábrico y el Arco Atlántico.*

FICHA 1. Proyecto Citymarketing de Santander, basado en el conocimiento, la convivencia y la cultura

Descripción

El desarrollo de una estrategia de CityMarketing constituye una herramienta clave para la proyección exterior de Santander. En particular, en un contexto caracterizado por la creciente competencia entre territorios por la atracción de recursos escasos (ya sean inversiones públicas y privadas, turistas, ciudadanos o talento), es fundamental **proyectar al exterior una marca de ciudad distintiva, que permita identificar a la ciudad y personifique sus principales atributos** respecto a otras ciudades en España y en Europa.

La implantación de una estrategia de CityMarketing exige en primer lugar un análisis del entorno que permita detectar las **amenazas y oportunidades** presentes y futuras, así como una reflexión profunda respecto a las características de la propia ciudad que permita identificar sus **fortalezas y debilidades** en relación a otras urbes españolas y europeas. Así mismo, es necesario definir un proyecto o estrategia global de ciudad, delimitando cuál es el modelo urbano que se desea para el futuro como guía para la estrategia de CityMarketing. Es decir, deben formularse los **objetivos generales** de la ciudad a medio y largo plazo. Ambas cuestiones han sido abordadas ya en etapas previas del desarrollo del Plan Estratégico de Santander, que debe servir como guía básica para la implementación de cualquier actuación de CityMarketing.

A partir del análisis de situación y la definición de los objetivos generales de la ciudad de Santander, es prioritario definir cuáles son los **públicos o segmentos relevantes** desde el punto de vista de CityMarketing (ciudadanos, inversores, turistas, recursos humanos con talento) y cuáles son los **objetivos específicos** a alcanzar en relación a cada uno de dichos colectivos. Así mismo, debe definirse un **posicionamiento estratégico** como ciudad sobre la base de los **aspectos diferenciales** de Santander respecto a otras ciudades de su entorno. En este proceso de definición de públicos objetivo y posicionamiento de marketing es imprescindible contar con la participación de todos los colectivos sociales, públicos y privados, para definir una estrategia de CityMarketing que tenga un respaldo generalizado entre gestores públicos, ciudadanos, empresas y otros colectivos sociales.

Así mismo, el desarrollo de un Plan de CityMarketing implica el diseño de **actuaciones operativas**, entre las que adquieren

especial relevancia la definición de una marca ciudad sólida, representada por un **slogan** y un **logotipo** que sirvan de elementos identificadores y, a la vez, incorpore los valores y asociaciones de marca distintivas de la ciudad en relación con otras urbes. Así mismo, dentro de las actuaciones de carácter operativo serán también fundamentales las **políticas de comunicación internas** (a los ciudadanos, empresas y colectivos sociales de Santander) y sobre todo **externas**, dirigidas a dar notoriedad nacional e internacional a la ciudad y trasladar a los públicos objetivo las asociaciones de marca diferenciales de Santander. Se incluyen en este ámbito tanto el uso de medios de comunicación masivos a través de campañas publicitarias y las relaciones públicas, como la utilización de técnicas más personales e interactivas como son la diplomacia pública o los "social media".

Finalmente, cabe destacar que el **CityMarketing**, entendido como **herramienta de construcción y proyección de una marca ciudad sólida y reconocida** internacionalmente, constituye un **proceso continuo**, que ha de evolucionar con el desarrollo de la propia urbe.

Justificación respecto del objetivo de la finalidad estratégica

El CityMarketing constituye en sí mismo una estrategia directa de proyección exterior de Santander. De este modo, se basa en la definición de su posicionamiento de marca, la delimitación de los públicos relevantes para la ciudad (internos y externos) y el diseño y comunicación de una marca ciudad que permita identificar a Santander respecto a otras ciudades de su entorno. El objetivo del CityMarketing es, por tanto, construir una identidad y una marca de ciudad que permita a diferentes agentes (ciudadanos, inversores, visitantes, estudiantes, profesionales) distinguir a Santander respecto a otras alternativas y, en definitiva, atraer recursos escasos por los que compiten numerosas ciudades y territorios.

Impacto en otras líneas estratégicas

El desarrollo de una estrategia de CityMarketing tiene un impacto directo en todas aquellas actuaciones estratégicas de Santander vinculadas con la proyección exterior de la ciudad.



POSICIONAMIENTO EXTERIOR

De este modo, una marca ciudad sólida y reconocible a nivel nacional e internacional permitirá identificar y diferenciar a Santander dentro de la **Red de Ciudades del Arco Atlántico**, y servirá como soporte y respaldo de todos aquellos proyectos con una proyección internacional (especialmente **el Centro de Arte y Cultura de la Fundación Botín y el Campus de Excelencia Internacional**). Así mismo, la implementación de una estrategia de CityMarketing fortalecerá el potencial de Santander como destino turístico, la capacidad de captación de flujos comerciales al Puerto de Santander y el atractivo de la ciudad para estudiantes universitarios internacionales así como para profesionales con talento en el ámbito de la tecnología y la investigación.

Así mismo, el desarrollo de una marca ciudad sólida y diferenciada tendrá también externalidades positivas en otras líneas estratégicas. En el ámbito de la economía, la marca Santander debe servir de base para el desarrollo del Plan de Actuación Turística, aplicando las técnicas de CityMarketing a la promoción exterior de la ciudad y a la atracción de turistas de alto valor añadido. Así mismo, la marca ciudad debe constituir un factor identificativo y diferenciador crítico para atraer empresas al Parque Científico y Tecnológico de Cantabria, captar profesionales y partners que se incorporen al Hospital Marqués de Valdecilla, y fortalecer los clusters empresariales en sectores consolidados y emergentes. Las técnicas de CityMarketing pueden aplicarse también para fortalecer los proyectos relativos a la cultura. De este modo, la marca Santander debe incorporar los aspectos culturales propios de la ciudad de modo que se pueda utilizar la misma para atraer público del exterior y reforzar el posicionamiento de las empresas de la industria cultural en el mercado nacional e internacional.

Identificación de agentes implicados

La puesta en práctica de una estrategia de CityMarketing exige la **participación de todos los colectivos vinculados al desarrollo económico y social de la ciudad**. En este sentido, si bien el liderazgo en el proceso debe recaer en el Ayuntamiento de Santander, es imprescindible hacer partícipes a ciudadanos, empresas y colectivos sociales del proceso de diseño y construcción de la marca Santander. La importancia de la participación ciudadana y social radica en que una

marca de ciudad sólo tiene éxito en la medida en que refleje **el proyecto de ciudad que demanda la sociedad**, ya que son los ciudadanos, las empresas y los colectivos sociales los que contribuyen decisivamente a la proyección de la imagen de la ciudad en el exterior. Por tanto, es necesario contar con el Gobierno Autonómico, con las asociaciones empresariales, con los colectivos sociales y profesionales y con la ciudadanía en general.

Así mismo, en la implementación de una estrategia de CityMarketing adquieren especial relevancia aquellas **personas, empresas o instituciones con una proyección internacional** significativa. En este sentido, es importante implicar en la construcción y proyección de la marca ciudad a políticos, profesionales, escritores, deportistas y artistas, con una vinculación estrecha con Santander y que tengan prestigio y reconocimiento en su ámbito de actividad a nivel nacional e internacional. De igual manera, organizaciones como el Puerto de Santander, la Cámara de Comercio, la Universidad de Cantabria, el Banco Santander y otras empresas de la región con proyección internacional deben estar también implicadas en la estrategia de CityMarketing.

Grado de desarrollo

En la actualidad la ciudad de Santander proyecta una imagen al exterior derivada de su historia, de las actividades de sus ciudadanos y empresas, y de las políticas implementadas hasta el momento por los responsables políticos (por ejemplo, desde la Concejalía de Turismo y Relaciones Institucionales). El desarrollo de una estrategia de CityMarketing debe sustentarse en un análisis profundo de la imagen que proyecta en la actualidad Santander y establecer las líneas de acción para construir una marca ciudad adaptada a las líneas estratégicas definidas en el Plan Estratégico de Santander.

Financiación

Por determinar.

FICHA 2. Red de Ciudades del arco Atlántico

Descripción

La Conferencia de Ciudades del Arco Atlántico (CCAA) se formó en 2000 y en la actualidad representa más de 100 entidades locales y 7 millones de habitantes de la costa atlántica europea. Esta red trabaja con diferentes instituciones, para promover el papel de las ciudades en Europa y poner de relieve la especificidad del Arco Atlántico.

En relación con las especificidades del Espacio Atlántico, la CCAA emprende acciones para promover el principio de cohesión territorial, para el reconocimiento del papel vital de las ciudades y para establecer una respuesta común y urbana a las cuestiones económicas, sociales y ambientales en este espacio.

Los miembros se reúnen de forma anual en la Asamblea General para decidir la orientación del trabajo de la red. La CCAA se compone además de un Buró Ejecutivo que ejerce la dirección de la Conferencia, controla el correcto cumplimiento de las resoluciones adoptadas por la Asamblea General y coordina los trabajos de las Comisiones. El Buró se encarga de elegir a un Presidente y cuatro vicepresidentes entre sus miembros. En la medida de lo posible, la Presidencia y las Vicepresidencias deben repartirse entre los cinco países implicados en la CCAA.

El trabajo se organiza en torno a 3 comisiones temáticas: Comisión Estrategia y Coordinación, Comisión Ciudades Atractivas y Solidarias, Comisión Desarrollo Urbano Sostenible y Lisboa 11. Los Presidentes de Comisiones Temáticas son también miembros del Buró.

Igualmente, la CCAA es miembro fundador de la CECICN, la

Conferencia Europea de Redes de Ciudades Transfronterizas e Interregionales. La CECICN es una plataforma de redes urbanas compuesta por: las ciudades Bálticas, Mediterráneas, Adriáticas y Jónicas, Ibéricas Fronterizas, y la Mot (fronteras francesas). Las ciudades del Danubio son miembro observador. La plataforma reagrupa más de 500 ciudades. (www.cecicn.eu)

Entre las diversas relaciones establecidas por la CCAA, cabe mencionar que desde el año 2004 existe un acuerdo de cooperación con la Comisión del Arco Atlántico, en la que participa en varios grupos de trabajo.

Cantabria participa en la **Comisión del Arco Atlántico** que se creó en 1989 y en la actualidad reúne a 20 regiones situadas a lo largo de la costa atlántica de la UE, desde Andalucía hasta Escocia. Esta comisión tiene un doble objetivo: por una parte, es voz de sus miembros ante las instituciones europeas y los Estados miembros para promover una visión ambiciosa del proyecto europeo basado en la solidaridad, todo ello, velando por el desarrollo sostenible y equilibrado del territorio. Por otra parte, en el seno de sus grupos de trabajo, ofrece un marco privilegiado para el intercambio de buenas prácticas, para definir posiciones comunes y para desarrollar de proyectos de cooperación entre ciudades, universidades, entes públicos, ... del espacio atlántico sobre temas prioritarios, tales como transporte, política marítima, pesca o innovación.

La Comisión del Arco Atlántico se compone de 4 grupos de trabajo: energías marinas, transporte, pesca y el recientemente establecido grupo sobre turismo y cultura atlántica. También existe un grupo horizontal sobre la Estrategia Atlántica.



POSICIONAMIENTO EXTERIOR

Cantabria, que preside actualmente la **Comisión del Arco Atlántico**, ha participado activamente en el grupo de la estrategia del arco atlántico y el grupo de transporte, y es líder del grupo de trabajo de energías marinas. Este grupo de trabajo se creó en una reunión celebrada en Santander con los interesados el 1 de diciembre de 2010.

Entre las diversas relaciones establecidas por la CCAA, cabe mencionar **también a la Conferencia de Regiones Periféricas Marítimas de Europa**, una red que engloba alrededor de 160 regiones de 28 países. Su objetivo es poder promocionar los intereses comunes en las instituciones europeas y los Estados, además de cooperar en proyectos concretos. Cantabria participa en esta conferencia.

Justificación respecto del objetivo de la finalidad estratégica

Estructura de coordinación y representación, la **CCAA** proporciona un mecanismo tangible que crea sinergias entre las diferentes acciones a nivel local y transnacional. Para mejorar su atractivo, el trabajo en red ofrece una oportunidad a las ciudades para completar una masa crítica que poco a poco aumenta su visibilidad e influencia. La **CCAA** tiene la intención de convertirse en el foro urbano de referencia para el Arco Atlántico a través de la promoción de un modelo de ciudades atractivas, verdes y solidarias.

En este contexto, la participación de Santander supone una proyección exterior de primer nivel, tanto directamente como en base a las colaboraciones de la CCAA con otros organismos internacionales.

Identificación de agentes implicados

Miembros de la CCAA: Cardiff, Faro, Figueira de Foz, Lisboa, Cork, A Coruña, Avilés, Donostia-San Sebastián, Gijón, Las Palmas de Gran Canarias, Santiago de Compostela, **Santander**, Sevilla, Brest Métropole Océane, Caen, Cap L'Orient, Cherbourg-Octeville, Nantes Rennes et Rennes Métropole, Saint-Nazaire. Además de las ciudades mencionadas anteriormente, también forman parte de la C.C.A.A. las siguientes redes de ciudades: AIRE 198 (Angoulême, La Rochelle, Niort, Poitiers).

Grado de desarrollo

...

Financiación

...

FICHA 3. Cantabria Campus Internacional Avanzar en ciudad del conocimiento y en la excelencia universitaria

Descripción

El proyecto Campus de Excelencia Internacional es un programa del Estado que establece el reconocimiento, y consiguiente apoyo, a la Universidad de Cantabria para avanzar en el conocimiento, la calidad de vida, sostenible ambientalmente, con todos los servicios necesarios de atención a los estudiantes, con un urbanismo y campus social y didáctico que sean referentes de excelencia a nivel internacional.



Cantabria Campus Internacional (CCI) es un proyecto basado en la cooperación institucional y empresarial, que quiere contribuir a transformar la Comunidad Autónoma de Cantabria en una región de conocimiento. Con este fin, diseña estrategias y lidera acciones dirigidas a alcanzar la excelencia internacional de las capacidades y los recursos académicos, científico-tecnológicos y de transferencia de la comunidad autónoma.

CCI se enmarca en el Programa **Campus de Excelencia Internacional** (CEI), impulsado en 2009 por el Gobierno de España. Este programa busca promover agregaciones estratégicas entre instituciones capaces de crear “ecosistemas de conocimiento” con capacidad para favorecer el empleo, la cohesión social y el desarrollo económico del entorno en el que se ubican.



La búsqueda de la excelencia internacional en docencia, investigación y transferencia del conocimiento se articula

en cuatro áreas de especialización estratégicas o **áreas de excelencia** (Agua y Energía; Biomedicina y Biotecnología; Banca, Finanzas y Actividad Empresarial; y Patrimonio y Lengua) y otras dos que les prestan soporte (Física y Matemáticas; y Tecnología).

Justificación respecto del objetivo de la finalidad estratégica

Este proyecto nace de la unión de voluntades y el compromiso de diversas instituciones que comparten la idea de que el conocimiento es de vital importancia para el desarrollo de la sociedad.

El posicionamiento exterior de Santander se reforzará con el desarrollo del Proyecto Campus de Excelencia Internacional de la Universidad de Cantabria. Proyectará Santander exteriormente como referente de conocimiento y excelencia universitaria. Permitirá incrementar la oferta universitaria durante todo el año y promoverá la ciudad por su aportación a la mejor calidad de vida al resto de ciudadanos de sus espacios y oferta de actividades e infraestructuras.

El impulso a la cooperación institucional y empresarial, la puesta en marcha de acciones transversales de mejora en toda la Universidad, y la búsqueda de la excelencia internacional redundan directamente en la construcción de Santander como una ciudad del conocimiento.

Impacto en otras líneas estratégicas

Los objetivos de Campus de Excelencia Internacional se identifican y deben desarrollar estratégicamente en todas las líneas estratégicas del plan. De un modo especial, a través de determinados proyectos de bienestar con “Santander Diseño Universal”, o el “Plan de Movilidad Sostenible” en cultura, con el proyecto de “Santander ciudad educadora y creativa”, con la economía a través de la “Ampliación del Parque Científico y Tecnológico” y el proyecto “SmartSantander”, y el Plan de Modernización de la e-administración.

En el posicionamiento exterior, a través de su interrelación con las principales universidades y científicos a nivel mundial y en



POSICIONAMIENTO EXTERIOR

territorio y movilidad con el desarrollo en el horizonte de 2020 del Campus de las Llamas como Campus Integral.

Identificación de agentes implicados

La **Universidad de Cantabria** (UC) y **Universidad Internacional Menéndez Pelayo** (UIMP), que a su complementariedad y proximidad territorial aúnan su potencial investigador y docente, y **otras instituciones** de la región: Parlamento de Cantabria, Gobierno de Cantabria, Ayuntamientos de Santander y Torrelavega, Sociedad para el Desarrollo Regional de Cantabria (Grupo Sodercan), Hospital Universitario Marqués de Valdecilla, Hospital Virtual Valdecilla, Puerto de Santander, Fundaciones Comillas, Albéniz y Marcelino Botín, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Instituto Español de Oceanografía, Banco Santander, Liberbank (Caja Cantabria), Cámara de Comercio, CEOE-CEPYME y organizaciones de Cantabria y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte como institución responsable de la Universidad en España.

Financiación

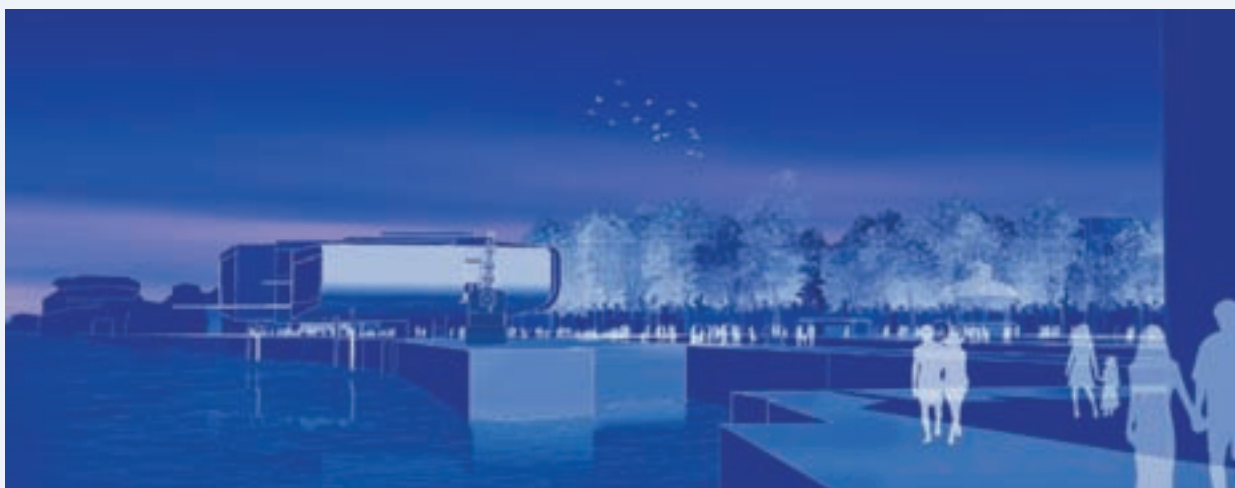
La selección de CCI en 2009 por parte del Gobierno de España como uno de los nueve primeros CEI de las universidades españolas se ha traducido en la obtención de financiación para la ejecución de las acciones propuestas en el Plan Estratégico de CCI.

CCI ha logrado obtener un amplio respaldo a los proyectos e iniciativas presentados a las convocatorias del Ministerio de Educación y Ministerio de Ciencia e Innovación, de Campus de Excelencia e Innocampus.

El Plan Estratégico de la UC recoge una relación de acciones para lograr la conversión a Campus de Excelencia Internacional. Las acciones, clasificadas por áreas de excelencia, se están llevando a cabo dentro del ámbito del agua y la energía, la biomedicina y la biotecnología, la banca y finanzas, el patrimonio y la lengua, la física y las matemáticas y la tecnología.

En cuanto a los ámbitos de mejora, se llevan a cabo en la mejora docente, científica y de transferencia del conocimiento, de transformación del campus e interacción con el entorno (Plan Director del Campus), de formación al personal docente e investigador y de administración y servicios, a los alumnos y al resto de la sociedad, en nuestro caso, de los ciudadanos y ciudadanas de Santander.

FICHA 4. Centro de Arte y Cultura de la Fundación Botín



Descripción

El Centro de Arte Botín se configura como el espacio Cultural y Educativo de iniciativa privada más importante de la ciudad. Un edificio, diseñado por uno de los más prestigiosos arquitectos mundiales como es Renzo Piano, destinado a la Educación y la Cultura.

El Centro de Arte Botín estará situado en el corazón de la ciudad de Santander, en el Paseo Marítimo, entre la Estación Marítima y el Palacete del Embarcadero, y será el punto clave para el desarrollo cultural, social y económico de Santander. En la actualidad el centro de la ciudad está huérfano de elementos dinamizadores en los ámbitos antes mencionados.

El Centro de Arte Botín supondrá un auténtico espaldarazo de primer nivel para la regeneración de una zona clave en nuestra ciudad; más de 12 millones de euros estarán destinados a programación cultural, lo que generará un flujo de gente, de la ciudad y de turistas, que hará que todo el entorno gane cultural, social y económicamente.

Su ubicación junto a la Estación Marítima, hará que muchos visitantes de los que ahora se trasladan a otras ciudades próximas a ver y recibir cultura, tengan un referente para que su estancia en Santander sea una cita obligada para esos fines.

Justificación respecto del objetivo de la finalidad estratégica

El eje estratégico **Posicionamiento exterior** se plantea el objetivo de lograr una mayor proyección de Santander en el exterior. El Centro de Arte y Cultura de la Fundación Botín se proyecta con el objetivo de *“dotar a la ciudad de un centro internacional dedicado al arte, a la educación, al encuentro, que enriquezca, llenándolo de cultura, el centro de Santander”*

Para ello parte de un diseño firmado por uno de los arquitectos más importantes del mundo, Renzo Piano.

Impacto en otras líneas estratégicas

Una actuación como la prevista tiene una clara incidencia sobre los diferentes ejes estratégicos planteados, principalmente sobre cultura y territorio y movilidad.

- Cultura y Educación, *“ciudad de la creatividad y generadora de talento”*, promover la cultura es la base del nuevo centro de arte. Los objetivos de este eje estratégico –abrir los centros culturales a la ciudadanía, lograr el reconocimiento y proyectar externa e internamente Santander como gran ciudad intermedia de la cultura europea de las ciencias y el arte, socializar la cultura y culturizar los servicios y espacios públicos de



POSICIONAMIENTO EXTERIOR

la ciudad y colocar a Santander en el eje de ciudades culturales del Arco Atlántico- con cubiertos con nota con el nuevo Centro Botín.

- Territorio y movilidad, eje que persigue generar una ciudad singular que combina la belleza paisajística, un entorno natural de gran calidad, y un centro urbano vital y sostenible, con los objetivos de ampliar las zonas verdes y espacios de convivencia, mejorar el espacio urbano degradado y conseguir una plena revitalización económica, social y urbanística. Estos objetivos son complementarios a la actuación del Centro de Arte y Cultura de la Fundación Botín.

Impacto directo sobre la trama urbana de la Santander, sobre el ambiente cultural de la ciudad y su economía, el Centro Botín se erige en un revulsivo para Santander.



Identificación de agentes implicados

Los agentes implicados en el proyecto son muchos: la **Fundación Botín**, como impulsora y mecenas del proyecto; la **Ciudad de Santander**, como receptora del espacio y como beneficiaria de su actividad; el **Gobierno de Cantabria**, al poder hacer extensivo los beneficios de la ciudad a la Región; y, por supuesto, los **agentes culturales** de la ciudad, **empresas culturales** y **ciudadanos consumidores de cultura**. Sin olvidar al comercio y sector hostelero de la ciudad que verán incrementar su público potencial y por lo tanto sus beneficios.

Grado de desarrollo

En Junio de 2012 se inician las obras de construcción que se prevé estén concluidas en la primera mitad de 2014.

Financiación

Iniciativa privada, cuantificada en 77 millones de euros.

FICHA 5. Integración Puerto-Ciudad. Proyecto frente Marítimo-Portuario Santander. Nuevos muelles para atraque de ferris y cruceros, nueva estación marítima, nueva terminal de graneles alimentarios y desarrollo del proyecto Raos

Descripción

El PROYECTO FRENTE MARÍTIMO PORTUARIO DE SANTANDER tiene como objetivo la reordenación urbanística del frontal marítimo portuario de la ciudad de Santander para llevar a cabo las obras y actuaciones necesarias para la integración del Puerto en la Ciudad, así como el desarrollo de nuevas infraestructuras portuarias, de forma tal que las soluciones definitivamente acordadas permitan la implantación de nuevos usos acordes con el desarrollo de la ciudad y de su puerto.

Con este fin se establecerán las relaciones desde el punto de vista espacial de Santander y su Puerto lo que ha de incidir en la generación de un espacio urbano de calidad, en la integración del frente costero de la ciudad a la dinámica de la misma, en una mejora la calidad de vida y en unos mayores niveles de funcionalidad de las instalaciones portuarias.

La aplicación de las medidas urbanísticas, apoyadas en un diseño y desarrollo arquitectónico sostenible, contribuirán a mejorar las condiciones medioambientales y paisajísticas del frente marítimo de la Ciudad de Santander.



El Puerto se posiciona ante nuevos nichos de mercado, caso del turismo de cruceros o los transportes especializados, y las nuevas normativas de aplicación. La mejora del frente urbano de la ciudad debe ir acompañada de la renovación y redefinición de las instalaciones y áreas portuarias destinadas a tal finalidad con el objetivo de dar un servicio adecuado a las nuevas demandas y condiciones generadas en el comercio marítimo.

Del mismo modo, favorecerán la consolidación de una estrategia de aumento de la competitividad del Puerto de Santander, la mejora de sus instalaciones y servicios, y el desarrollo de las nuevas infraestructuras de una manera sostenible.

Justificación respecto del objetivo de la finalidad estratégica

Definir las relaciones espaciales e integración de determinadas actividades portuarias en la ciudad son medidas que han de contribuir a mejorar la imagen y calidad de los espacios portuarios más asociados a la dinámica urbana, contribuyendo a generar una nueva visión del puerto y una ciudad singular que combina la belleza paisajística, un entorno natural de gran calidad y un centro urbano vital y sostenible.

Impacto en otras líneas estratégicas

La mejora de las instalaciones portuarias y la correcta integración puerto-ciudad incide sobre otros ejes estratégicos.

Posicionamiento exterior, uno de cuyos objetivos es consolidar una ciudad de alta calidad de vida, plenamente conectada con el exterior y con un puerto competitivo. La generación de un espacio urbano de calidad y el deseo de potenciar el aspecto turístico de la ciudad encuentra en este proyecto una actuación de refuerzo de la imagen de la misma en un mercado cada vez más competitivo.

Economía: unas modernas y funcionales instalaciones portuarias son factores básicos que garanticen la continuidad del puerto como motor económico.

Bienestar y ciudadanía, al generar nuevos espacios de encuentro y convivencia, con itinerarios accesible.

Identificación de agentes implicados

Ministerio de Fomento, Gobierno de Cantabria, Ayuntamiento de Santander, Puertos del Estado y Autoridad Portuaria de Santander son las administraciones y organismos involucrados



POSICIONAMIENTO EXTERIOR

en conseguir una adecuada integración puerto-ciudad, colaboración que ha de ser percibida por el ciudadano, sujeto último sobre el que ha de repercutir la ordenación espacial y los resultados económicos de la actividad portuaria.

Grado de desarrollo

Con fecha 9 de abril de 2010, la Autoridad Portuaria de Santander, el Excmo. Ayuntamiento de Santander, Puertos del Estado, y el Gobierno de Cantabria, suscribieron el *"Protocolo general de intenciones para la reordenación urbanística del frente marítimo portuario de Santander, "Proyecto frente marítimo portuario Santander"*, comprometiéndose a la suscripción de un Convenio interadministrativo de colaboración.

El 19 de marzo de 2011 tuvo lugar la firma del *Convenio de colaboración para la reordenación urbanística del frente marítimo portuario de Santander* en el que se establece las actuaciones necesarias para instrumentar la cooperación necesaria entre las Administraciones de cara a ejecutar la integración del puerto de Santander en la Ciudad, así como el desarrollo de nuevas infraestructuras portuarias acordes con el desarrollo de la Ciudad y su Puerto.

La última etapa de este proceso ha tenido lugar mediante Orden FOM/709/2012, de 9 de abril, por la que se aprueba la modificación sustancial de la delimitación de espacios y usos portuarios del Puerto de Santander por la que se excluyen parte de los terrenos de la Zona de Servicios del Puerto más vinculados con la ciudad.

Financiación

El *Proyecto frente marítimo portuario de Santander* ha de ser una operación "cerrada en sí misma", autosuficiente



financieramente, en la que la totalidad de los recursos obtenidos sean reinvertidos para el completo y exitoso desarrollo de la operación global.

Ello implica tanto los recursos obtenidos del desarrollo urbanístico, como la capitalización de las concesiones y las tasas e impuestos urbanísticos/edificatorios correspondientes.

El montante de la operación está estimado en 172 millones de euros.

FICHA 6. Mejora de la conexión ferroviaria regional con la Cornisa Cantábrica.

Descripción

La importancia de las comunicaciones es creciente en la sociedad contemporánea, siendo uno de sus elementos definitorios.

En la actualidad, la Cornisa Cantábrica se encuentra vertebrada ferroviariamente mediante una red de vía estrecha que, con 1.200 kilómetros conforma la red de vía métrica más extensa de Europa.

Como aspecto a destacar de la misma pueden mencionarse las siguientes:

- Conecta las comunidades autónomas de Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco e, incluso, Castilla y León en su franja más septentrional.
- Proporciona una conexión internacional con la frontera francesa en Hendaya.
- Contribuye a la ordenación del territorio.
- Facilita la movilidad ciudadana.
- Promueve los intercambios de mercancías.
- Reduce la contaminación ambiental.

Esta infraestructura requiere de un proceso de modernización de las estaciones y apeaderos, mejoras en la accesibilidad para personas de movilidad reducida, mejoras de trazados y equipos con el fin de incrementar sus niveles de competitividad respecto a otros medios de transporte de pasajeros y mercancías.

En este contexto, la mejora de la conexión ferroviaria regional de la Cornisa Cantábrica es de interés para Santander por las ventajas que de ella se derivan: servicios de cercanías, proyección exterior, revitalización económica... Se encuadra y guarda relación con el *Proyecto de Reordenación e integración en el medio urbano del espacio ferroviario a su llegada a Santander*.

Justificación respecto del objetivo de la finalidad estratégica

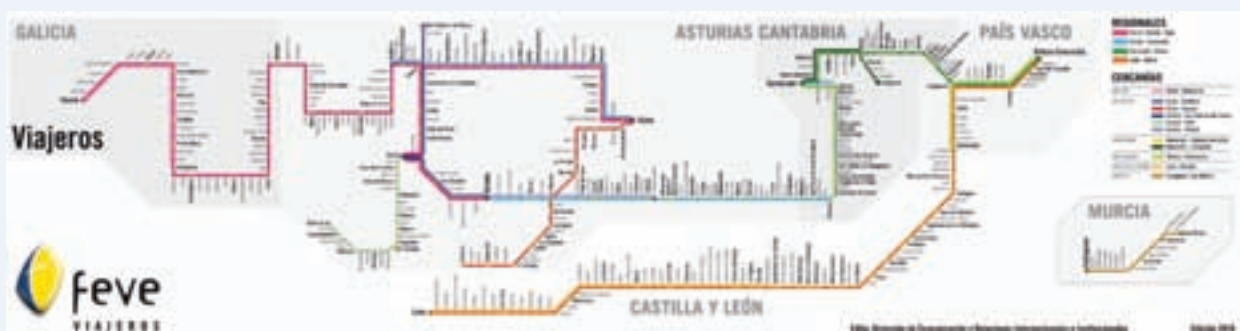
Potenciar un servicio ferroviario existente constituye además de una vía de comunicación con el exterior un medio para difundir y proyectar la imagen de Santander. El uso turístico de la vía con trenes específicos –por ejemplo el Transcantábrico es el tren turístico más veterano de España– abre nuevas posibilidades y formas de promoción exterior.

Impacto en otras líneas estratégicas

La mejora de la conexión ferroviaria regional con la Cornisa Cantábrica incide sobre otros ejes estratégicos.

Economía: la actividad productiva y los intercambios comerciales encuentran en unas adecuadas conexiones complemento necesario para garantizar su viabilidad y crecimiento. Los desplazamientos de pasajeros contribuyen al mantenimiento e impulso del comercio, los servicios y el transporte de la ciudad.

Bienestar y ciudadanía, al generar nuevas posibilidades



POSICIONAMIENTO EXTERIOR

de desplazamientos de población en unas condiciones de seguridad y calidad del servicio.

Identificación de agentes implicados

Esta actuación tiene un carácter supramunicipal e, inclusive, supra-regional. Los Gobiernos de las Comunidades Autónomas de la Cornisa Cantábrica y el Gobierno de la Nación tienen un papel fundamental en esta actuación de carácter infraestructural, así como la empresa FEVE como actual gestor de la vía.

Grado de desarrollo

Línea de actuación por concretar.

Financiación

A determinar

