

07



ESTRUCTURA DEL PLAN ESTRATÉGICO

El Plan Estratégico de Granada 2020 se asienta sobre unos pilares que buscan el crecimiento económico y la mejora de la competitividad, la construcción de un entorno urbano sostenible y la integración social, para conseguir esto se han tenido en cuenta unos principios básicos basados en:

- Implicación política, para que un plan estratégico tenga sentido es imprescindible en primer lugar que los poderes políticos creen en él y se involucren, pues en sus manos estará la ejecución del mismo.
- Prospectiva, es necesario plantear los posibles escenarios futuros a los que se puede llegar, como consecuencia de los actos realizados en la gestión de un territorio. Por este motivo es necesario plantear las acciones que han de llevar al escenario deseado.
- Innovación, utilizando las mejores técnicas disponibles para optimizar el uso de los recursos y mejorar la eficiencia, incrementando de esta forma la competitividad del tejido empresarial, dando lugar a la creación de empleo y el aumento de la productividad de la economía local.
- Sostenibilidad, diseñando un modelo de ciudad que permita mantener y reforzar la identidad local como elemento de calidad de vida, cuidando la calidad ambiental del territorio y velando por el mantenimiento y mejora del patrimonio cultural, natural e histórico-artístico.
- Responsabilidad, poniendo especial énfasis en la atención social, los colectivos más desfavorecidos, la infancia, la vejez y, en general, los dependientes.
- Definición de Valores, que estén basados en la historia, tradición e identidad de los granadinos, que además deben caracterizar a la comunidad y determinarán el estilo de vida del territorio

7.1. SENTIDO

La Estrategia Granada 2020, se ha desarrollado con la intencionalidad de renovar una herramienta de gestión municipal como el Plan Estratégico de 2007,

que ha sido útil y efectiva en su aplicación. Así pues, el sentido por el cual se aborda este proceso es el de conseguir la consecución de los objetivos marcados teniendo en cuenta las siguientes premisas:



Premisas de las que se ha partido en todo el proceso de elaboración del plan estratégico de Granada 2020.

- Realista, compuesto de objetivos alcanzables y acciones claras y viables desde un punto de vista práctico, técnico y económico. Que refleje la realidad social y las necesidades de los granadinos.
- Útil, siendo un documento conocido por la ciudadanía, las diferentes administraciones públicas, las áreas y funcionarios para darle utilidad al documento. La integración administrativa debe ser total para alcanzar la mayor implementación posible en el horizonte 2020.
- Flexible, debe ser un herramienta de gobernanza viva que vaya revisándose y actualizándose continuamente según vaya cambiando la realidad social y las necesidades de los granadinos, adaptándose así a los tiempo.
- Evaluable, mediante un sistema de seguimiento basado en indicadores cuantitativos y cualitativos que permitan conocer los



impactos en la sociedad, para a través de su órgano de gestión interpretar los resultados y reorientar las políticas.

- Respaldo, mediante un proceso transparente y basado en la participación, lo que le aporta un carácter de validez social para conseguir un consenso político.
- Comprensible, todos los ciudadanos y actores socioeconómicos deben ser partícipes en su ejecución.

7.2. VISIÓN Y VALORES

VISIÓN

Provocar cambios en la forma de gobernar, haciendo más humano lo urbano, trabajando por el conjunto de la sociedad, usando como herramienta una gestión participativa, enfocada a fortalecer los pilares de un desarrollo económico que permita la creación de empleo, un desarrollo profesional y retener el talento a través de la mejora en la competitividad empresarial. Trabajando, además, por un crecimiento inteligente y sostenible mediante la utilización eficiente y sostenible de los recursos territoriales, así como la mejora continua de la calidad de vida de los ciudadanos minimizando las desigualdades sociales y propiciando un crecimiento integrador.

VALORES

- Cultura del Esfuerzo, para alcanzar la mejora continua.
- Creatividad e innovación.
- Arraigo de la población para garantizar el relevo generacional y el mantenimiento de la población.
- Colaboración publico-privada.
- Cooperación interadministrativa.
- Equidad y responsabilidad en el cumplimiento de los compromisos adquiridos.
- Solidaridad y transparencia en la gestión.

PROVOCAR CAMBIOS
EN LA FORMA DE
GOBERNAR, HACIENDO
MÁS HUMANO LO
URBANO, TRABAJANDO
POR EL CONJUNTO DE
LA SOCIEDAD, USANDO
COMO HERRAMIENTA
UNA GESTIÓN
PARTICIPATIVA,
ENFOCADA A
FORTALECER LOS
PILARES DE UN
DESARROLLO
ECONÓMICO QUE
PERMITA LA CREACIÓN
DE EMPLEO, UN
DESARROLLO
PROFESIONAL Y
RETENER EL TALENTO A
TRAVÉS DE LA MEJORA
EN LA COMPETITIVIDAD
EMPRESARIAL

7.3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Las estrategias y objetivos han sido planteadas a partir de tres procesos previos, basados en la participación ciudadana, donde se han tratado y definido las necesidades, teniendo en cuenta diferentes puntos de vista:

- Identificación de necesidades.
- Proceso participativo.
- Proceso de diagnóstico DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).

Una vez finalizados estos tres procesos y teniendo en cuenta el sentido, la visión y valores que se pretenden conseguir, se han definido las estrategias que definirán el Plan de Estratégico de Granada 2020.

El Plan está definido por seis estrategias que giran en torno a la "humanización de lo urbano", mediante la promoción del crecimiento económico y la mejora de la competitividad, la construcción de un entorno urbano sostenible, la puesta en valor de la ciudad cultural y la integración social. Cuatro de sus estrategias

CUATRO DE SUS ESTRATEGIAS SON DE CARÁCTER SECTORIAL (CIUDAD SOSTENIBLE, INNOVACIÓN SOCIAL, COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO ECONÓMICO Y GRANADA CIUDAD CULTURAL) Y LAS OTRAS DOS SON DE CARÁCTER TRANSVERSAL (GOBERNANZA Y GRANADA SMART CITY)

>

Seis estrategias en las que se estructura el plan, persiguiendo la humanización de lo urbano.



son de carácter sectorial (Ciudad sostenible, Innovación social, Competitividad y desarrollo económico y Granada ciudad cultural) y las otras dos son de carácter transversal (Gobernanza y Granada Smart City).

La **estrategia innovación social** recoge todas las acciones que hacen referencia a la sociedad, el bienestar, los servicios sociales, la familia, la vida en el territorio y a las personas que en ella



habitan (mayores, jóvenes e infancia). Prestando especial atención a las políticas intergeneracionales, envejecimiento activo, a la necesidad de construir un entorno urbano inclusivo y no exclusivo, en el cual la integración social y la eliminación de las desigualdades sociales sean una prioridad.

Ciudad sostenible, es una estrategia que aglutina todas las acciones relacionadas con el medio biofísico del territorio, es decir, el sistema urbano, las comunicaciones, el medio ambiente, así como todas las interacciones entre las personas y el medio. Promoviendo especialmente la sostenibilidad urbana, la mejora de la eficiencia energética mediante el impulso de la economía baja en carbono y la movilidad sostenible, así como conservar y proteger el medio ambiente de granada y su entorno.

Con la estrategia **competitividad y desarrollo económico** se profundiza en todas aquellas acciones que permiten a las personas desarrollarse, incluyendo ámbitos como la educación y formación, el trabajo, las empresas y la economía de los granadinos. Reteniendo y atrayendo al talento, implantando una economía local basada en la innovación y el desarrollo tecnológico, explorando las oportunidades y fortalezas de la ciudad en materia biotecnológica y sanitaria, así como en el campo de los recursos turísticos, culturales y la creatividad para impulsar la industria cultural y sector turístico.

Granada ciudad cultural plantea una continuidad con la estrategia desarrollada en el Plan Estratégico de 2007, mediante un enfoque dirigido a la promoción del patrimonio histórico y cultural como sello de la imagen de la ciudad en la que se pretende recuperar el liderazgo como capital cultural de Andalucía. Además se incluyen nuevas actuaciones para impulsar el desarrollo de la industria cultural y la estimulación del turismo.

Granada Smart City es una estrategia transversal con la que se pretende dar un salto como ciudad interactiva, incorporando las TIC a la mejora de los servicios municipales, fomentando la economía digital y permitiendo ofrecer una mayor calidad de vida y comodidad a los ciudadanos, especialmente a las personas mayores.

Mediante la estrategia transversal de gobernanza se conseguirá implantar gobierno, responsable y solidario, que trabaje de forma cooperativa con las administraciones superiores, empresas, entidades sociales y ciudadanos para conseguir la transparencia y eficiencia en la gestión municipal.

A NIVEL EUROPEO
POR LA ESTRATEGIA
EUROPA 2020 Y EL
REGLAMENTO DEL
PROGRAMA FEDER
2014-2020 QUE
ESTABLECE COMO
OBJETIVO MEJORAR LA
EFICIENCIA

7.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y TEMÁTICOS

Del planteamiento de líneas estratégicas anterior, se derivan una serie de objetivos para su consecución. Éstos se subdividen en dos tipologías unos de carácter estratégico de ámbito general para la ciudad de Granada, y otros de ámbito temático que concretan de forma más pormenorizada los intereses de los granadinos.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GENERALES

OE1: Promover la transparencia y eficiencia en la gestión municipal

OT1: Establecer una estructura y procedimientos administrativos racionales y eficientes.

OT2: Impulsar la administración electrónica total y el Gobierno abierto.

OE2: Fomentar los instrumentos de gobernanza

OT3: Promover la participación social en la toma de decisiones de la ciudad, incluyendo la extensión universitaria.

OT4: Incentivar un proceso de gobernanza multiescalar entre las diferentes administraciones que conforman el área metropolitana de Granada.

OE3: Crear un entorno urbano sostenible

OT5: Consolidar los grandes proyectos de infraestructuras de comunicación en Granada.

OT6: Mejorar el entorno urbano a través de la regeneración y recuperación de zonas abandonadas.

OE4: Establecer un entorno saludable y de calidad de vida mediante la conservación y protección del entorno físico y medioambiental de Granada

OT7: Proteger el entorno físico y los espacios públicos.

OT8: Fomentar la gestión sostenible de los recursos naturales.

OE5: Fomentar la economía baja en carbono, cumpliendo los compromisos de reducción de CO2 marcados para el horizonte 2020

OT9: Incrementar la eficiencia energética.

OT10: Fomentar el transporte sostenible.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GENERALES

OE6: Promover una economía local basada en la innovación, investigación y desarrollo tecnológico

OT11: Establecer un modelo de innovación y desarrollo para Granada

OE7: Retener y atraer el talento, especialmente de los jóvenes

OT12: Incentivar un entorno empresarial favorable a la innovación

OT13: Mejorar la competitividad de las PYMES y microempresas.

OT14: Estimular la creación de empresas y el emprendimiento joven.

OE8: Impulsar la imagen de Granada ligada a la salud

OT15: Reforzar el desarrollo científico de Granada en el ámbito de las ciencias de la salud.

OE9: Reforzar la visión de Granada como Ciudad Creativa y Cultural

OT16: Priorizar el desarrollo de la industria cultural.

OT17: Fidelizar el turismo en Granada.

OT18: Desestacionalizar el sector turístico ampliando las propuestas de ocio y buscando otros mercados de origen.

OE10: Fomentar la integración social, la solidaridad y la lucha contra la pobreza y las desigualdades

OT19: Actuar de manera integrada sobre zonas con necesidades de transformación social para combatir la pobreza.

OT20: Promover la inclusión social en la ciudad prestando especial atención a determinados colectivos urbanos.

OE11: Hacer de Granada una ciudad saludable, accesible e inclusiva

OT21: Educar en la generación de hábitos de vida saludables y sostenibles.

OT22: Implantar políticas intergeneracionales.

OT23: Fomentar la accesibilidad universal de bienes, productos y servicios.

OE12: Fomentar la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y la eficiencia de los recursos.

OT24: Conceptualizar la imagen de Granada como Ciudad Interactiva.

OT25: Economía Digital para "Territorios Inteligentes".



7.5. ACCIONES

La Estrategia Granada 2020 se compone de 83 acciones, que se engloban en 6 líneas estratégicas, para el cumplimiento de 25 objetivos temáticos y 12 objetivos estratégicos.

A continuación se indican las acciones propuestas para la EG2020, a las cuales se ha llegado tras un proceso de adaptación del Plan Estratégico de Granada 2007 y diferentes procesos participativos, que han permitido definir las necesidades de la ciudad y como poder responder ante ellas. Éstos procesos participativos han sido:

- Priorización de los objetivos de 2007 e incorporación de nuevos objetivos, mediante un proceso participativo realizado a través de formularios web, en el cual se recopilaron 313 participaciones por parte de diferentes colectivos de la ciudad (ciudadanos, asociaciones y fundaciones, colegios profesionales, partidos políticos, empresarios, profesionales independientes, estudiantes, etc.)
- Creación de la Unidad de Planificación Estratégica, la cual esta compuesta por representantes de las principales áreas municipales (urbanismo, movilidad, turismo, medio ambiente, bienestar social y servicios sociales, nuevas tecnologías e informática y cultura). A través de esta unidad se han canalizado un total de 11 reuniones con las diferentes áreas municipales.
- Reuniones con agentes sociales y económicos de la ciudad, como han sido Confederación Granadina de Empresarios, Conventiun Bureau, Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada, Ciudad Accesible. Además se han realizado dos mesas de trabajo específicas, compuestas por diferentes expertos en la materia, una para tratar el ámbito cultural y patrimonial que en Granada es de especial importancia, y otra vinculada a las nuevas tecnologías con el objetivo de abordar la temática Smart City para Granada.
- Proceso participativo para validar el planteamiento estratégico y priorizar las acciones planteadas, en el cual se han recibido un total de 113 aportaciones por parte de expertos, en los diferentes ámbitos estratégicos definidos, de la ciudad de Granada (algunos de los cuales se indican en el apartado de participación).

LA ESTRATEGIA
GRANADA 2020 SE
COMPONE DE 83
ACCIONES, QUE SE
ENGLBAN EN 6 LÍNEAS
ESTRATÉGICAS, PARA
EL CUMPLIMIENTO
DE 25 OBJETIVOS
TEMÁTICOS Y
12 OBJETIVOS
ESTRATÉGICOS



| LÍNEA ESTRATÉGICA | OBJETIVO ESTRATÉGICO | OBJETIVOS TEMÁTICOS | ACCIONES |
|-----------------------|---|---|---|
| E1: Gobernanza | OE1: Promover la transparencia y eficiencia en la gestión municipal | OT1: Establecer una estructura y procedimientos administrativos racionales y eficientes. | A1: Racionalización y adecuación de la estructura administrativa en pro de una eficiencia en la gestión de los recursos públicos. Apostar por la concertación social como espacio de diálogo entre la administración local y los agentes socioeconómicos. |
| | | | A2: Implantar canales de cooperación interadministrativa y mediación ciudadana en la resolución de conflictos. |
| | | OT2: Impulsar la administración electrónica total y el Gobierno Abierto. | A3: Desarrollo del portal de transparencia del Ayuntamiento de Granada. |
| | | | A4: Implementar la administración electrónica total. Administración 2.0. |
| | OE2: Fomentar los instrumentos de gobernanza | OT3: Promover la participación social en la toma de decisiones de la ciudad, incluyendo la extensión universitaria. | A5: Acordar fórmulas de cooperación e integración de los proyectos o actividades que promueva la UGR en la ciudad. |
| | | | A6: Coordinación y promoción de la cooperación entre los diferentes órganos consultivos locales. |
| | | | A7: Establecer un portal de participación ciudadana en la web municipal. |
| | | OT4: Incentivar un proceso de gobernanza multiescalar entre las diferentes administraciones que conforman el área metropolitana de Granada. | A8: Desarrollar las políticas y dinámicas de barrio a través de la representatividad vecinal. |
| | | | A9: Abordar las relaciones con las administraciones que conforman el área metropolitana para alcanzar sinergias en la prestación de los servicios públicos, la promoción económica, en la gestión de residuos o en temas de movilidad y desplazamientos interurbanos. |

| LÍNEA ESTRATÉGICA | OBJETIVO ESTRATÉGICO | OBJETIVOS TEMÁTICOS | ACCIONES |
|---|---|--|--|
| E2: Ciudad Sostenible | OE3: Crear un entorno urbano sostenible | OT5: Consolidar los grandes proyectos de infraestructuras de comunicación en Granada. | A10: Plantear un modelo de gestión del metro de forma sostenible y viable. |
| | | | A11: Modernizar la estación de trenes de Granada con la intención de disponer de un renovado centro de atención y recepción al usuario. |
| | | | A12: Defender ante el Gobierno de España un proyecto de Alta Velocidad para Granada que contemple conexiones con Motril y el Eje Mediterráneo. |
| | | | A13: Proponer vías de comunicación entre la ciudad y el aeropuerto que permitan mejorar su conectividad y viabilidad. |
| | | A14: Impulsar ante el Gobierno Nacional y Autonómico, de un plan de infraestructuras viarias que sea eficiente y permita mejorar las comunicaciones. | |
| | | OT6: Mejorar el entorno urbano a través de la regeneración y recuperación de zonas abandonadas. | A15: Impulso del desarrollo socioeconómico y ambiental del sitio único declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad formado por el conjunto Albaicín-Sacromonte-Alhambra, haciéndolo compatible con criterios de conservación. |
| | | | A16: Identificación y puesta en valor de los edificios históricos y patrimoniales, cumpliendo la normativa dictada para el Informe de Evaluación de Edificios (IEEs). |
| | | | A17: Rehabilitación de barrios y espacios urbanos. |
| A18: Diseño de núcleos urbanos experimentales basados en la innovación y eficiencia de las infraestructuras y edificios, donde exista una integración paisajística con las edificaciones. | | | |



| LÍNEA ESTRATÉGICA | OBJETIVO ESTRATÉGICO | OBJETIVOS TEMÁTICOS | ACCIONES |
|---|--|--|---|
| E2: Ciudad Sostenible | OE4: Establecer un entorno saludable y de calidad de vida mediante la conservación y protección del entorno físico y medioambiental de Granada | OT7: Proteger el entorno físico y los espacios públicos. | A19: Plan de conservación de las zonas verdes y la biodiversidad local. |
| | | | A20: Estudiar el paisaje sonoro de la ciudad de Granada. |
| | | | A21: Recuperación de suelos para su uso como zonas verdes o huertos urbanos en espacios residenciales inacabados. |
| | | | A22: Seguimiento del plan de instalaciones deportivas y evaluación de los equipamientos necesarios en los barrios para garantizar la práctica del deporte base. |
| | | | A23: Desarrollar un plan municipal de calidad del aire y ruido. |
| | | | A24: Plan de adaptación al cambio climático. |
| | OT8: Fomentar la gestión sostenible de los recursos naturales. | A25: Acordar la protección de la Vega como elemento paisajístico de singular relevancia medioambiental. | |
| | | A26: Redimensionar la oficina de la Agenda 21 Local elaborando un nuevo plan de acción. | |
| | | A27: Actualizar e implementar el Plan de eficiencia energética y optimización del uso de energías renovables. | |
| OE5: Fomentar la economía baja en carbono, cumpliendo los compromisos de reducción de CO ² marcados para el horizonte 2020 | OT9: Incrementar la eficiencia energética. | A28: Actualización progresiva de las redes eléctricas municipales para mejorar su eficiencia. | |
| | | A29: Diagnóstico de las envolventes térmicas de edificios públicos y establecimiento de un programa de mejora. | |

| LÍNEA ESTRATÉGICA | OBJETIVO ESTRATÉGICO | OBJETIVOS TEMÁTICOS | ACCIONES |
|--|---|--|---|
| E2: Ciudad Sostenible | OE5: Fomentar la economía baja en carbono, cumpliendo los compromisos de reducción de CO ² marcados para el horizonte 2020 | OT10: Fomentar el transporte sostenible. | A30: Impulso de la creación de itinerarios peatonales saludables preferentemente mediante un programa de actuaciones dirigidas a la peatonalización y mejora de la movilidad de los viandantes. |
| | | | A31: Introducir progresivamente vehículos eficientes y bajos en carbono para el transporte público urbano. |
| | | | A32: Implantación de medidas para reducir la utilización del vehículo privado. |
| | | | A33: Desarrollo de las conexiones intermodales e intercambiadores eficientes. |
| E3: Competitividad y Desarrollo Económico | OE6: Promover una economía local basada en la innovación, investigación y desarrollo tecnológico | OT11: Establecer un modelo de innovación y desarrollo para Granada | A34: Adhesión a la red impulso de ciudades de la ciencia e innovación, y desarrollo de un proyecto de innovación para la ciudad de Granada, aplicado al turismo, la biotecnología o las TIC's. |
| | | | A35: Garantizar la continuidad de los centros de investigación y ampliar la viabilidad de líneas de trabajo. |
| | | | A36: Desarrollar un plan de atracción de empresas en el ámbito de la innovación. |
| | OE7: Retener y atraer el talento, especialmente de los jóvenes | OT12: Incentivar un entorno empresarial favorable a la innovación | A37: Confeccionar un paquete de medidas para impulsar la creación de empresas en el ámbito de la innovación. |
| | | | A38: Poner en marcha de un centro de desarrollo de PYMES, con la participación de la UGR, y con desarrollo de planes i+D+I. |
| | | | A39: Inclusión en las contrataciones públicas de criterios de carácter social y/o sociolaboral. |
| | | | A40: Crear una agenda de intercambios de experiencias empresariales. |



| LÍNEA ESTRATÉGICA | OBJETIVO ESTRATÉGICO | OBJETIVOS TEMÁTICOS | ACCIONES |
|--|--|--|---|
| E3: Competitividad y Desarrollo Económico | | OT13: Mejorar el acceso al empleo y la competitividad de las PYMES y microempresas. | A41: Elaborar de un programa de estímulo del comercio granadino, en donde se contemple la regeneración empresarial dentro de las empresas familiares. |
| | | | A42: Diseñar políticas para incentivar la economía social. |
| | | | A43: Desarrollar planes de empleo en colaboración con otras administraciones. |
| | OE7: Retener y atraer el talento, especialmente de los jóvenes | OT14: Estimular la creación de empresas y el emprendimiento joven. | A44: Creación de un centro de emprendedores que sirva de aceleradora y vivero empresarial, con una oficina que asesore en materia de emprendimiento. |
| | | | A45: Lanzar líneas para la divulgación y orientación empresarial en los centros educativos. |
| | | | A46: Crear el distintivo de "Empresa Joven". |
| | | | A47: Elaborar un programa de tutorización tecnológico, comercial y de gestión para nuevos proyectos empresariales. |
| | OE8: Impulsar la imagen de Granada ligada a la salud | OT15: Reforzar el desarrollo científico de Granada en el ámbito de las ciencias de la salud. | A48: Plantear un pacto institucional entre las administraciones competentes en el Parque Tecnológico de la Salud para reforzar el proyecto. |
| | | | A49: Desarrollar un plan de marketing para apoyar y promocionar la marca "Granada Salud". |
| | | | A50: Desarrollar un programa dirigido a la atracción de empresas relacionadas con la biotecnología y la salud. |
| | | | |

| LÍNEA ESTRATÉGICA | OBJETIVO ESTRATÉGICO | OBJETIVOS TEMÁTICOS | ACCIONES |
|---|--|---|--|
| E4: Granada ciudad cultural | OE9: Reforzar la visión de Granada como Ciudad Creativa y Cultural | OT16: Priorizar el desarrollo de la industria cultural. | A51: Crear la marca Granada Cultural. |
| | | | A52: Definir programas específicos para favorecer la constitución de iniciativas vinculadas con: las Artes Escénicas, la Música, la Animación Digital, la Cinematografía y el mundo de las Letras. |
| | | | A53: Construir un espacio para el encuentro, el enriquecimiento, el intercambio y la divulgación sociocultural. |
| | OE9: Reforzar la visión de Granada como Ciudad Creativa y Cultural | OT17: Fidelizar el turismo en Granada. | A54: Formalizar y unificar una imagen única de Granada con un plan de promoción y marketing de la ciudad a través de la "Marca Granada". |
| | | | A55: Reforzar la comunicación peatonal entre la Alhambra y la ciudad, siendo ésta el punto de partida para conocer y visitar el conjunto monumental. |
| | | | A56: Identificación y rehabilitación de rutas urbanas y periurbanas. |
| | | | A57: Creación del Museo de la Ciudad de Granada. |
| | OE9: Reforzar la visión de Granada como Ciudad Creativa y Cultural | OT18: Desestacionalizar el sector turístico ampliando las propuestas de ocio y buscando otros mercados de origen. | A58: Crear un marco de coordinación de las actividades culturales. |
| | | | A59: Diseñar y planificar una campaña que impulse el turismo en Granada todo el año. |
| | | | A60: Fortalecer el atractivo de la ciudad para acoger el turismo de congresos. |
| A61: Crear un programa que permita explotar la visión universal de Granada. | | | |



| LÍNEA ESTRATÉGICA | OBJETIVO ESTRATÉGICO | OBJETIVOS TEMÁTICOS | ACCIONES |
|------------------------------|---|---|--|
| E5: Innovación Social | OE10: Fomentar la integración social, la solidaridad y la lucha contra la pobreza y las desigualdades | OT19: Actuar de manera integrada sobre zonas con necesidades de transformación social para combatir la pobreza. | A62: Crear un voluntariado social ligado al tercer sector. |
| | | | A63: Desarrollar planes de regeneración socioeconómica en los barrios de Granada que se encuentran más despoblados o envejecidos. |
| | | OT20: Promover la inclusión social en la ciudad prestando especial atención a determinados colectivos urbanos. | A64: Priorizar el alquiler social iniciando políticas públicas municipales. |
| | | | A65: Desarrollo de políticas dirigidas a minimizar las desigualdades sociales, especialmente en la infancia. |
| | OE11: Hacer de Granada una ciudad saludable, accesible e inclusiva | OT21: Educar en la generación de hábitos de vida saludables y sostenibles. | A66: Impulsar la equidad de género. |
| | | | A67: Desarrollo de un programa de consumo saludable y responsable para la estimulación de la economía verde. Alternativas al ocio joven. |
| | | | A68: Impulsar un programa de educación ambiental dirigido a promover la solidaridad y conciencia medioambiental. |
| | | OT22: Implantar políticas intergeneracionales. | A69: Implementación de un observatorio de calidad de vida. |
| | | | A70: Promoción de los valores de la infancia, como ciudad amiga de la infancia, mediante un paquete de medidas dirigido a fomentar y facilitar la conciliación familiar y profesional de los granadinos. |
| | | | A71: Desarrollar un nuevo plan director de la juventud. |
| | | | A72: Reconocimiento del envejecimiento activo mediante un paquete de medias para impulsarlo. |

| LÍNEA ESTRATÉGICA | OBJETIVO ESTRATÉGICO | OBJETIVOS TEMÁTICOS | ACCIONES |
|---|--|---|--|
| E5: Innovación Social | OE11: Hacer de Granada una ciudad saludable, accesible e inclusiva | OT22: Implantar políticas intergeneracionales. | A73: Implementar medidas para ayudar en la integración social de las personas mayores, discapacitados y otros colectivos en riesgo de exclusión social. |
| | | OT23: Fomentar la accesibilidad universal de bienes, productos y servicios. | A74: Implantación de la accesibilidad en los servicios municipales. A75: Desarrollar y promover la implementación de accesibilidad urbana total como factor de calidad de vida. |
| | | E6: Granada Smart City | OE12: Fomentar la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y la eficiencia de los recursos. |
| A77: Crear una red de sensores ambientales en la ciudad para conocer, en tiempo real, la calidad del aire y el ruido. | | | |
| A78: Desarrollo de un sistema inteligente para el control de la eficiencia energética en la edificación. | | | |
| A79: Ubicar dispositivos de control de tráfico y gestión de los aparcamientos en tiempo real. | | | |
| A80: Aplicar las TIC en la gestión de las instalaciones deportivas. | | | |
| OT25: Economía Digital para "Territorios Inteligentes". | A81: Consolidar el proyecto Granada On Tech City. A82: Aplicar las TIC en la gestión turística. A83: Incentivar el uso transformador de las TIC en las empresas. | | |

Con el objeto de plasmar las diferentes aportaciones y opiniones, además de justificar los motivos por los cuales se ha incluido cada acción y definir el contenido de la misma, se ha planteado el desarrollo de una serie de cuadros descriptivos, en los cuales se expondrá la información que aparece descrita en el modelo de la página siguiente.

E?

ESTRATEGIA

A?

TÍTULO DE LA ACCIÓN

SINERGIA con otras estrategias

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Indica los fines perseguidos con el desarrollo del proyecto.

OBJETIVOS TEMÁTICOS

Expresa los fines específicos perseguidos con el desarrollo del proyecto.

E1

ACTOR CON COMPETENCIA

PRIORIDAD

TEMPORIZACIÓN

E2

Indica quien es el que tiene la competencia para desarrollar la acción.

Clasificación de la importancia a la hora de elegir su ejecución, resultado de los procesos de priorización:

- **Alta:** indica una acción muy importante para Granada.
- **Media:** indica una acción importante para Granada
- **Baja:** Cuando el proyecto es poco importante pero necesario para la ciudad de Granada.

Tiempo estimado para el desarrollo del proyecto, para ello se ha utilizado la clasificación en:

- **Corto** plazo (0 a 2 años).
- **Medio** plazo (2 a 4 años).
- **Largo** plazo (4 a 6 años).

El plazo de ejecución va ligado a la prioridad y a la propia vida de las acciones, pues cada una tiene unos plazos y unos procesos que dependerán de su tipología.

E4

E5

JUSTIFICACIÓN

Indica los motivos por los cuales esta acción es importante para la ciudad de Granada y porqué se ha seleccionado.

E6

DESCRIPCIÓN

Aporta información sobre las actuaciones a tener en cuenta en la implementación de la acción.

SINERGIAS CON OTRAS ACCIONES

Relación con otras acciones propuestas.

INDICADORES

Evaluación de la implementación de las acciones.

TEMÁTICA

Ámbito en el que se desarrolla la acción (medio ambiente, energía, urbanismo, sociedad, etc.).

COSTE ECONÓM.

Estimación por intervalos de los costes estimados de puesta en marcha, el mantenimiento durante 1 año y las posibles contrataciones que haya que realizar.

FINANCIACIÓN

Listado de entidades y programas públicas o privadas que poseen presupuesto para la financiación de la acción.

TIPOLOGÍA

Indica las características de la acción en cuanto que sea una ley, fiscales, planificación, política, económica, etc.