ESTRATEGIA

5

ESTRATEGIA:

Visión de Málaga 2010.Málaga, Metrópoli Abierta.....132
Misión: del Plan Estratégico y la Fundación CIEDES.....135
Líneas estratégicas.....136

5.1. VISIÓN DE MÁLAGA 2010: MÁLAGA, UNA METRÓPOLI ABIERTA

El II Plan estratégico de Málaga es un gran proceso de concertación público-privada entre todos los agentes, y parte de un conjunto de claves que responden a las necesidades de ciudades modernas en materia de orientación urbana.

Todo este proceso no es un pensamiento estático en el tiempo, sino que una experiencia viva, a través de una reflexión estratégica urbana de la ciudad metropolitana, flexible y en constante revisión, que orienta las acciones de todos los agentes y de los ciudadanos en general hacia una misma estrategia de futuro.

En este proceso, existe una implicación del ciudadano, de manera que se hace consciente de la importancia y de las ventajas de la participación en la construcción de su ciudad y la adaptación de ésta a las necesidades de la sociedad.

Este apartado resume el modelo de desarrollo que se busca para Málaga y que se aprobó en la Asamblea General de la primera fase del II PEM. Un ideal que no quiere ser una mera declaración de intenciones más o menos voluntarista. Al contrario, es un objetivo de ciudad que quiere tener presente en todo momento la realidad de la que se parte, contrastando metas y objetivos. En definitiva, es el marco teórico-práctico y de principios del modelo de ciudad que los malagueños quieren desarrollar de cara al futuro.

Un planteamiento que parte del modelo establecido en el I Plan Estratégico adaptándolo a los cambios del entorno y a la evolución que ha experimentado Málaga en los diez años que han pasado desde su definición.

Para comprender esa visión de ciudad, es fundamental partir de las claves o criterios que se han considerado como los evaluadores determinar cómo ha sido la evolución de la ciudad y cuál debe ser su desarrollo futuro.

Claves de trabajo

Toda la reflexión contempla, de forma constante, cuatro claves a las que deben responder tanto el modelo como las distintas estrategias que se desarrollen: calidad en todo lo que se hace; sostenibilidad económica, social y medioambiental; participación y compromiso ciudadano; y cooperación y trabajo en red, coordinando esfuerzos individuales y colectivos.

El desarrollo armónico de la ciudad se entiende como una apuesta por la **Sostenibilidad**, como el equilibrio entre la justicia social, el desarrollo económico y el respeto ambiental, que conduce y condiciona el planeamiento y el urbanismo, tendiendo hacia modelos y estructuras de ciudad compacta y diversa. Un entramado urbano accesible, competitivo y de calidad que ha de respetar el entorno natural, al tiempo que crea elementos singulares que acerquen a la ciudadanía al litoral, para conocerlo mejor y disfrutar de sus posibilidades.

El *ciudadano* se ha de convertir en el centro del nuevo modelo urbano y se han de potenciar las acciones que se encaminen a facilitar su interacción y su **trabajo en red**, es decir, la difusión de su conocimiento y experiencia para un mayor aprovechamiento del mismo en la mejora urbana. Se ha de apostar por la *complicidad de la sociedad* en el mantenimiento del entorno y de los recursos naturales, desde las playas, el aire, el agua y las zonas verdes, hasta la limpieza de las calles y la ordenación de la movilidad. La ciudadanía ha de acercarse e integrarse en la toma de decisiones que afectan al bien público y colectivo, gracias a una mayor transparencia

y accesibilidad a la información.

Por otro lado, Málaga se ha de distinguir por la **calidad**, que ha de convertirse en norma del desarrollo y la gestión de todas las actuaciones urbanas, estando presente en todas las fases de los proyectos. Una calidad que dará paso a una Administración moderna, eficaz y ágil, que habrá de realizar un seguimiento estratégico del desarrollo de la metrópoli y crear estructuras flexibles para impulsar y financiar los grandes proyectos de transformación urbana.

Todo ello, deberá estar apoyado en un convencimiento, tanto del sector público como del privado, de la necesidad de un mayor **conocimiento, difusión y uso de las nuevas tecnologías** de la comunicación y la información (TIC). Málaga ha de meterse a fondo en el reto de conseguir articular y cohesionar aún más su tejido social y económico gracias al uso de las TIC, evitar los peligros del analfabetismo digital y tender hacia una sociedad conectada, solidaria y que trabaja en red.

La Visión de Málaga

La revisión de la evolución de la ciudad desde que en 1996 el I Plan Estratégico definiera el diseño futuro de la misma, permite dar un salto en la visión del modelo.

Málaga ya no puede medir su sostenibilidad en clave municipal, ha de abrirse a un espacio territorial superior y buscar proyectos y herramientas de gestión con los municipios limítrofes. La localización del ciudadano como centro de la actividad y la vida de la urbe requiere de la búsqueda de nuevas vías para extender sus conocimientos y experiencias, su cultura, nuevos cauces de participación en la construcción de su entorno. La aplicación de la tecnología y del trabajo en red puede acelerar este proceso de transformación social, económica y cultural.

Después del trabajo realizado y los debates con expertos y ciudadanos sobre la nueva visión que estas claves daban al futuro de la ciudad, se concreta la misma en una frase sencilla, pero al mismo tiempo, repleta de sentido: ***Málaga como Metrópoli Abierta.***

Una visión que gira en torno a cuatro ejes de reflexión sobre lo que debe ser la ciudad en el futuro: el litoral, la cultura, el conocimiento y la renovación urbana.

Málaga, una Metrópoli que mira al mar.

Una ciudad con un sentimiento de pertenencia e identidad capaces de ser proyectados, que tiene en el litoral y su entorno natural su principal activo y una de sus principales fuentes de riqueza y esfuerzos de conservación. Una metrópoli cuya influencia se extiende al Mediterráneo.

La Málaga de Picasso, cultural y atractiva ...

Un compromiso global e integral por la cultura, con personas formadas en un tejido cultural de calidad, que apuesta por la industria cultural y que hace que sus 3.000 años de historia se proyecten al futuro con Picasso y las nuevas tendencias artístico-culturales del s. XXI, de cara a impulsar una imagen con reconocimiento internacional.

... en la vanguardia de la nueva Sociedad del Conocimiento

Un capital humano bien formado y competitivo, que busca nuevas oportunidades de creación de riqueza mediante la innovación, la investigación y el desarrollo. Una sociedad que incorpora y difunde el uso de las nuevas tecnologías a todas las personas, agentes e instituciones que forman la ciudad y el tejido productivo, y que incorpora el conocimiento en todas las

facetas de su actividad, con el apoyo de la Universidad y el Parque Tecnológico de Andalucía.

Una Ciudad renovada, para sus ciudadanos y visitantes.

Una ciudad planificada y ordenada dentro de la realidad metropolitana, que garantiza una excelente interconexión en su interior y con el exterior, integrada socialmente en un espacio territorial más amplio de convivencia, caracterizado por tener en la sostenibilidad su principio de actuación y planificación. Con la gestión de la calidad como norma de desarrollo y mejora continuada en todo el tejido productivo, en un entramado urbano moderno y revitalizado. Una ciudad, en definitiva, en la que sus ciudadanos se sienten a gusto y orgullosos de vivir en ella y los que la visitan sienten el deseo de quedarse.

Una **METRÓPOLI ABIERTA** a la cultura, al conocimiento, a la innovación tecnológica, al mar..., en definitiva, a la revitalización de su tejido social, cultural y productivo.

5.2. LA MISIÓN DE MÁLAGA Y DE LA FUNDACIÓN CIEDES

Para alcanzar con éxito los objetivos que el II PEM plantea para Málaga y su entorno se requiere el compromiso de todos los ciudadanos y agentes que trabajan y viven en este territorio. Todos deben sentirse partícipes de esta visión, para consecuentemente considerarse enviados a lograr la gran misión de hacer realidad el modelo de ciudad marcado.

Sin embargo, sólo el trabajo conjunto y articulado entre los agentes sociales, económicos y culturales puede agilizar la consecución de esta meta. La Fundación CIEDES como organismo que aglutina en su seno a los principales agentes de la ciudad, ha de adquirir un compromiso y una misión más clara y concreta en este camino hacia el modelo de ciudad deseado.

Esta misión se podría concretar en aspectos como los que siguen, y que son coherentes con sus objetivos fundacionales:

- Articular mecanismos para alcanzar la visión
- Buscar actuaciones estratégicas que acerquen la visión a la realidad
- Coordinar a los agentes implicados en los proyectos estrella
- Evaluar permanentemente el desarrollo de la ciudad y confirmar que se produce en línea con las claves estratégicas
- Sensibilizar a la ciudadanía y los visitantes sobre la importancia y los medios que ellos pueden tener para alcanzar la visión
- Trabajar por la articulación del espacio metropolitano y su unificación de la visión de futuro de este territorio

Con la puesta en marcha de los mecanismos apropiados el II Plan Estratégico puede dar el salto de la planificación estratégica a la planificación concurrente, es decir, aquella que es capaz de aglutinar a los actores del territorio y hacerlos trabajar entorno a un ideal y en la misma línea de avance.

En resumidas cuentas, la gran misión de la Fundación CIEDES será favorecer los mecanismos que permitan pasar de la planificación estratégica de Málaga a la gestión estratégica de la misma.

5.3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

De la reflexión realizada sobre las cuatro líneas de debate de la visión de ciudad, se desprenden cuatro estrategias a la hora de plantear la Málaga del futuro:

• *Málaga ciudad litoral*, da lugar a la estrategia: "Una metrópoli que mira al mar"

• *Málaga ciudad de la cultura*, da pie a la línea estratégica: "La Málaga de Picasso, cultural y atractiva"

• *Málaga ciudad del conocimiento*, articula la estrategia para ser: "una metrópoli en la vanguardia de la sociedad del conocimiento"

• *Málaga revitalización urbana*, se concentra en la estrategia: "una ciudad renovada para sus ciudadanos y visitantes".

La línea de debate "*Málaga, revitalización urbana*", que se consideró desde un principio transversal a las demás, se integró en las demás con una clara referencia a la realidad metropolitana, a la calidad en las acciones urbanas, a la sostenibilidad como filosofía que impregna toda la vida en la metrópoli, y a la necesaria solidaridad e integración social, como medio también para enriquecer la cultura local.

UNA METRÓPOLI QUE MIRA AL MAR

VISIÓN 2010

Metrópoli litoral con carácter internacional, integrada y con identidad propia

Málaga, ciudad metropolitana abierta al mar, orgullosa de sí misma y que proyecta su imagen en el Mediterráneo y en Europa.

Se profundiza en el **sentimiento de pertenencia e identidad** del malagueño, reforzando la idiosincrasia y personalidad colectiva con los valores propios que siempre han existido, y creando en el litoral singularidades de gran calidad y atractivo que intensifican este sentimiento. El *Puerto*, como centro del litoral, y su transformación, son el detonante de la recuperación del mar en la cultura malagueña y de la revitalización del Centro Histórico y Comercial.

Los criterios de **sostenibilidad y calidad** priman en el tratamiento del litoral, cuidando el delicado equilibrio de la zona sumergida y de las playas, fomentando entre los ciudadanos y las administraciones el respeto al mismo. De igual forma, el litoral es partícipe de la *creación de riqueza* en la metrópoli, con la aparición de nuevas empresas, industrias y comercios entorno a las actividades marítimas y la potenciación del sector turístico.

Una nueva imagen de una metrópoli cuya **influencia se extiende hacia el Mediterráneo**, especialmente al Magreb, para aprovechar la situación geoestratégica de la ciudad y posicionarse como referente internacional en el sur de Europa.

Sentimiento de pertenencia e identidad

En la actualidad, el éxito o fracaso de la metrópoli y de cualquier estrategia de revitalización depende de las personas, que no sólo son capaces de hacer y materializar proyectos sino, mucho más importante, son el germen de las ideas. El futuro de Málaga, por tanto, debe nutrirse de un tejido humano y económico formado por personas identificadas con la ciudad y con el área metropolitana en que se integran, orgullosas de ella y con ideas, capacidad y saber hacer para llevarlas a la práctica, que permita reafirmar el papel de liderazgo y centro de la

Costa del Sol. En definitiva, se debe lograr que la ciudadanía redescubra su ciudad y su metrópoli. El **carácter abierto, acogedor y mediterráneo** de la ciudad y sus gentes, es un activo que no debe perderse y debe servir tanto para hacer amable la estancia del visitante como para reforzar la convivencia en armonía de los propios ciudadanos.

En este sentido, se ha de potenciar la condición de Málaga como ciudad litoral en el resto de Andalucía, resaltando el sol, las playas y el disfrute del mar como piezas clave de la capacidad de atracción y competitividad de la misma. La ciudad ha adquirido un peso importante a nivel metropolitano, que puede empezar a crear un sentimiento reforzado de pertenencia y orgullo común de "ser de Málaga", en toda la provincia. Para ello, es importante la creación de enclaves en los que los malagueños se sientan orgullosos de su ciudad: una fachada litoral única, moderna y de calidad, el Plan Especial del Puerto o el Palacio de Ferias y Exposiciones, por ejemplo, pudieran ser nuevos elementos de referencia de la ciudad.

Málaga cuenta con un **patrimonio** natural, de zonas marítimas, de parques y jardines, y unos activos culturales de partida, que deben ser tenidos en cuenta como señas de identidad en el ámbito cultural (Museo Picasso, Feria de Agosto, Alcazaba, Jardín de la Concepción, Paseo del Parque, Teatro Romano, Plaza de Toros, Catedral, Festival de Cine Español, Semana Santa,…) y de ocio (entorno natural, nuevos lugares que surjan con el Plan Especial del Puerto y el Plan Guadalmedina, apuestas deportivas de futuro,…).

Las líneas encaminadas a posibilitar que la identidad se convierta en un factor de desarrollo para una comunidad están orientadas en una doble vertiente. Por un lado, hacia el interior, como elemento que proyecta a la propia comunidad metropolitana unas pautas y valores positivos y que refuerza un sentimiento de pertenencia enfocado al esfuerzo por el bien común. La identificación con elementos locales, compartir un conjunto de valores que permita hacerlos propios y el orgullo de pertenecer a la metrópoli, son los pilares básicos de una imagen interior robusta y sostenible.

En este sentido, los eventos relacionados con **las tradiciones y la cultura popular**, como el folclore, la tradición vinícola y gastronómica, las costumbres marineras (copo, jávega, pesca conservera,...), se presentan como unas variables de singular importancia por cuanto de elemento atrayente y revitalizador del tejido social tienen. Así, la Semana Santa, la Feria de Agosto y el Festival de Cine Español resultan manifestaciones que despiertan un interés creciente de visitantes y son una clara muestra de identificación de asociaciones y ciudadanos a nivel particular con su ciudad. Dicha movilización debe ser estimulada al máximo dadas las ventajas que

supone contar con una ciudadanía activa y participativa de los proyectos de la ciudad y, en particular, de aquellos alrededor de la cultura y el ocio.

Por otro lado, la identidad debe orientarse también hacia el exterior, potenciando la imagen de metrópoli con un **clima excepcional** y grandes posibilidades para el disfrute del deporte y el ocio durante todo el año, Málaga como zona para el turismo de invierno. Una imagen de modernidad y metrópoli de vanguardia, una imagen de marca con una oferta cultural y de instituciones que la generen, una ciudad preocupada por el desarrollo de un urbanismo controlado y de calidad que rehabilita las zonas deterioradas tanto para sus ciudadanos como para sus visitantes.

De este modo, Málaga debe seguir adaptándose a nuevas realidades, haciendo suyos todos aquellos elementos que pueden surgir de la propia comunidad o del exterior, con los que considere que pueda compartir valores o intereses culturales, sociales o económicos. Esto supone una sociedad que no sólo utiliza toda su memoria histórica y cultural, sino que es capaz de incorporar fenómenos que pueden enriquecerla y que, al mismo tiempo, está dispuesta a compartirlos con otras comunidades. Para ello, los malagueños se han de preocupar por tener un conocimiento más exhaustivo del litoral y de la metrópoli en su conjunto, potenciando programas y acciones que favorezcan su **educación y formación**, así como equipamientos culturales en los barrios que consoliden una estructura urbana policéntrica y accesible a todos los ciudadanos.

Por último, para integrar, asumir y consolidar elementos que refuercen el sentimiento de pertenencia e identidad, deberá tenerse en cuenta la capacidad de la propia ciudad y de sus instituciones en general, para educar y transmitir estos valores al individuo con los que se sienta identificado y se pueda sentir orgulloso.

En definitiva, con todo ello se debe tratar de trabajar desde la **sociedad civil** para consolidar, alrededor de ésta, un entramado social integrado, potenciando elementos de unión social como el deporte, las actividades socioculturales, la universidad, etc. Se implica de esta manera al capital humano, que es quien define, en definitiva, el potencial de desarrollo de una ciudad.

El litoral, gran activo de Málaga

Málaga tiene en el litoral su principal activo, que debe recuperarlo para sus ciudadanos y visitantes y consolidarlo como eje competitivo. El atractivo del litoral, que debe ser considerado de forma integral, pasa necesariamente por una apuesta inequívoca por proyectos que recuperen su esplendor natural, que supongan la vuelta al mar, ya que la ciudad no ha potenciado suficientemente su condición marítima y marinera.

En los últimos años Málaga ha definido o puesto en marcha diversos proyectos[8] para reactivar el patrimonio tan importante que tiene en el mar y su litoral. En este camino, Málaga puede encontrar singularidades para crear y potenciar una **imagen atractiva y única** que la identifique no sólo de cara a sus ciudadanos, sino dentro de Andalucía y a escala internacional.

La consecución de un área integrada requiere una **planificación y ordenación unificada del litoral** que minimice la presión urbanística y camine hacia un modelo de desarrollo armónico, con calidad y productos urbanos innovadores, respetando y cuidan-

[8] *Planes y proyectos como: Plan Guadalmedina, saneamiento integral, integración del puerto en la ciudad, construcción de puertos deportivos, etc.*

do el delicado equilibrio de las playas y las zonas sumergidas, así como de las propias aguas. Esta planificación ordenada y coordinada debe tener su base en una estrategia urbanística y medio ambiental de toda la franja litoral de Málaga, creando una nueva fisonomía urbana. Esta estrategia debe ser capaz de integrar en un modelo las diferentes identidades de los tramos diferenciados del litoral, y a la vez, la imagen unitaria o estructural del conjunto.

La articulación de **ejes urbanos perpendiculares a la costa**, tanto desde el interior como dentro de la propia ciudad, favorecerían el acercamiento del ciudadano al mar. Concretamente, las actuaciones de encauzamiento y cubrimiento del río Guadalmedina han de coordinarse y complementarse con las previstas en el Plan Especial del Puerto para dicha zona.

El **Puerto** debe configurarse como centro del litoral malagueño, germen de la conquista del mar por parte de la ciudad, integrando y creando nuevos espacios de actividad urbana con usos de ocio, culturales, comerciales y deportivos que complementen y vitalicen la oferta del Centro Histórico malagueño. En este sentido, el **Puerto** de Málaga debe consolidarse como enclave de unión del este con el oeste[9], (favoreciendo un desarrollo unificado del litoral) y como charnela con el eje norte-sur de la futura Avenida del Guadalmedina.

Cabe destacar el papel del Puerto, con su doble función turística y comercial, en la revitalización de los servicios y de las actividades económicas relacionadas con el mar. Para la actividad comercial se apuesta por el tráfico de contenedores con la construcción de una plataforma de 46.000 m^2 y, en cuanto a la actividad crucerista, es la gran apuesta turística y de futuro del Puerto de Málaga, donde las previsiones de tráfico son realmente alentadoras.

Por otro lado, el turismo es muy sensible a la calidad, por lo que podría ser de interés repensar y replantear las actuaciones en la franja litoral para determinar las capacidades de las playas, las aguas y los fondos marinos, con el fin de asumir coherentemente el desarrollo previsto y planificar las necesidades de construcción a medio y largo plazo.

Los malagueños necesitan conocer más el litoral para valorarlo, disfrutarlo y comprometerse en su **cuidado y protección**. Son necesarios programas y acciones que favorezcan la educación y formación del malagueño, así como fomentar el carácter de ciudad marinera, recuperando culturas, tradiciones y elementos singulares del litoral.

Málaga debe cuidar su imagen turística de calidad y sostenibilidad como escaparate para dinamizar la economía de la zona, y desarrollar progresivamente el **sector de servicios turísticos** de manera que actúe como germen y dinamizador de una sociedad de servicios avanzados con una economía turística madura.

Las posibilidades que le brinda su condición marítima tanto para el esparcimiento como para la práctica de actividades deportivas y de ocio de alto nivel es uno de los grandes activos que se deben potenciar. La apuesta por los **deportes acuáticos y la industria naútica** puede ser una importante fuente de actividad económica, ya que está cada vez más al alcance de la ciudadanía. Atender a la demanda de puntos de atraque de embarcaciones de recreo, con la creación de

[9] *Ya existe la intención de proyectar el frente litoral oeste como la nueva imagen marítima de Málaga, con importantes equipamientos previstos para la ciudad como el Plan Especial del Puerto, el Desarrollo Residencial Litoral Oeste, o la Marina Deportiva. También existen diversos proyectos para desarrollar usos empresariales relacionados con el PTA, que se conjuguen en armonía con usos residenciales y de ocio.*

nuevos puertos deportivos en la capital, , generaría una industria auxiliar de importantes beneficios, si bien, será fundamental realizar los correspondientes estudios de impacto ambiental para evitar atentar contra el principio de Sostenibilidad.

En todo caso, aunque la actividad económica en Málaga debe unirse a la economía turística predominante en la zona costera, la capital debería ir buscando nuevas oportunidades de mercado en el ámbito de la cultura, con el turismo de idiomas y gastronómico, y en el ámbito de las **nuevas tecnologías**, uniendo el auge del PTA y el pasado industrial malagueño con los conocimientos de la Universidad, como a través de la construcción de granjas marinas y del estudio del patrimonio arqueológico sumergido.

Área de influencia mediterránea

El litoral mediterránea andaluz es uno de los territorios españoles con mayor dinamismo y, a la vez, mayor potencial de crecimiento socioeconómico. Las infraestructuras en curso van a multiplicar las oportunidades de desarrollo y consolidar las realidades actuales, proyectando hacia Europa y el Mediterráneo su gran potencial. En este conjunto territorial, Málaga y su entorno ocupan una posición clave tanto geográfica como cultural y económica.

Su situación geoestratégica le confiere a Málaga un papel de **nudo de comunicaciones**, con un enorme potencial como eje de relaciones y actividades económicas entre Europa, el marco Atlántico, el conjunto del área mediterránea, y muy especialmente el Magreb. Sin embargo, habrá de medir y consolidar su capitalidad con actuaciones concretas e integradas.

Aprovechando su posición, en un mundo donde el éxito de las personas, empresas e instituciones pasa por su cooperación y participación en grupos de excelencia que establecen los estándares en el ámbito internacional, Málaga debe apostar por ser el **Observatorio Europeo del Mediterráneo.**

Para las empresas, la privilegiada situación de la metrópoli debe mejorar las relaciones comerciales internacionales y la exportación, e incrementar el número de programas de intercambio y cooperación empresariales y comerciales, enfocando el impulso a las relaciones euromediterráneas[10] y aprovechando la orientación de políticas europeas hacia la consolidación del arco mediterráneo.

La ampliación europea hacia los países del Este puede hacer aún más necesaria la búsqueda de un liderazgo en la zona mediterránea y la cooperación con el norte de África, donde se debe favorecer la función de Málaga como **plataforma de conexión con el Magreb** en cuanto a inversiones, cooperación e intercambio cultural, amén de poder consolidar su carácter de puerta de entrada de mercancías de esa zona hacia Europa. La cercanía y relaciones culturales tienen que ser la base para dar a Málaga un papel central en las relaciones norte-sur.

En este ámbito puede jugar un importante papel el **Palacio de Ferias y Exposiciones**, orientado a facilitar las relaciones mediterráneas o internacionales en sentido amplio y las relaciones con los países del norte de África, en particular. Su construcción, junto con el aumento de la oferta hotelera de cali-

[10] Un ejemplo es la 4ª Conferencia Euromediterránea de ministros de Industria (abril de 2002) celebrada en Málaga, donde los ministros de Industria de la UE acordaron fortalecer la cooperación industrial euromediterránea, mejorando las condiciones de la inversión, potenciando la innovación, la armonización de las normativas en el ámbito euromediterráneo y la creación de un entorno favorable a las pequeñas y medianas empresas.

dad, posibilitará a medio plazo que Málaga se convierta en una ciudad destino de eventos y congresos. Para ello deberán crearse compromisos y acciones específicas para el lanzamiento del mismo como elemento emblemático de identificación, desarrollo de Málaga y proyección internacional, apoyado desde la propia ciudad, que lo conoce y se siente orgullosa de él.

Para las instituciones y organizaciones malagueñas, el Palacio de Ferias debe facilitar también el establecimiento de objetivos más ambiciosos y la posibilidad de afianzar un liderazgo más sólido de las mismas, favoreciendo el incremento de relaciones a nivel nacional e internacional. Cabe destacar las importantes relaciones comerciales que mantiene la Cámara de Comercio, Industria y Navegación con Cuba, México, Nador y República Dominicana, que se verán reforzadas.

En este papel estratégico, como ciudad del sur de Europa, mediterránea y plataforma de acercamiento norte-sur, se debe apostar fuertemente por posicionar a Málaga como **sede de organismos e instituciones** nacionales e internacionales de cooperación[11], favoreciendo su ubicación en la franja costera como zona emblemática y representativa de esta relación.

La cultura, el conocimiento y la educación pueden ser puntos de partida clave en las relaciones mediterráneas y con el Magreb. Por ello, se debe profundizar y trabajar en reforzar aquellos aspectos culturales y sociales que unen Málaga con el resto del Mediterráneo, con acciones en el campo de la gastronomía, el deporte, el comercio, la investigación, las nuevas tecnologías o la artesanía, entre otros.

LA MÁLAGA DE PICASSO, CULTURAL Y ATRACTIVA

VISIÓN 2010

La cultura, núcleo de desarrollo social y económico

El Área metropolitana de Málaga es un conjunto atractivo en sí mismo que posee numerosos activos culturales y de ocio, desde el Centro Histórico y elementos de referencia internacional hasta el turismo lúdico y cultural, proyectando una imagen de única hacia el exterior.

En la Málaga de Picasso, la ciudadanía disfruta de un **tejido cultural de calidad,**

[11] *Málaga cuenta con algunas sedes internacionales de organismos de cooperación como el Centro de Cooperación del Mediterráneo (con sede en el PTA, pertenece a la Unión Mundial para la Naturaleza, Observador Oficial de Naciones Unidas), el Centro Eurolatinoamericano de Juventud (situado en Mollina), la Asociación Internacional de Parques Tecnológicos y la Asociación Internacional de Dieta Mediterránea, ambas con sede en el PTA.*