



# Estrategia Territorial Villena + innovación

**Un proceso de diagnóstico  
participativo para definir  
acciones estratégicas**



M.I. AYUNTAMIENTO DE VILLENA



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

**Marzo 2014**





### **EQUIPO DE TRABAJO**

Antonio Martínez Puche (Coord.)  
Vicente M. Zapata Hernández  
Salvador Martínez Puche  
Quino Palací Soler  
Manuel Expósito Langa  
Isabel Sancho Carbonell  
Laura Yago Martínez  
Juan Luis Mahiques Zaragoza  
Antonio Prieto Cerdán  
Marga Guilló Durá



### **REALIZA**

Dpto. de Geografía Humana  
Universidad de Alicante  
Subgrupo de investigación GEOBINDEL  
(Observatorio de Investigación de  
Desarrollo Local y Geografía Económica)



### **AYUDA TÉCNICA DE LA EDICIÓN**

Xavier Amat Montesinos

### **LOGOTIPO ETV+i**

Judith Samper Albero

### **FINANCIA**

Ayuntamiento de Villena  
Concejalía de Desarrollo Económico



M.I. AYUNTAMIENTO DE VILLENA

### **SITIO WEB**

<http://www.etvi.villena.es/>

INTRODUCCIÓN.	
¿POR QUÉ LA NECESIDAD DE UNA ESTRATEGIA TERRITORIAL PARTICIPADA?	11
DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO	17
¿QUÉ SE HA HECHO?	
¿CÓMO SE HA HECHO?	25
ANÁLISIS DE LOS ANTECEDENTES DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y PROYECTOS MUNICIPALES	39
TALLERES	63
DIAGNÓSTICO MUNICIPAL PARA DETECTAR FACTORES DE INNOVACIÓN. POLÍGONOS DE DESARROLLO LOCAL COMPARADOS	89
EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE LA ETV+I	123
EL FORO ECONÓMICO Y SOCIAL DE VILLENA. UNA REALIDAD CADA VEZ MÁS CERCANA	153
CONCLUSIONES FINALES Y PROPUESTAS	173



*¿De qué modo algunos territorios, enfrentados ya a la reestructuración pueden encontrar una dinámica propia en un contexto global en fase de profundo cambio? ¿Cómo pueden encontrar una nueva competitividad como territorio? En particular se trata de hacer que el territorio, resultante hasta ahora de una evolución inconsciente, sea el objeto de un proyecto de puesta en común de conocimientos, permitiendo a los hombres y mujeres que viven en el mismo el descubrimiento de las razones y de las ventajas de su vecindad para elaborar activamente su inteligencia colectiva.*

E. Rullani



**Tener conciencia de la realidad y actuar en consecuencia**

*Negar un hecho es lo más fácil del mundo.  
Mucha gente lo hace, pero el hecho sigue siendo un hecho.*

Isaac Asimov

**Participar y anticipar para afrontar con garantías la realidad venidera**

*Lo que ocurre realmente es trivial  
al lado de lo que podría ocurrir.*

Robert Musil

**Socializar el conocimiento de la realidad presente y futura**

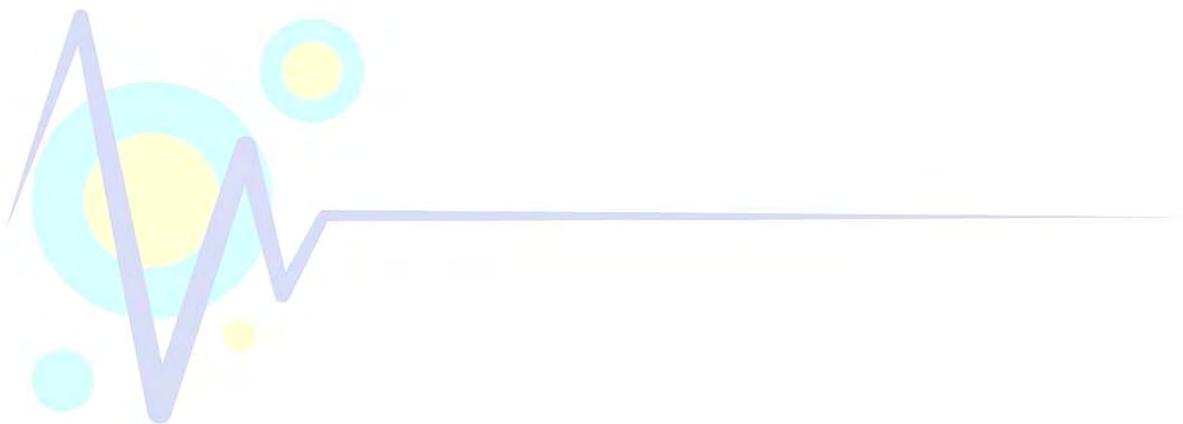
*En una democracia contemporánea  
lo que no sale en los medios no existe.*

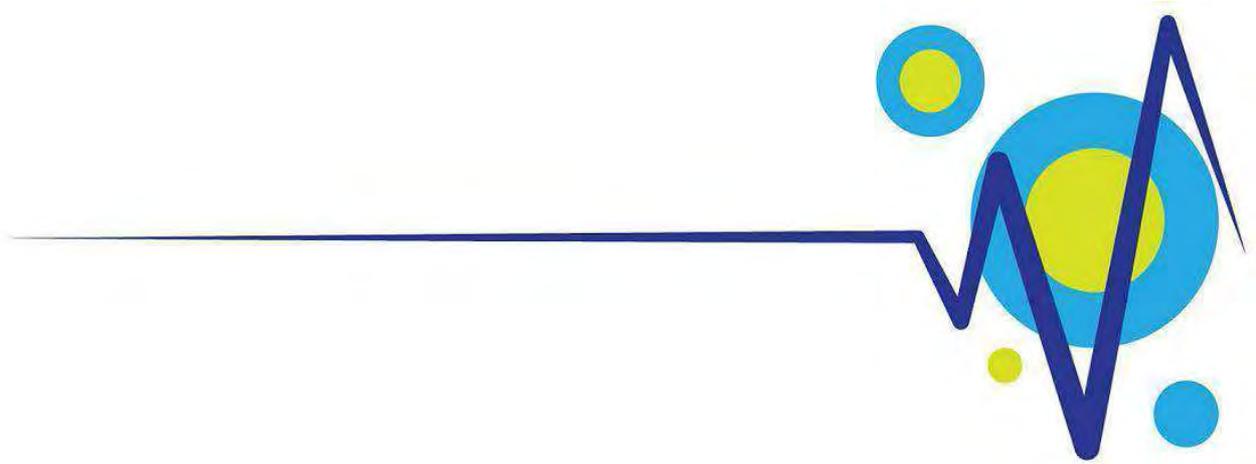
Kaspuscinsky



**Estrategia Territorial  
Villena + innovación**

**Introducción:  
¿Por qué la necesidad  
de una estrategia  
territorial participada?**





En el contexto de cambios actual, los territorios tienen que plantear nuevas estrategias e instrumentos de reflexión, proposición y acción, tomando como referencia los recursos del territorio y como herramientas el conocimiento, la creatividad y la innovación. Como diría Richard Florida, citando a Jane Jacobs, Ulrich Bech y Samir Amin, "el futuro será lo que queramos que sea". Es importante el papel que tiene en estos procesos la **inteligencia territorial** frente a la localización tradicional de inversiones pasivas, la **gobernanza** frente a los gobiernos tradicionales, el **proyecto** frente al folleto, la **participación proactiva y participada** de la ciudadanía frente a la asistencia y presencia pasiva de los ciudadanos. No se vive sólo del diagnóstico de las potencialidades y recursos que tienen los territorios, sino del conocimiento y análisis de las capacidades que estos tienen de *ponerlos en marcha* a través de acciones planificadas que determinen una **hoja de ruta** o **agenda**, para posicionarse y ser más **competitivos** en el contexto global. Y todo ello sin menoscabo de aspectos como la democracia participativa, la calidad de vida, la revalorización cultural e identitaria, la preservación y fomento de lo ambiental y sostenible, la potenciación y diversificación de la economía, la mejora de servicios y equipamientos, etc.

En este contexto de cambio se plantea la *Estrategia Territorial de Villena+i* (ETV+i), en el marco del *Decreto 1/2011, de 13 de enero del Consell*, en el que se dio luz verde a la *Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana*, donde se insta a las administraciones locales, a realizar planes de acción, al objeto de establecer objetivos, metas, principios y directrices para la ordenación del territorio de la Comunitat Valenciana. Todo ello, ajustándose al contexto de cada localidad y favoreciendo la participación ciudadana, aplicando instrumentos innovadores de carácter socioeconómico, ambiental, cultural y político.

El eje del Vinalopó es un territorio de fuerte tradición industrial, con una gran capacidad empresarial para desarrollar innovaciones y adaptarlas a los productos y procesos que se producen en la zona. Esta base industrial es estratégica para la provincia y la Comunitat Valenciana, por lo que debe ser potenciada mediante la incorporación de valor añadido e innovación a sectores característicos de la zona como el calzado, la piedra natural o los materiales de construcción.

Fuente: Generalitat Valenciana. Dirección General de Territorio y Paisaje (2011). *Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana: Áreas funcionales*. Valencia: Autor.

La *Estrategia Territorial de Villena+i* es un documento de diagnóstico participado, en el que en una segunda fase, pretendía definir las líneas básicas que guiarían las futuras políticas territoriales, estratégicas y de futuro del municipio. En este sentido, el desarrollo del diagnóstico, pero sobre todo del futuro instrumento de participación ciudadana en el marco de la gobernanza local (grupo promotor del futuro Foro Económico y Social de la ciudad), han provocado que la segunda fase, no se llegara a desarrollar. Esta última comprendía dos líneas estratégicas fundamentales:

### 1. Propuesta de una marca territorial (*place branding*)

Ser reconocidos de forma integrada con los valores y recursos endógenos. Con todo lo que tenemos, como podemos singularizarnos.

### 2. Valorización de la infraestructura verde y consolidación de un anillo periurbano multifunción

Villena cuenta con el segundo término municipal más extenso de la provincia de Alicante. Ello dota al municipio de valores naturales del medio rural con muchas posibilidades de aprovechamiento integral y de gestión racional de los recursos. En este sentido se plantea un catálogo de unidades paisajísticas y su posible aprovechamiento (social y ambiental), valoración de posibles equipamientos e infraestructuras para "sacar partido" a los recursos del término municipal a nivel de interpretación de espacios naturales, revalorización de las actividades y productos agrarios, un inventario de utilidades del medio rural, potenciación de las actividades turísticas, etc.

Al final, el conjunto de elementos que han conformado la ETV+i, en su elaboración desde abril de 2012 hasta enero de 2014, ha sido, no sólo un diagnóstico participado, sino también un instrumento de trabajo flexible e inductivo, y por tanto, sometido a la dinámica social, económica, ambiental y cultural del municipio, que permitiera plantear análisis, escenarios de encuentro, debates y propuestas, al objeto de favorecer una acción de gobierno programática y sistemática (planificada) a partir de un proceso previo de reflexión y análisis participado. En este sentido, se ha intentado trascender el proyecto y favorecer el proceso, que permita articular un protocolo de actuación de objetivos y acciones, a través del grupo promotor del **Foro Económico y Social**, que ha permitido a toda la ciudadanía someterlo a una

evaluación y seguimiento para definir las líneas básicas que guiarán la gestión socioeconómica en el municipio bajo un enfoque integrado.

En definitiva el concepto de **desarrollo territorial integrado**, debía cumplir las siguientes condiciones:

- a. Un concepto desde el diagnóstico y la reflexión (ETV+i) pero para la acción (FES)
- b. Un concepto basado en los actores del territorio (políticos, empresarios, asociaciones, sindicatos, colectivos diversos y ciudadanos en general). Todos tienen cabida
- c. Favorecer un proceso (a medio y largo plazo), a través de un procedimiento participado, para superar un mero proyecto (corto plazo)



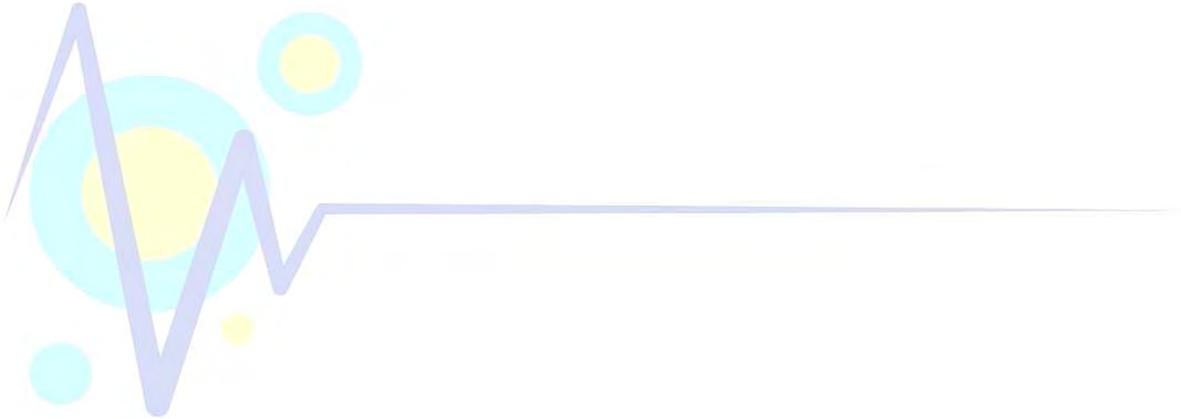
Las cuatro dimensiones del desarrollo territorial

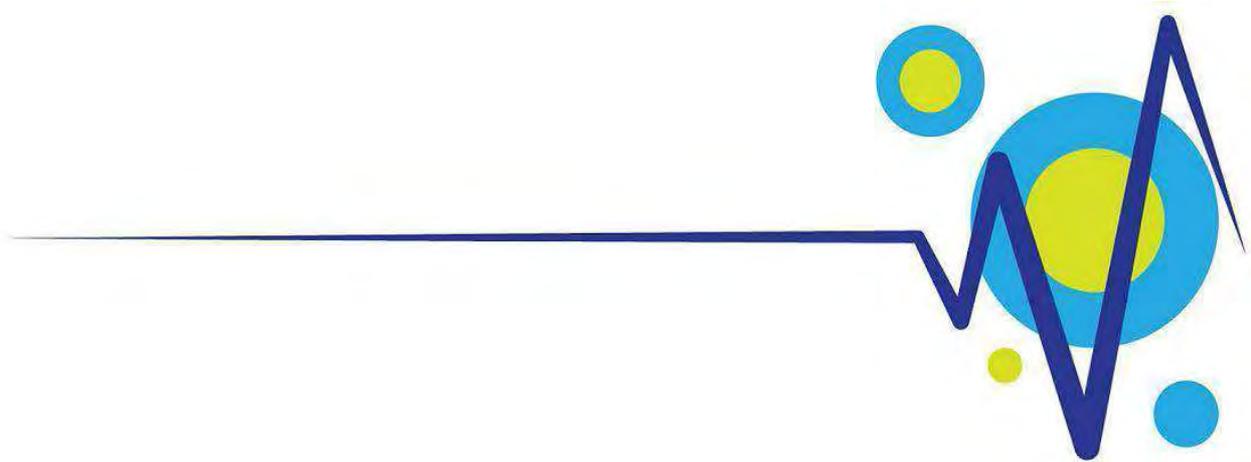


**Estrategia Territorial  
Villena + innovación**



**Diagnóstico  
participativo**





## PLANTEAMIENTO

En abril de 2012 comenzó la ETV+i, un proyecto financiado por el Ayuntamiento de Villena y coordinado desde el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante. Pronto nos dimos cuenta de que no tenía que ser un diagnóstico al uso ni un estudio descriptivo más, como ha ocurrido en otros casos. La inflación de planes estratégicos desarrollados en la provincia de Alicante obligó a finales de ese mismo año a celebrar una reunión para optimizar las iniciativas impulsadas a instancias de distintos organismos: Universidad de Alicante, Cámara de Comercio, COEPA y Diputación provincial, entre otros. El exceso de documentos estratégicos había provocado una notable parálisis en las acciones propuestas<sup>1</sup>. Tampoco había ayudado la aparente desconexión con las realidades del territorio, la ausencia de protagonismo de la ciudadanía, los elevados costes de algunos proyectos presentados y el interés partidista de ayuntamientos y demás instituciones. En este escenario aparecieron sendos planes estratégicos en los municipios de Elche (2011)<sup>2</sup> y Alicante (2012)<sup>3</sup> que no han contribuido a considerar la planificación estratégica como un instrumento eficaz y eficiente, útil y no solo utilitarista. De hecho, la percepción general es que muchos de estos documentos han servido para realizar un diagnóstico descriptivo, sin proposiciones coherentes ni acciones proactivas ni una verdadera participación pública y ciudadana.

La ETV+i incluye entre sus objetivos conciliar algunas de las directrices de la *Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana*, y sus previsiones para las comarcas del Vinalopó, con los planteamientos derivados del ámbito local villenense. También ha contemplado fomentar, a partir de las futuras proposiciones, un territorio más competitivo en lo económico, más respetuoso en lo ambiental y más cohesionado e integrador en lo social, generando por tanto un valor añadido. No hay que olvidar que Villena es el segundo término municipal más grande de la provincia de Alicante (345 Km<sup>2</sup>), y que junto a un sistema productivo basado tradicionalmente en la fabricación de calzado, también la agricultura y, sobre todo, los servicios, juegan un papel de notable relevancia en la economía local<sup>4</sup>.

A lo largo de este más de año y medio, los análisis, diagnósticos, talleres, jornadas, coloquios y asambleas ciudadanas que ha llevado a cabo el equipo de la ETV+i se han inspirado en los siguientes objetivos:

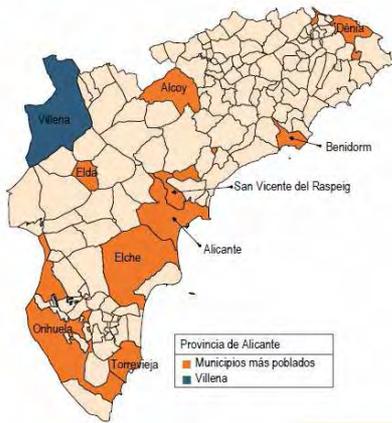
---

<sup>1</sup> *Diario Información* (10/11/2012). "Los expertos apuestan por revisar los planes estratégicos para reactivar la provincia".

<sup>2</sup> Fundación Metròpoli (2011). *Elche. Proyecto Ciudad*. Elche: Ajuntament d'Elx.

<sup>3</sup> Deloitte (2012). *Impulsa Alicante. Diagnóstico competitivo y grado de desarrollo de la ciudad de Alicante*. Alicante: Ayuntamiento de Alicante.

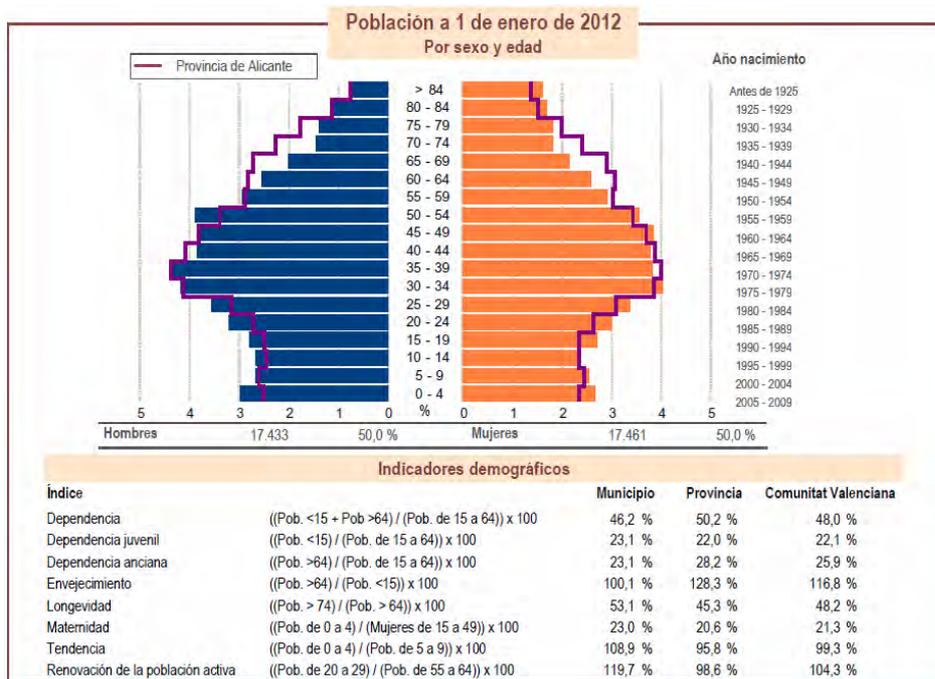
<sup>4</sup> En el anuario municipal de Caja España de 2012, los datos relativos a la distribución por ocupación en Villena en 2012 son los siguientes: agricultura, 6'5%, industria 28'7%; construcciones 12'1%; servicios 52'7%.



Municipio	Villena
Código INE	03140
Provincia	Alicante
Comarca	L'Alt Vinalopó / Alto Vinalopó

Territorio y medio ambiente	
Distancia a la capital de provincia (Km)	59
Altitud (m)	505
Superficie (Km²)	345,4
Densidad de población (hab/Km²) - 2012	101,0
Municipio costero	No
Banderas azules playas - 2013	-
Banderas azules puertos deportivos - 2013	-

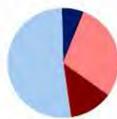
## Características del territorio



## Estructura demográfica

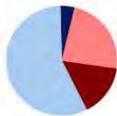
### TRABAJADORES POR SECTOR DE ACTIVIDAD

			%
Agricultura	839	6,5	
Industria	3.678	28,7	
Construcción	1.548	12,1	
Servicios	6.753	52,7	
No Consta	0	0	
<b>Total</b>	<b>12.818</b>	<b>100</b>	
- Autónomos	2.381		
- Por cuenta ajena	10.437		



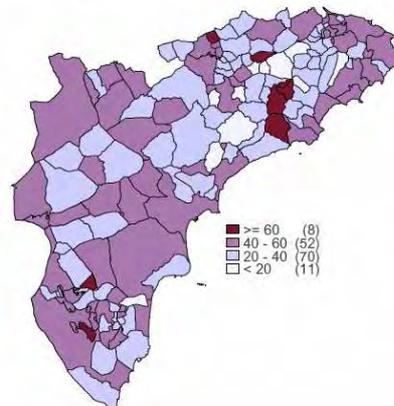
### EMPRESAS POR SECTOR DE ACTIVIDAD

			%
Agricultura	61	4,2	
Industria	339	23,4	
Construcción	213	14,7	
Servicios	833	57,6	
No Consta	0	0	
<b>Total</b>	<b>1.446</b>	<b>100</b>	



### Número de empresas por 1.000 habitantes

diciembre 2007



## Estructura productiva

Fuente: Instituto Valenciano de Estadística y Cajaspaña.

**Detectar, identificar y diagnosticar** las necesidades reales y potenciales del municipio, agrupándolas por áreas de gestión: economía y empleo, turismo y patrimonio, medio ambiente y agricultura, urbanismo e infraestructuras, gobernanza y ciudadanía, etc.

**Sistematizar** la documentación recopilada y aportada por las entidades públicas y privadas para establecer un informe final que contenga propuestas de actuación con criterios de eficiencia y eficacia (con posterior desarrollo en planes generales y especiales a nivel municipal).

**Propiciar** la reflexión colectiva y compartida en torno al modelo territorial y a la acción de gobierno, implicando a la ciudadanía, los sectores privados y los poderes públicos locales en todo el proceso.

La identificación de oportunidades de innovación en el marco local requiere el planteamiento de un proceso de indagación específico, basado en el análisis de múltiples fuentes de información primarias y secundarias, que precisa el uso combinado de diversas técnicas de investigación social, entre las que adquieren creciente relevancia las de carácter cualitativo, además de los cuantitativos. Entre las claves de dicho proceso se precisa contar con una adecuada participación de los actores que mejor conocen la realidad local, de modo que puedan orientar la investigación sobre los aspectos críticos que deben ser considerados en el trabajo técnico, lo que, además, puede repercutir en el establecimiento de nuevas alianzas para el trabajo colaborativo y la constitución de redes que deriven en el fomento y la difusión de la innovación. Asimismo adquiere cada vez mayor trascendencia considerar, conjuntamente y con perspectiva territorial, las dimensiones socio-cultural y político-institucional, junto a los aspectos económico-empresariales y tecnológicos.

El ciudadano, en el marco de un interés colectivo, es el principio y el fin de toda la actividad Administrativa y, por ello, su figura posee una doble vertiente. En primer lugar, debe de ser considerado destinatario de dichos servicios. Por otra parte, es un individuo con obligaciones dentro de la sociedad, entre las que se encuentra no sólo su contribución a la financiación de la Administración Pública, sino también su participación en el diseño de las políticas, interviniendo en la elección de los representantes políticos de los gobiernos de las Administraciones, y en la definición, diseño y desarrollo de dichas políticas públicas, a través de diferentes cauces de participación.

Se trata de apoyar activamente los procesos de apropiación popular del territorio, no limitándose a los sujetos populares con organizaciones consolidadas (sindicatos, asociaciones de vecinos, entidades culturales, cooperativas...) sino haciendo posible también la participación, en ese diagnóstico, de los colectivos informales y de los ciudadanos que estaban atomizados hasta ese momento. Hay que ir a buscar a la gente donde está y promocionar la emergencia de nuevos sujetos sociales. La política de acción social y cultural ha de contribuir a la apropiación colectiva del medio local y la socialización del espacio. Hay que establecer discursos heterogéneos adaptados a las realidades del público objetivo, ya que en ocasiones, los contenidos y vocabulario del discurso, pueden no ser entendidos en su totalidad. Así, en materia de la promoción de un diagnóstico participativo, habría que diferenciar los destinatarios del mensaje final, porque no es lo mismo hablar para colectivos de amas de casa, jubilados, jóvenes universitarios o empresarios. De esta forma, se ha intentado implicar al mayor número de personas, adaptando el mensaje a su contexto y perfil sociodemográfico y profesional.

**METODOLOGÍA**  
Innovadora y experimental *ad hoc*

**Participativa y participada**

La ciudadanía asume un papel activo en el doble proceso de obtención de datos (talleres/entrevistas/reuniones) y en la determinación de prioridades-necesidades (asambleas) para generar una mayor implicación en el desarrollo de la ETV+i. No se establece un diagnóstico ajeno a la población, sino que se cuenta con ella

**Ascendente (*bottom up*)**

Se trabaja de abajo hacia arriba para que las decisiones puedan ser aplicables desde las bases. Facilita el consenso social, la identificación ciudadana con la ETV+i y la aceptación de las medidas a adoptar

**Transparente**

Se le da visibilidad a todas las acciones y se informa puntualmente de los avances a través de diferentes cauces. Además, se facilita el seguimiento y la interacción por parte de la población (blog, correo electrónico, foros)

**Transversal (áreas y procedimientos)**

La estrategia posee una visión global a partir de la suma de diferentes ámbitos de gestión municipal. Asimismo, establece relaciones con distintos sectores sociales (ciudadanos e institucionales) y aprovecha diversas herramientas metodológicas

**Flexible**

No se trata de un método cerrado y fijo, sino que tiene capacidad de adaptación para transformarse y dar respuesta a las novedades que van surgiendo, incorporando de un modo sistemático todos los elementos que puedan ser útiles y enriquecedores

Facilitando la integración del mayor número posible de actores y entidades se posibilita un mayor sentimiento de pertenencia local y el discurso tiene una mayor capacidad para crear un proyecto colectivo que, además de cohesionar a la comunidad en torno a unos objetivos propios, sea capaz de proyectarla con la finalidad de buscar las culturas, mercados y capitales necesarios para su desarrollo presente y futuro.

En este sentido la **participación pública** se entiende como el procedimiento que permite a una sociedad incidir y formar parte en la toma de decisiones sobre políticas que le conciernen (medio ambiente, servicios, cultura, sanidad, inmigración, etc.). Desde las administraciones públicas, y sobre todo desde el nivel local, ello implica tres importantes cambios: incidir en los contenidos y prioridades, variar las formas de adoptar las políticas públicas y cambiar las formas en la aplicación de las mismas. En efecto, la búsqueda de la calidad de vida de los ciudadanos, a través de una gobernanza responsable y comprometida, que vaya al encuentro de un desarrollo participado y sostenible (en lo ambiental y cultural), exige una obligada revisión de las políticas y mecanismos actuales, así como la aplicación de sólidos principios en los que basar actuaciones que mejoren el acceso no sólo a la información, sino en todo el proceso que lleva a la toma de decisiones de forma conjunta, obligando a buscar canales adecuados para que las demandas de los ciudadanos se puedan hacer efectivas. En caso contrario, la participación se convierte en la "práctica del mucho decir y del poco decidir y hacer". Por ello, y de manera genérica se trataría de:

1. Identificar las oportunidades en las escalas provincial, comarcal y municipal para el desarrollo de proyectos innovadores en el ámbito del empleo y el desarrollo local
2. Reconocer medios, entornos o territorios innovadores o favorables a la generación y difusión de la innovación
3. Identificar buenas prácticas por sectores y de forma integrada
4. Difundir y/o fortalecer el concepto de innovación territorial
5. Definir, aplicar y desarrollar una metodología de trabajo para la identificación de oportunidades de innovación, talentos y líderes en el marco local, todo ello a través de la participación ciudadana
6. Informar y sensibilizar sobre la necesidad e importancia de una participación proactiva

Analizar lo que ya tenemos y lo que se ha hecho hasta la fecha

Establecer un sistema de indicadores para identificar un territorio innovador (polígonos de desarrollo)

Informar y hacer partícipe a la ciudadanía (asambleas, convocatorias y notas de prensa)

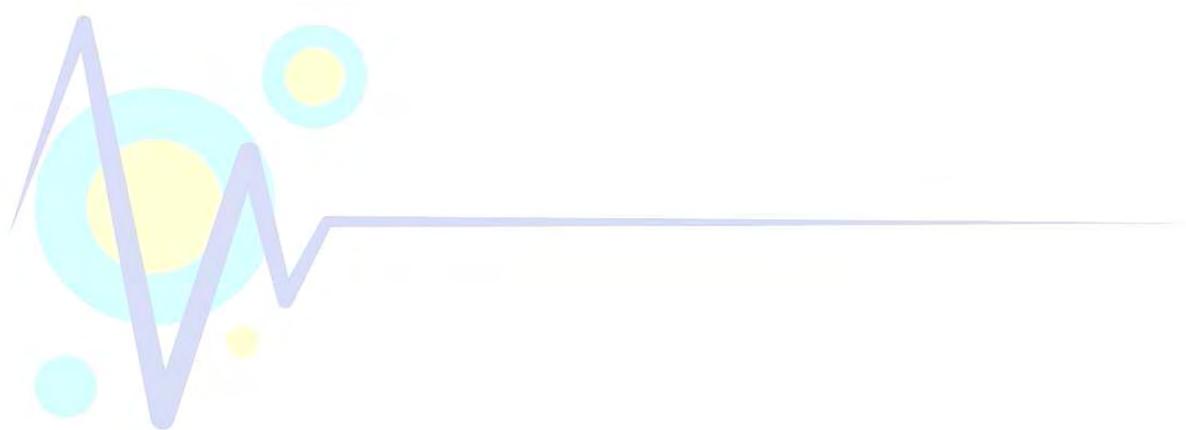
Plantear una estrategia de comunicación y de difusión de la información

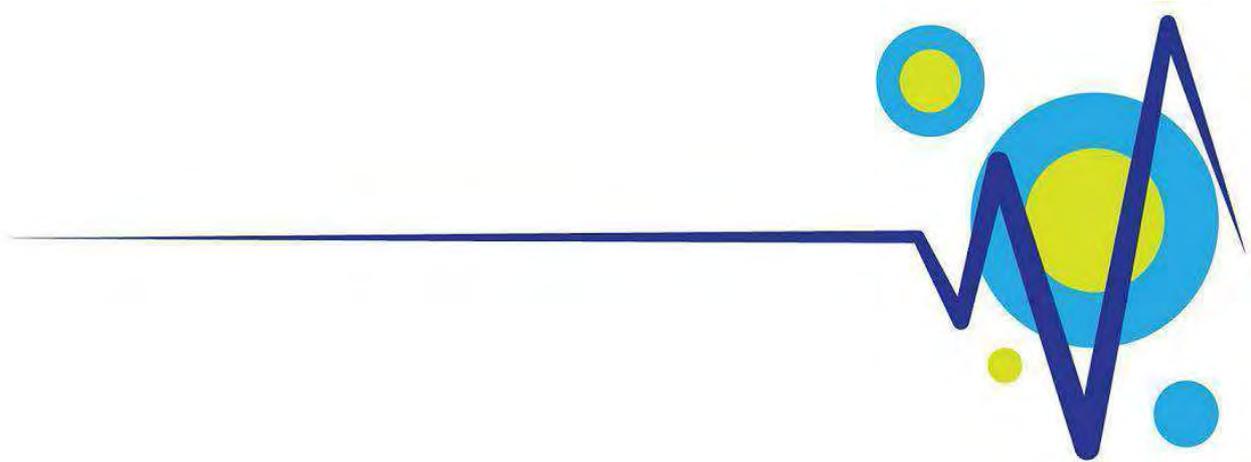
Desarrollo de dinámicas de participación ciudadana: talleres, *focus groups* y grupo de promoción del Foro Económico y Social

Acciones concretas en el marco de la ETV+i

**Estrategia Territorial  
Villena + innovación**

**¿Qué se ha hecho?  
¿Cómo se ha hecho?**



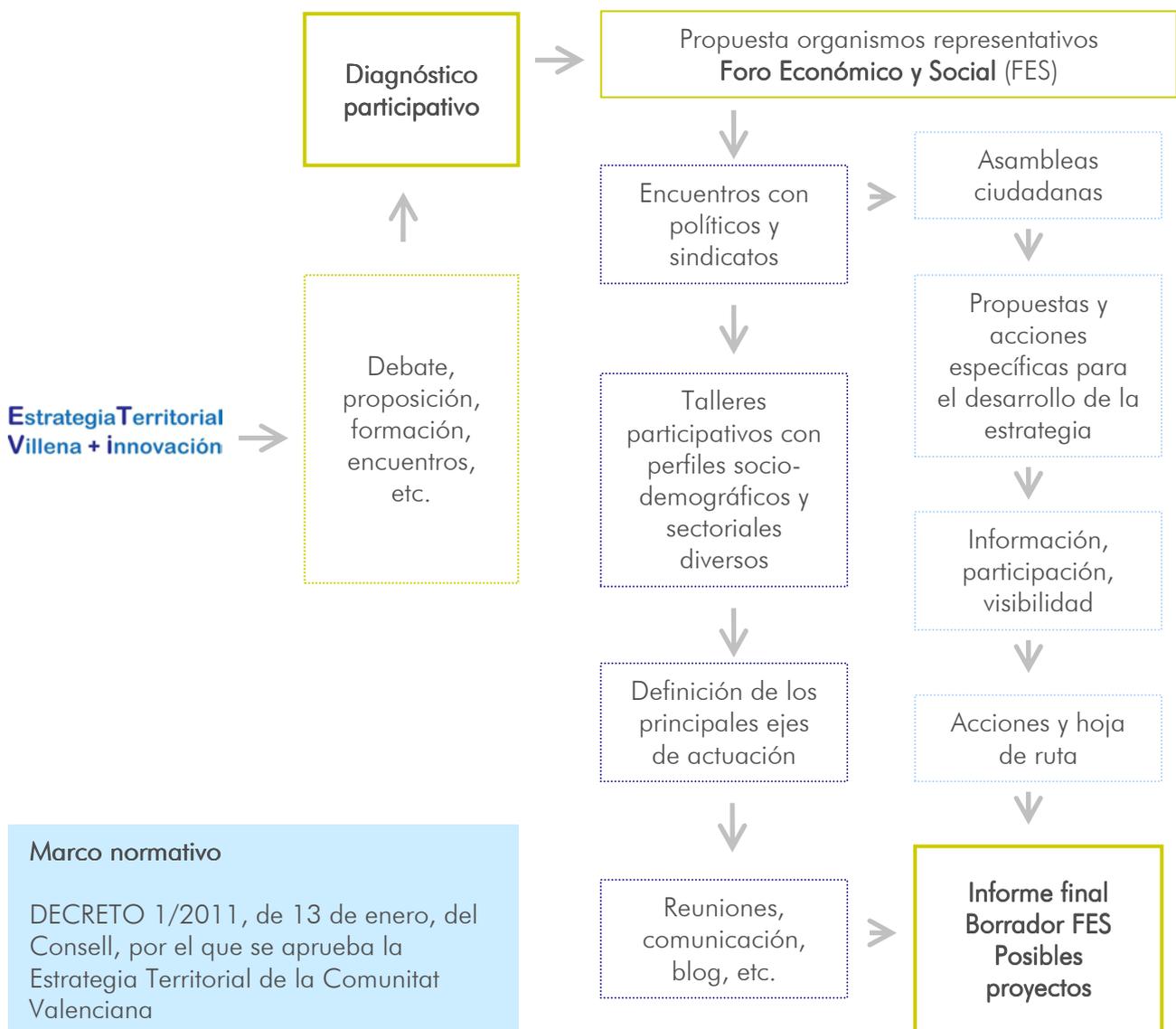


**SECUENCIA Y METODOLOGÍA DE LAS ACCIONES REALIZADAS AD HOC**

La intervención de la ciudadanía en el proceso de elaboración de la Estrategia Territorial de Villena se materializó mediante la participación en una serie de talleres públicos, basados en una metodología ágil, innovadora, fácil de aplicar y adaptada a las necesidades territoriales y sociales de Villena.

La metodología aplicada ha sido *ad hoc*, con un marcado carácter innovador, flexible y experimental.

**Proceso continuo de gestión, coordinación, participación y comunicación**



**Esquema y fases de trabajo de la ETV+i (2012-2013)**

En primer lugar se ha efectuado una recopilación y una síntesis analítica de los proyectos realizados desde los años 80 hasta ahora, estableciendo un catálogo documental (panel de experiencias) que pudiera ser útil en el diagnóstico previo. Destacan los planes estratégicos locales y provinciales, además del análisis de la documentación aportada por algunas personas que intervinieron en tres iniciativas de implantación de estructuras similares a los consejos económicos y sociales de la ciudad desde 1984. También se ha tenido en cuenta el *Plan Especial del Casco Histórico de Villena*, el *Plan Revita* y el *Plan Especial de la Huerta*. A su vez se han analizado otros proyectos sectoriales, como el *Proyecto de Integración del Ferrocarril*, el estudio de la estación AV de Villena y el *Plan de Dinamización de Producto Turístico*.

Para sistematizar la información obtenida se ha confeccionado una ficha de análisis con estos apartados: motivación (por qué), objetivos (para qué), metodología (cómo se hace), contenidos (qué es lo que se ha hecho hasta ahora), resultados (qué es lo que se ha conseguido) y conclusiones (valoraciones).

La intención ha sido tener una idea global del municipio, más allá de las meras cifras estadísticas y socioeconómicas que suelen utilizar habitualmente las consultoras foráneas en sus planificaciones estratégicas convencionales. En ellas se detecta un desconocimiento de las circunstancias reales de los municipios objeto de evaluación.

En segundo lugar se aplica un sistema de indicadores que debe medir la capacidad de innovación de las empresas, la calidad de vida de los ciudadanos, el grado de pertenencia a un lugar, el papel de la identidad cultural, las infraestructuras verdes, los niveles de participación pública en la sociedad, etc. De este modo se identifican y definen las oportunidades de innovación territorial de Villena para reforzar desde el punto de vista cuantitativo los aspectos cualitativos extraídos en los talleres participativos y las asambleas ciudadanas. En efecto, la ciudadanía también ha asumido de forma voluntaria un papel activo por medio de convocatorias abiertas y sectoriales a las que han acudido personas y colectivos de todo tipo.

En este sentido, no se plantea un diagnóstico ajeno a la población, sino implementar un instrumento que dote al proyecto de continuidad a través de la constitución de un Foro Económico y Social de Villena (FES). En febrero de 2013, coincidiendo con la cuarta asamblea ciudadana celebrada en el Gabinete de Desarrollo Económico, un grupo de 11 vecinos y vecinas de Villena se postularon voluntariamente para preparar el borrador de reglamento del nuevo organismo ciudadano a lo largo de seis meses. La concepción participativa y participada (*bottom up*) de la

ETV+i facilita una visión transversal y global de la gestión municipal. Asimismo establece relaciones con distintos sectores sociales (ciudadanos e institucionales) y aprovecha diversas herramientas metodológicas.

La intervención de la ciudadanía en el proceso de elaboración de la Estrategia Territorial de Villena se ha materializado en una serie de talleres participativos con una metodología ágil, innovadora, fácil de aplicar y adaptada a las necesidades del territorio:

### Encuestas abiertas y cerradas

Esta técnica ha permitido producir y organizar con bastante rapidez un conjunto amplio de ideas sobre diversas temáticas (urbanismo, entidades sociales, economía, equipamientos, prospectiva de ciudad). La dinámica se ha dividido en tres partes. En un primer momento se distribuía a los participantes en grupos. A continuación debatían sobre el asunto expuesto. Por último, el moderador general exponía en un panel a todos los asistentes las conclusiones de cada grupo acerca de los aspectos positivos o negativos y las propuestas de cambio o nuevas propuestas.

<b>Universo de estudio</b>	Jóvenes, técnicos municipales, asociaciones (socio-sanitarias, festeras, culturales, vecinales, etc.), tejido socioeconómico (empresas, sindicatos, cooperativa, etc.), partidos políticos y jubilados
<b>Ámbito geográfico</b>	Villena
<b>Elemento de análisis</b>	Grupos de trabajo 4-5 personas
<b>Tamaño muestral</b>	65 grupos de trabajo 315 personas
<b>Información recogida</b>	Opiniones sobre la función del municipio en la comarca, elementos objeto de atención especial y acciones necesarias para el municipio
<b>Trabajo de campo</b>	Mayo y octubre de 2012

Ficha técnica de los talleres

### *Focus group*

Ha servido para fomentar el diálogo en pequeños grupos sobre un tema específico. Generalmente esta dinámica se ha realizado con colectivos que *a priori* conocían de primera

mano el tema que se iba a debatir, bien porque eran miembros de una asociación vinculada con el asunto o bien porque trabajaban en su día a día esas cuestiones. Ello ha fomentado una fuerte interacción entre todos los miembros, produciendo un efecto sinérgico que desencadena un aluvión de respuestas y una lluvia de ideas entre todos los presentes.

### ***Elevator pitch***

Se trata de plantear, en menos de un minuto, las principales ideas que se les ocurrían a los participantes en relación con la pregunta realizada. La dinámica del taller de participación ha seguido este patrón. En primer lugar cada participante exponía al resto de asistentes su visión del municipio, teniendo en cuenta el pasado, el presente y la idea de ciudad que querían para el futuro. Luego se dividían en tres grupos de cuatro participantes compuestos por representantes de un partido político o de un colectivo asociativo distinto. Cada grupo plasmaba de manera consensuada y en una ficha aquellos aspectos claves para el desarrollo social, territorial y económico de Villena. Finalmente el portavoz de cada grupo exponía al resto de asistentes las ideas reflejadas.

### **Mapas mentales y de percepción**

Los mapas mentales son un método muy eficaz para extraer información de manera sintética. Se trata de un método lógico y creativo para expresar ideas que consiste, literalmente, en cartografiar las reflexiones sobre un tema. En este caso se han utilizado en los talleres realizados con los jóvenes estudiantes de bachillerato, que han podido ilustrar su percepción de los principales elementos del municipio a través de símbolos, palabras e imágenes.

Desde junio de 2012, se incorporaron dinámicas de participación ciudadana coordinadas por el profesor de la Universidad de La Laguna, Vicente Zapata. La intención era doble. Por una parte, informar a la ciudadanía de lo que se estaba haciendo en el marco de la ETV+i y avanzar alguno de los resultados. Por otra parte, se hacía necesario recabar información sobre los aspectos y preocupaciones más notables que la ciudadanía tenía en relación a un proyecto futuro de municipio.

La **comunicación** ha cumplido **cinco funciones esenciales**: garantizar la transparencia de todo el proceso, informar y dar a conocer las acciones llevadas a cabo, concienciar a través de la explicación, incitar a la reflexión y, finalmente, lograr el compromiso de la población motivándola a participar en una iniciativa fundamental para consolidar la convivencia y la planificación futura del municipio. Se han convocado

6 ruedas de prensa y se han difundido 26 notas de prensa en los medios locales y comarcales<sup>1</sup> (dos diarios en versión impresa y digital, dos emisoras de radio y una televisión comarcal), además de otros medios provinciales. Asimismo se ha creado un blog de la ETV+i en el que se han recogido todas las informaciones, actuando como cauce de interacción con los destinatarios. Y se han utilizado las redes sociales y el correo electrónico, con más de 250 direcciones, para convocar a la ciudadanía a cada taller y asamblea.



Blog de la ETV+i

<http://www.etvi.villena.es/>

## CONTENIDOS DE LA ETV+i

La Estrategia Territorial de Villena pretende ser un instrumento flexible e inductivo y, por tanto, sometido a la dinámica social, económica, ambiental y cultural del municipio que permita una acción de gobierno programática y sistemática (planificada) a partir de un proceso previo de reflexión compartido y análisis participado. Ello puede ayudar a establecer un protocolo de actuación de objetivos y acciones, facilitando a toda la ciudadanía someterlo a una evaluación y seguimiento para definir las líneas básicas que guiarán la gestión socioeconómica en el municipio bajo un enfoque integrado.

<sup>1</sup> Por ejemplo, en *El Periódico de Villena* se han contabilizado 13.593 entradas a las noticias referidas a la ETV+i y al FES, con una media de 536 visitas por publicación.

En este sentido la ETV+i se estructura en áreas temáticas para el estudio y análisis propositivo, participativo y aplicado, a lo largo de 2012 y 2013, apoyándonos en la transparencia y la comunicación.

Entre los talleres realizados a jóvenes, tejido asociativo, sectores socioeconómicos y técnicos municipales, destaca el papel que el municipio puede ocupar en la comarca del Alto y Medio Vinalopó. En cuanto a los elementos a conservar y reforzar, los elegidos en primera opción son el centro histórico, los polígonos industriales, los espacios naturales y el turismo, como una actividad que se debe posicionar mejor que lo está en la actualidad. Y entre las acciones necesarias, en primera instancia, destacan las de tipo instrumental, vinculadas a la ordenación del territorio (como los planes de ordenación urbana y las de preservación y gestión de los recursos naturales) y las de tipo socioeconómico, como las del fomento de nuevos yacimientos de empleo, apoyo al emprendedor y reactivación del empleo.



Función que puede cumplir el municipio de Villena en el contexto de las comarcas del Vinalopó

En la cuarta asamblea ciudadana celebrada en el marco de la ETV+i, se estableció crear un Foro Económico y Social como órgano autónomo, consultivo, propositivo y representativo de todos los ciudadanos de Villena. Para ello se eligió al grupo gestor del futuro foro. En las anteriores reuniones de trabajo, realizadas desde junio de 2012 hasta febrero de 2013, se había evidenciado la necesidad de este órgano

**LA FUNCIÓN DEL FORO ECONÓMICO Y SOCIAL**

municipal. Las diferentes convocatorias abiertas, no sólo representativas, se realizaron a través de *mailing*, acudiendo una media de 60 vecinos y vecinas en cada una de ellas. En la asamblea del 3 de octubre se asistieron más de un centenar de ciudadanos y ciudadanas de Villena. En las asambleas preliminares a la asamblea de febrero de 2013, se detectó la conveniencia de cambiar las cosas, poniéndose de manifiesto el sentimiento ciudadano de que ninguno sobraba en este proceso. Así, bajo la tutela y acompañamiento del profesor Vicente Zapata, de la Universidad de la Laguna, se empezaron a definir los atributos del futuro Foro Económico y Social del municipio, los pasos a seguir en este proceso ciudadano, su utilidad y finalidad. Algunos términos que resumen las propuestas presentadas son: voluntario, transparente, abierto, actitud positiva, acuerdos, coherencia, conciliación, confianza, constancia, diálogo, esperanza, generosidad, utilidad, voluntad, integración...



Asamblea ciudadana  
del 5 de febrero de  
2013

En una de las sesiones, distribuidos por grupos, la ciudadanía debatió, reflexionó, propuso y respondió a seis preguntas, compartiendo las conclusiones con el resto de asistentes a través de sus portavoces.

A la primera pregunta de "¿a qué necesidad responde una estructura orgánica ciudadana?", la contestación fue que respondía a una cierta insatisfacción general que animaba a cambiar las formas de participar en el proceso de desarrollo municipal mediante el impulso de estrategias colaborativas e integradoras. En la segunda, "¿qué ventajas reportará?", se afirmó que reportará un cauce de diálogo y acción conjunta que

permitirá construir un municipio que responda a un modelo compartido. La tercera, "¿qué dificultades encontraremos?", se aludió a que habría que salvar la desconfianza, superar los intereses particulares y gestionar la frustración e impaciencia que provocan las experiencias previas.

La cuarta, "¿qué hemos aprendido de los antecedentes?", arrojó la idea de que se dispone de capital humano e iniciativa para construir nuevos procesos en los que el liderazgo compartido y la constancia aseguren la continuidad que son imprescindibles y necesarias. La quinta, "¿quién/qué entidad no debe faltar?", obtuvo la respuesta de que debe participar toda aquella persona y colectivo que desee aportar su punto de vista y su colaboración para mejorar de forma constructiva la realidad municipal, haciendo sostenible el proceso. Y a la última, "¿cómo iniciamos el proceso?", se contestó que dialogando y consensuando objetivos, procedimiento y calendario de trabajo que haga avanzar un proceso ya iniciado en el que deben seguir integrándose actores todavía ausentes.

En la asamblea de febrero de 2013 se constituyó un grupo de trabajo para redactar una propuesta de reglamento, que sería debatida y consensuada con posterioridad, recogiendo los contenidos, funciones, componentes y directrices generales del Foro Económico y Social de Villena. Previamente se habían definido las pautas y el mecanismo de elección de los candidatos que integrarían este grupo gestor. Tenían que ser entre 8 y 12 personas, con equilibrio entre géneros, que reflejara la diversidad socio-profesional del municipio y que, en definitiva, estuvieran dispuestos a trabajar por el bien común de la ciudadanía mediante reuniones periódicas. En este caso, se fueron postulando voluntarios y voluntarias que defendieron su candidatura ante la asamblea ciudadana que los fue ratificando (este apartado está más desarrollado en el epígrafe que habla del Foro Económico y Social).



El 3 de octubre de 2013 se presentó en público la declaración de intenciones elaborada por el grupo gestor del Foro Económico y Social de Villena

Desde febrero hasta octubre, este grupo de ciudadanos trabaja de forma voluntaria y muy eficazmente por su municipio. Son 11 ciudadanos y ciudadanas procedentes de sectores socioeconómicos dispares (jubilados, empresarios, autónomos, parados, funcionarios, trabajadores por cuenta ajena), de ideologías diferentes, de segmentos de edad muy diversos, pero con la misma motivación de contribuir a mejorar su ciudad<sup>2</sup>. Durante todas las sesiones (más de 26 reuniones de dos horas de duración cada una de ellas), llevadas a cabo de marzo a diciembre, se ha levantado acta de los acuerdos tomados con el fin de sistematizar y evaluar los avances. En los meses de julio y agosto se mantuvieron encuentros con todos los partidos políticos y sindicatos villenenses, así como con asociaciones juveniles. Han querido hacer partícipes a estos colectivos del proceso y de la importancia de que las bases que sustentan el futuro Foro Económico y Social de Villena sean lo más participadas posible, buscando el máximo consenso.

**Grupo gestor del Foro Económico y Social de Villena en una reunión de trabajo en la sede universitaria. Al fondo Vicente Zapata por videoconferencia**



<sup>2</sup> Estos ciudadanos y ciudadanas son: José Ferri Ruiz, empresario, directivo del polígono industrial de Bulilla y ex-presidente de comparsa festera; Fernando Quiles Amorós, autónomo y miembro de la Plataforma en Defensa del Entorno; Pepe Micó Serra, *coach* y creativo *freelance*; Virtu Tomás Gómez, educadora social del CRIS y de AFEPVI; Eugenio Menor Valdés, funcionario del ayuntamiento de Villena, director del Gabinete de Desarrollo Económico; Rosario Tomás Macià, directora del CRIS y AFEPVI; M<sup>o</sup> José Sauco Navarro, gerente de la Asociación de comerciantes de Villena; M<sup>o</sup> Ángeles García Vidal, técnico de la Asociación de comerciantes de Villena; Francisco Navarro Maestre, empresario, directivo del grupo BNI-Tesoro y presidente de comparsa; Antonio Pardo García, empresario jubilado y ex-presidente de comparsa; Rafael Cantó García, directiva de la Asociación de bioproductores y soberanía alimentaria.



fundamental la tutorización y el acompañamiento que ha desempeñado la Universidad de Alicante a través del filtro que supone la Sede Universitaria de Villena. El Departamento de Geografía Humana se ha encargado de realizar el diagnóstico participativo, ha articulado el equipo de trabajo y ha posibilitado una metodología flexible y propia. Para reforzar las acciones de comunicación, formación y la metodología participativa, se desarrollaron a finales del mes de abril de 2013 unas jornadas sobre la ETV+i con el título de *Junt@s hacemos Villena*. En ellas se contó con la presencia de un panel de expertos nacionales (de la Universidad de Alicante y otras instituciones académicas superiores, junto con profesionales de otras instancias), que trataron aspectos vinculados al diagnóstico: diversificación económica, fomento del talento, turismo, actividades productivas vinculadas a los aprovechamientos agrarios, infraestructuras y equipamientos, marca ciudad, etc. Por otra parte, también se establecieron talleres con el público asistente y los componentes del grupo gestor del FES, presentándose algunos de los avances del diagnóstico establecido en la ETV+i.



Recepción de los  
participantes en el *IX  
Coloquio Nacional de  
Desarrollo Local*

El *IX Coloquio Nacional de Desarrollo Local* organizado por el grupo de trabajo de la Asociación de Geógrafos Españoles (AGE), llevó a cabo en Villena su segunda ponencia con el título *Los procesos de innovación social mediante la participación ciudadana como estrategia para el desarrollo local*, a cargo del profesor Vicente Zapata. En la sesión participaron también los miembros del grupo de trabajo promotor del

FES, ante más de un centenar de asistentes venidos de universidades españolas y extranjeras (Reino Unido, Italia, Colombia, México).

En definitiva, la ETV+i ha tratado de favorecer un proceso genuino y diferente en la Comunidad Valenciana, que no sólo se quede en una fase de diagnóstico, sino que facilite un procedimiento que defina líneas estratégicas y acciones específicas, dando lugar a un proceso a medio y largo plazo. Todo ello acompañado y reforzado por el trabajo que ha comenzado el grupo promotor del Foro Económico y Social de Villena como un organismo consultivo y ciudadano. Todo ello acompañado por el trabajo voluntario de un grupo de ciudadanos que ha trabajado en la propuesta y sentar las bases de esta estructura orgánica a la medida y necesidades de Villena. Con el apoyo de la Universidad de Alicante, que lo ha tutelado, acompañado y reforzado con otras acciones, y con la complicidad de los políticos que han generado las condiciones necesarias, para no “manipular” el proceso.

## INSTRUMENTOS UTILIZADOS

### DIAGNÓSTICO-ANALÍTICOS

- Talleres sectoriales
- Entrevistas cualificadas
- Análisis documental (panel de iniciativas y proyectos del Ayuntamiento)

### DIVULGATIVO-(IN)FORMATIVOS

- Blog / notas de prensa
- Mailing* (convocatorias)
- Jornadas ETV+i “Junt@s hacemos Villena”
- IX Coloquio Nacional de Desarrollo Local (AGE)

### GESTIÓN-ORGÁNICOS

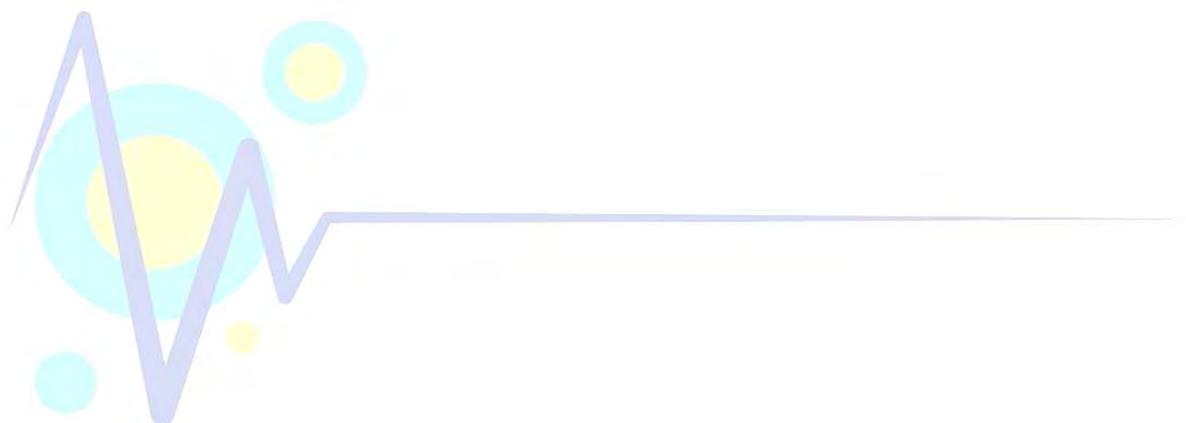
- Foro Económico y Social (FES) / grupo gestor

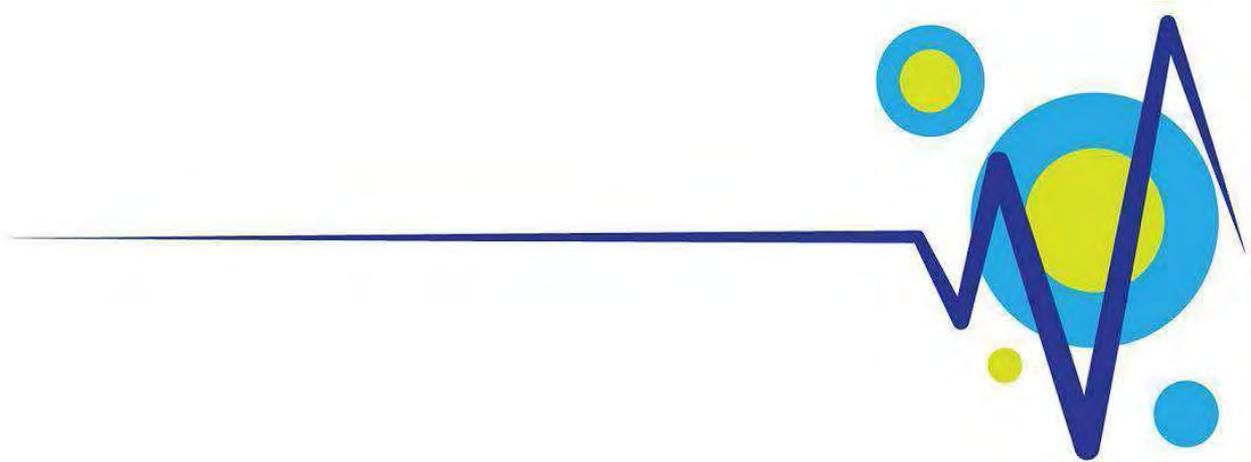
### PROPOSITIVOS

- Informe final

**Estrategia Territorial  
Villena + innovación**

## **Análisis de los antecedentes de planificación estratégica y proyectos municipales**





LOS ANTECEDENTES DEL  
FORO ECONÓMICO  
Y SOCIAL.  
DEL CES (1984) AL  
PLAN DE DESARROLLO  
COMARCAL (1993-94)

En las dos últimas décadas los ayuntamientos del Vinalopó, a través de sus agencias de desarrollo local, han coordinado y apoyado iniciativas que han contribuido al desarrollo innovador de los municipios, además de la atracción de recursos económicos para los mismos. Una manifestación de la preocupación política por el entorno económico y social se ha concentrado en la puesta en marcha de planes estratégicos, como el *Plan de desarrollo integral del Alto Vinalopó* y el *Plan estratégico para el desarrollo del eje económico del Vinalopó*, que afectaba a las comarcas del Alto y Medio Vinalopó. Ambos planes fueron el resultado de la iniciativa política de los ayuntamientos del Valle del Vinalopó, ante los efectos de la crisis económica padecida y las dificultades de la actividad industrial en el proceso de reconversión experimentado durante los años 1990. En este sentido, también cabe destacar el primer *Plan Estratégico de Elche* (1998-2008) coordinado por *Futurelx*, uno de los primeros planes estratégicos integrales que se empezaron a desarrollar en la provincia de Alicante, y que sirvieron de modelo para otros municipios del Vinalopó, como Villena. Sus objetivos fueron dar "cabida a las actuaciones que en cada momento sean necesarias en función de las prioridades que se detecten". A partir de objetivos consensuados entre ciudadanos, entidades, empresarios e instituciones se desarrollaron estrategias que tendieron, tanto a crear las infraestructuras precisas para acoger los crecimientos deseables, como a crear un clima de optimismo que propició la máxima rentabilidad de las acciones derivadas de las inversiones realizadas en acciones combinadas de las iniciativas pública y privada<sup>1</sup>. Este proceso ha tenido continuidad en el segundo *Plan Estratégico de Elche*, presentado en noviembre de 2008 y que se desarrolló hasta el 2012. Los principales retos del plan fueron:

1. Hacer de Elche un destino turístico reconocido y reconocible por su calidad, innovación y sostenibilidad.
2. Posicionar a Elche en el mercado de turismo de congresos, reuniones e incentivos, y fortalecer el posicionamiento de la

---

<sup>1</sup> Según Antonio Martínez Gómez, director de Futurelx: "Una palabra clave del Plan Estratégico Futurelx va a ser *creemos*, en un doble sentido: crear la ciudad y creer en la ciudad. Las ciudades son espacios territoriales determinados, en los que las personas desarrollan una serie de actividades y se relacionan entre ellas a nivel social y económico. Los ciudadanos son los principales protagonistas de la ciudad. La ciudad se va creando a partir de decisiones y acciones que los ciudadanos van adoptando y ejecutando, directamente en el ámbito individual y/o indirectamente a través de las estructuras de representación colectiva (a nivel político, a nivel de asociaciones, entidades, etc.). (...) La participación activa implica la motivación de los ciudadanos, la generación de satisfacción vinculada a un sentimiento de *sentir* la ciudad, de *creer* en el proyecto, a través de su propia integración en el mismo. Futurelx será un motor para ilusionar a los ciudadanos, para crear una *gran ciudad* y creer en ella". Diario Información (2/8/1998).

ciudad en relación con el turismo cultural, el turismo de litoral, y el de naturaleza.

3. Desarrollar productos y ofertas basadas en los recursos con mayor potencialidad competitiva: cultura, gastronomía, congresos, naturaleza, actividades náutico-deportivas, el litoral.
4. Promover la mejora de la oferta turística de Elche.

También Villena y su comarca han tenido sus planes estratégicos, y sus órganos asociativos de gestión de los recursos municipales desde hace décadas. En este sentido Villena, en 1984, y ante una "situación económica cada vez más alterada, con grandes dificultades que ponen al ciudadano villenense, individual y colectivamente, frente a la dramática realidad de una ciudad progresivamente más desempleada; ante la generalizada falta de interés por soluciones útiles y adecuadas a estos y otros problemas, una asociación local para el desarrollo económico de Villena, creemos, ha de ser el medio que nos permitirá recorrer cuanto antes el camino que nos ha de conducir a una deseable situación industrial en nuestra ciudad. Los aspectos negativos de nuestra industria queremos sean lejanos recuerdos de un tiempo pasado". Con estas palabras se encabezaba el documento *Proyecto de constitución de la Asociación para el Desarrollo Económico de Villena, ADEVI*, en enero de 1984. Esta asociación se inspiraba en el convencimiento de que para alcanzar una sociedad mejor para todos, el fomento de la industria ha de adquirir un carácter relevante. De hecho, parte de su articulado estaba en la necesidad de equipamientos e inversiones en los sectores manufactureros de la población y en distintas comisiones de trabajo vinculadas a subsectores del calzado, la construcción, las lámparas, el textil, los productos hortofrutícolas, vinos, entre otros.

Sus objetivos se podrían resumir en un decálogo que sus promotores articularon de la siguiente forma:

1. Solicitar a la Administración, que Villena fuera declarada Zona de Urgente Reindustrialización, de acuerdo con el *Real Decreto Ley 8/1983, de 30 de noviembre, de Reconversión y Reindustrialización*.
2. Informar a todas las grandes empresas españolas de los beneficios y excelencias del municipio para su instalación.
3. Colaborar con el ayuntamiento y otros entes oficiales y empresarios, en la construcción del polígono industrial proyectado en los Altos de la Condomina.
4. En combinación con la Asociación Local de Fabricantes de Calzado crear un muestrario-base que represente a los

- fabricados en nuestra ciudad y ofertar en todas las manifestaciones feriales nacionales e internacionales.
5. Idéntica operación se deberá emplear con todas las demás fuentes de productos como lámparas, muebles, etc. Así como los productos hortofrutícolas.
  6. Fomentar la formación de cursillos y seminarios.
  7. Crear un *pool* de industriales en Villena, que permita estar a todos totalmente al corriente de las posibilidades de créditos especiales para las industrias. Que la descapitalización no sea un freno que impida creación de puestos de trabajo.
  8. Adaptar la Escuela de Formación Profesional a las auténticas necesidades de población, creando una especie de Consejo Rector compuesto por profesores, industriales y Autoridades.
  9. Pese a que nuestro carácter es mercantil, no se debe olvidar lo necesario que es para un pueblo sano el fomento y la práctica del deporte, de la cultura en todas sus ramas, y de toda expansión legal.
  10. En definitiva, promover y fomentar todo aquello que pueda suponer un beneficio para Villena, siempre que sean acciones lícitas de acuerdo con el marco de la Constitución Española.

E S T A T U T O S  
=====

DE LA ASOCIACION PARA EL DESARROLLO ECONOMICO DE VILLENA,  
(ADAPTADOS A LA VIGENTE LEY DE ASOCIACIONES DE 24-12-64  
Y DECRETO DE 20-5-65).

=====

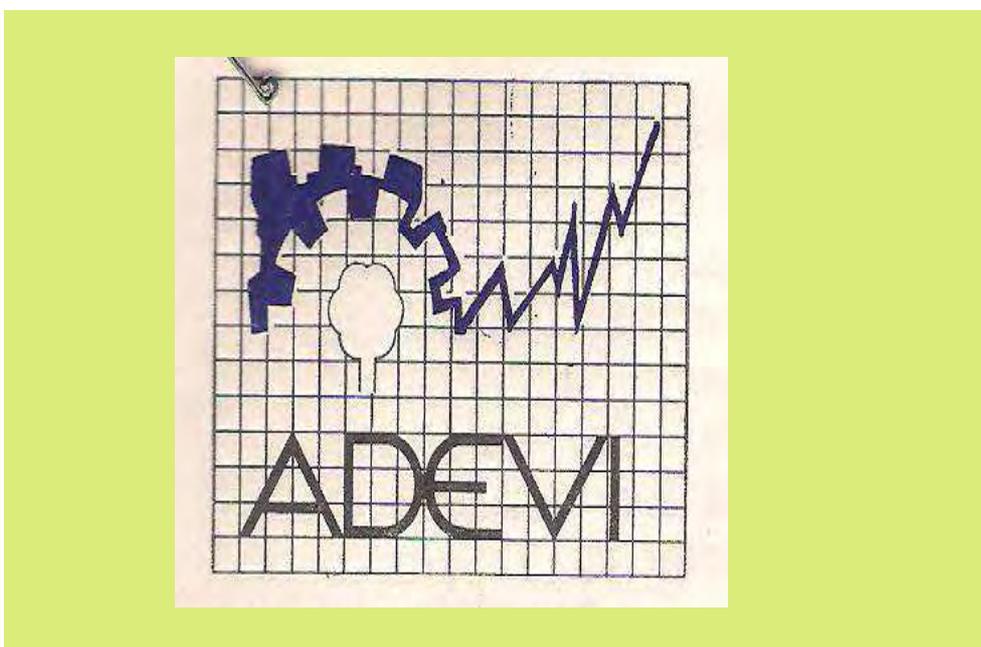
TITULO I

DENOMINACION, OBJETO, DOMICILIO Y PERSONALIDAD.

ARTICULO 1º..- Se constituye y crea una ASOCIACION sin fin lucrativo, político y sectorial, con el nombre de "ASOCIACION PARA EL DESARROLLO ECONOMICO DE VILLENA" (ADEVI) con personalidad jurídica propia que reuna en su estructura y ambito local a las personas que tengan un nivel de responsabilidad y por tanto de toma de decisiones en cualquiera de las areas que componen la economía de Villena. Y en general a cualquier persona que tenga inquietud por ser parte activa en el desarrollo economico de la Ciudad.

Estatutos de ADEVI

ADEVI, se registró en el Gobierno Civil de Alicante, el 19 de julio de 1984, y estuvo vigente hasta 1986. Esta asociación sentó las bases del desarrollo económico de esta población, pero no contaron, inicialmente, con el apoyo técnico y humano necesarios. De hecho sacaron boletines informativos para favorecer la implicación y participación de la masa crítica villenense. Realmente, Eugenio Menor, considera que fue un proyecto innovador y pionero en la Comunidad Valenciana, como lo fue la creación, un año y medio más tarde, del Gabinete de Desarrollo Económico del M.I. Ayuntamiento de Villena, particularmente en el mes de noviembre de 1985, siendo una de las primeras iniciativas de este tipo que se producían en la Comunidad Valenciana.



Logotipo de ADEVI

Fueron muchas las iniciativas, en las que ya por aquellos años, el Gabinete de Desarrollo Económico se pone en funcionamiento y se implica. En el año 1986 se propone la creación del Consejo Económico y Social de Villena; en 1993 la realización del Plan de Desarrollo Integral del Alto Vinalopó, en el que se dio participación a todos los agentes económicos y sociales de la comarca; y a finales de 1994 se crea el Consejo Económico y Social del Alto Vinalopó. Todas estas iniciativas al no continuar sus promotores -los concejales correspondientes- decayeron en sus actividades. Por otra parte según la entrevista realizada a Bernardo Ugeda, promotor de ADEVI y primer presidente, los anteriores antecedentes y experiencias en la línea del actual Foro Económico y Social de Villena, fracasaron, según él, por un excesivo interés de los políticos y un débil respaldo ciudadano. Así cuando se cambiaba de gobierno y de color político, se limitaba y no se seguía con el Consejo Económico y Social o cualquier otro organismo similar.

Con toda seguridad la idea de la creación del Gabinete de Desarrollo Económico surgió de la mencionada movilización económico-social y tal vez también, de las iniciativas incipientes de algunos ayuntamientos españoles que empezaban a tomarse en serio el desarrollo de sus municipios. Sin duda la aparición de la *Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las bases de régimen local*, favorecía el aumento de competencias de las corporaciones locales, y la necesidad de dotar de mayores servicios a todos sus ciudadanos, sin excepción (personas desempleadas, mejora de los servicios municipales, promoción de creación de empresas, financiar infraestructuras que facilitaran la diversificación económica, etc.). Un hecho destacable de la importancia de estos servicios es la proliferación de las agencias de desarrollo local en cada vez más municipios.

El Gabinete de Desarrollo Económico de Villena fue creado a propuesta del concejal D. Juan López Martínez, siendo alcalde de la localidad D. Salvador Mullor Menor, y el modelo que propició la idea de creación de esta oficina municipal fue el Gabinete de Desarrollo Económico de Alcalá de Guadaira, en la provincia de Sevilla, que se creó en 1984. Este organismo municipal se creó a propuesta del ayuntamiento de Alcalá de Guadaira, ante la necesidad de crear puestos de trabajo permanentes, asesorar a los empresarios sobre las ayudas y tramitación de expedientes, y sobre todo aumentar la calidad de vida y servicios de los ciudadanos. Para ello se contrató a un profesor de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla, a una administrativa y se estableció un gabinete asesor de diez personas, naturales de este municipio sevillano, que pertenecían a diferentes áreas de conocimiento.

El Gabinete de Desarrollo Económico de Villena, siempre ha dependido administrativamente del Ayuntamiento de Villena, y no tiene personalidad jurídica propia ya que es un departamento municipal, como pueden ser el de obras y urbanismo, hacienda, etc. Desde su apertura el día 2 de noviembre de 1985, siempre ha atendido a cualquier emprendedor que ha solicitado sus servicios, tanto de Villena, como de la comarca del Alto Vinalopó.

El 16 de diciembre de 1993, se presentaron los resultados de las mesas de trabajo. Los mismos sirvieron de base para elaborar el diagnóstico del *Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Objetivo 1*, de la comarca del Alto Vinalopó (PRODER), que se articuló en características físico - geográficas (relieve, temperaturas y precipitaciones e hidrología-medio biótico) y socioeconómicas (población, agricultura, industria y pequeñas empresas y turismo).

		ESTRANGULAMIENTOS	POTENCIALIDADES
FÍSICO GEOGRÁFICO	RELIEVE	<p>Mala comunicación de Salinas con los ejes vertebrados importantes</p> <p>Mala comunicación entre Beneixama y Biar</p> <p>La peligrosidad de la carretera N-344, en su tramo comprendido entre la Autovía de Levante a Fuente la Higuera, debido a la alta densidad de circulación, tanto de vehículos pesados como de turismos, puesto que es la vía de enlace con Valencia</p>	<p>La Autovía del Levante, que permite una magnífica comunicación con Alicante, Madrid y en especial con todo el eje del Vinalopó</p> <p>La situación geográfica de Villena, que además de ser cabecera de comarca, se sitúa en el centro geográfico de la misma, facilitando la red radial de transporte</p>
	TEMPERATURA Y PRECIPITACIONES	<p>La aridez estival y el déficit hídrico generalizado, junto con un suelo con pocas posibilidades para retener la lluvia y una evaporación fuerte y rápida por las condiciones térmicas</p>	<p>Una buena capacidad de uso de los suelos</p> <p>Los abundantes recursos geológicos existentes en la comarca (rocas industriales, canteras de áridos, calizas, sal gema, turba, yesos, etc.)</p>
	HIDROLOGÍA Y MEDIO BIÓTICO	<p>La fuerte sobre explotación de los acuíferos dedicada mayoritariamente a la utilización y consumo fuera de la comarca, con el descenso de niveles y pérdida de la calidad de las aguas, acarreando graves consecuencias económicas de pérdidas de recursos naturales</p> <p>La necesidad de un mejor y más adecuado conocimiento de las riquezas naturales y su localización para una mayor y eficaz ordenación del territorio y explotación</p> <p>Necesidad de adoptar medidas conjuntas coordinadas, encaminadas a preservar el patrimonio natural como un elemento más a tener en cuenta a la hora de potenciar el turismo de interior</p>	<p>La existencia de agua subterránea</p> <p>Los abundantes recursos geológicos existentes en la comarca</p> <p>Una aceptable capacidad de uso de los suelos</p>

		ESTRANGULAMIENTOS	POTENCIALIDADES
SOCIOECONÓMICO (A)	AGRICULTURA	<p>Pérdida de peso demográfico y el reducido crecimiento de la población en cada uno de los municipios de la comarca</p> <p>La baja cualificación, en general, del mercado de trabajo que provoca, incluso, problemas en las empresas a la hora de contratar personal</p> <p>El débil uso de la formación como estrategia de adaptación a la realidad cambiante</p> <p>La precarización del empleo, en consonancia con lo que está ocurriendo a nivel general en el mercado de trabajo</p> <p>La alta tasa de irregularidad que no sólo produce malas condiciones en los empleos, sino que también afecta a la competitividad de las empresas en situación plenamente legal</p>	<p>La experiencia productiva de la comarca, con un alarga tradición</p>
	POBLACIÓN	<p>Débil estructura comercial derivada de la baja concentración de la oferta, la falta de una estructura comercial de carácter asociativo adecuada y la deficiente profesionalización en la gestión de los aspectos productivos y comerciales (normalización)</p> <p>Falta de dimensión crítica de producción y de industrialización, que impiden rendimientos más elevados y la incorporación de productos de alto valor añadido</p> <p>Problemas de demanda como consecuencia de una baja racionalización y ordenación de los tipos de cultivos, es decir, de la oferta</p> <p>Pocas infraestructuras y baja capacitación</p>	<p>Existencia de un tejido social agrario tradicional y diversificado</p> <p>Facilidad de acceso a los mercados por la mejora de las comunicaciones</p> <p>Alta calidad en determinados cultivos y productos, como el olivar, la cereza, la vida y las hortalizas</p>

		ESTRANGULAMIENTOS	POTENCIALIDADES
SOCIOECONÓMICO (B)	AGRICULTURA	Pequeño tamaño empresarial que imposibilita muchas veces la utilización de economías de escala y la aplicación de estrategias que se podrían llevar a cabo con un mayor dimensionamiento	
		La debilidad en cuanto a la estructura organizativa de la acción comercial	
		El reducido grado de capitalización e inversión y la inadecuada estructura financiera	
		La poca utilización de la información estratégica y comercial, como instrumento de gestión, por parte de las empresas	Un saber hacer y una cualificación en el ejercicio artesanal
		Las carencias de formación, tanto empresarial como directiva y profesional que puede hipotecar gravemente el futuro del sector, en relación con el desarrollo de nuevas estrategias competitivas	
		El alto nivel de dependencia hacia el mercado comarcal y nacional con bajos niveles de apertura hacia otros mercados amplios	
	POBLACIÓN	Falta de una oferta de producción turística diversificada	
		Oferta turística escasamente integrada a nivel comarcal	Existencia de recursos de alto valor histórico-artístico sin explotar o deficientemente explotados
		Ausencia de una oferta turística adicional, especialmente en temas de alojamiento	Capacidad de diversificación de la oferta (turismo ecológico, deportivo, etc.)
		Escasa rentabilidad de los productos turísticos actuales debida a la inadecuada orientación de la oferta hacia el mercado, actualmente dirigida en exceso hacia segmentos poco consumistas	Existencia de un mercado potencial de gran tamaño a menos de dos horas de distancia
Ausencia de un aparato gestor (Oficina Turismo Comarcal) que aglutine en empresas y servicios para el turismo		Buena accesibilidad al mercado como consecuencia de la mejora viaria de comunicaciones	

LOS PLANES  
ESTRATÉGICOS DE LA  
PROVINCIA DE ALICANTE  
(2008-12).  
APORTACIONES CON  
RESPECTO A VILLENA

Desde la perspectiva de la planificación estratégica, desde el equipo de trabajo de la ETV+i, planteamos una reflexión y una necesidad. La reflexión va encaminada a evidenciar que con tantas iniciativas públicas, inversiones, planes estratégicos, se tiene la evidencia de que no han generado tejido, y tan sólo han dado lugar a infraestructuras y equipamientos, y a documentos de trabajo, como el que nos ocupa, que acumulan polvo, en cajones, armarios y en el olvido, sin redundar en beneficio de la ciudadanía. A su vez planteamos una necesidad, que estriba en que es forzoso que aprendamos de nuestros errores y trabajemos por buscar puntos de encuentro, para favorecer un proceso continuo, en una sociedad donde prima lo cuantitativo, las prisas y el corto plazo. Es necesario repensar las cosas, evaluar lo analizado, proponer con criterio y sentido de las necesidades reales del contexto territorial. La planificación estratégica, no es un fin en si mismo, sino un medio para conseguir un fin, la mejora de las condiciones de vida de los ciudadanos de un territorio, a través de acciones llevadas a cabo por los técnicos, y apoyadas por las decisiones e inversiones de los políticos.

Por otra parte, si concebimos la planificación estratégica como un instrumento, son necesarias tres premisas:

En ocasiones el exceso de análisis puede llegar a generar una parálisis

No se trata de todo lo posible, sino sólo de lo que es necesario

No hay viento favorable para quien no sabe dónde va

Durante 2008, tanto desde la Cámara de Comercio como desde la Diputación provincial de Alicante, se llevaron a cabo sendos proyectos estratégicos para la provincia de Alicante, que al final no se aplicaron, bien por sus excesivos costes materiales, bien por falta de consenso y aplicabilidad de los mismos<sup>2</sup>.

En el *Plan Alicante, Horizonte 2020*, de la Cámara de Comercio y la Universidad de Alicante, se plantearon algunas iniciativas en el contexto de las actividades turísticas e industriales.

---

<sup>2</sup> *Diario Información* (10/11/2012). "Los Expertos apuestan por revisar los planes estratégicos para reactivar la provincia".

En relación al turismo:

Consolidación de una estrategia competitiva en el sector turístico basada en la relación calidad precio compatible con la diversificación de la oferta turística y la desestacionalización de la demanda.

Mejora del posicionamiento y potenciación de las marcas y la imagen de las empresas turísticas alicantinas: búsqueda de mayor visibilidad internacional mediante el apoyo institucional, la participación de las asociaciones profesionales y mediante un marketing turístico avanzado que mejore el conocimiento de los mercados tradicionales y favorezca la captación de nuevos mercados.

Convertir Alicante en un centro de formación turística de excelencia: debe ser un referente europeo, un medio para exportar *know-how* turístico y retener talento en las empresas alicantinas.

Impulso y dotación de contenido del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas: debe tener representación pública y privada. Debe promover la transferencia de conocimientos y tecnologías desde el ámbito de la investigación y el desarrollo tecnológico hacia la industria turística.

Creación de un observatorio del turismo que permita disponer de una información estadística provincial fiable y útil para las empresas del sector y las administraciones.

Creación de una *joint venture* inversora y gestora hotelera: con el objetivo de abordar conjuntamente los procesos de internacionalización empresarial y comercialización, con un accionariado en el que participen administración, cadenas hoteleras con presencia en la provincia de Alicante, empresas financieras e inmobiliarias.

Desarrollo y vertebración de una gama más amplia de productos turísticos: que saque mayor provecho del gran potencial actual del patrimonio natural y cultural alicantino y contribuya a la obtención de sinergias mediante relaciones de complementariedad entre productos y destinos.

Desarrollo, potenciación y difusión de una agenda provincial de eventos.

Favorecer la especialización del aeropuerto de Alicante en el tráfico de compañías aéreas de bajo coste promoviendo la ubicación de un *hub* o base operativa en la provincia de Alicante: incremento de las conexiones del Aeropuerto de Alicante con las principales ciudades europeas, ubicando en la provincia un *hub* o centro logístico de operaciones de alguna compañía aérea de bajo coste.

Mejora de la calidad de vida de los destinos turísticos mediante un urbanismo sostenible que priorice la protección del paisaje y posibilite las prácticas de actividades recreativas y de ocio tanto para residentes como para turistas.

Convertir la provincia en líder internacional del turismo.

Mejorar las infraestructuras turísticas, elevando el nivel medio de calidad y suprimiendo la política de precios bajos.

Promover el desarrollo socioeconómico y turístico del interior de la provincia.

Unificar las actividades de promoción turística de las distintas administraciones y actores socioeconómicos.

Promover el turismo idiomático aprovechando la creciente demanda de aprendizaje de la lengua castellana.

Convertir Alicante en un referente europeo en turismo sociosanitario.

Promover el turismo náutico en la costa alicantina.

Mantener y defender la cultura gastronómica tradicional como elemento importante de la oferta turística.

Respecto a la industria:

Incentivos para una mayor vertebración de los clusters industriales: parques industriales que concentren especialmente la actividad y contribuyan a un mayor aprovechamiento de las economías de aglomeración.

Fomento del asociacionismo empresarial: promoción de agrupaciones de empresarios del mismo sector para crear marcas paraguas de prestigio y comercialización conjunta de productos de gama media y alta en el mercado local y europeo.

Apuesta por la calidad y el diseño: las empresas manufactureras deben posicionarse en los segmentos altos de mercado.

Promoción de marcas autóctonas: fomento activo de marcas autóctonas de prestigio.

Transformación hacia la sociedad del conocimiento: servicios especializados, atracción de industrias de futuro, I+D+I, centros especializados, red de parques tecnológicos y científicos, Alicante como espacio atractivo para empresas.

Dar valor añadido a los productos y a los servicios.

Fomentar entre los empresarios la cultura de la inversión y reinversión productiva a medio y largo plazo.

Apostar por la diversificación económica.

Promover la inversión foránea en el sector industrial de la provincia.

Fomentar la deslocalización productiva.

Reactivar actividades tradicionales: aportando Know-how y denominación de origen.

Buscar acciones que fomenten la demanda en sectores que están en un momento de crisis aguda.

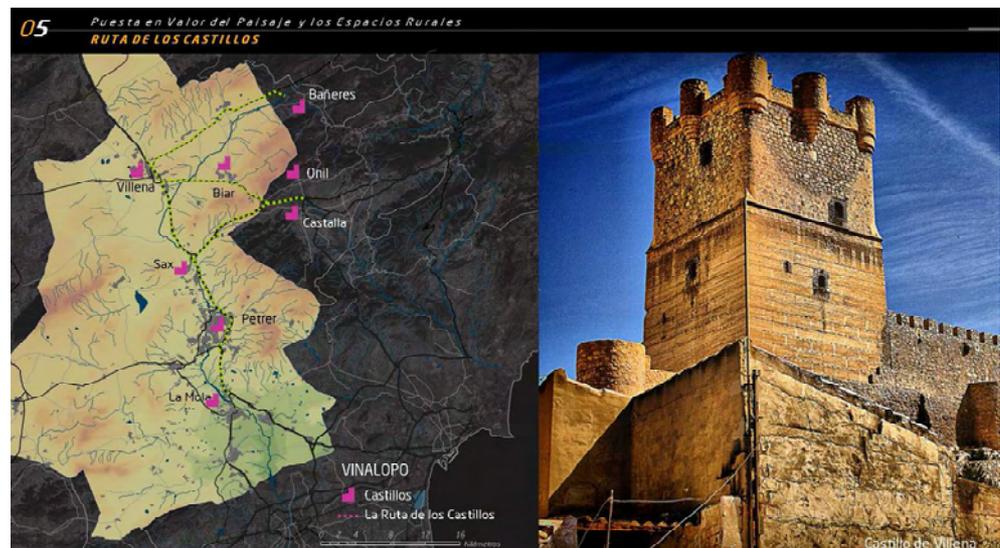
Impulsar la mejora de la comercialización de las empresas manufactureras de la provincia, fijándose en modelos existentes.

Apostar por la industria agroalimentaria y la acuicultura.

En el proyecto estratégico de la *Provincia de Alicante (Innovación + Territorio)* de la Fundación Metròpoli, dirigida por Alfonso Vegara, en lo que atiende al ámbito de influencia de Villena se planteaba dos aportaciones de interés: La Ruta de los Castillos y los Paisajes del Vino.

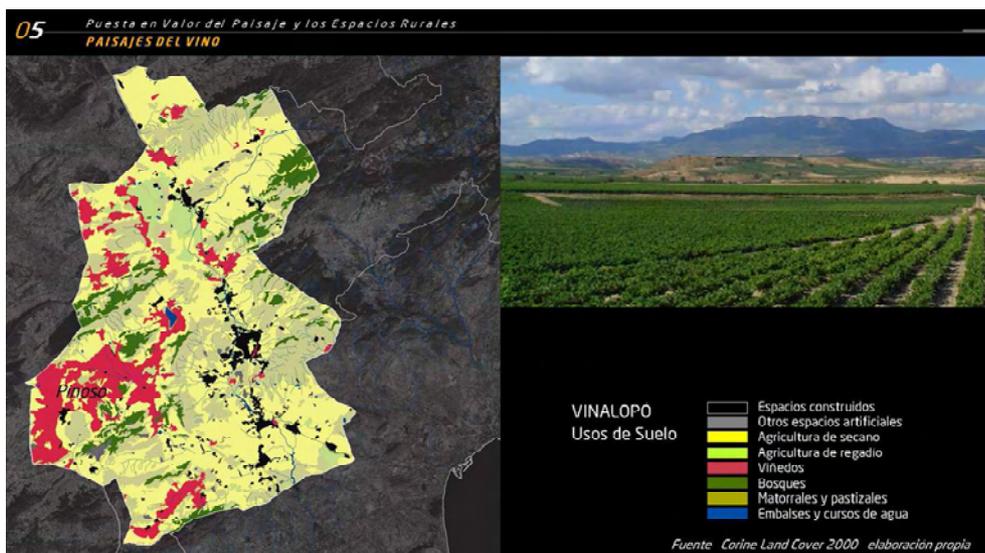
Así se propone que la restauración de los castillos, como elementos patrimoniales debería permitir ofertar edificios de singular valor y atracción para el desarrollo de actividades innovadoras, promoviendo iniciativas empresariales ligadas a su rehabilitación mantenimiento. La dispersión de los castillos en el territorio alicantino plantea la necesidad de diseñar una red que permita desarrollar una estrategia con la suficiente entidad como para proyectarse al exterior. El potencial de esta iniciativa se refuerza al considerar la existencia de complementariedades y sinergias con otros elementos de atracción que existen ya, o que se proponen para el futuro de nuestro territorio.

Diseño de La Ruta de los Castillos en el programa *Provincia de Alicante (Innovación + Territorio)*



Fuente: Fundación Metròpoli.

Cuando las bodegas han unido su vocación de singularidad a la capacidad de expresión de la arquitectura moderna de vanguardia, han surgido monumentos e hitos insólitos. En estas regiones, el vino ha dejado de ser sólo una actividad agraria de cultivo de las viñas que se completa con procesos tradicionales de elaboración del vino. Así, los territorios del vino se han transformado en auténticos entornos culturales, espacios de referencia vinculados a la calidad del paisaje y de los espacios urbanos. La provincia de Alicante recibe una gran afluencia turística que puede ser un activo clave para la viabilidad y el éxito de esta iniciativa.



Los Paisajes del Vino  
del Vinalopó en el  
programa *Provincia de  
Alicante (Innovación +  
Territorio)*

Fuente: Fundación Metròpoli.

Además, propone al Eje del Vinalopó como un sector que reúne las condiciones idóneas para articular un eje de desarrollo regional configurado como una importante ciudad lineal. El Eje de transformación del Vinalopó se apoyaría en la recuperación del cauce, como corredor ecológico y paisajístico, y en el desarrollo de un espacio urbano lineal mediante la concentración de los nuevos desarrollos a lo largo de los viarios que estructuran el eje. En el caso de Villena afirma que es conocida por la fabricación de calzado, y que como complemento a la industria de la edificación, se pueden desarrollar otros proyectos innovadores vinculados a reinventar los sectores tradicionales y los espacios agrícolas, los cuales tienen un enorme potencial.

Por último, considerando la necesidad de sintetizar las aportaciones de los diferentes planes y programas con una mayor incidencia sobre el municipio de Villena, se establece una ficha de análisis común de los siguientes documentos:

1. Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana
2. Plan de Dinamización de Producto Turístico
3. Plan REVITA
4. Plan Especial del Casco Histórico de Villena
5. Plan de Igualdad

<b>ESTRATEGIA TERRITORIAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA</b>	<b>Promueve</b>	Generalitat Valenciana
	<b>Año</b>	2011
	<b>Presupuesto</b>	-

<b>MOTIVACIÓN</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
El eje del Vinalopó es un territorio de fuerte tradición industrial, con una gran capacidad empresarial para desarrollar innovaciones y adaptarlas a los productos y procesos que se producen en la zona. Esta base industrial es estratégica para la provincia y la Comunitat Valenciana, por lo que debe ser potenciada mediante la incorporación de valor añadido e innovación a sectores característicos de la zona como el calzado, la piedra natural o los materiales de construcción	<p>General: La Estrategia Territorial pretende definir el modelo de territorio que vamos a tener dentro de 5, de 10 y de 20 años, e identifica el conjunto de acciones y proyectos para crear un territorio de calidad y para dinamizar el sistema productivo valenciano desde el territorio, puesto que este es el soporte y destinatario final de las decisiones inversoras de los agentes económicos</p> <p>Área del Vinalopó: Ser el eje logístico e industrial más importante del sureste peninsular</p>	<p>Diagnóstico actual del territorio</p> <p>Definición de líneas estratégicas</p> <p>Definición de áreas funcionales de actuación</p> <p>Participación de expertos (participación ciudadana)</p> <p>Redacción del plan de Acción</p> <p>Aprobación mediante decreto</p>

### CONTENIDOS ESPECÍFICOS PARA VILLENA

En torno al municipio de Villena, se desarrollará uno de los centros de actividades económicas más importantes de la Comunitat Valenciana y del sureste peninsular. En este ámbito coexistirán parques industriales, logísticos y plataformas intermodales de transporte, que se beneficiarán de las interdependencias mutuas y de las economías de escala

Para que este espacio sea competitivo tiene que integrarse plenamente en la Infraestructura Verde, poseer una imagen de excelencia y ser un elemento impulsor de la regeneración ambiental y paisajística de un entorno que cuenta con activos territoriales tan importantes como las lagunas de Salinas y Villena, o la colonia agroindustrial de Santa Eulalia, cuya recuperación supondrá un auténtico salto de calidad en la competitividad de este territorio

<b>RESULTADOS</b>	<b>CONCLUSIONES</b>
	<p>Proponer actividades económicas innovadoras basadas en los sectores industriales</p> <p>Fomentar la puesta en marcha de fórmulas innovadoras de la actividad turística</p> <p>Proponer nuevas actividades económicas innovadoras basadas en los servicios</p>

<b>PLAN DINAMIZACION TURISTICA DE VILLENA</b>	<b>Promueve</b>	Ayto. Villena
	<b>Año</b>	2006
	<b>Presupuesto</b>	2.000.000 €

<b>MOTIVACIÓN</b>	<b>OBJETIVOS</b>
Dinamizar el sector turístico, organizando y creando un nuevo producto turístico adaptado a las nuevas tendencias de mercado y capaz de generar flujos turísticos con mayor capacidad de gasto	<p>Incrementar el nivel de satisfacción de visitantes</p> <p>Ampliar la duración media de la visita turística a la ciudad</p> <p>Poner en valor recursos turísticos de interés no aprovechados actualmente</p> <p>Aumento de la calidad de los servicios turísticos del destino</p> <p>Mejora del entorno ambiental de entornos turísticos</p> <p>Establecer de sinergias de colaboración público-privadas en la gestión turística del destino</p> <p>Implicar a representantes técnicos y políticos en el desarrollo de un nuevo producto turístico</p> <p>Sensibilizar a la población local sobre la potencialidad turística de Villena</p> <p>Articular una estrategia de comunicación global de Villena</p> <p>Generar una dinámica de inversiones de contenido turístico en el municipio</p>

### **CONTENIDOS ESPECÍFICOS PARA VILLENA**

Adaptación a la oferta actual:

Plan de señalización turística integral; Acondicionamiento ambiental itinerario Castillo-Plaza de Santiago; Creación Centro Recepción de visitantes; Creación dependencias para gestión turística

Formación y sensibilización calidad:

Desarrollo del Modelo de Aproximación a la Calidad Turística MACT; III Fórum de Turismo de Interior

Creación de un nuevo producto:

Musealización Castillo de la Atalaya; Creación itinerarios temáticos por la ciudad; Creación nueva vía ferrata; Señalización rutas culturales

Comunicación, promoción y comercialización:

Creación y difusión de la marca turística; Acciones de promoción y comercialización; Paneles de acceso al municipio; Creación de una nueva página web

Gerencia:

Gerencia; Gastos corrientes

### **RESULTADOS**

Plan de Señalización Turística Integral. Renovación de los soportes señaléticas direccionales de acceso a los atractivos turísticos y a los servicios básicos de la ciudad

Dotación de señalización interpretativa de los principales recursos de interés de la ciudad

Acondicionamiento de un itinerario turístico que a través de a calle Maestro Moltó y José Zapater, facilite la comunicación entre el centro histórico, el Castillo de la Atalaya y el futuro Centro de Recepción de Visitantes

Remodelación de la Oficina de Información Turística, recuperando los elementos singulares del inmueble en el que se ubica y mejorando su accesibilidad

Acondicionamiento de dependencias, anexas a la Oficina, como espacio destinado a la gestión turística municipal

Señalización de itinerarios para la práctica del senderismo y bicicleta. La red incluye veintidós recorridos, de diferente de dificultad, por áreas de interés paisajístico que conectan el término municipal con las poblaciones vecinas. La actuación se ha completado con la edición de un folleto explicativo

Equipamiento y apertura de una vía ferrata que complementa al sendero vertical ya existente, contribuyendo a potenciar el turismo activo y de aventura

Desarrollo del Modelo de Aproximación a la Calidad Turística, destinado a la sensibilización y formación de los profesionales del sector turístico

Creación de un nuevo portal turístico de Villena que ha permitido la renovación y adaptación del anterior a las nuevas tendencias del turismo y la comunicación digital

Apoyo a la celebración del III Fórum de Turismo de Interior de la Comunidad Valenciana en Villena. Jornadas destinadas a informar de experiencias y tendencias dentro del sector turístico

Edición de una guía de servicios turísticos con información actualizada de los servicios que la ciudad ofrece

Instalación de soportes de difusión, en los accesos de la ciudad, del propio desarrollo del Plan

<b>PROGRAMA DE REVITALIZACIÓN URBANA Y SOCIAL DEL CENTRO HISTÓRICO DE VILLENA (REVITA)</b>	<b>Promueve</b>	Ministerio Admin. Públicas
	<b>Año</b>	2009-2011 (2007-2013)
	<b>Presupuesto</b>	3,07 millones €; - 70% Fondos FEDER - 30% Ayto. Villena

MOTIVACIÓN	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
Recuperar el protagonismo del casco histórico de Villena e integrarlo en el contexto de la ciudad, permitiendo que sea más accesible y habitable. Esta zona es la más desfavorecida del casco urbano, la más despoblada, envejecida y con bajos niveles de formación. Además presenta una infraestructura deficitaria y una dotación comercial prácticamente nula	<p>Recuperar el protagonismo del espacio urbano e integrarlo en el contexto de la ciudad, haciéndolo más accesible y habitable</p> <p>Reforzamiento del sistema de equipamientos, recorridos y espacios de uso colectivo</p> <p>Aumento de la actividad económica, especialmente la comercial, artesanal y de ocio, como creadora de flujos peatonales y revitalizadora del barrio</p> <p>Realización de programas de formación y empleo</p> <p>Participación de los agentes económicos y sociales</p>	Puesta en marcha de diferentes actuaciones en el casco antiguo con carácter de promoción económica y mejora de la accesibilidad y movilidad

### CONTENIDOS ESPECÍFICOS PARA VILLENA

Promoción económica:

1. Apoyo personalizado al emprendedor y a la creación y consolidación de empresas en el casco histórico
2. Apoyo a las inversiones generadoras de actividad comercial, artesanal, de alojamiento y restauración
3. Fomento de la colaboración, la coordinación y el partenariado entre los distintos organismos que prestan servicios de apoyo a la creación de nuevas empresas
4. Servicio de Orientación Socio Laboral del casco histórico
5. Programa de Empleo Público Municipal
6. Escuela Taller Ermita Santa Lucía II
7. Taller de Empleo
8. Dotación de servicios públicos locales en el entorno del casco histórico

Mejora de la accesibilidad y la movilidad:

1. Reurbanización de la Plaza Mayor
2. Reurbanización integral del eje: Plaza Mayor - La Pedrera
3. Eliminación de barreras arquitectónicas en edificios singulares
4. Construcción equipamiento de carácter asistencial
5. Centro de equipamiento educacional

RESULTADOS	CONCLUSIONES
Todos los proyectos han sido abordados y finalizados excepto el del centro de equipamiento educacional (anteriormente el proyecto consistía en una Escuela de Hostelería de Interior), pero que por problemas de la concejalía de Turismo por la inexistencia de presupuesto se están replanteando la finalidad y los usos de estas instalaciones hacia un centro docente plurifuncional	Excepto la construcción del centro docente, inversión importante dentro de la propuesta, el Plan REVITA se ha ejecutado de forma adecuada y ha cumplido el resto de sus objetivos. Quizá se eche en falta información posterior sobre el impacto que han tenido los objetivos cumplidos en la localidad de Villena. Sería una reflexión interesante de cara al aprendizaje para futuros proyectos

**PLAN ESPECIAL DEL CASCO HISTÓRICO**

**Promueve** Ayto. Villena

**Año** 2001-2009

**Presupuesto** 44,01 millones €

MOTIVACIÓN	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
<p>Guiar el desarrollo urbano de la zona y paralizar el proceso de degradación de la trama, volumetría y estética compositiva así como de los materiales tradicionales del Casco Histórico de Villena, todo ello con el fin de revitalizar esta zona</p> <p>Además, todo ello aumentado por toda una problemática social que ha provocado el desplazamiento de actividades tradicionales de la zona, así como una gran parte de la población que ha trasladado su residencia a otras zonas de Villena</p>	<p>Urbanísticos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conexión e integración del centro Histórico de Villena en la trama del resto de la ciudad</li> <li>2. Mejora de la accesibilidad</li> <li>3. Reforzamiento del sistema de equipamientos, recorridos y espacios de uso colectivo. Calidad de Hábitat urbano</li> <li>4. Renovación y mejora de las infraestructuras y redes de servicios</li> <li>5. Regeneración de la trama en zonas desestructuradas manteniendo la trama</li> <li>6. Histórica en el resto del recinto</li> <li>7. Potenciación de la actividad comercial como uno de los principales revitalizadores del barrio</li> </ol> <p>Arquitectónicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Salvaguarda de los valores Histórico-Arquitectónicos</li> <li>2. Consolidación de la Función Residencial</li> </ol> <p>Sociales:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incrementar la Población en el Casco</li> <li>2. Evitar la formación de guetos evitando la concentración de la población desfavorecida</li> <li>3. Mejorar los niveles de empleo y la población activa</li> <li>4. Aumentar la actividad económica</li> <li>5. Promover la educación, formación y calidad de vida de la población</li> <li>6. Disminuir la inseguridad ciudadana</li> <li>7. Fomentar los procesos de participación social</li> </ol>	<p>Respecto al análisis urbanístico y arquitectónico, la metodología utilizada ha sido la sectorización del centro histórico. La sectorización fue realizada para organizar la encuesta teniendo en cuenta criterios principalmente sociales y buscando una cierta homogeneidad en cada uno de los sectores de manera que pudiesen obtener características similares entre ellos. A esta encuesta se añaden un estudio histórico, de estructura urbana, de la propiedad del suelo, de la actividad urbana, de las comunicaciones y transportes, del sistema de equipamientos y espacios libres, de infraestructura existente, de edificación y de paisaje urbano y percepción visual</p> <p>Respecto al Análisis Sociológico, la metodología utilizada ha sido la realización de un diagnóstico socioeconómico que permita aproximarse a la realidad de la zona. Con él se presentan los grandes rasgos que caracterizan al casco histórico de Villena y se apuntan las tendencias principales en cuanto a las soluciones y actuaciones que requiere el lugar. La recogida de información se ha realizado mediante encuestas, entrevistas en profundidad y discusiones de grupo</p>

**CONTENIDOS ESPECÍFICOS PARA VILLENA**

En cuanto a las propuestas de ordenación, se habla en primer lugar de alineaciones y mejoras del viario, aludiendo al objetivo de mejorar la accesibilidad a la vez que reducir el tráfico interno y la ocupación de los espacios públicos por los vehículos. Se hacen varias propuestas de nuevo viario, cambios de alineaciones y aparcamientos reguladores, además del necesario tratamiento de pavimentos y mobiliario urbano para mejorar la imagen del casco histórico. En segundo lugar se habla de remodelaciones urbanas planteando fundamentalmente cuatro remodelaciones. Una de ellas, planteada sobre la Plaza Mayor, trata de recuperar un espacio urbano y los edificios que los conforman de indudable interés histórico cultural. Otra va destinada a reordenar la zona de Santa Bárbara, y su extremo opuesto norte (Plaza del Mirador). La tercera sería la reurbanización del eje rodado Plaza Santa María, Calle La Rambla, La Pedrera que comunicaría el eje Santiago-Santa María

con La Pedrera. La cuarta se propone en la zona alta, generando una zona de dotaciones, y de actividad recreativa-lúdica, que haga atractiva su visita al ciudadano de Villena o al visitante, compatibilizándola con la residencial que actualmente es dominante y que se pretende regenerar

En cuanto a las propuestas sociales, se plantean 7 programas de acción, que son:

1. Programa de educación y formación: El casco histórico como proyecto educativo más allá de la escuela
2. Programa de cultura y participación: Propuesta para el refuerzo del tejido asociativo y la ampliación del desarrollo cultural
3. Programa de desarrollo económico: Una propuesta global sobre turismo, hostelería, comercio y algún equipamiento de interés para la ciudad
4. Programa de inserción sociolaboral: Una propuesta sobre empleo, como elemento más normalizador y socializador de los más vulnerables
5. Programa de diversificación poblacional y realojo de la población en desventaja: Una propuesta sobre alternativas de vivienda, dispersión de la pobreza y mejora de los hábitats
6. Programa sobre seguridad ciudadana: Una propuesta más allá de lo delictivo
7. Programa de comunicación: Una propuesta de difusión de los valores principales del casco histórico

RESULTADOS	CONCLUSIONES
<p>El documento en sí no recoge resultados porque es un documento que recoge una propuesta de trabajo. Preguntando a ciudadanos de Villena, nos comentan que después de casi tres legislaturas, esto está por cuantificar. Por eso, el que no haya resultados cuantificables es algo a tener en cuenta. Por otra parte, algunas actuaciones urbanísticas del Plan REVITA se circunscriben a los planteamientos del Plan Especial en cuanto a la recuperación de espacios y construcción de edificios</p>	<p>Resulta un plan muy completo y ambicioso. Por lo que se aprecia en el detalle del reparto del presupuesto, la mayoría del dinero va destinado a temas de construcción de obras e infraestructuras. Sin embargo, la importancia de tejer una red de actores y mantenerla en el tiempo con actividades y dinamización implica un coste importante. Esto es, la parte arquitectónica y urbanística tiene bastante peso, pero deberá ir de la mano de las acciones de tipo social</p> <p>Por el carácter social del proyecto, se hace necesario un planteamiento <i>bottom-up</i> real y efectivo donde los ciudadanos tomen el verdadero protagonismo de la evolución del casco histórico de la situación actual a la situación deseada</p> <p>El papel de la participación de las asociaciones vecinales y de la participación ciudadana en general es importante, por lo que puede dar mucho contexto, contenido e ideas a la ETV+i</p>

**I PLAN MUNICIPAL DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES**

**Promueve** Ayto. Villena

**Año** 2012-2014

**Presupuesto** -

MOTIVACIÓN	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
Se concibe como el marco de actuación y herramienta para impulsar la igualdad dentro del Ayuntamiento como Organización, así como en la vida del municipio	<p>Tiene como meta superar la discriminación por razón de sexo y promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, a través de la implantación de medidas renovadoras de conductas, actitudes y formas de relación</p> <p>Analizar la situación actual y real de la ciudadanía de Villena, identificando sus necesidades sociales, con la finalidad de conseguir una plena igualdad entre hombres y mujeres</p> <p>Integrar la igualdad de oportunidades en la planificación, ejecución y evaluación de las actuaciones municipales</p> <p>Sensibilizar y formar al personal municipal sobre la igualdad de oportunidades</p> <p>Difundir la igualdad entre géneros y a través de los medios de información municipal</p> <p>Asegurar la integración del principio de igualdad de oportunidades entre géneros en la Administración Local de Villena</p> <p>Incorporar la transversalidad de género en las políticas de la Administración municipal</p> <p>Contribuir a la erradicación de obstáculos específicos que puedan existir en el municipio que dificulten la promoción de las mujeres</p>	<p>Previamente se realizó estudio e investigación de diversas áreas de intervención desde la perspectiva de género</p> <p>Contempla 7 áreas de actuación; acompañadas de objetivos con acciones concretas e indicadores, y un apartado de presupuesto sin contemplar</p> <p>Plan evaluable por el propio Ayuntamiento y por los agentes sociales que manifiesten la voluntad de hacerlo</p> <p>Incorpora un sistema de seguimiento y evaluación con indicadores que permiten medir el proceso como los impactos de las acciones</p>

**CONTENIDOS ESPECÍFICOS PARA VILLENA**

Contempla ocho áreas de actuación, cada una de ellas acompañadas de unos objetivos propuestos y una serie de acciones concretas que pretenden dar respuesta a los desequilibrios con relación a la desigualdad entre género:

- Área 1: Población y familia
- Área 2: Mercado de Trabajo (Formación y Acceso al Empleo)
- Área 3: Participación Política y Ciudadana
- Área 4: Educación y formación
- Área 5: Salud y Bienestar Psicosocial
- Área 6: Violencia de género
- Área 7: Cultura y deporte
- Área 8: Interculturalidad

Tiene en cuenta la aplicación de cinco conceptos básicos para conseguir una igualdad real entre hombres y mujeres: transversalidad, empoderamiento, corresponsabilidad, coeducación e innovación. Estos principios rectores van a hacer que este Plan sea un documento vivo, flexible, dinámico y riguroso en sus procesos

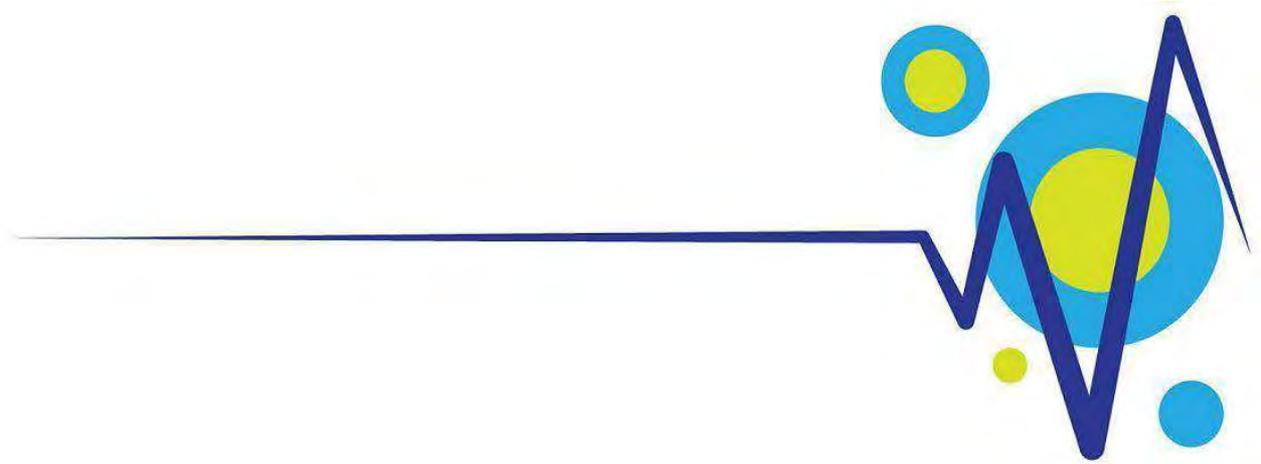
RESULTADOS	CONCLUSIONES
<p>El documento no presenta resultados pues se inicia su implantación a partir de mayo de 2012, pues traza la gestión del propio plan, al cabo de dos años si que se verán los resultados, si se ha conseguido implantar la igualdad en el Ayuntamiento</p>	<p>El plan se va a caracterizar por una serie de rasgos que guiaran no solo el proceso sino también los contenidos del mismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Carácter bienal</li> <li>b. Esta elaborado desde el propio Ayuntamiento. Tanto a nivel técnico y político, todas las áreas del Ayuntamiento han tenido un espacio en la elaboración del Plan</li> <li>c. Es un plan abierto y flexible</li> <li>d. Tiene un carácter eminentemente participativo, tanto a su elaboración como al hecho de promover la participación política de mujeres como uno de sus objetivos clave</li> <li>e. Es un plan evaluable por el propio Ayuntamiento</li> <li>f. Adopta la transversalidad como estrategia</li> <li>g. Implica un compromiso político, técnico y de agentes de igualdad, que más allá de la asunción del mismo a nivel formal y la puesta en práctica, requiere la apertura a cambios organizativos en la forma de hacer</li> <li>h. Constituye un instrumento de política integral de mejora de las condiciones de vida de las mujeres que pretende contribuir a lograr la equidad de género</li> <li>i. Rompe la separación entre administración y ciudadanía</li> </ul>

**Estrategia Territorial  
Villena + innovación**



**Talleres**





Desde abril hasta octubre de 2012 se realizaron una serie de talleres sectoriales, al objeto de obtener información complementaria y específica sobre algunos apartados del proyecto municipal del Ayuntamiento de Villena. En los citados talleres participaron jóvenes, técnicos municipales, asociaciones (socio-sanitarias, festivas, culturales, vecinales...) y tejido socioeconómico (empresas, sindicatos, cooperativa, etc.) del municipio.

La programación de los talleres fue la siguiente:

23/5/2012

Taller con los alumnos de 1º de Bachillerato del IES Hermanos Amorós

28/5/2012

Taller con los alumnos de 1º de Bachillerato del IES A. Navarro Santafé

30/5/2012

Taller con los alumnos de 1º de Bachillerato del IES Número 3

20/9/2012

Taller con políticos municipales

27/9/2012

Taller con técnicos municipales

10/10/2012

Taller con el tejido socioeconómico del municipio

15/10/2012

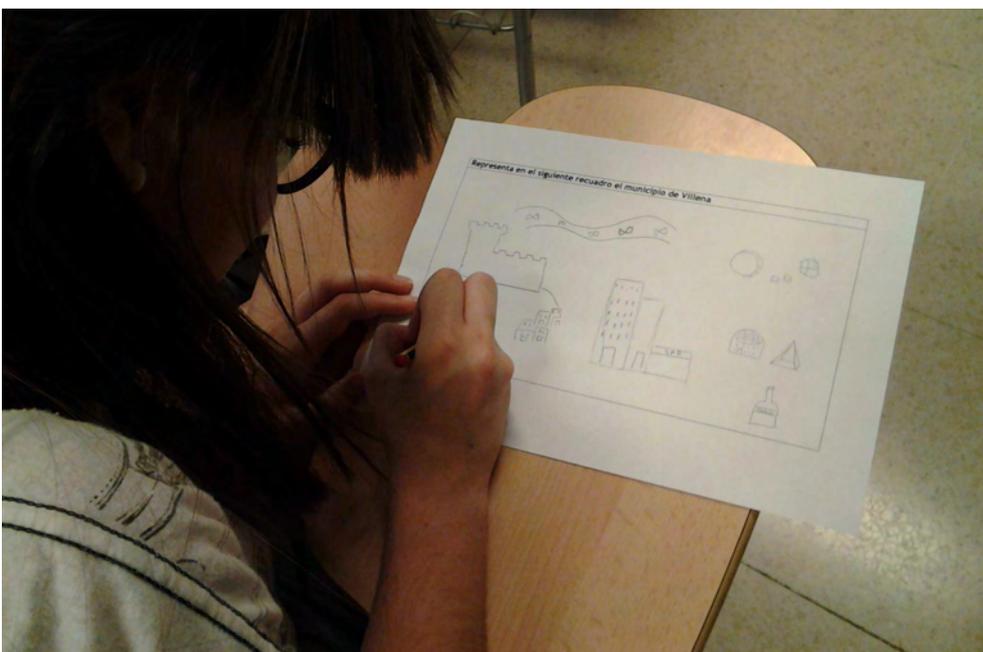
Taller con jubilados

Con estos talleres se pretendía conocer las sensibilidades e inquietudes que los jóvenes de Villena tienen en relación al futuro económico, territorial y social, así como las oportunidades que pueden encontrar y aprovechar en su municipio. La visión de los jóvenes del municipio nos debe de aportar las claves para el diseño de la ciudad del futuro, ya que nos encontramos ante los potenciales vecinos de la Villena del futuro.

## TALLER CON JÓVENES



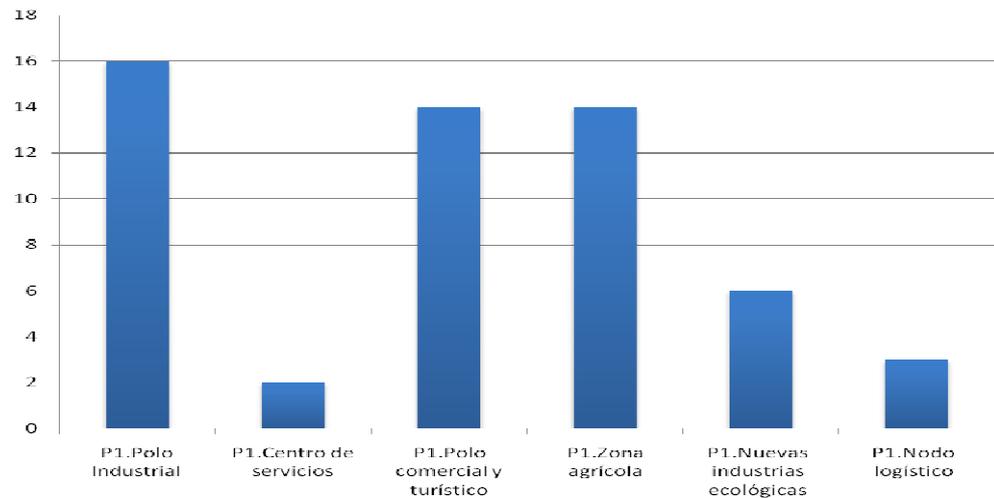
Dinámica de uno de los talleres con jóvenes



Realización de mapas mentales: Villena percibida por sus jóvenes

Los resultados obtenidos se estructuran en torno a 3 preguntas clave, de la que se obtiene una visión cuantitativa y cualitativa de las cuestiones propuestas:

### 1. ¿Qué función puede cumplir el municipio de Villena en el contexto de la comarca del Vinalopó?

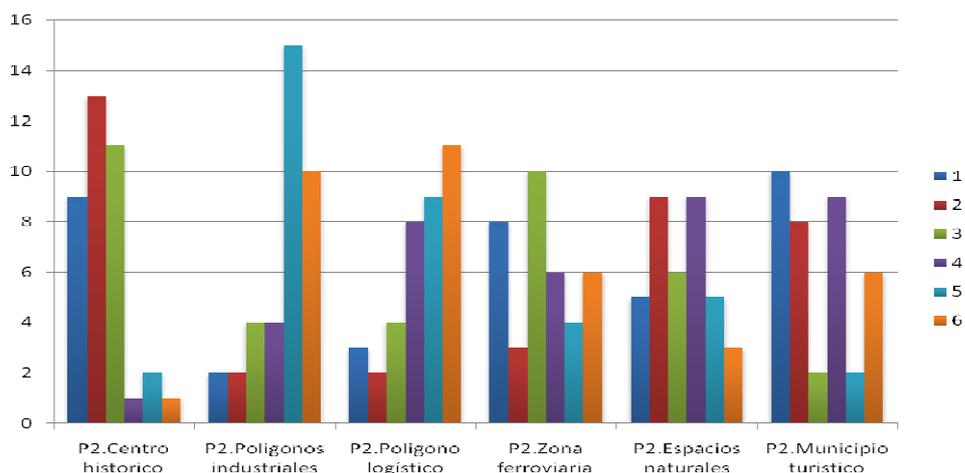
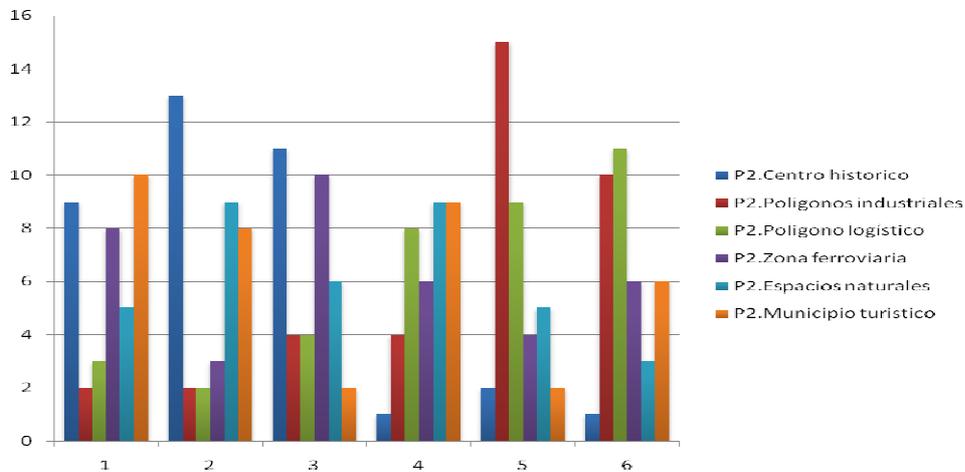


- › Al tener en el nuevo gobierno a los Verdes, Villena podría convertirse en una ciudad con grandes industrias ecológicas
- › Consideramos que el municipio de Villena podría llegar a ser un polo comercial y turístico por el centro histórico y cultural
- › Bajo nuestro punto de vista y siendo Villena la capital del Alto Vinalopó, creemos que sería un buen polo comercial y turístico ya que tenemos una amplia experiencia a nivel nacional
- › Creemos que Villena puede cumplir la función de polo industrial representando la comarca, también la zona agrícola
- › Creemos que en un futuro Villena podría albergar mayor superficie de zonas agrícolas, Villena cuenta con grandes superficies de terreno sin aprovechar por la cual se podrían aprovechar para crear nuevas industrias ecológicas
- › Pensamos que Villena puede cumplir la función de zona agrícola porque tiene un término municipal muy grande y se pueden utilizar para tierras de cultivo
- › Creemos que Villena podría acoger nuevas industrias ecológicas para favorecer el medio ambiente, reduciendo las emisiones de gases y productos no favorables para la Tierra

- › Consideramos que puede ser un polo comercial y turístico como medida de rejuvenecimiento, pensamos que la juventud da vida a un pueblo y hace que prospere
- › Villena cumple con la función de almacén de residuos de varias localidades. Hace unos años era un polo industrial y comercial del calzado, esperamos que en un futuro vuelva a tener algo bueno por lo que vuelva a destacar
- › Villena puede aportar mediante su industria calzado y textil, la zona agrícola puede aportar sus cultivos y su buen vino
- › La agricultura industrial está perdiendo importancia debido a los problemas que conlleva, por eso en una zona de agrícola como Villena de cultivos mediterráneos debería potenciarse el cultivo ecológico cada vez más demandado, utilización de nuevas instalaciones para servicios y eventos culturales
- › Villena tiene que desarrollar su nodo logístico y así aprovechar su excelente situación geográfica. Debería tener más servicios de ocio dirigidos a la juventud
- › Zona agrícola o industrial porque la mayor parte de los terrenos de Villena están considerados agrícolas
- › Nodo logístico
- › La principal función que puede cumplir Villena son las nuevas industrias ecológicas
- › En nuestra opinión Villena debería convertirse en una ciudad comercial y turística así mejoraría la economía de Villena
- › Villena debería convertirse en una ciudad comercial y turística, así mejoraría la economía de Villena
- › Polo comercial y turístico, ya que hay un desarrollo en la actualidad del comercio y en un futuro puede haber expansión de turismo y comercio
- › Villena puede cumplir la función industrial por la amplia zona industrial y como zona agrícola y nodo logístico por la gran variedad y extensión de los cultivos y su posición geográfica
- › Polo comercial y turístico; ya que vendría gente de fuera a ver los monumentos y zonas de interés. También polo industrial y agrícola
- › Polo industrial y zona agrícola
- › Función comercial y turística zonas agrícolas y polo industrial
- › En Villena hay mucha industria lo cual da paso al comercio, tenemos dos centros de salud y uno de especialidades. Por nuestro amplio territorio, en Villena hay mucha agricultura. También histórica lo cual puede atraer el turismo
- › Centro comercial, ampliación de la cárcel, abrir un zoo, ampliar la solana, reabrir La Ponderosa, catedral gótica

- › Principalmente Villena es centro de servicios porque los pueblos vecinos desarrollan sus actividades principalmente aquí, (comprar, educación etc.)
- › Polo comercial para los pueblos de alrededor y turístico por el castillo y el casco histórico. Zona agrícola que abastece a los mercados cercanos
- › La ciudad de Villena puede cumplir varias funciones como: centro de servicios, polo comercial y turístico, zona agrícola y nodo logístico entre otras funciones
- › Polo industrial y zona agrícola, porque es una ciudad con terreno agrícola y por sus polígonos industriales dedicados al calzado
- › Villena tiene una buena función industrial con fábricas de calzado. Existen buenas instalaciones sociales como geriátricos, ambulatorios, polideportivo, centro integrado. Turísticamente tenemos construcciones medievales como un castillo, casco antiguo y el Tesoro de Villena. Deberían haber más industrias ecológicas y menos vertederos
- › La función más relevante que se lleva a cabo en Villena debido al cultivo de olivos es la agrícola. Además hay dos grandes polígonos industriales en los que se concentran sobretodo la industria del calzado
- › Antes de estas ideas Villena necesita ocio para los jóvenes y solucionar los problemas de olores
- › Puede ser muy industrial y comercial a la vez porque es lo que mas auge tiene en Villena
- › Nuevas industrias ecológicas, ya que la industrial principal de Villena el calzado está estancada
- › Pueblo comercial porque tiene muchas tiendas y turístico porque tiene el castillo, el museo del Tesoro, el casco antiguo y el Cabezo Redondo
- › Villena en un futuro debería ampliarse industrialmente ya que posee esa capacidad para poder producir y ampliar la economía. Debería realizar más zonas turísticas para fomentar el turismo. Ampliar las zonas de ocio para los jóvenes
- › Consideramos que Villena debe desarrollar en el ámbito de la industria dado que se concentra la industria de la zapatería y en la zona agrícola por que posee un territorio extenso idóneo para desarrollar el ámbito agrícola
- › Villena debería volver a potenciar la industria del calzado

## 2. ¿Qué elementos del territorio municipal deben ser objeto de atención especial?



## 3. ¿Consideráis que podréis desarrollar vuestras actividades profesionales de futuro en Villena?

- › No, porque solamente para estudiar necesitamos una universidad y una zona donde poder formarnos profesionalmente
- › Consideramos que podría ser, pero ya que en Villena no hay mucho trabajo, es más seguro trasladarse a otro lugar para trabajar
- › No. Ya que Villena pese a ser una ciudad bastante desarrollada carecemos de amplias ramas de diversos trabajos
- › No, porque no está muy actualizada

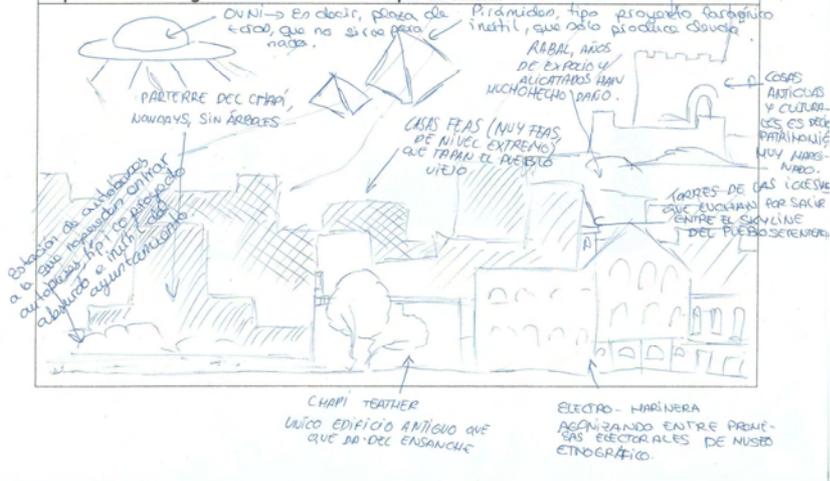
- › ¡¡No!! Porque no cuenta con los requisitos necesarios para nuestro desarrollo profesional
- › No, porque no hay instalaciones necesarias para muchas actividades profesionales
- › No, porque no hay los medios suficientes para desarrollar nuestras actividades profesionales
- › Actualmente no. Sin embargo con unas medidas de cambio, sería mucho más fácil
- › Claramente en artes No. En general tampoco, si estudias
- › No, debido a que no hay variedad para poder avanzar profesionalmente, ya que la mayoría de las profesiones que nos gustaría realizar son imposibles de desarrollar aquí
- › No, porque el trabajo que queremos ejercer no se encuentra en nuestro municipio
- › Depende, si vienes para encontrar trabajo hay pocas opciones y más en el ámbito artístico, pero puedes montar un negocio por tu cuenta. Sin embargo es muy difícil
- › No, ya que Villena es un pueblo pequeño y no te puedes desarrollar como profesional en el empleo que ejerzas y porque no ofrece ninguna oportunidad ni profesional ni turística
- › No, porque no tiene una gran diversidad de puestos de empleo con título universitario
- › Nunca se sabe pero creemos con casi toda certeza que nuestro futuro laboral no se encuentra en Villena
- › No, ya que no habría trabajo para gente preparada con estudios, excepto profesor y algo más, y la gente para trabajar de lo que ha estudiado se tendría que desplazar a otra ciudad
- › No, porque hay un gran desequilibrio entre la población y la cantidad de puestos de trabajo que hay
- › No, porque el número es reducido y los sitios para desarrollar actividades profesionales se sitúan en ciudades mas grandes
- › No, porque Villena no es una ciudad muy desarrollada en el ámbito de las nuevas tecnologías, tampoco hay hospitales, ni centros de investigación
- › No, dado que Villena no es un pueblo/ciudad lo suficientemente amplio en ofertas laborales interesantes. En el ámbito de la ciencia
- › No, las empresas están quebrando o yéndose fuera de la ciudad. #McDonald's Ya!
- › No, porque a nivel profesional está muy atrasada, las limitaciones son muy amplias porque los sectores industriales están muy definidos y no hay posibilidad de crear otro tipo de mercado laboral

- › Sí, para quine quiera ser un parado. Camello. Heladero de Francés. Una ciudad sin posibilidades de desarrollo laboral. Filme office
- › No, aspiramos a puestos de trabajo que Villena no nos puede ofrecer debido a sus pocas opciones para algunas profesiones
- › En salud por ejemplo, no, ya que no tenemos ni hospital. Siempre ha funcionado el sector comercial y los restaurantes pero ahora no funciona nada. En general no creemos que se pueda trabajar mucho
- › Plenamente no, pero por otra parte sí. Villena tiene grandes funciones pero hay que explotarla al máximo
- › La mayoría pensamos que no, porque al ser una ciudad pequeña, tenemos menos posibilidades de no encontrar puesto de trabajo, aunque podemos equivocarnos
- › No, porque a la mayoría de las actividades a las que nos queremos dedicar no son posibles aquí
- › Debido al trabajo que deseamos desempeñar, como el ámbito turístico a los idiomas, Villena no nos ofrece oportunidades porque las plazas son reducidas
- › Algunas personas sí que podrán desarrollar su trabajo aquí, y otras no, dependiendo de la situación de cada persona y la dificultad del oficio
- › No, porque algunos sectores de trabajo no están lo suficientemente desarrollados. Por ejemplo: sanidad, ocio, moda...
- › Se puede trabajar en Villena como dependiente, zapatero, basurero, repartidor de pizza y camarero. No se podría trabajar de juez porque hay muy pocas cosas, de periodista tampoco ya que no hay grandes medios de comunicación, ni en el ámbito de la medicina porque no hay hospital, ni decoradora, ni ningún campo de arte dramático. En el ámbito deportivo no hay muchas salidas. Podemos concluir que Villena no tiene muchas salidas como una ciudad trabajadora e incluimos que tampoco tiene actividades sociales
- › Es relativo, dependiendo de qué quieras trabajar. Si te quieres dedicar al comercio, sí que sería considerable, pero si es una licenciatura como: magisterio, medicina...etc. existen pocas posibilidades de que puedas trabajar en Villena
- › No porque aquí o eres zapatero (que ya no porque nos han invadido los chinos) o tienes un bar (que hay lo menos 20 bares por metro cuadrado). En esta ciudad-pueblo hay mucha economía sumergida
- › No, porque la industria en Villena está muy parada, y otros sectores

Hay que destacar los más de un centenar de mapas subjetivos o mentales, que se llevaron a cabo por parte de los alumnos/as de los tres institutos de bachillerato de la ciudad de Villena. En cuanto a los elementos e hitos monumentales, más destacados en sus dibujos resultó ser el castillo, en primer lugar con un 96,3% de los resultados finales. Le sigue la plaza de toros, con un 80,4% y en tercer lugar el centro histórico y monumentos como Santiago, Santa María, barrios históricos, etc. con un total de 64,5%.



Representa en el siguiente recuadro el municipio de Villena



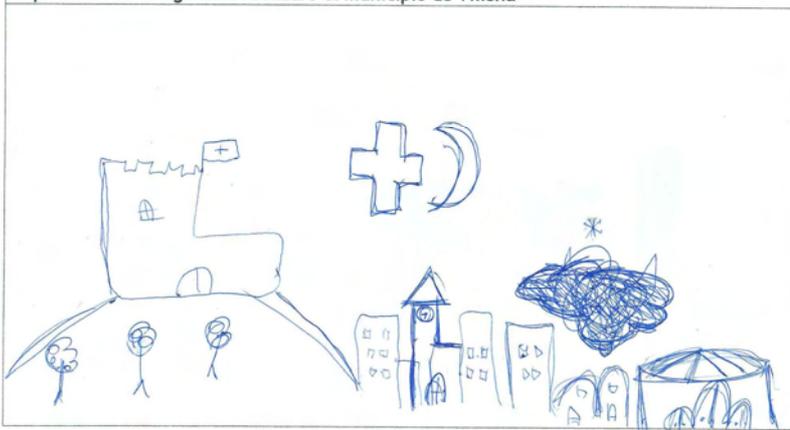
Representa en el siguiente recuadro el municipio de Villena



Representa en el siguiente recuadro el municipio de Villena



Representa en el siguiente recuadro el municipio de Villena



Representa en el siguiente recuadro el municipio de Villena



En resumen el análisis cualitativo arrojaría el siguiente resultado de los principales ítems y aspectos del municipio que se ponen en valor y destacan (de manera positiva o negativa) por los estudiantes y su nivel de representatividad porcentual:

1. Castillo de la Atalaya (96,3%)
2. Plaza de Toros (80,4%)
3. Centro Histórico y monumentos (64,5%)
4. Otros (equipamientos culturales e infraestructuras básicas como museos, casa de cultura o vertedero municipal; espacios Cruces y la Virgen; aspectos como la relación con pueblos de la comarca, el poblado y la pedrera como foco de conflicto, etc. (29,9%)
5. Fiestas de moros y cristianos (22,4%)
6. Teatro Chapí (18,7 %)
7. Vías de tren como barrera (16,8 %)
8. Basuras y malos olores (15,9%)

## TALLER CON POLÍTICOS

En septiembre de 2012 se celebró el taller de participación ciudadana orientado al tejido político del municipio de Villena. En este sentido el equipo de trabajo de la ETV+i nos reunimos con 3 representantes de cada uno de los 4 partidos políticos con representación en el ayuntamiento de Villena con el objetivo de obtener información sobre el pasado, presente y futuro de Villena. La singularidad de este taller fue que los participantes representaban a unas siglas políticas pero no ejercían como concejales en la actualidad.

Durante el taller, cada participante expuso al resto de asistentes, en menos de un minuto, su visión del municipio de Villena, teniendo en cuenta el pasado, el presente y la idea de ciudad que quieren para el futuro. Esta técnica es conocida como *elevator pitch*.

En la segunda parte del taller los participantes se dividieron en tres grupos de cuatro participantes, cada uno de un partido político distinto. Cada grupo plasmó de manera consensuada en una ficha aquellos aspectos claves para el desarrollo social, territorial y económico del municipio. Finalmente el portavoz de cada grupo expuso al resto de participantes las ideas reflejadas.



Representantes políticos trabajando en grupo durante el taller

Los resultados de la metodología *elevator pitch* se sintetizan en una triple visión municipal en la que se identifican los patrones socioeconómicos de Villena en el pasado, presente y futuro, según la perspectiva de los representantes políticos:

## PASADO

### Social

Importante y con gran motivación existencia de numerosas asociaciones, sociosanitarias, vecinales, jubilados

### Productivo-económico

Predominio de la agricultura y el calzado. En los últimos años se observó un repunte de la construcción pero fue efímero. Más tarde abandono de lo rural

### Territorial

Tuvo un papel de cabecera comarcal importante. Riqueza hídrica que no sea sabido gestionar. Segundo término municipal de la provincia en extensión pero en ocasiones mal planificado. Abandono de barrios como el Casco antiguo y San Francisco. Descontrol en la gestión de residuos y basuras. Desarrollo territorial constreñido por la red ferroviaria y la autovía

## PRESENTE

### Social

Existe un amplio tejido asociativo que en ocasiones cubren huecos de necesidades que deberían ser cubiertos por la administración, a pesar de esto las asociaciones están atravesando un mal momento debido a la reducción o ausencia de ayudas. Se están observando situaciones de pobreza en el municipio que deben aplacadas

### Productivo-económico

Tasas de paro muy elevadas, pérdida progresiva del comercio local, tejido empresarial sin perspectiva, decrecimiento de la industria del calzado por la competencia global, falta de inversión económica tanto pública como privada, falta de ayudas a los emprendedores, excesiva deuda municipal lo que impide la proliferación de ayudas

### Territorial

Crecimiento sin planificación, problemas graves de sobreexplotación de acuíferos, desborde en el control y gestión de residuos, pulmón vegetal de la Sierra de Salinas sin mantenimiento, Plan General de Ordenación Urbana obsoleto, problema de las vías sin resolver, necesidad de zonas verdes y recreativas. En el contexto de la comarca se ha perdido la fuerza de Villena como cabecera comarca en beneficio de municipios como Elda

## IDEAS CLAVE PARA EL FUTURO

- › Consensuar y aprobar un nuevo PGOU teniendo en cuenta los canales de participación social
- › Buscar medidas para crear empleo y conservar el existente: apoyo a la creatividad y al emprendedurismo
- › Control de los residuos consiguiendo en compromiso del consorcio y exigiendo que se cumpla la máxima de Reducir-Reutilizar-Reciclar
- › Potenciar lo rural y lo agrícola
- › Aprovechamiento de las infraestructuras culturales
- › Nuevas políticas vinculadas al tejido empresarial e industrial
- › Imaginación y valentía para transformar la situación actual
- › Conservación y mejor gestión de los acuíferos
- › Puesta en marcha de órganos de participación ciudadana para que los ciudadanos puedan decidir sobre las cuestiones vitales con los políticos

## TALLER CON TÉCNICOS

El objetivo de este taller fue conocer la visión DAFO-CAME que tienen los encargados de la gestión diaria del municipio. Las apreciaciones de estos profesionales resultan de gran interés para la elaboración del diagnóstico participado de un territorio, ya que debido a su actividad diaria profesional "a pie de obra" nos han ofrecido una visión completa de la situación social, económica y territorial del municipio.

La dinámica del taller de participación siguió el siguiente patrón: División de los participantes en dos grupos para que extrajeran aquellas Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades del municipio; Exposición en de las ideas clave con el objetivo de poder elaborar el análisis CAME a partir de las apreciaciones anteriores; Realización de una encuesta relativa a la situación del municipio de Villena.



Realizando el panel de análisis DAFO-CAME



ACCIONES DEFENSIVAS Y DE ADAPTACIÓN			
DEBILIDADES	CORREGIR	AMENAZAS	AFRONTAR
Escasez de recursos hídricos	Racionalizar usos actuales de agua/reducción de extracciones	Crisis económica	Rentabilizar recursos existentes TICs
Falta de liderazgo político	Gestión política eficaz por falta de consenso	Riesgo de contaminación de acuíferos	Programas de vigilancia
Alto índice de desempleo	Programas de autoempleo	Excesivo partidismo	
Menor importancia del tejido asociativo respecto al pasado	Más autonomía, formación y una mejor coordinación interna para el tejido asociativo	Agotamiento de recursos hídricos.	Alternativas de abastecimiento
Poco peso específico en la Comunidad Valenciana	Creación de una marca propia de Villena, realizar campañas de imagen, mayor presencia a nivel institucional		
Economía sumergida	Aumentar inspecciones laborales		
Escasa diversificación industrial/económica	Inversiones exteriores, planes de empleabilidad		
Plan urbanístico desfasado	Elaboración de un nuevo Plan General, con un proceso de participación ciudadana		

ACCIONES DE MANTENIMIENTO Y OPORTUNIDAD			
FORTALEZAS	MANTENER	OPORTUNIDADES	EXPLOTAR
Comercio de la ciudad	Fomentar las compras en Villena	Corredor mediterráneo	Promoción de la ciudad con la mejora de los servicios existentes
Infraestructura de telecomunicaciones	Ampliación de mercados, investigación y desarrollo	Turismo rural	Alojamiento rural. Más iniciativa privada, fomento de la industria turística
Industria agroalimentaria	Potenciar los recursos endógenos mediante las nuevas tecnologías.	Recursos naturales	Buenos accesos desde la población a la estación y conexiones de corto recorrido con la ciudades próximas
Tejido asociativo	Fomento del turismo	Estación AVE	Nuevas iniciativas empresariales
Oferta cultural	Modernizar, difundir y publicitar	Equipamientos e infraestructuras sociales y culturales	
Tejido productivo diversificado		Nodo logístico	
Amplio término municipal			
Situación geográfica estratégica			

El 10 de octubre de 2012 se celebró el taller de participación ciudadana orientado al tejido socioeconómico del municipio de Villena. En el taller participaron representantes del mundo empresarial, sindical, comercial y cooperativo, los cuales dieron una aproximación a la realidad socioeconómica del municipio desde un punto de vista transversal, retrospectivo y con unas marcadas visiones de futuro.

La dinámica de participación se dividió en tres partes de las cuales las dos primeras se complementaban.

En primer lugar se analizaron aquellos aspectos positivos y negativos existentes en Villena desde el punto de vista socioeconómico. Las apreciaciones de cada grupo quedaron reflejadas en una serie de tarjetas que se expusieron en una pizarra según fueran aspectos positivos o negativos.

Una vez analizados y expuestos los aspectos positivos y negativos, se realizaron una serie de propuestas de cambio para corregir los aspectos negativos y nuevas proposiciones que pudieran fomentar o explotar los aspectos positivos.

Por último a cada uno de los participantes se le hizo entrega de una pequeña encuesta, vinculada con aspectos socioeconómicos del municipio de Villena.

Las conclusiones de este taller se sintetizan en cuatro epígrafes:

#### **Aspectos positivos**

- › Diversidad económica
- › Gran superficie territorial
- › Localización geográfica estratégica
- › Agua como recurso estratégico
- › Agroindustria boyante
- › Recursos turísticos
- › Nudo de comunicaciones

#### **Aspectos negativos**

- › Falta de puesta en valor de los recursos turísticos
- › Falta de canalización de los recursos formativos hacia la demanda productiva de la ciudad
- › Carencia de gestión administrativa
- › Incremento del sector terciario
- › Falta de acción conjunta empresarial

- › Sobreexplotación de los acuíferos
- › No existe transferencia el conocimiento adquirido
- › Desprestigio social del empresario
- › Falta de espíritu empresarial
- › Falta de concentración parcelaria agrícola
- › Falta de desarrollo del PGOU, Plan Especial de la Huerta
- › Falta de aparcamiento en la ciudad
- › No existen buenas comunicaciones del transporte comarcal

#### **Nuevas propuestas**

- › Búsqueda del equilibrio hídrico, apoyar desaladoras y trasvases
- › Promoción de la estación del AVE
- › Promoción de la ciudad de Villena como nodo logístico

#### **Propuestas de cambio**

- › Conocer las necesidades formativas del nuevo mercado de trabajo
- › Poner valor el éxito empresarial
- › Revisión del PGOU, concentración parcelaria y Plan Especial de la Huerta
- › Acuerdo y consenso político respecto a los aspectos económicos que afecten a Villena

#### **TALLER CON EL TEJIDO SOCIAL**

El 18 de octubre, miembros de asociaciones vecinales, sociosanitarias, ambientales y culturales participaron en el taller dedicado al tejido asociativo de la ciudad. Debido a las características de los presente, el debate se centró en la actual situación de estos colectivos, que dependiendo de su naturaleza, presentan características diferenciadas. Más allá del posible carácter reivindicativo, se destacó el papel asistencial de algunas asociaciones que ofrecen servicios que las administraciones públicas no pueden asumir para dar respuesta a las necesidades sociales.

La dinámica de participación se dividió en tres partes de las cuales las dos primeras se complementaban.

En primer lugar se analizaron aquellos aspectos positivos y negativos existentes en Villena desde el punto de vista socioeconómico. Las apreciaciones de cada grupo quedaron reflejadas en una serie de

tarjetas que se expusieron en una pizarra según fueran aspectos positivos o negativos.

Una vez analizados y expuestos los aspectos positivos y negativos, se propusieron una serie de propuestas de cambio para corregir los aspectos negativos y nuevas propuestas que puedan fomentar o explotar los aspectos negativos.

Por último a cada uno de los participantes se le hizo entrega de una pequeña encuesta, vinculada con aspectos socioeconómicos del municipio de Villena.

#### **Aspectos positivos**

- › Disponibilidad del Ayuntamiento
- › Amplio tejido asociativo
- › Comienzo de la creación de herramientas de coordinación

#### **Aspectos negativos**

- › Guía de recursos y catálogo de asociaciones en la red
- › Querer utilizar lo ya existente

#### **Nuevas propuestas**

- › Falta de coordinación entre asociaciones especialmente entre las sociosanitarias
- › Mucha dependencia de los recursos municipales
- › Poca participación y desánimo social
- › No finalización de peticiones o actuaciones del Ayuntamiento
- › Inexistencia de una plataforma de voluntarios
- › Problemas económicos
- › Falta de implicación de los asociados

#### **Propuestas de cambio**

- › Figura "apolítica" que funcione de nexo, conexión, comunicador entre las asociaciones y el ayuntamiento

**TALLER CON JUBILADOS** El 15 de octubre se celebró el taller de participación ciudadana orientado a los jubilados del municipio de Villena. Este taller tenía un objetivo primordial: completar desde la cúspide de la pirámide de población los datos que obtuvimos en los talleres realizados con los jóvenes del municipio.

La dinámica del taller constó de dos partes: En un primer momento contestaron por grupos tres preguntas vinculadas con el presente, futuro y pasado de Villena. A continuación, y una vez analizadas las preguntas, cada grupo expuso sus respuestas al resto de asistentes abriendo un turno abierto de palabra para poder completar las apreciaciones realizadas por cada grupo.

Las preguntas propuestas y los resultados obtenidos a las mismas fueron las siguientes:

**¿Qué función puede cumplir el municipio de Villena en el contexto de la comarca del Alto y Medio Vinalopó?**

- › Centro recreativo y de ocio
- › Sanidad; completar centro de especialidades
- › Turismo; posicionar Villena como municipio turístico dando a conocer la riqueza turística que posee, además de ampliar plazas hoteleras
- › Industria; fomento de nuevas industrias y apoyar a las existentes

**¿Qué elementos del término municipal de Villena deben ser objeto de atención especial?**

- › Potenciar el nodo logístico
- › La falta de inversión en turismo y la riqueza natural que posee la ciudad
- › Comunicaciones; reivindicar el soterramiento de la vía ferroviaria y mejorar los servicios de cercanía
- › Industria; crear industrias para transformación de productos agrícolas, fomento del desarrollo de la agricultura de Villena y aflorar la economía sumergida de la ciudad

**¿Desarrollaron su actividad profesional en Villena? ¿En qué sector productivo trabajaron?**

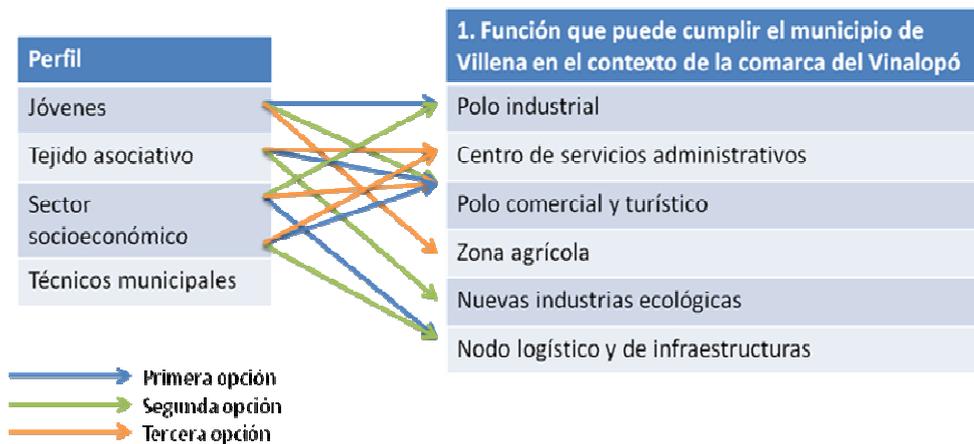
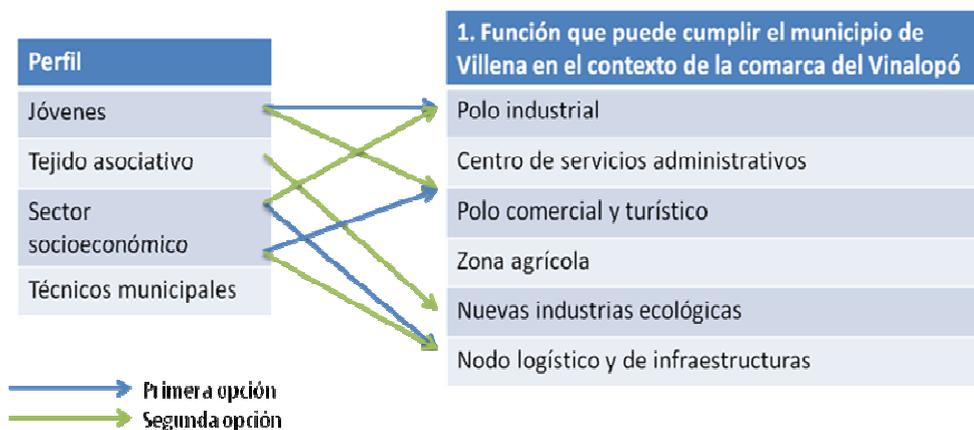
Todos los presentes han desarrollado su actividad profesional en Villena, vinculado en gran medida al sector del calzado desde la fabricación de zapatos hasta administrativos en la industria del calzado; además de otras actividades como la marroquinería, manipulado de cartón y dependienta, peluquería y confección



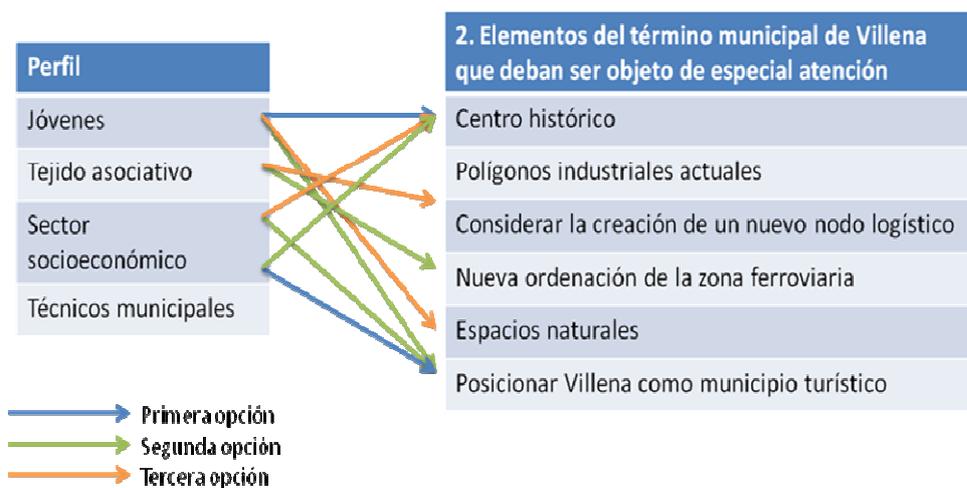
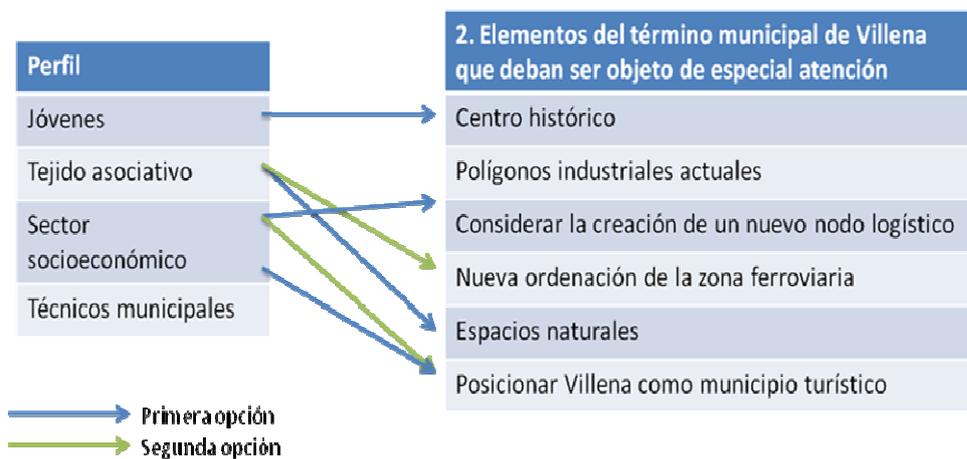
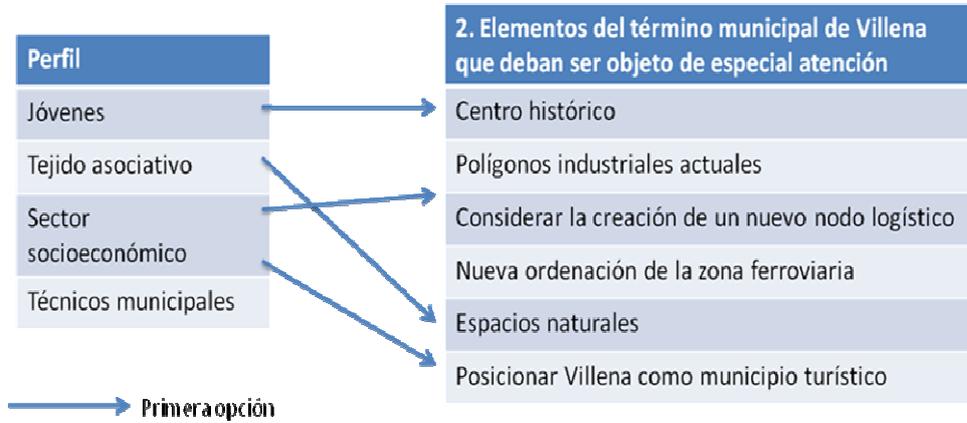
Dinámica del taller con jubilados



1. Función que puede cumplir el municipio de Villena en el contexto de la comarca del Vinalopó:



2. Elementos del término municipal de Villena que deben ser objeto de especial atención:



### 3. Acciones necesarias para el municipio de Villena:



Al final los principales resultados de los talleres, se podrían resumir en:

Necesidad de una nueva ordenación territorial consensuada

Puesta en marcha de órganos de participación ciudadana

Generar y conservar el empleo

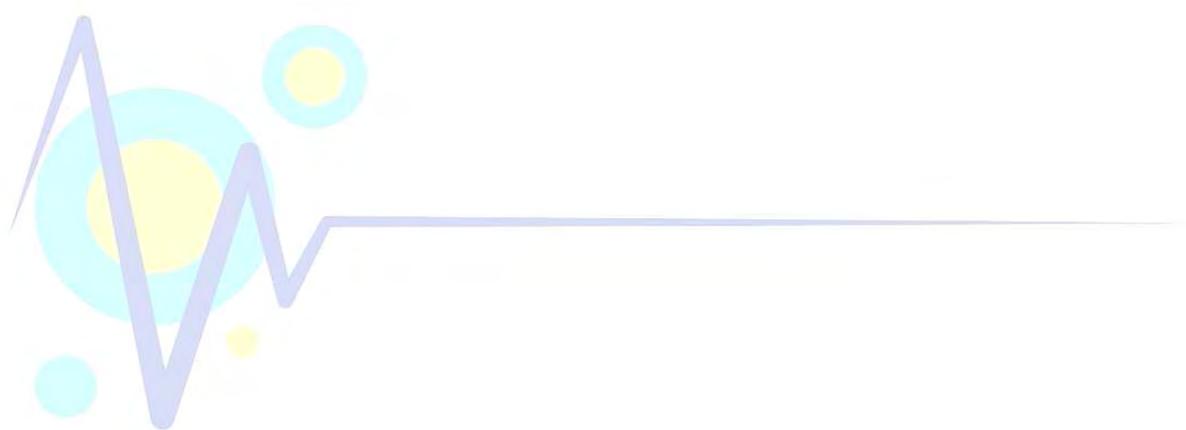
Villena como nodo logístico y agroindustrial

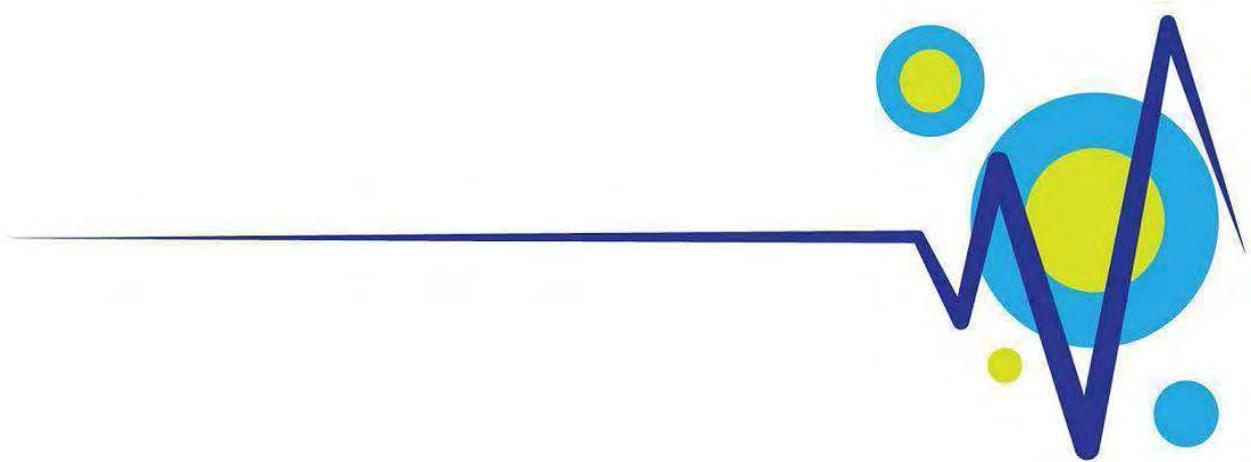
Apoyo a empresarios y emprendedores

Conservación y gestión de los acuíferos

**Estrategia Territorial  
Villena + innovación**

**Diagnóstico municipal  
para detectar factores  
de innovación.  
Polígonos de desarrollo  
local comparados**





## GLOSARIO

El estudio contempla las variables económicas, demográficas e industriales entre otras, del municipio de Villena, y lo compara con la Provincia de Alicante y los municipios considerados áreas de influencia más cercanos y con similares actividades socioeconómicas y características demográficas.

El tratamiento de los datos obtenidos, permite la representación gráfica a través de un polígono, que nos proporcionará un área matemática, la cual podremos utilizar como método de análisis y comparación de las realidades socioeconómicas, esta vez sí, cuantificadas.

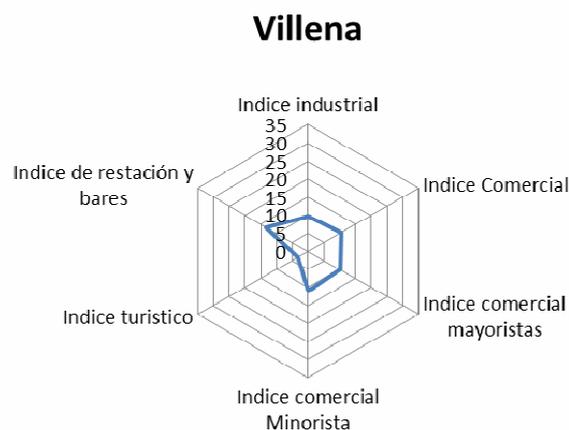
## POSIBILIDADES DEL POLÍGONO DE DESARROLLO LOCAL

### Fuentes de información

- › La Caixa (2013). *Anuario Económico*
- › Ministerio de Fomento
- › Portal estadístico del IVE
- › Datos económicos y sociales, Caja España y Caja Duero
- › Presidencia Diputación provincial de Alicante

### Representación

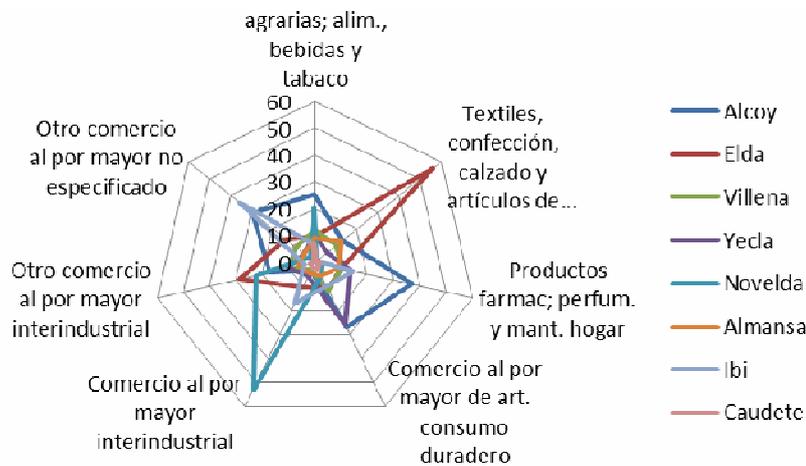
El cálculo y tratamiento de los datos, se traduce en una representación gráfica sobre X vértices, lo cual dibuja un polígono multivariable. Por ejemplo:



### Superposición Gráfica

Una de las posibilidades del PDL consiste en la posibilidad de comparar realidades municipales a través de la superposición de

los gráficos; lo que nos permitirá señalar con facilidad las Fortalezas y Debilidades del municipio en cuestión. Por ejemplo:



## Cálculo del Área

Consideraciones previas: el área solo se puede calcular para aquellos polígonos en que los ejes representen variables de la misma especie.

Consideramos:

S- Superficie del polígono

$$S = \frac{1}{2} |A|$$

$$|A| = |D - I|$$

$$D = X_1 Y_2 + X_2 Y_3 + \dots + X_n Y_1$$

$$I = Y_1 X_2 + Y_2 X_3 + \dots + Y_n X_1$$

n- Lados del polígono

$A_n$  - Vértices del polígono

A- Matriz con los vértices del polígono (ordenados en sentido anti horario)

$$A_i = (X_i; Y_i)$$

$$X_i = E_i \sin \theta_i; Y_i = E_i \cos \theta_i$$

$E_i$ - eje del polígono

$\theta_i$ - Angulo del eje, calculado en sentido antihorario según:

$$\theta_i = 360^\circ - \frac{360^\circ}{n} i$$

Si se busca el valor relativo para poder comparar entre municipios el área, en los casos que requiera, se debe repartir el área del polígono entre los habitantes.

Otros dos parámetros interesantes en el análisis de los polígonos, es el estudio de la variación de la regularidad del polígono y la posición del baricentro.

### Cálculo del Baricentro

El cálculo del baricentro considerando  $A_1, \dots, A_n$  n puntos del polígono, y  $m_1, \dots, m_n$  n números ( $m$  como masa). Entonces el baricentro de los  $(A_i, m_i)$  es el punto  $G$  definido como sigue:

$$\overline{OG} = \frac{\sum_i^n \overline{OA_i}}{\sum m_i} \text{ con } \sum m_i \neq 0$$

En nuestro caso interesa considerar el punto  $O$  como el  $(0,0)$ , que según las fórmulas utilizadas para calcular los puntos extremos se sitúa en el centro. Con esta consideración según lo anterior, la posición del baricentro respecto a la del centro geométrico del polígono regular nos muestra el desequilibrio entre las diferentes variables y la diferencia entre el polígono calculado y el polígono ideal.

### Cálculo de la Varianza

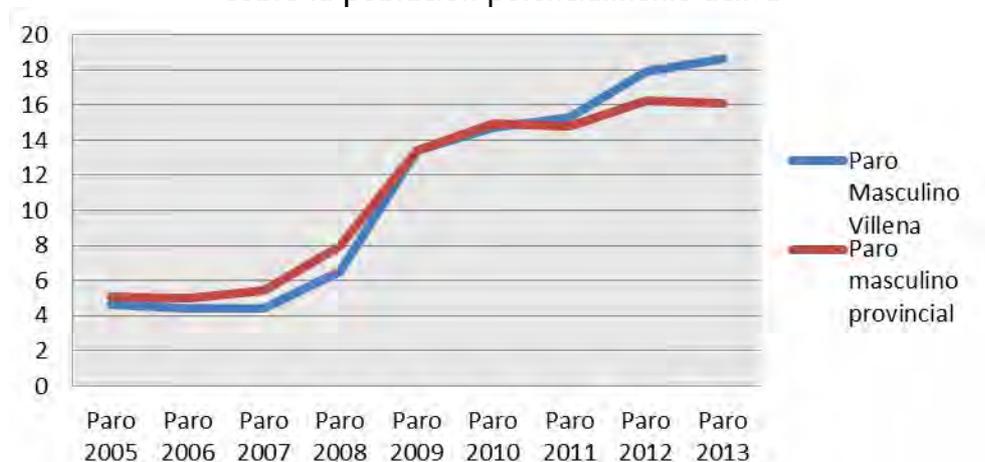
Dado que la posición del baricentro puede verse enmascarada por la compensación entre valores opuestos. Es interesante estudiar la variabilidad entre los ejes del mismo, para ello se puede calcular la varianza según la fórmula

$$S^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(x_i - \bar{x})^2 m_i}{N}$$

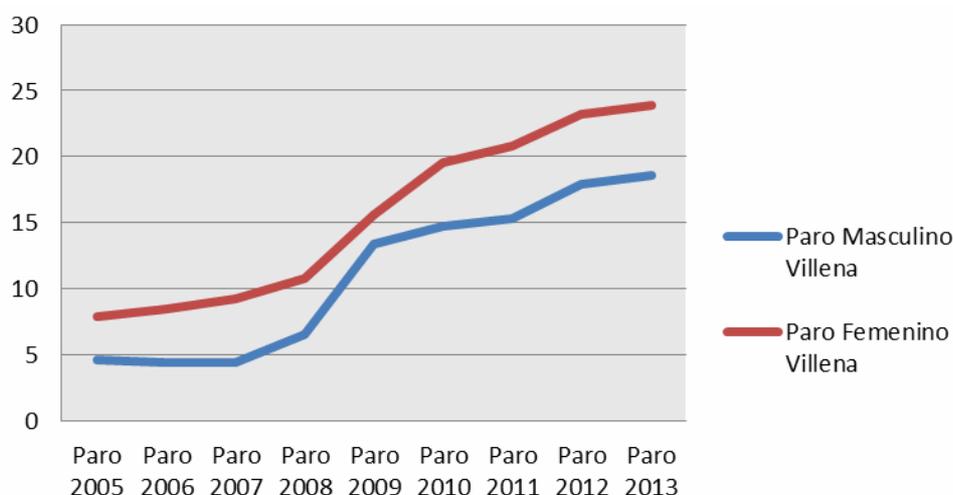
Si analizamos el significado de este estudio, nos compara nuestro polígono obtenido con aquel polígono regular que se inscribe en una circunferencia cuyo radio se corresponde con el valor medio de los ejes. En tanto que si el valor de la varianza más cercano a 0 se encuentra más semejante es el polígono calculado con aquel polígono ideal.

Se expone a continuación la tasa de paro registrado, obtenida como resultado de relativizar el número de parados registrados en el Servicio Público de Empleo Estatal (antiguo INEM), a 1 de julio de 2012, por la población potencialmente activa (15 a 64 años) referida a 1 de enero de 2012. No es posible elaborar una tasa de paro municipal referida a la población activa porque la Encuesta de Población Activa (EPA), al ser una encuesta muestral, no se extiende a nivel municipal. Este indicador de paro registrado, referido a la población potencialmente activa (15 a 64 años), es, sin embargo, un útil indicador comparativo por municipios.

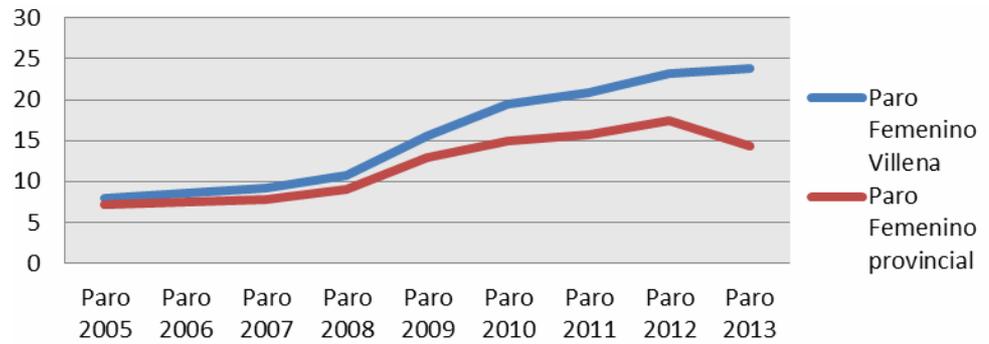
Comparativa de la evolución del paro masculino (%) sobre la población potencialmente activa



Evolución del paro (%) sobre la población potencialmente activa en Villena (2005-2013)



### Comparativa de la evolución del paro femenino (%) sobre la población potencialmente activa



### Evolución del paro (%) sobre la población potencialmente activa en la provincia (2005-2013)

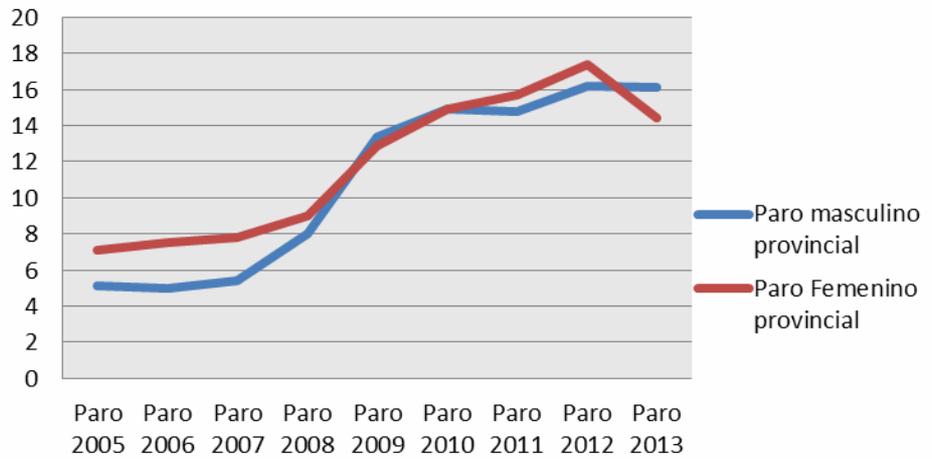


Gráfico comparativo de la importancia del conjunto de la actividad económica. Se elabora en función de los siguientes indicadores: **ÍNDICES ECONÓMICOS**

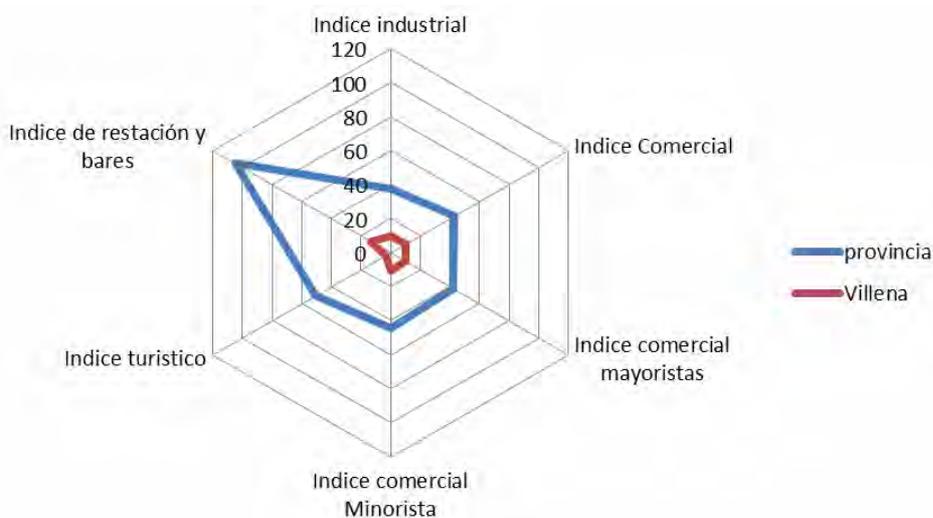
- › Índice industrial
- › Índice de restauración y bares
- › Índice turístico
- › Índice comercial minorista
- › Índice comercial mayorista
- › Índice comercial

Su valor refleja el peso relativo de la actividad económica de un contexto territorial (provincia o municipio).

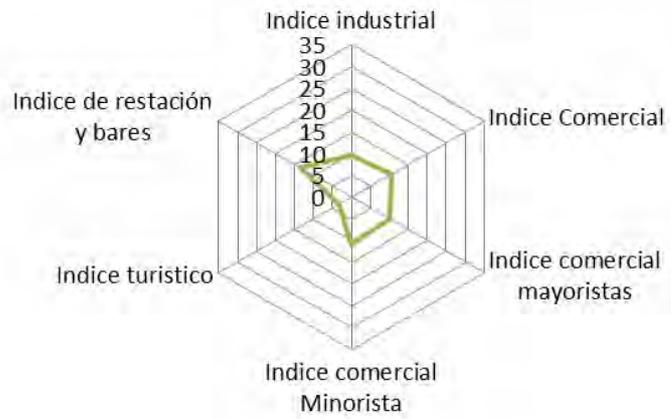
De esta manera, el cálculo de las áreas nos proporciona los siguientes resultados:

Municipio	Área	Varianza	Desviación	Baricentro	
				X	Y
Alcoy	1.523,40	36,44	6,04	0,86	-2,90
Elda	997,30	42,89	6,55	0,75	-2,82
Villena	177,24	9,61	3,10	-0,54	0,68
Yecla	331,91	5,94	2,44	1,04	0,58
Novelda	307,43	39,07	6,25	-2,66	2,41
Almansa	209,36	9,61	3,10	1,72	-0,38
Ibi	130,53	23,02	4,80	-1,21	2,16
Caudete	11,30	0,42	0,65	0,04	0,26

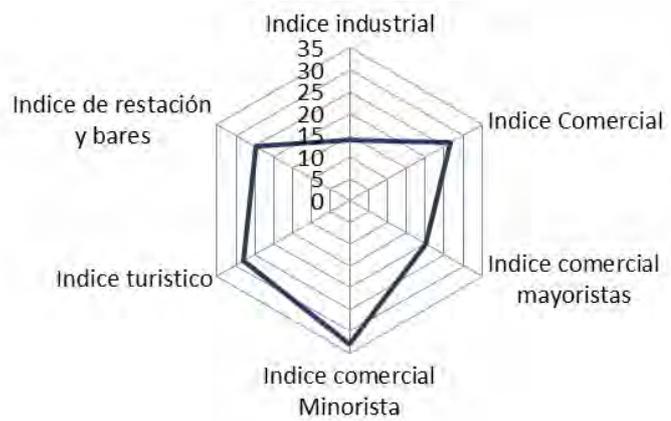
Comparativa Villena - provincia



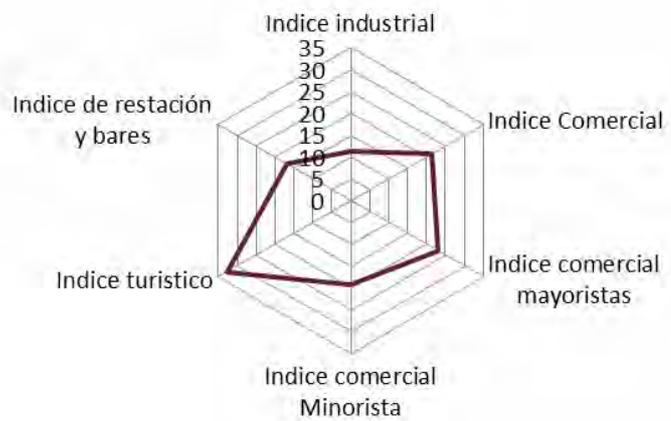
### Villena



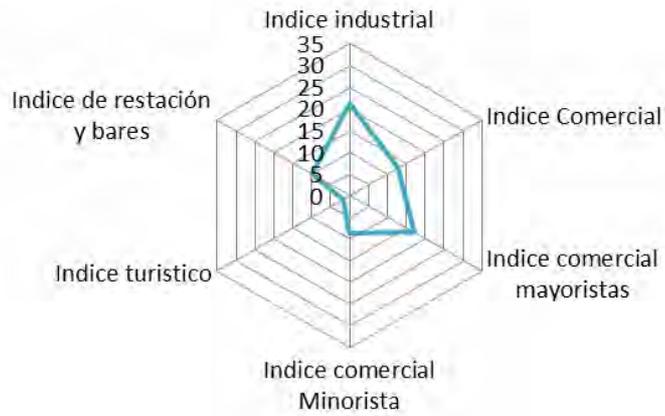
### Alcoy



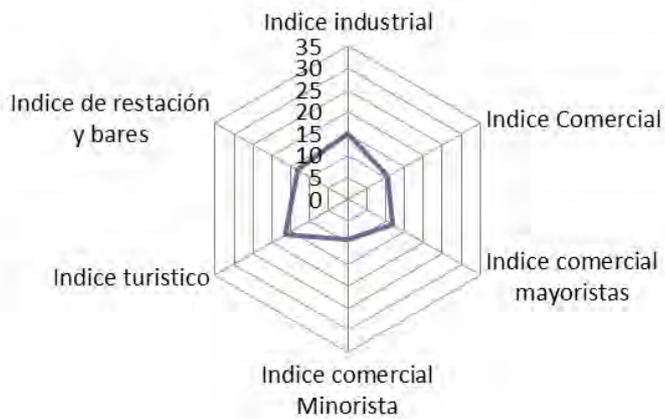
### Elda



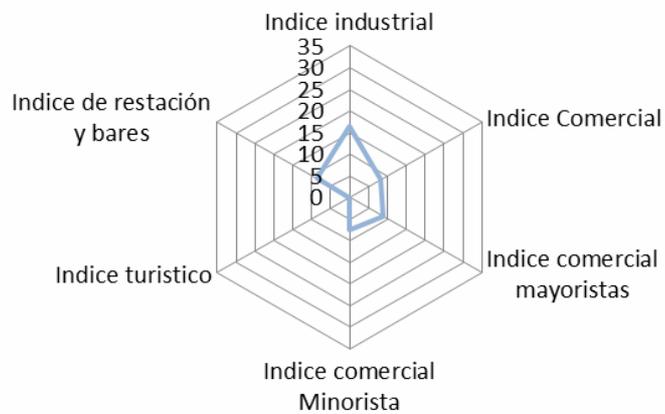
### Novelda



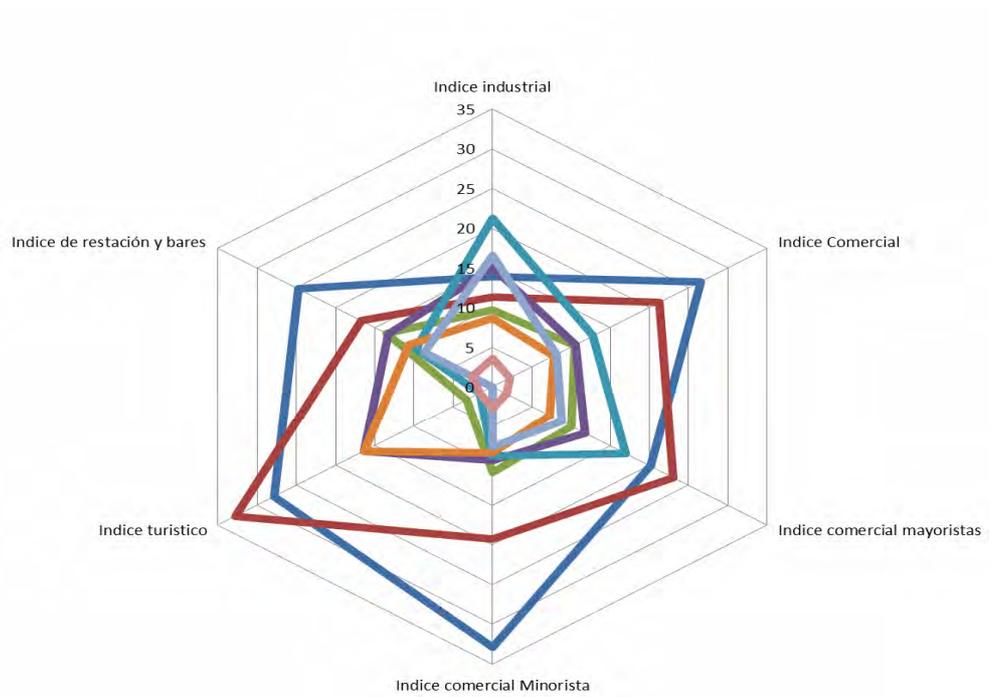
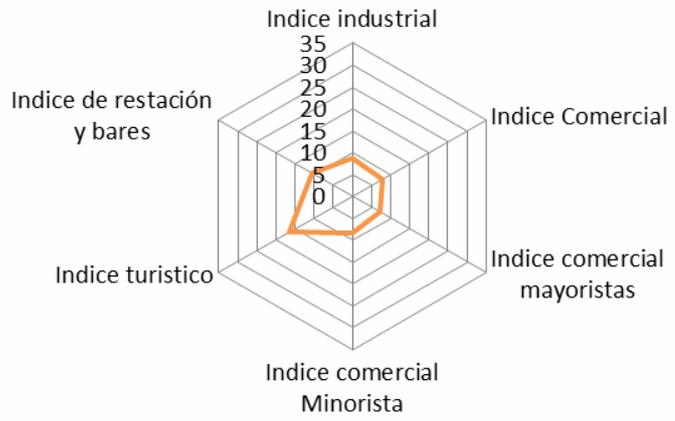
### Yecla



### Ibi



## Almansa



### Comparativa económica

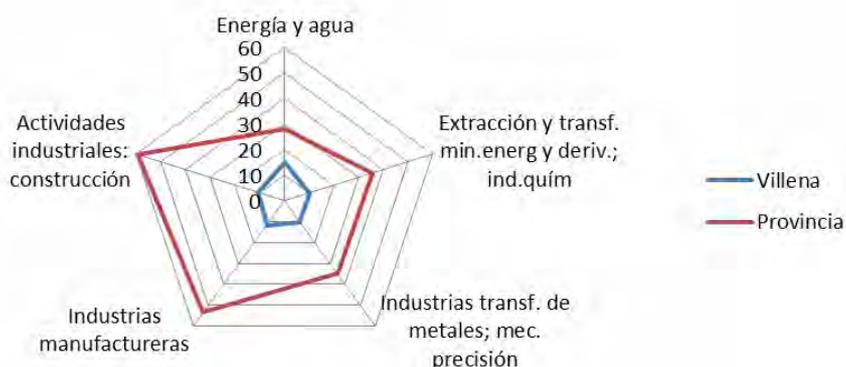
- Alcoy
- Elda
- Villena
- Yecla
- Novelda
- Almansa
- Ibi
- Caudete

Índice comparativo de la importancia de la industria (incluida la construcción). El índice, se elabora en función de la cuota tributaria (cuota de tarifa) del impuesto de actividades económicas correspondiente a las actividades industriales. Su valor refleja el peso relativo de la industria de un municipio. En este caso comparamos Villena con el total de la provincia de Alicante. Incluye:

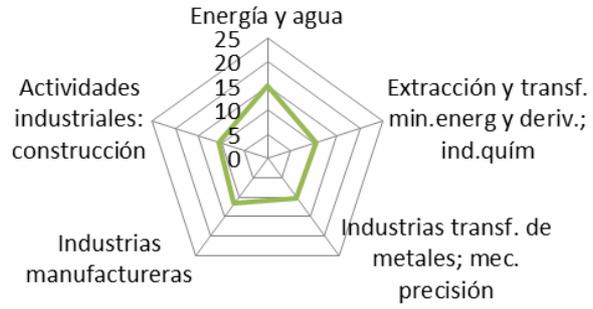
- › Energía y agua
- › Actividades industriales y construcción
- › Industrias manufactureras
- › Extracción y transformación
- › Industria de transformación

Municipio	Área	Varianza	Desviación	Baricentro	
				X	Y
Alcoy	678,00	38,39	6,20	2,21	-1,85
Elda	506,78	28,84	5,37	2,14	-1,75
Villena	317,14	6,88	2,62	0,19	0,63
Yecla	464,46	15,94	3,99	0,86	-0,20
Novelda	311,86	190,82	13,81	-4,77	2,54
Almansa	223,67	25,80	5,08	0,73	1,74
Ibi	364,81	78,66	8,87	-1,46	-2,90
Caudete	86,86	10,83	3,29	0,10	1,78

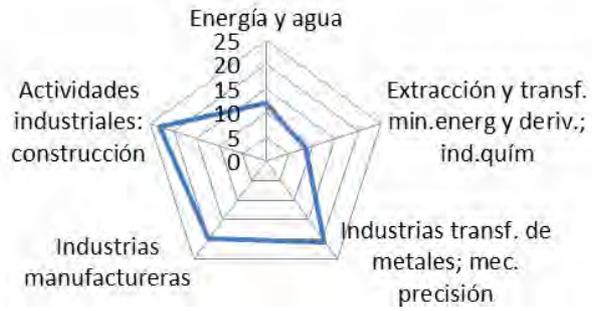
**Comparativa Villena - provincia**



### Villena



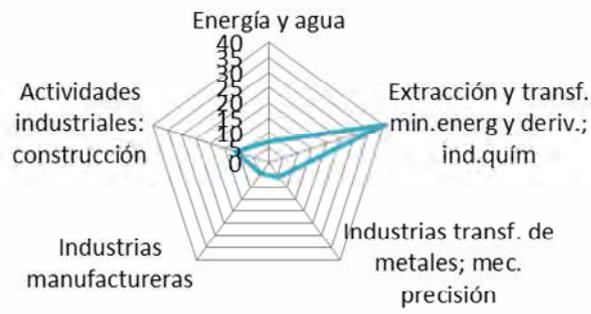
### Alcoy



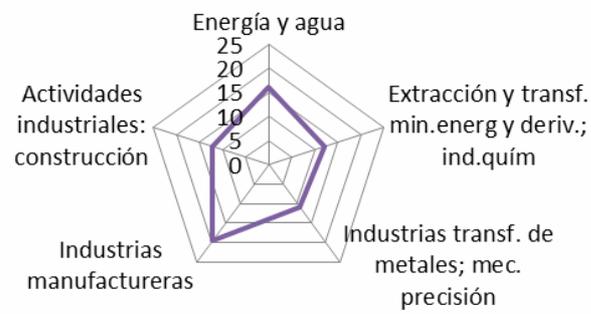
### Elda



## Novelda



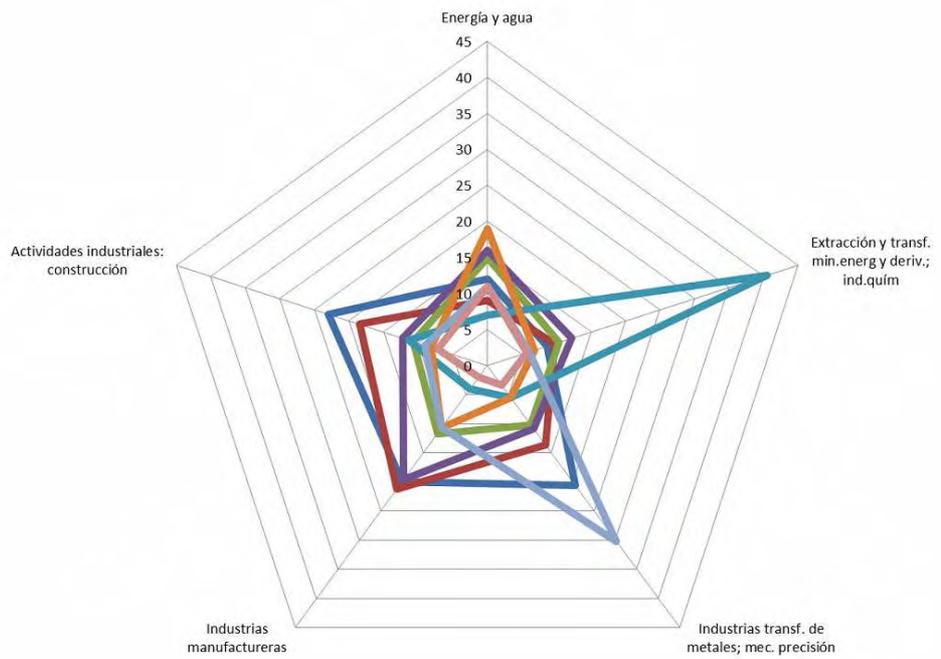
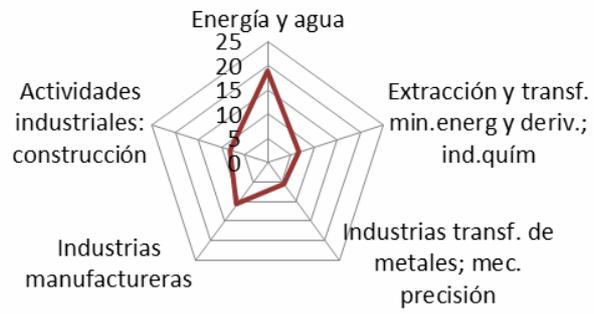
## Yecla



## Ibi



## Almansa



## Comparativa industrial

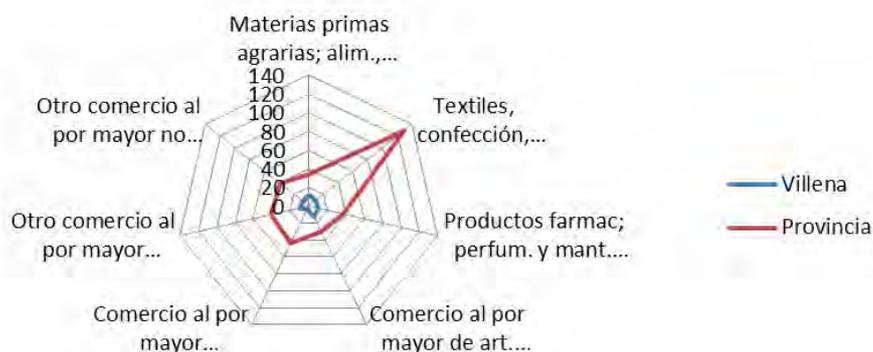
- Alcoy
- Elda
- Villena
- Yecla
- Novelda
- Almansa
- Ibi
- Caudete

Índice comparativo de la importancia del comercio (mayorista y minorista). El índice se elabora en función de la cuota tributaria (cuota de tarifa) del impuesto de actividades económicas correspondiente a las actividades de comercio mayorista y minorista. Su valor refleja el peso relativo de la actividad comercial de Villena y resto de áreas de influencia de la provincia de Alicante. Se contempla:

- › Comercio de materias primas
- › Textiles, confección, calzado y artículos de cuero
- › Productos farmacéuticos, perfumes y mantenimiento del hogar
- › Comercio al por mayor de artículos de consumo duradero.
- › Comercio al por mayor interindustrial
- › Otro comercio al por mayor interindustrial
- › Otro comercio al por mayor no especificado

Municipio	Área	Varianza	Desviación	Baricentro	
				X	Y
Alcoy	769,03	109,86	10,48	-2,43	1,76
Elda	645,81	92,26	9,61	-2,26	3,57
Villena	170,44	24,35	4,93	-0,85	0,78
Yecla	272,26	38,89	6,24	-1,79	-2,34
Novelda	592,04	84,58	9,20	5,78	-5,05
Almansa	125,84	17,98	4,24	-1,27	1,00
Ibi	158,76	22,68	4,76	2,89	0,00
Caudete	8,04	1,15	1,07	-0,07	0,28

Comparativa Villena - provincia



## Villena



## Alcoy



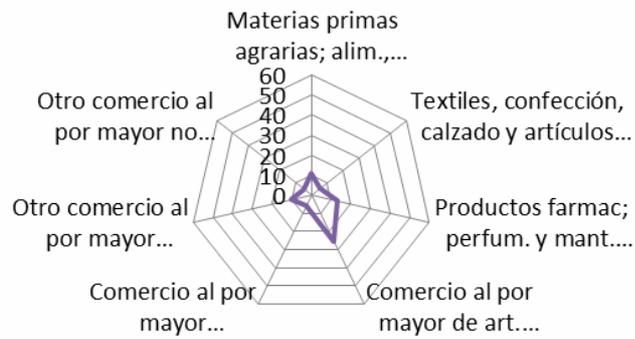
## Elda



## Novelda



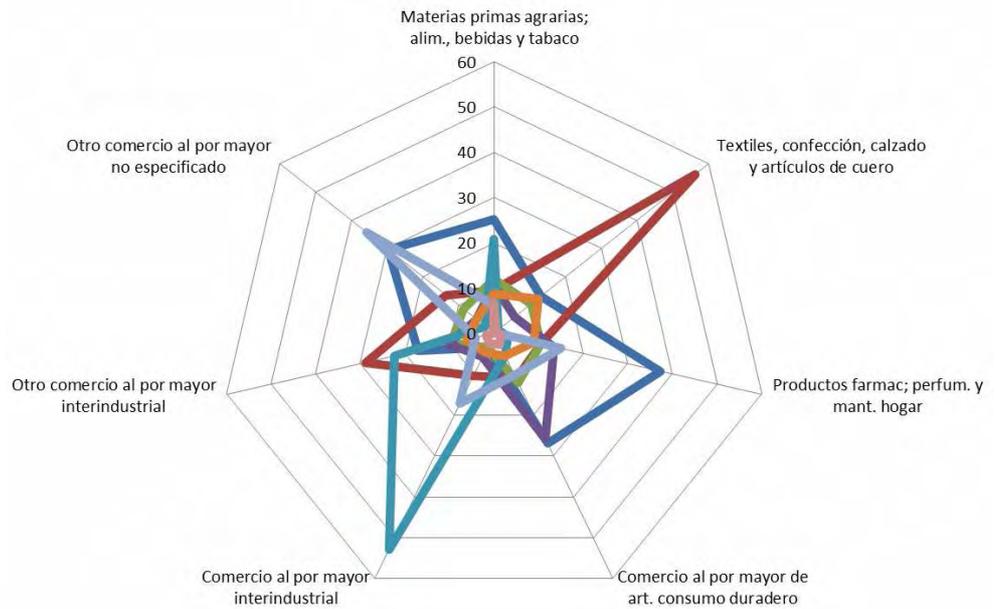
## Yecla



## Ibi



## Almansa



## Comparativa comercio mayorista

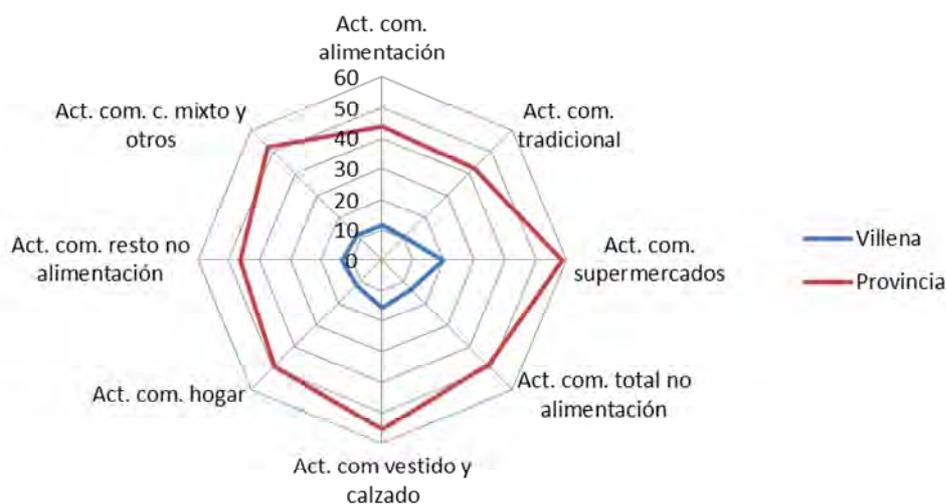
- Alcoy
- Elda
- Villena
- Yecla
- Novelda
- Almansa
- Ibi
- Caudete

Índice comparativo de la importancia del comercio (mayorista y minorista). El índice se elabora en función de la cuota tributaria (cuota de tarifa) del impuesto de actividades económicas correspondiente a las actividades de comercio mayorista y minorista. Su valor refleja el peso relativo de la actividad comercial de Villena y resto de áreas de influencia de la provincia de Alicante. Se contempla:

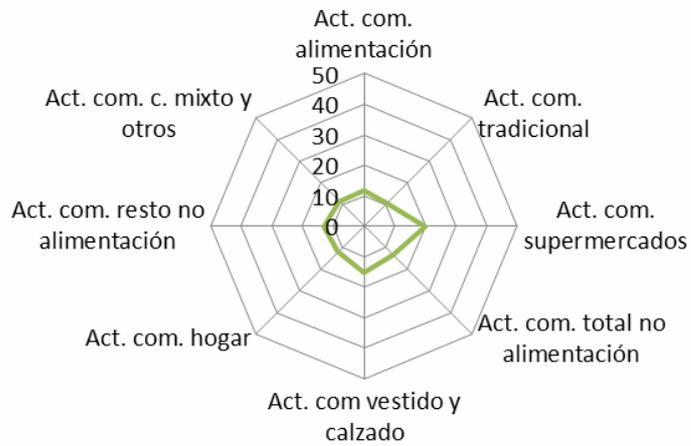
- › Alimentación
- › Comercio tradicional
- › Supermercados
- › Comercio (No alimentación)
- › Vestido y calzado
- › Comercio del hogar
- › Comercio mixto
- › Otros

				<i>Baricentro</i>	
Municipio	Área	Varianza	Desviación	X	Y
Alcoy	2.167,33	57,55	7,59	-3,05	-1,04
Elda	808,00	19,98	4,47	0,46	1,03
Villena	509,21	12,96	3,60	-0,91	-0,74
Yecla	285,96	19,01	4,36	1,40	-1,35
Novelda	295,28	7,65	2,77	0,86	0,77
Almansa	255,04	8,03	2,83	0,80	0,86
Ibi	209,16	1,99	1,41	-0,13	0,10
Caudete	34,17	2,96	1,72	0,56	0,38

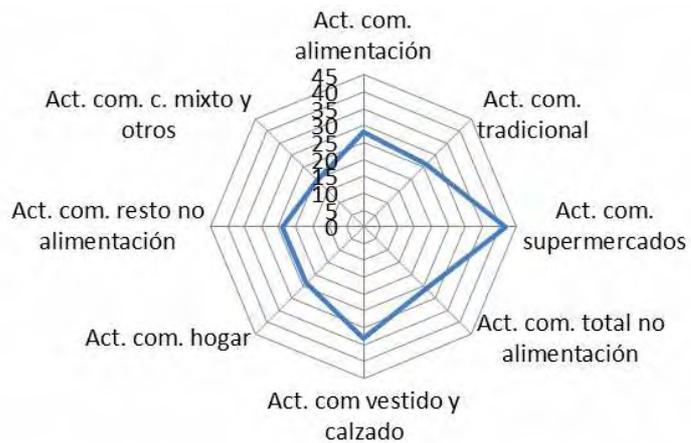
### Comparativa Villena - provincia



### Villena



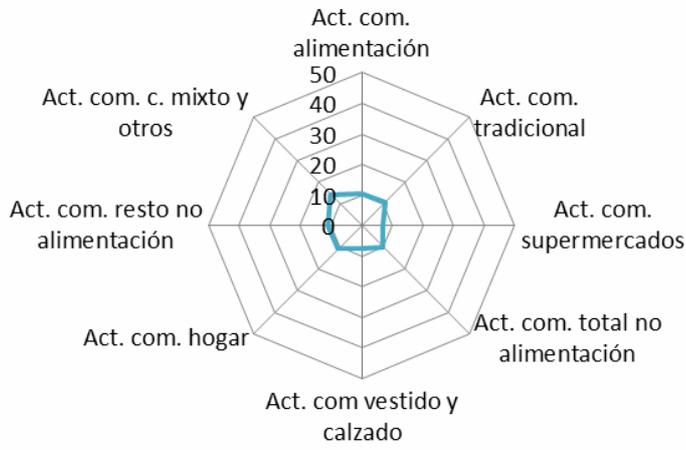
### Alcoy



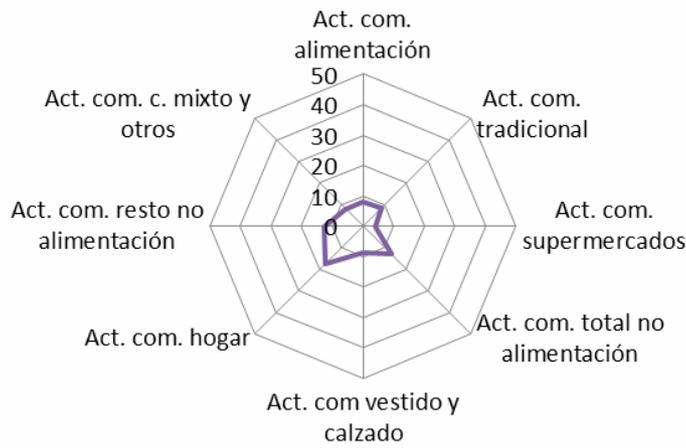
### Elda



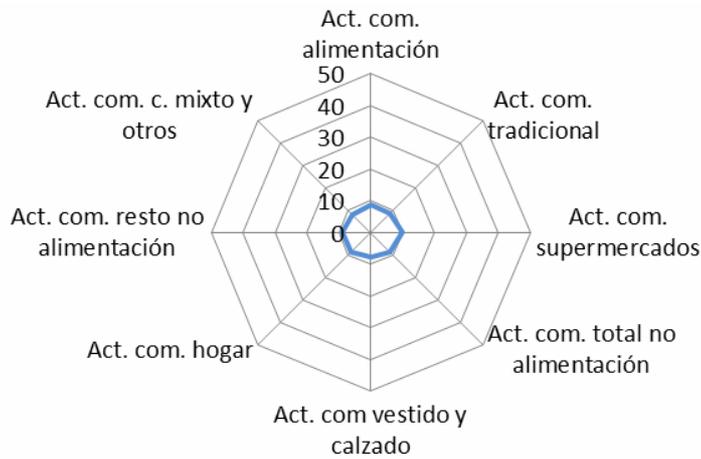
### Novelda



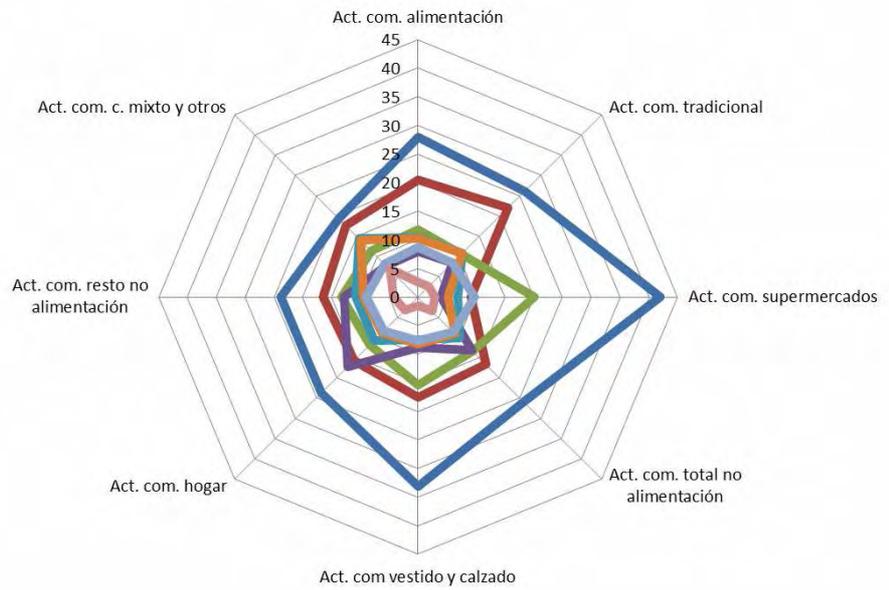
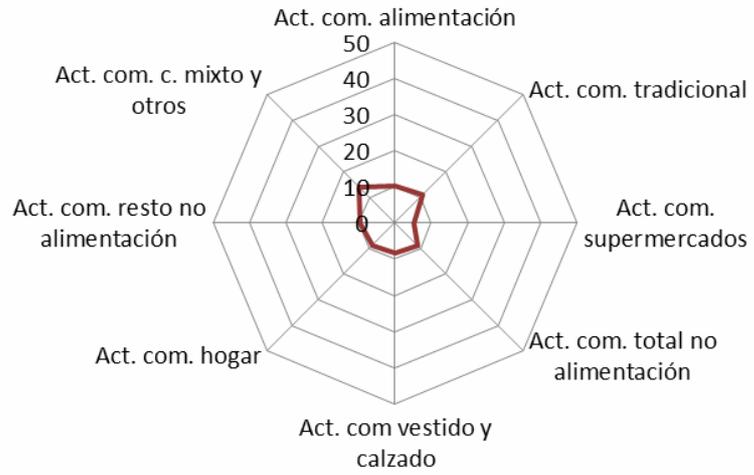
### Yecla



### Ibi



## Almansa

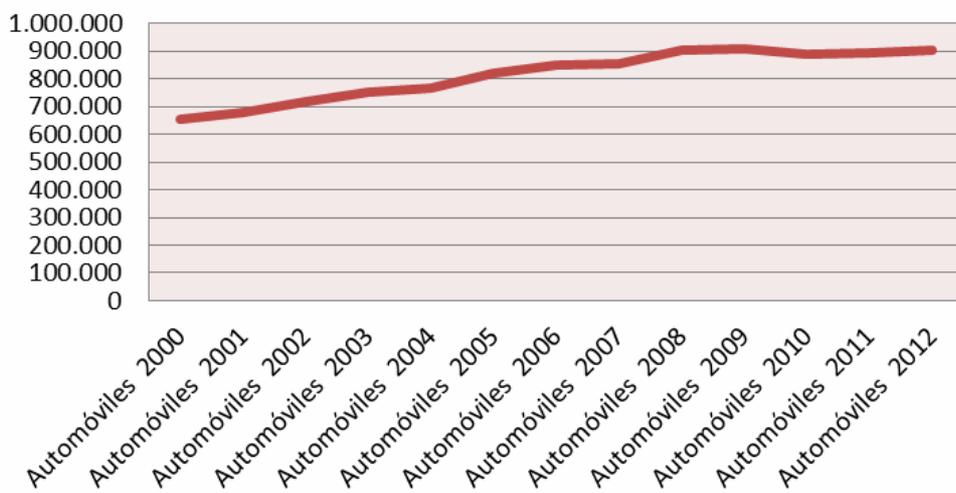


### Comparativa comercio minorista

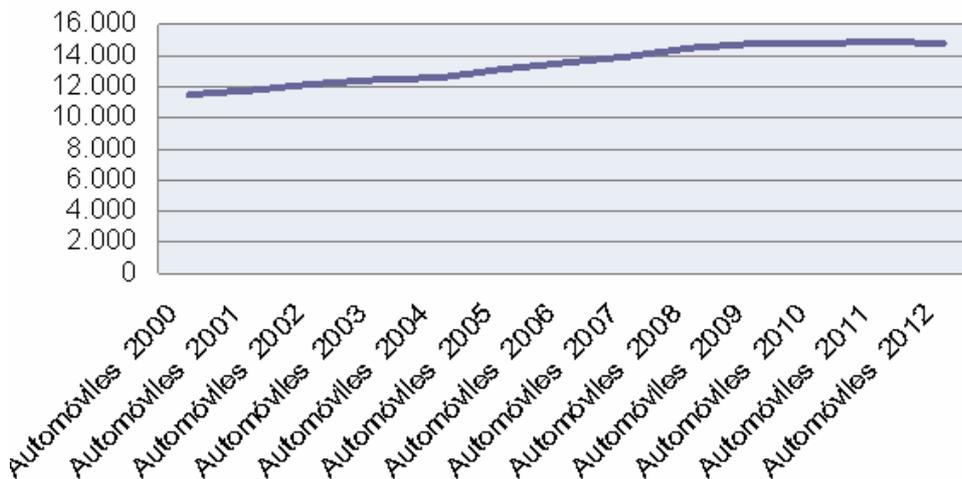
- Alcoy
- Elda
- Villena
- Yecla
- Novelda
- Almansa
- Ibi
- Caudete

Se contempla el número en cifras absolutas de matriculaciones de automóviles de Villena y de la provincia de Alicante. Éstos indicadores se consideran un reflejo fiable de la coyuntura económica, ya que el consumo dinamiza la oferta y la demanda interna, así como la concesión de créditos bancarios, seguros, etc. y gracias a su representación, podemos conocer la tendencia, evolución, y así, poder proceder a la comparativa en cifras relativas: N° Matriculaciones-transacciones / Habitantes.

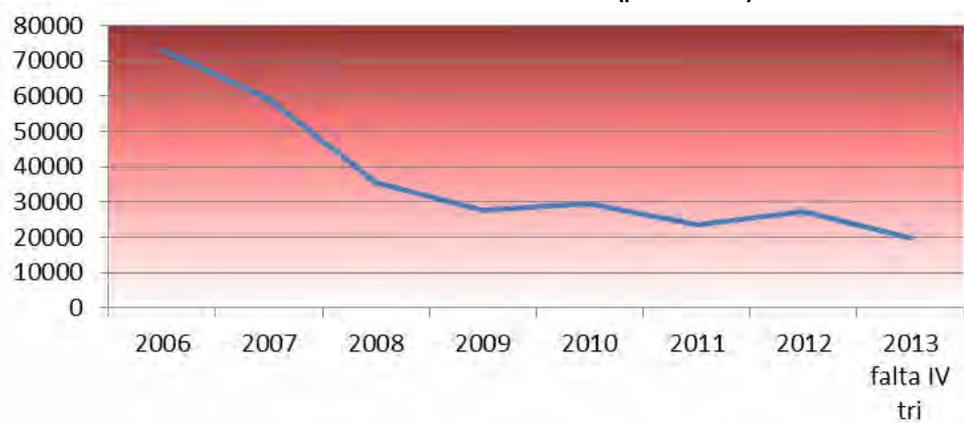
**Automóviles matriculados (provincia)**



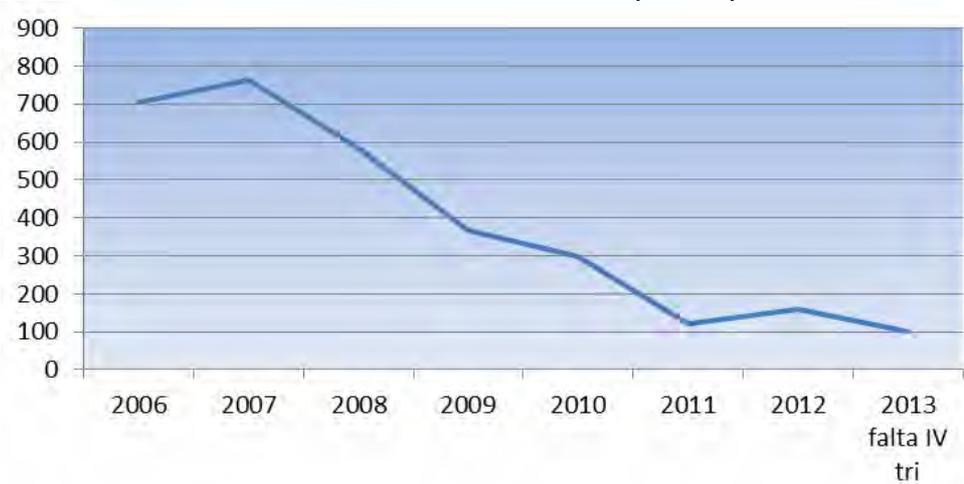
**Automóviles matriculados (Villena)**



### Transacciones inmobiliarias (provincia)



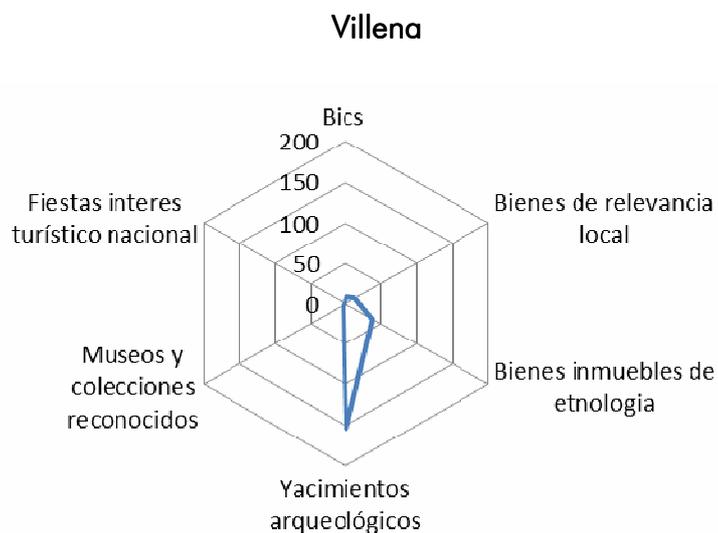
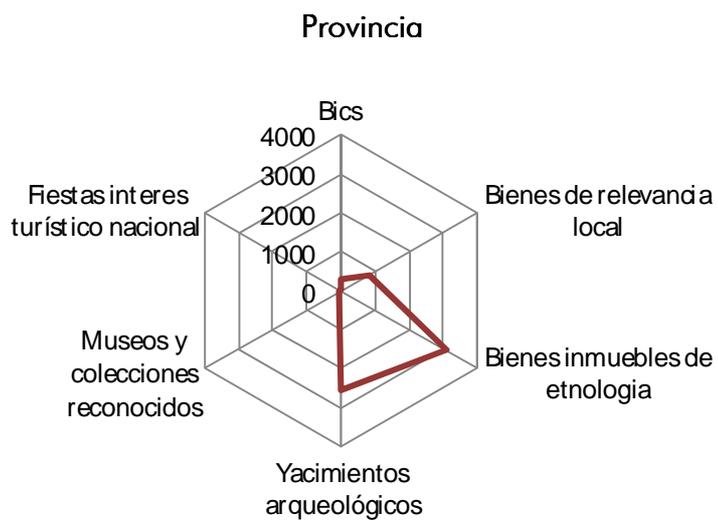
### Transacciones inmobiliarias (Villena)



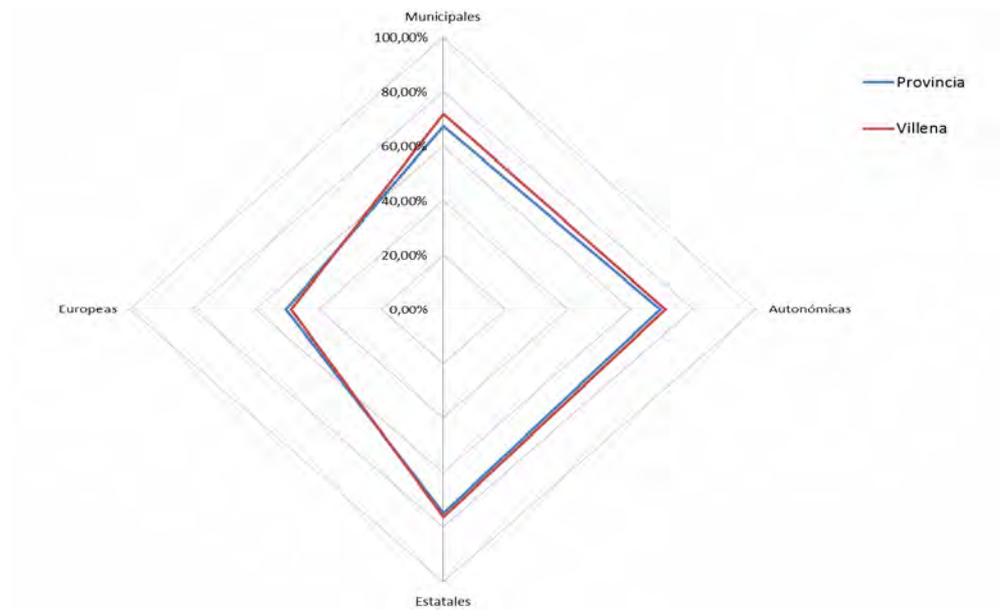
Se contemplan elementos culturales, tales como:

## CULTURA

- › BICs
- › Bienes de relevancia local
- › Bienes inmuebles de etnología
- › Yacimientos arqueológicos
- › Museos y colecciones reconocidos
- › Fiestas de interés turístico nacional



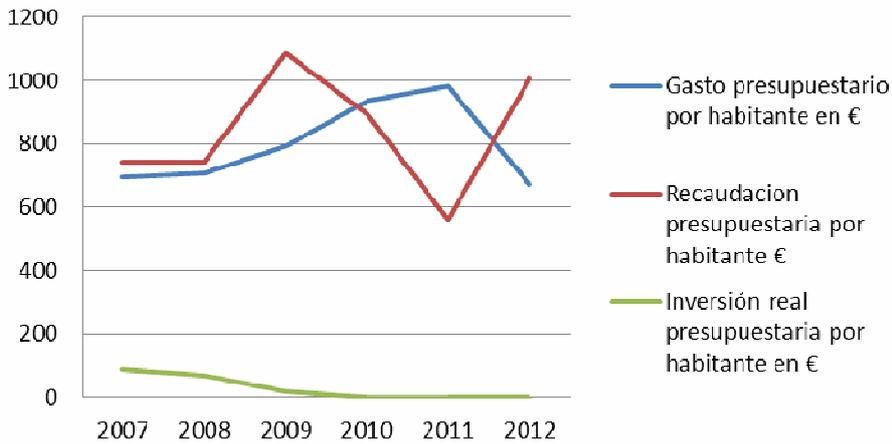
## TASA DE PARTICIPACIÓN EN ELECCIONES



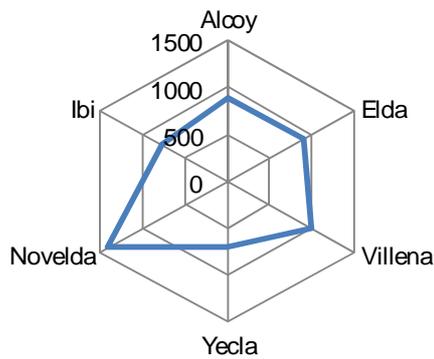
En este apartado se refleja el gasto presupuestario por habitante en €, la recaudación presupuestaria por habitante en € y la inversión real presupuestaria por habitante en €, y la comparativa a nivel supramunicipal.

**INDICADORES  
PRESUPUESTARIOS**

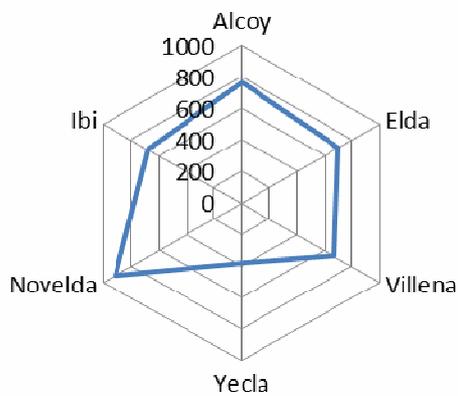
**Presupuestos municipales, Villena**



**Recaudación presupuestaria 2012 (€/hab.)**



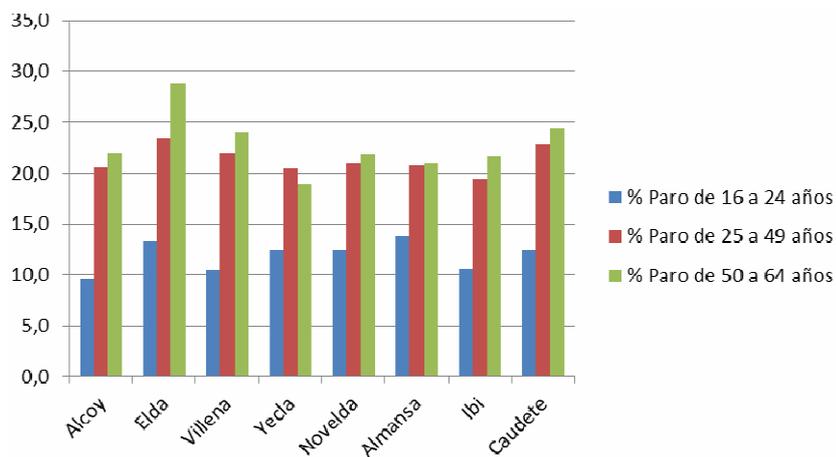
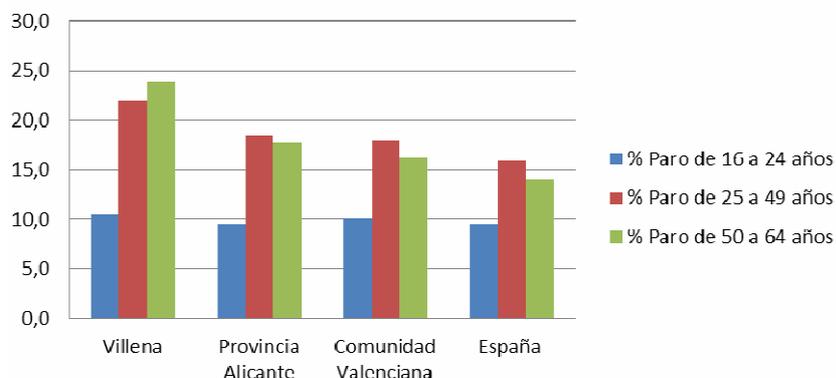
**Gasto presupuestaria 2012 (€/hab.)**



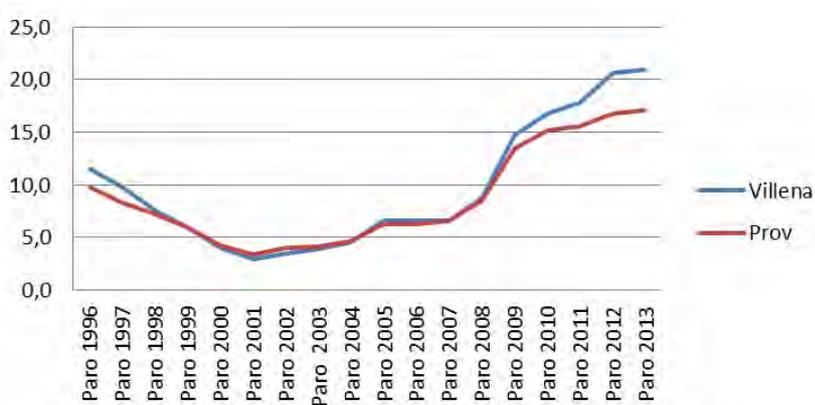
## DATOS DE DESEMPLEO

- › Paro (%) por grupos de edad
- › Paro registrado (%) sobre la población potencialmente activa

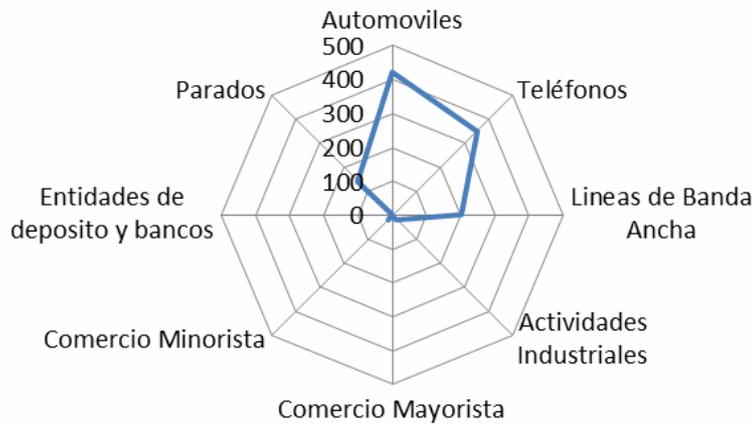
### Paro (%) por grupos de edad



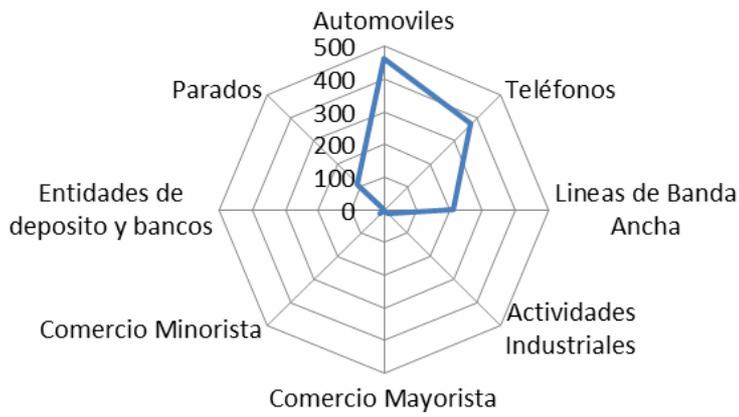
### Paro registrado (%) sobre la población potencialmente activa



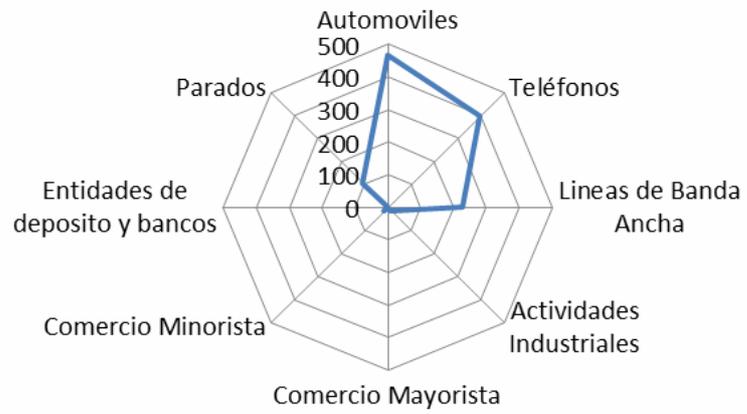
### Villena



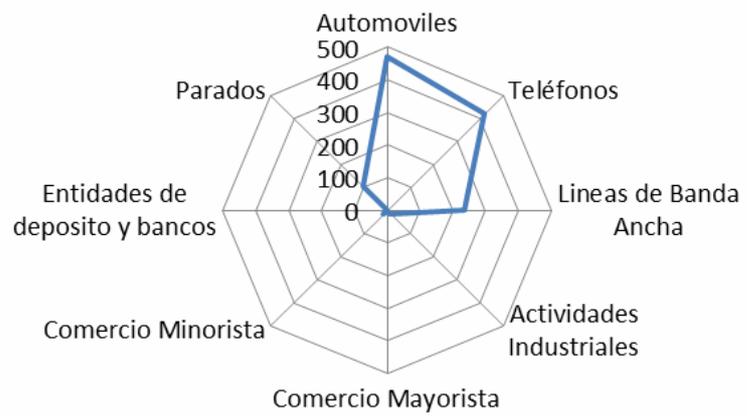
### Provincia



## Comunidad Valenciana

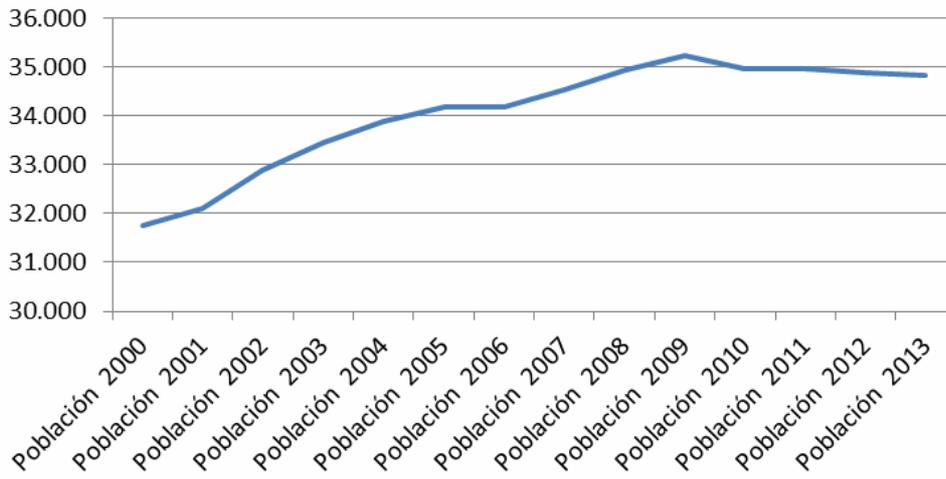


## España

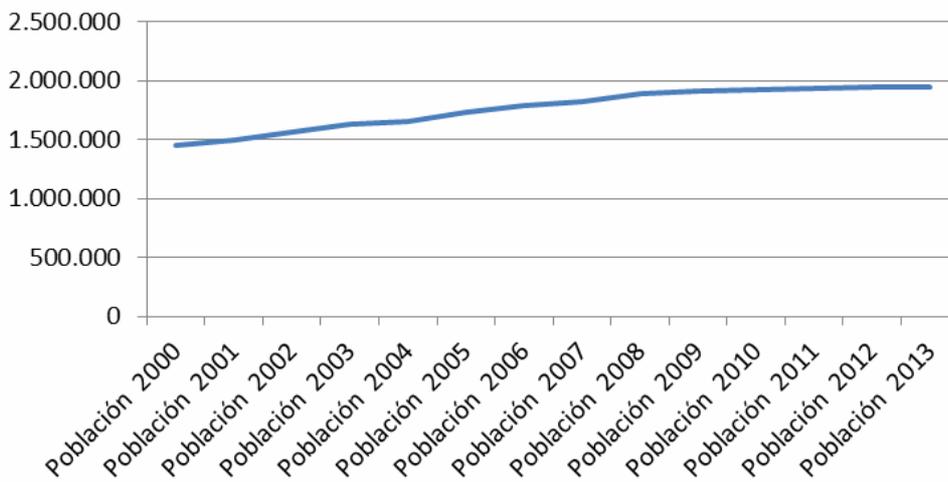


## EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN

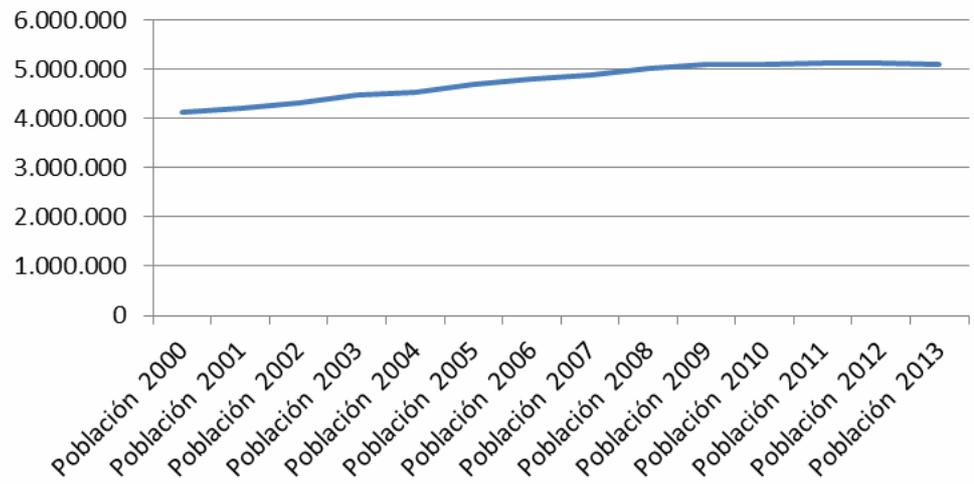
### Villena



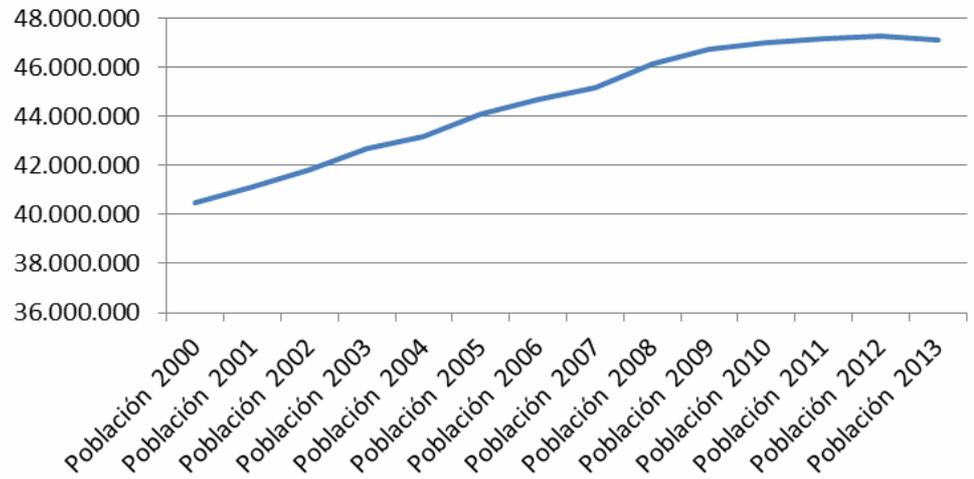
### Provincia



### Comunidad Valenciana



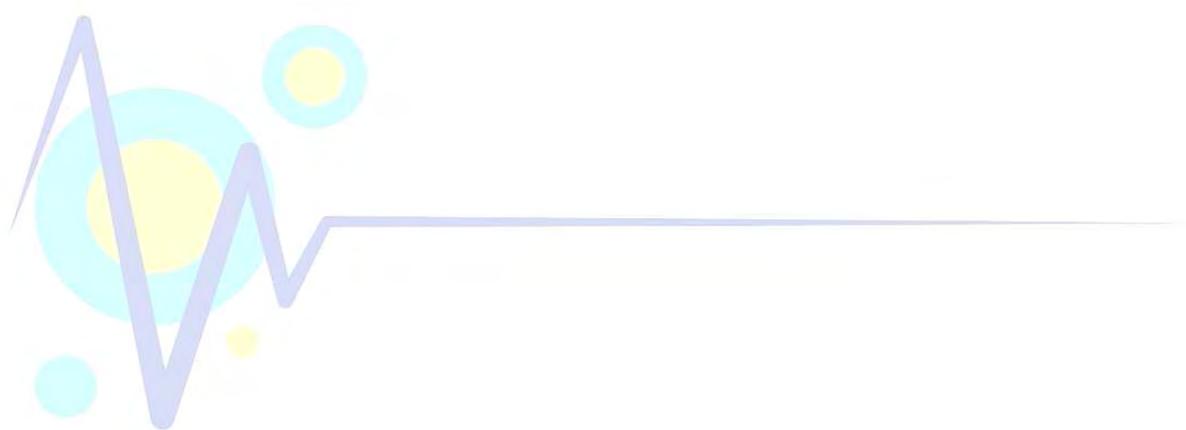
### España

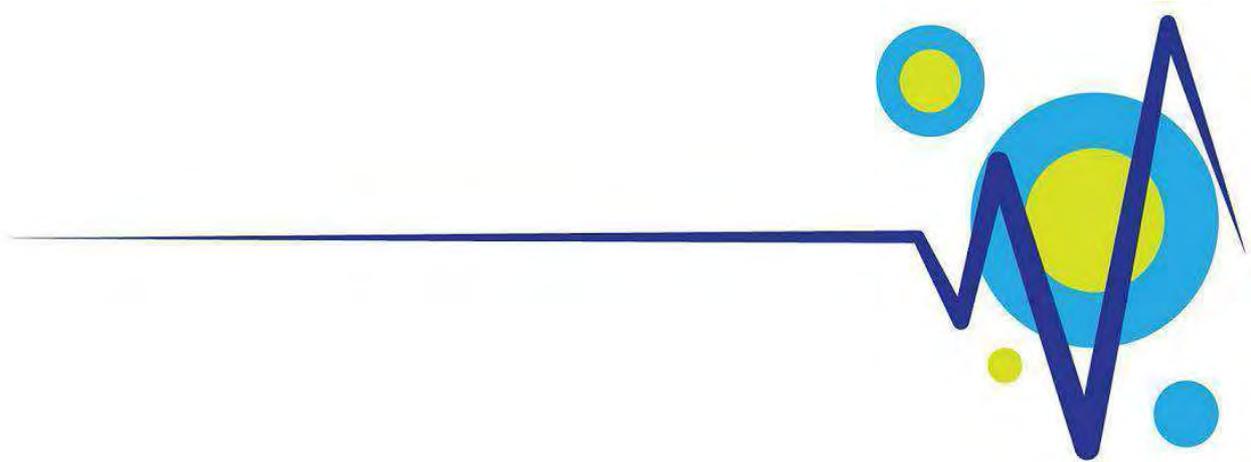




**Estrategia Territorial  
Villena + innovación**

## **El papel de la comunicación en el proceso de la ETV+i**





## INTRODUCCIÓN

La comunicación, entendida como "acción común", ha sido un factor determinante en este proceso **transparente** y **participativo** que ha pretendido detectar y diagnosticar aquellas cuestiones territoriales, sociales y económicas que son de interés real para la ciudadanía y que configuran la vida de un municipio.

Si entendemos el territorio como una construcción permanente de significado, identidad y convivencia, además de una proyección hacia el futuro, es necesario establecer cauces comunicativos que posibiliten definir y consensuar el proyecto integral de ciudad, sumando voluntades y reforzando el sentimiento de pertenencia de todas las partes implicadas activamente.

En este sentido ha sido una prioridad para el equipo de la ETV+i **contar** con los principales actores, los vecinos y las vecinas, a través de:

- › Los **grupos sociales** que han intervenido en los diferentes **talleres** sectoriales de la ETV+i
- › Las **asambleas** y el **grupo gestor** encargado de preparar la Declaración de Intenciones para poner en marcha el Foro Económico y Social de Villena (FES)
- › Los **representantes políticos** con responsabilidad municipal en el Ayuntamiento

Asimismo, hemos querido **contarle** al resto de la población lo que se iba haciendo en cada momento, junto a los avances conseguidos, para propiciar el conocimiento, la comprensión y afianzar un estado de opinión favorable que apoyase la iniciativa.

Éste es precisamente el doble enfoque del que adolecen muchas de las actuaciones emprendidas desde la Administración pública municipal, que se supone es la más cercana al ciudadano. Al margen de la crítica, fundamentada o no, de que en ocasiones pueda gestionar "de espaldas al pueblo", lo destacable aquí es la ausencia de estrategias de comunicación definidas y la inexistencia de departamentos de Comunicación cualificados y con suficientes recursos que cumplan con su cometido básico institucional: informar sin intereses partidistas y crear conciencia de comunidad en torno a una idea de municipio y unos valores compartidos.

Así pues, la **comunicación** ha asumido diferentes funciones a lo largo de este proceso:

**Un medio y un fin:** en tanto que instrumento de información para la sociedad, además de principio inspirador y rector en la gestión

**Un factor estratégico:** con un desarrollo planificado y coherente para la consecución de unos objetivos

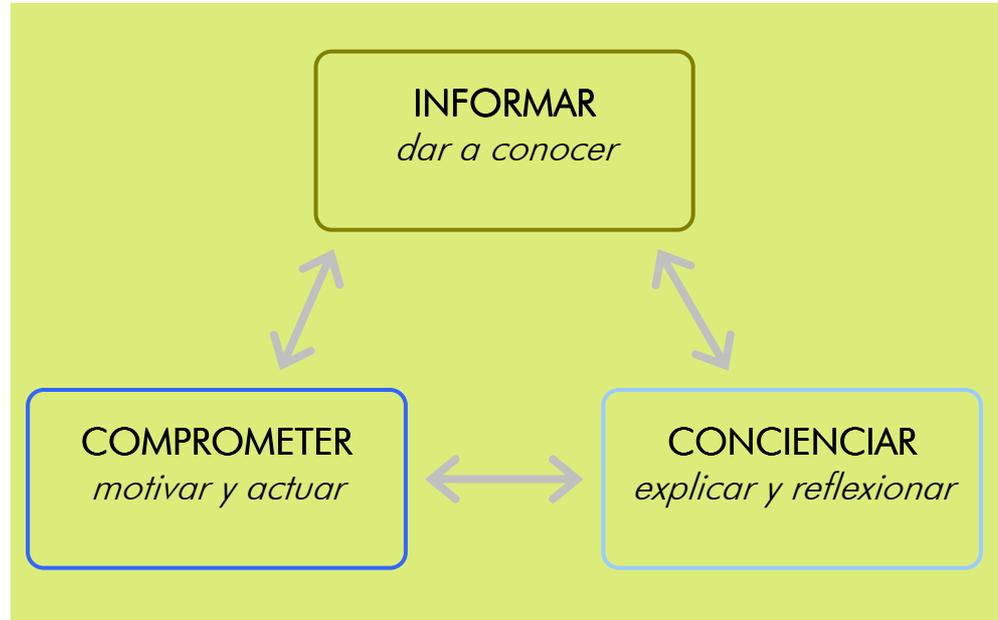
**Una conversación:** no solo se ha informado, sino que se ha habilitado la participación presencial y digital

**Una redefinición:** del "hacer para contar" o "contar lo que se hace", se ha pasado a "contar con los que hacen". Por eso no se ha buscado la "foto por la foto" con fines meramente propagandísticos

**Un escaparate:** para darle visibilidad al trabajo colectivo de las personas que han participado en las distintas acciones (talleres, asambleas y reuniones), incrementando la transparencia y facilitando la accesibilidad



**ESTRUCTURA** La estructura de la comunicación se pone en relación con las funciones mencionadas en el apartado anterior, y puede articularse conforme a este esquema conceptual:



En resumen:

Para poder **participar**, primero hay que **conocer**

Para poder **implicarse**, es necesario **comprender**

Para poder **compartir**, se requiere **confiar**

Solo así es posible **conectar** todas las voluntades personales en un **proyecto común**

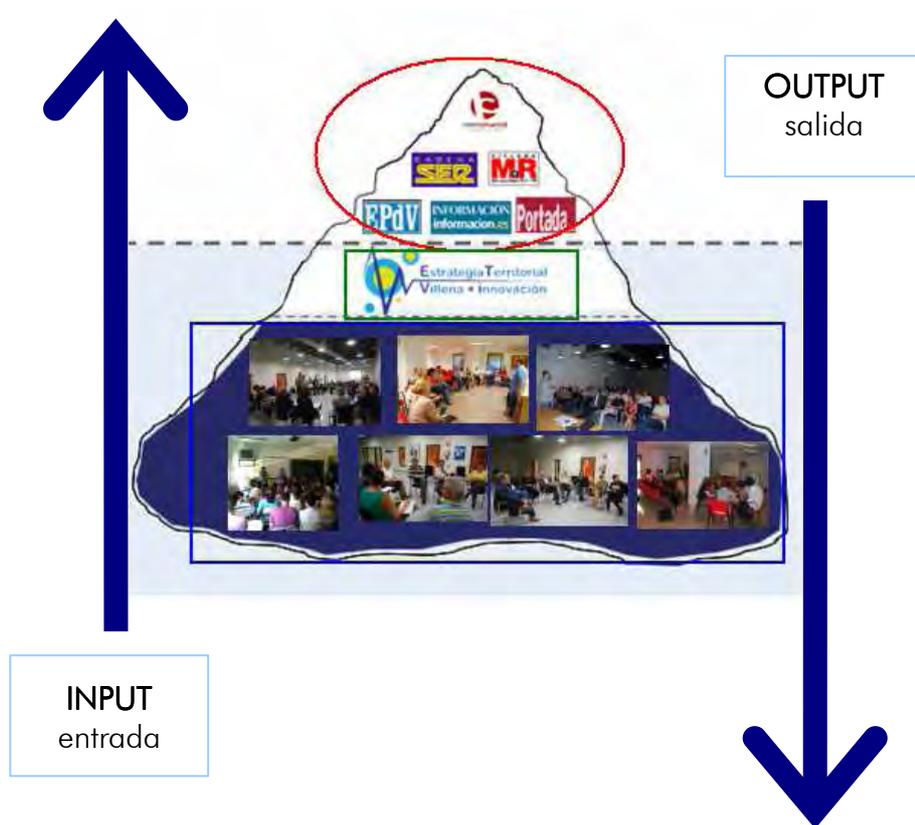
El sistema de la comunicación mediática convencional puede compararse a un *iceberg*, cuya parte visible, la cúspide, está ocupada por los medios (prensa, radio y televisión). Ellos se encargan habitualmente de darle visibilidad a aquellas cuestiones que configuran la "realidad", "lo que pasa". Pero, además, tienen la potestad de fijar las agendas temáticas de los asuntos que se considerarían "relevantes" (*agenda setting*).

Durante el desarrollo y ejecución de la ETV+i (y del Foro Económico y Social) los medios se han hecho eco, en todo momento, de las

motivaciones, las acciones y los resultados mediante las sucesivas comparencias públicas y, sobre todo, el envío constante de notas de prensa.

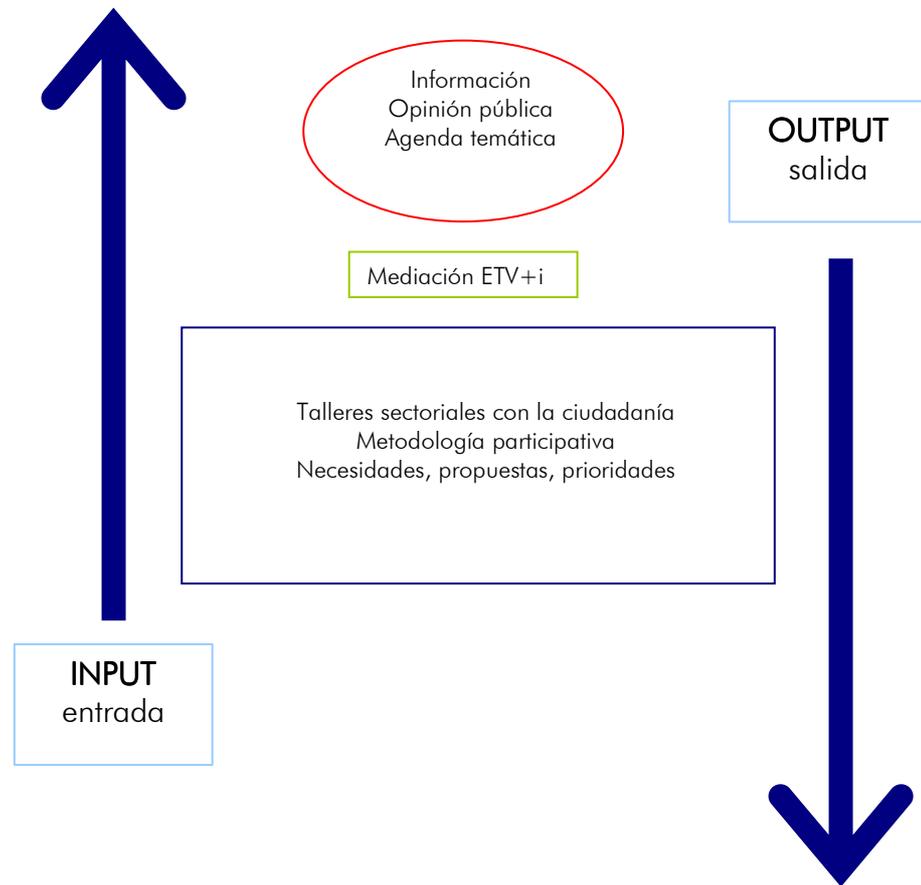
Después, los periódicos, las radios y la televisión de ámbito local, comarcal y provincial se han encargado de (re)transmitir y hacer retornar (bidireccionalidad) esas informaciones al conjunto de los y las villenenses.

El esquema del **sistema de relaciones** entre los medios de comunicación y la sociedad a partir de la intermediación del equipo de la ETV+i ha sido el siguiente:



De una manera complementaria, internet se ha convertido en un espacio *online* para difundir y compartir estas noticias a través del *blog* de la ETV+i (<http://www.etvi.villena.es>) y las redes sociales (*Facebook* y *Twitter*). Para ello se han creado eventos coincidiendo con las convocatorias de las asambleas y se han añadido comentarios y enlaces

en los perfiles personales y colectivos sobre las publicaciones del *blog* y de la prensa digital.



La comunicación de la ETV+i se ha englobado bajo una identidad visual (logotipo y colores corporativos) además de un eslogan. Estos elementos, icónicos y verbal, son necesarios para construir una "marca" reconocible que se integre en la cotidianidad mediante su inserción en los diversos soportes mediáticos y en el resto de materiales utilizados como, por ejemplo, notas de prensa, *blog*, *e-mailing*, etc.

## ELEMENTOS

### Identidad visual: Logotipo y eslogan

De este modo se ha unificado la imagen / el mensaje y se ha intentado generar notoriedad en torno a la iniciativa impulsada por el Ayuntamiento en colaboración con la Universidad de Alicante. Esto no siempre ocurre con otro tipo de proyectos municipales, que no llegan a ser conocidos y terminan considerándose algo ajeno a la ciudadanía.

El **logotipo** (o logosímbolo en sentido estricto) incorpora distintas tonalidades de azul por haber sido la identificación cromática del municipio tradicionalmente. También se incluyen dos elementos gráficos: la "V" (inicial del topónimo), compuesta por los trazos de una línea fluctuante que mide la evolución de un trayecto (diagnóstico), y círculos de tamaños diversos, como representación de los "mundos" que forman el microcosmos municipal.



El **eslogan** "JUNT@S HACEMOS VILLENA" alude a los fenómenos de la "inteligencia colectiva" (o *crowdsourcing*) y lo "colaborativo", que se han desarrollado a partir de la aplicación de las nuevas tecnologías 2.0. y que entroncan con el concepto de "innovación" de la propia denominación del proyecto. Si bien, el componente más importante ha sido el trabajo presencial codo a codo, cara a cara.

El símbolo "@" sirve para conectar el elemento tecnológico y evidenciar un lenguaje no sexista e inclusivo: "junt@s". El verbo "hacemos" nos remite a la acción, en tiempo presente, es decir, aquí y ahora, en primera persona del plural. Y Villena se convierte en la finalidad primordial hacia la que se dirigen todos los esfuerzos.

**Eventos** Las **jornadas de la ETV+i**, celebradas el 25 y 26 de abril de 2013 en la Casa de la Cultura, fueron un evento incluido como parte de la programación de la Sede Universitaria, que permitió ampliar los efectos comunicativos del proyecto al abrir un lugar para el encuentro y la reflexión alrededor de algunos temas que estaban siendo analizados en la fase del diagnóstico.

Más de 75 personas asistieron a estas jornadas<sup>1</sup>, previa inscripción gratuita, compuestas por charlas y mesas redondas llevadas a cabo por un amplio panel de expertos (profesores universitarios y profesionales de reconocido prestigio) junto a miembros del equipo de la ETV+i.

### **Jueves, 25 abril de 2013**

#### **Inauguración de las jornadas**

D. Javier González Cardona

Presidente de la Federación Española de Profesionales de Desarrollo Local (FEPRODEL)

D. Alejandro Morant Climent

Diputado del Área de Fomento y Promoción Económica. Diputación Provincial de Alicante

D. José V. Cabezuelo Pliego

Vicerrector de Ordenación Académica de la Universidad de Alicante

D. Francisco Javier Esquembre Menor

Alcalde del M.I. Ayuntamiento de Villena

#### **La ETV+i: un proceso de análisis propositivo y participativo para definir acciones estratégicas locales. Balance de un año de trabajo**

D. Antonio Martínez Puche

Coordinador de la ETV+i.  
Departamento de Geografía Humana.  
Universidad de Alicante

#### **Taller grupal basado en el desarrollo del Consejo Económico y Social de Villena**

Grupo Gestor del proceso de creación del CES de Villena

D. Vicente Manuel Zapata Hernández

Universidad de la Laguna

---

<sup>1</sup> Se adjuntan en formato digital el contenido de las diferentes charlas.

**Viernes, 26 abril de 2013**

**Gobernanza municipal para el desarrollo socioeconómico y la participación ciudadana**

D. Jordi Tormo Santoja

Concejal de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Alcoi  
CEEI-Alcoi

**Agentes económicos y sociales: catalizadores estratégicos para favorecer el cambio. Logros y perspectiva del modelo vasco**

D. Juan Ángel Balbás Egea

*General Manager* DEBEGESA, Sociedad para el Desarrollo Económico de Debarrena, Eibar (Guipúzcoa)

**El turismo de interior con base en el patrimonio cultural y la identidad local. Realidades y utopías**

D.ª Gemma Cánoves Valiente

Catedrática de Geografía de la Universidad Autónoma de Barcelona. *Director of Research in Tourism School/UAB*

**Radiografía del espacio rural villenense: tipologías de aprovechamiento productivo y posibilidades "reales" de desarrollo futuro**

D.ª María Hernández Hernández

Catedrática de Análisis Geográfico Regional de la Universidad de Alicante

**¿Ciudad *Frankenstein*? La consolidación de una marca urbana basada en un modelo de gestión integral más allá de la promoción**

D. Salvador Martínez Puche

Publicitario y técnico en comunicación estratégica. Universidad de Murcia

**Coloquio y mesa de trabajo del equipo de la ETV+i.**

**Resultados de los talleres participativos, temáticas prioritarias para la ciudadanía, modelo de ciudad, actividades productivas presentes y futuras**

D.ª Isabel Sancho Carbonell

AEDL (Ayuntamiento de Cocentaina y Departamento de Geografía Humana. Universidad de Alicante)

D. Joaquín Palací

Geógrafo y Consultor en Participación Ciudadana

D. Manuel Expósito

Dpto. Organización Empresas de la UPV

D.ª Laura Yago

*Consultora Reding* Relaciones Publicidad y Publicidad

**Infraestructuras ferroviarias y ordenación del territorio: viabilidad de lo posible**

D. Antonio Prieto Cerdán

Dpto. Análisis Geográfico Regional y Geografía Física. Universidad de Alicante  
Presidente del Colegio de Geógrafos de España

**Clausura de las jornadas**

D. Juan Carlos Pedrosa Mira

Concejal de Desarrollo Económico  
M.I. Ayuntamiento de Villena

Para promocionar el evento de las jornadas se diseñaron un cartel y un *flyer*, de los que se imprimieron 50 y 500 unidades, respectivamente. Además de la invitación oficial enviada por correo electrónico y el fondo de las diapositivas de las charlas.

Asimismo, se grabaron y emitieron 22 cuñas de radio (Radio Villena-SER y MQR-COPE) durante los 3 días previos. La emisión de las cuñas no supuso ningún coste adicional al contabilizarse dentro de los acuerdos económico-publicitarios suscritos con los medios por parte del Ayuntamiento y la Sede Universitaria.

## Texto de la cuña

Música:  
Dinámica y fresca

Duración:  
20 seg. (aprox.)

Voz:  
¿Cómo quieres que sea tu municipio? ¿Qué cambiarías? ¿Cuáles son sus potencialidades?

Descúbrelo en las Jornadas de la Estrategia Territorial de Villena + innovación. Ven el jueves 25 y el viernes 26 de abril a la Casa de la Cultura. La inscripción es gratuita.

Piensa, actúa, comparte, participa. Juntos hacemos Villena.  
Sede Universitaria y Ayuntamiento de Villena.



Por otra parte, el IX Coloquio Nacional en Desarrollo Local, organizado por la Asociación de Geógrafos Españoles (AGE), ha sido una plataforma para trascender el ámbito local y convertir la ETV+i en un caso de referencia a nivel nacional. Bajo el título de "Los procesos de innovación social mediante la participación ciudadana como estrategia para el desarrollo local", esta ponencia, celebrada en Villena el día 7 de junio de 2013, sirvió para explicar el proceso llevado a cabo en la

creación del Foro Económico y Social de Villena a más de 90 especialistas del ámbito académico y profesional llegados de diferentes lugares de España y de otros países. Además de Vicente Zapata (miembro del equipo de la ETV+i), intervinieron varios componentes del grupo gestor para dar testimonio personal de su experiencia en primera persona.

### **Blog: visibilidad, registro e interacción**

Esta herramienta tecnológica surge para facilitar el seguimiento completo del proceso al ir publicando y actualizando el contenido (43 entradas / *posts*) con estas intenciones:

- › Darle visibilidad
- › Registrar las actuaciones
- › Ponerlas a disposición de las personas interesadas
- › Propiciar la interacción

De esta manera, conforme avanzaba el proceso, la ciudadanía podía consultar en cualquier momento el desarrollo del proyecto y tener una visión global.

También ha sido uno de los procedimientos habilitados para que los vecinos y vecinas pudieran cumplimentar un formulario y dejar sus comentarios, propuestas y sugerencias sobre el borrador de la *Declaración de Intenciones del FES* presentado en octubre de 2013.

Desde el principio se ubicó un enlace (*banner*) en la página web del Ayuntamiento de Villena con el fin de generar sinergias y visitas en ambas direcciones por medio de hipervínculos textuales (del *blog* a la web y de la web al *blog*).

### **VOLUMEN DE INFORMACIÓN**

A lo largo de estos 22 meses (de abril 2012 a enero 2014) se han llevado a cabo múltiples acciones de comunicación que han redundado en una abundante y continuada presencia mediática.

**6 ruedas de prensa** con participación de los representantes del Ayuntamiento y del equipo de la ETV+i

- › Presentación inicio de la ETV+i
- › Curso de verano sobre ETV+i (Sede UA)
- › Presentación del Congreso Nacional de Desarrollo Local
- › Creación del grupo gestor del FES
- › Presentación de las Jornadas ETV+i

- › Presentación documento final FES

## **26 notas de prensa**

- › 6 notas de prensa sobre los talleres sectoriales de la ETV+i: estudiantes, partidos políticos, empleados municipales, tejido socioeconómico, tejido asociativo y jubilados y pensionistas
- › 8 notas de prensa sobre las asambleas del FES y las reuniones preparatorias de su grupo gestor
- › 3 notas de prensa de las jornadas ETV+i
- › 2 notas de prensa del IX Congreso Nacional de Desarrollo Local
- › 2 notas de prensa de las reuniones del grupo gestor del FES con el alcalde, los partidos políticos y los sindicatos
- › 5 notas de prensa de la presentación del borrador y la propuesta final de la declaración de intenciones del FES, recepción del rector de la Universidad de Alicante a los componentes del grupo gestor y entrega del documento definitivo de la Declaración de Intenciones al alcalde
- › 13.593 entradas en las noticias de la ETV+i y el FES publicadas por El Periódico de Villena (EPDV), con una media de 536 visitas y decenas de comentarios en los foros

**6 reportajes / programas especiales** en todos los medios durante el mes de septiembre (SER, MQR, EPDV, Portada.info y TV Intercomarcal)

## **Más de 2.500 correos enviados**

*Mailings* a diferentes directorios (más de 200 direcciones de correo electrónico) con información sobre las convocatorias de los 6 talleres y 6 asambleas del FES

## **Difusión en medios convencionales e internet**

- › Difusión en medios de comunicación escrita (versión impresa y digital) y audiovisual (TV y web) tanto de ámbito local como provincial

- › *Blog* de la ETV+i con el seguimiento de todas las acciones llevadas a cabo.
- › Utilización de redes sociales (*Facebook* y *Twitter*) a través de perfiles individuales, colectivos y profesionales.

**Acciones promocionales** de las Jornadas ETV+i (50 carteles, 500 flyers y 22 cuñas de radio sufragadas por la Sede Universitaria) y de las asambleas del FES (35 cuñas de radio, cuyo coste se ha repartido entre el Ayuntamiento y la Sede Universitaria)



Entrevista a Vicente Zapata en Radio SER Villena

#### CLIPPING DE MEDIOS

A continuación se muestra la diversidad de medios (con presencia en Internet), el ámbito de cobertura y la frecuencia con la que se han ido publicando las notas de prensa enviadas por el equipo de la ETV+i. Se incluye el periodo comprendido entre el 18 de abril y el 20 de diciembre de 2012, que coincide con la presentación del proyecto y la celebración de los primeros talleres (asambleas) para constituir el grupo gestor del Foro Económico y Social.

Sin embargo, las publicaciones han continuado durante 2013. Es más, la última noticia está fechada el 23 de enero de 2014 (y se refiere a la entrega al alcalde del documento final de la Declaración de Intenciones del FES).

Medio	Tipo	Alcance	Evento	Fecha
El Periódico de Villena (EPDV)	Digital / periódico	Local	Presentación proyecto	18/04/2012
El Periódico de Villena (EPDV)	Digital / periódico	Local	Talleres institutos	18/06/2012
Portada	Digital / periódico	Comarcal	Talleres institutos	18/06/2012
Los Verdes Villena	Digital / web partido	Local		18/06/2012
Diario Información	Digital e impreso	Provincial	Talleres institutos	19/06/2012
Gabinete de Prensa Ayuntamiento Villena	Digital / institución	Local	Declaraciones rueda de prensa	21/06/2012
El Periódico de Villena (EPDV)	Digital / periódico	Local	Declaraciones rueda de prensa	22/06/2012
Portada.info	Digital / periódico	Comarcal	Declaraciones rueda de prensa	22/06/2012
Diario Información	Digital e impreso / periódico	Provincial	Declaraciones rueda de prensa	24/06/2012
El Periódico de Villena (EPDV)	Digital / periódico	Local	Encuentro-taller	13/07/2012
Portada	Digital / periódico	Comarcal	Encuentro-taller	13/07/2012
Gabinete de Prensa Ayuntamiento Villena	Digital / institución	Local	Encuentro-taller	13/07/2012
Blog Innovación Relaciones (Reding)	Digital		Proyecto ETV+i	13/07/2012
Radio Villena, Cadena SER	Radio / web / emisión	Local	Encuentro-taller	13/07/2012
Televisión Intercomarcal	Digital / web	Local		
Gabinete Prensa Ayuntamiento Villena	Digital / institución	Local	Taller con técnicos municipales	26/09/2012
El Periódico de Villena (EPDV)	Digital / periódico	Local	Taller con partidos políticos	26/09/2012
Televisión Intercomarcal	Digital / web	Local	Taller con técnicos municipales	26/09/2012
Portada.info	Digital /	Comarcal	Encuentro-taller	10/10/2012

	periódico			
El Periódico de Villena (EPDV)	Digital / periódico	Local	Taller con técnicos municipales	10/10/2012
Diario Información	Digital e impreso / periódico	Provincial	Taller con técnicos municipales	13/10/2012
Gabinete Prensa Ayuntamiento Villena	Digital / institución	Local	Taller con tejido socioeconómico	15/10/2012
El Periódico de Villena (EPDV)	Digital / periódico	Local	Taller con tejido socioeconómico	15/10/2012
Portada.info	Digital / periódico	Comarcal	Taller con tejido socioeconómico	15/10/2012
Diario Información	Digital e impreso	Provincial	Taller con tejido socioeconómico	15/10/2012
El Periódico de Villena (EPDV)	Digital / periódico	Local	Taller con jubilados	19/10/2012
Gabinete Prensa Ayuntamiento Villena	Digital / institución	Local	Taller con jubilados	19/10/2012
Gabinete Prensa Ayuntamiento Villena	Digital / institución	Local	Taller asociaciones	22/10/2012
El Periódico de Villena (EPDV)	Digital / periódico	Local	Taller asociaciones	22/10/2012
Portada.info	Digital / periódico	Comarcal	Taller asociaciones	22/10/2012
El Periódico de Villena (EPDV)	Digital / periódico	Local	Taller FES diciembre	17/12/2012
Gabinete de Prensa Ayuntamiento Villena	Digital / institución	Local	Taller FES diciembre	20/12/2012

## HEMEROTECA

En este apartado se recogen solo las noticias publicadas sobre la ETV+i y sus talleres, aunque también se ha informado, como se ha apuntado anteriormente, acerca de todo el proceso de constitución y los trabajos del grupo gestor del FES, además de otras actividades vinculadas con la Estrategia (IX Coloquio Nacional de Desarrollo Local, las Jornadas ETV+i y recepciones oficiales en el Ayuntamiento y la Universidad de Alicante).

18 abril de 2012

## Presentan a los colectivos ciudadanos la Estrategia Territorial de Villena + Innovación

- › Uno de los proyectos más importantes de la legislatura y un referente en las iniciativas de participación
- › Reflexión conjunta en un marco de análisis y acción: ordenación del territorio, desarrollo económico, infraestructuras, huerta, patrimonio cultural y turístico, PGOU, etc.
- › Diagnóstico para validar el contexto actual

# El Periódico de VILLENA

Referencia: WR83Z Miércoles, 18 de Abril de 2012

## Presentan a los colectivos ciudadanos la "Estrategia Territorial de Villena + Innovación"

**Las concejalías de Desarrollo Económico y Participación Ciudadana han convocado esta mañana a una amplia representación de colectivos de nuestra ciudad a la presentación de la Estrategia Territorial de Villena + Innovación con la intención de escuchar sus aportaciones y hacer de la participación del tejido social de Villena la base de este Plan que está empezando a elaborarse.**

La edil Mercedes Menor explicaba que el proyecto de Estrategia Territorial para el fomento de la innovación y diversificación económica de Villena se suma a la Estrategia Territorial de la Comunidad Valenciana, que parte de la iniciativa de la sociedad. En este sentido, Juan Carlos Pedrosa resaltaba que se trata de un proceso de participación sin parangón, que mediante un convenio con la Universidad de Alicante propiciará que Villena disponga de las líneas estratégicas que nos guíen de cara al futuro.

Pedrosa consideraba interesante la respuesta de los más de 20 colectivos de sectores sindicales, asociativos, vecinales, educativos, empresariales, de mujer, etc. que han asistido a esta presentación y se han ofrecido al Ayuntamiento para colaborar en su desarrollo. El edil aseguraba que este proyecto será uno de los más importantes de la legislatura y situará a Villena como punto de lanza de este tipo de iniciativas de participación. La coalición pretende buscar así el consenso de todos los grupos políticos y colectivos que conforman la sociedad villenense.

El alcalde, Francisco Javier Esquembre, se mostraba satisfecho por cómo se está desarrollando este proceso participativo que conformará el desarrollo económico de nuestra ciudad y destacaba su importancia como reflexión conjunta, que permitirá crear un marco de análisis en el que poner en acción las iniciativas. La nueva Estrategia Territorial impulsará el sector empresarial, trabajará la ordenación del territorio y pondrá en valor nuestro patrimonio cultural y turístico. El Plan especial de la Huerta, la estación del AVE, el Nodo Logístico, los recursos naturales, la innovación o el Plan General de Ordenación Urbana serán también abordados en este Plan Estratégico.

Por su parte el villenero Antonio Martínez Puche, coordinará esta iniciativa desde la Universidad de Alicante, donde un equipo de trabajo de más de diez personas de diferentes universidades realizarán un diagnóstico participativo de nuestra ciudad, validarán el contexto donde nos encontramos, desarrollarán un sistema de indicadores para medir la calidad de vida o el sentimiento de pertenencia de la ciudadanía y otros aspectos de carácter cualitativo, además de obtener información con encuestas y utilizar las redes sociales para conocer mejor las inquietudes de la población.

En esta línea, en la segunda quincena de julio ya se adelantarán los primeros datos que se conozcan de este proceso en el curso Territorio innovadores que se incluirá en la programación de los Cursos Abiertos de Verano que la Sede Universitaria desarrollará en Villena.

Por: Laura Torres



Representantes de la Universidad de Alicante junto con miembros del equipo de gobierno



A la presentación de este proyecto se ha invitado a representantes de diferentes colectivos de la ciudad



Varios colectivos se han ofrecido a colaborar con el Ayuntamiento en el desarrollo del proyecto

18 junio de 2012

**El 95% de los alumnos y alumnas de 16 años opina que su futuro laboral está fuera de Villena**

- › Escasas posibilidades de desarrollar en su ciudad natal empleos cualificados
- › Potencialidades para que el municipio sea un referente comarcal en agricultura, implantación de empresas ambientalmente sostenibles y servicios turístico-culturales
- › Echan de menos alternativas y equipamientos de ocio para el "público juvenil"

## El Periódico de VILLENA

Referencia: CB93Z

Lunes, 18 de Junio de 2012

### El 95% de los alumnos y alumnas de 16 años opina que su futuro laboral está fuera de Villena

**Durante los días 28 y 31 de mayo y 1 de junio, los alumnos y alumnas de 8 módulos de primero de Bachillerato en los institutos Número 3, Hermanos Amorós y Navarro Santafé han participado en los talleres incluidos en la primera fase de la Estrategia Territorial, fruto de la colaboración entre el Ayuntamiento de Villena y la Universidad de Alicante. Los 250 estudiantes han respondido en grupo a cuestionarios y han confeccionado un mapa perceptivo de la ciudad.**

Miembros del equipo del departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante, que se encarga de coordinar y elaborar el documento estratégico, se desplazaron hasta Villena para realizar estas sesiones en horario de mañana y tarde. Las facilidades puestas por las direcciones de los centros de enseñanza y la implicación del profesorado, así como el apoyo de las concejalías de Educación y Participación Ciudadana, han sido fundamentales para el buen desarrollo de esta experiencia.

Destaca la opinión que manifiesta la inmensa mayoría de los jóvenes respecto a su futuro laboral fuera de Villena, debido a las escasas posibilidades que se les ofrece aquí a la hora de ejercer un trabajo cualificado. Asimismo consideran que su municipio posee potencialidades para ser un referente comarcal en agricultura, en la implantación de empresas medioambientalmente sostenibles y en servicios relacionados con el turismo histórico-monumental. Pero echan de menos alternativas y equipamientos de ocio dirigidos al público juvenil.

La metodología utilizada ha tenido un alto componente participativo y creativo. Los talleres han propiciado la interacción de los estudiantes en grupos de 5 personas que debían responder a un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas sobre asuntos sociales, económicos, urbanísticos, ambientales y servicios públicos. Después, los portavoces elegidos por cada grupo compartían las contestaciones con el resto de la clase. Por último, de manera individual plasmaban a través de un dibujo su visión de la ciudad en mapas vivenciales o perceptivos. La información obtenida será analizada e integrada en el diagnóstico final que recogerá los resultados de talleres participativos con otros sectores de la población y de entrevistas cualitativas llevadas a cabo con representantes de la ciudadanía villenense.

#### **Puesta en marcha del Consejo Económico y Social**

Enmarcada en la Estrategia Territorial de Villena + Innovación (ETV+i), el próximo miércoles, 20 de junio, se celebrará una reunión de trabajo con diversos colectivos ciudadanos y agentes sociales y económicos del municipio a las 20.00 horas en la sala polivalente de La Tercia. Este encuentro, al que asistirán los miembros del equipo de gobierno y la oposición, servirá para consensuar los criterios y fijar las bases en el proceso de constitución del Consejo Económico y Social de Villena, un compromiso aprobado en Pleno hace unos meses por el Ayuntamiento. El acto se iniciará con la charla coloquio 'El Consejo Económico y Social: un instrumento ciudadano para articular el desarrollo socioeconómico de Villena', a cargo de Vicente M. Zapata, profesor titular de la Universidad de La Laguna (Tenerife).

Por: Equipo de la Estrategia Territorial de Villena



Taller participativo con el alumnado de Bachillerato



Los mapas perceptivos ofrecen información cualitativa relevante

26 septiembre de 2012

## Los partidos políticos presentes en los trabajos de la Estrategia Territorial

- › Conveniencia de llegar a consensos políticos, diseñar las inversiones pensando en las personas y dar continuidad a los proyectos que beneficien a la ciudad
- › Fomentar el empleo, favorecer la diversificación económica, proteger los acuíferos y el patrimonio cultural, incrementar la calidad de vida, entre las prioridades
- › Riesgo de desestructuración social, elevada deuda y necesario apoyo al movimiento asociativo

### Portada.info

## Los partidos políticos presentes en los trabajos de la Estrategia Territorial

Administrador | ACTUALIZADO: 26/09/2012

El pasado jueves tres miembros de cada uno de los partidos que obtuvieron representación municipal en las últimas elecciones (PP, Los Verdes, PSOE y VCD) participaron en una dinámica de grupo, cuyo objetivo era compartir las ideas e impresiones individuales y colectivas respecto al pasado, el presente y el futuro de Villena.

Pero no se trataba de concejalas o concejales actualmente en ejercicio, sino de componentes de las ejecutivas, exediles o, en su caso, afiliados sin ningún cargo dentro de los partidos. De este modo, las opiniones recabadas no estaban influidas por las situaciones derivadas de la gestión diaria del Ayuntamiento, con lo que se enriquecían los puntos de vista a la hora de establecer un diagnóstico válido.

El taller, celebrado en el Centro de Recursos de Formación, se desarrolló en tres partes. En la primera, cada participante en poco más de un minuto debía exponer ante el resto sus argumentos. Después, en grupos heterogéneos formados por un representante de cada partido, se contestaba a un cuestionario sobre los factores sociales, económicos, ambientales y territoriales que han configurado el municipio en el pasado y están determinando su presente. Asimismo, debían indicarse cuáles serían las líneas de actuación en el futuro. Por último, un portavoz de cada grupo comentaba las conclusiones que previamente se habían trabajado de manera conjunta.

Entre las ideas expuestas se destacaba que Villena se había caracterizado por un próspero pasado agrícola e industrial, una capitalidad comarcal relevante y una significativa riqueza hídrica. La difícil situación económica, a la que se suma la deuda municipal, plantea retos para combatir la pobreza, el desempleo y los riesgos de desestructuración social, siendo imprescindible facilitar ayudas a los emprendedores, apoyar al movimiento asociativo y favorecer la protección de los recursos patrimoniales y naturales. También se planteaba la conveniencia de diseñar la ciudad bajo el consenso político antes de realizar inversiones en infraestructuras, como paso previo para articular un municipio pensando en la ciudadanía.

A lo largo de los meses de septiembre y octubre se llevarán a cabo distintos talleres participativos dirigidos a técnicos municipales, pensionistas y jubilados, sectores productivos y económicos, así como al movimiento asociativo vecinal, cultural, ecologista, sociosanitario, festero, etc.



Explicación de las fases de la dinámica de grupo



Breve argumentación individual previa



Trabajo por grupos heterogéneos



Los políticos demuestran su capacidad para llegar a consensos

8 octubre de 2012

## Los técnicos municipales aportan su visión de Villena a través de un taller participativo

- › El desempleo, la crisis económica, la degradación ambiental (acuíferos), un desfasado plan urbanístico, la falta de liderazgo político o el escaso peso comarcal, se destacan como debilidades
- › Se manifiesta una tendencia a la "politización" de la gestión municipal
- › El turismo, el comercio, el asociacionismo, la oferta cultural y el AVE (accesos) son ventajas. Se apuesta por la marca ciudad y el aprovechamiento

### Portada.info

## Los técnicos municipales aportan su visión de Villena a través de un taller participativo

Administrador | ACTUALIZADO: 10/10/2012

Dentro de la Estrategia Territorial de Villena + Innovación (ETV+i), impulsada por el Ayuntamiento en colaboración con la Universidad de Alicante, se están desarrollando diferentes talleres sectoriales. El objetivo es recabar datos, reflexiones y puntos de vista de la ciudadanía a través de una metodología participativa que dará como resultado un diagnóstico previo a la concreción de actuaciones.

Ya se han llevado a cabo talleres con los jóvenes estudiantes de la ESO y los partidos políticos. También doce técnicos municipales de distintos departamentos del Ayuntamiento, que se encargan de la gestión diaria de la ciudad, han hecho sus aportaciones. La sesión se dividió en tres partes. En un primer momento los participantes, repartidos en dos grupos, debían escribir en *post it* cuáles consideraban que eran las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de Villena, basándose en su propia experiencia en la Administración local. Después, se colocaban los papeles sobre un panel para compartir y comentar los resultados.

A continuación, trabajando de nuevo por grupos, debían proponer medidas para corregir las debilidades, mantener las fortalezas, afrontar las amenazas y explotar las oportunidades. Por último, individualmente, se respondía a una encuesta marcando por orden de prioridad el papel que debe jugar Villena a nivel comarcal, aquellas áreas que son de especial atención y los proyectos que deben ser desarrollados desde el ámbito municipal de manera inmediata.

La falta de liderazgo político, el alto índice de desempleo, el poco peso específico a nivel comarcal de Villena y su Plan General de Ordenación Urbana desfasado fueron algunas de las debilidades detectadas. Entre las amenazas destacan la crisis económica, el riesgo de contaminación de los acuíferos y la politización de la gestión del Ayuntamiento. Las fortalezas señaladas se refieren a la diversidad del tejido asociativo, un potente comercio, una variada oferta cultural, un tejido productivo diversificado o la situación estratégica del municipio. Y las oportunidades a tener en cuenta se relacionan con el turismo, la estación del AVE, el nodo logístico, los recursos naturales y los equipamientos sociales y culturales.

Para corregir las debilidades, los técnicos sugieren incrementar el consenso político, elaborar un nuevo Plan General de Ordenación Urbana a través de un proceso de participación pública, racionalizar el uso del agua y reducir la extracción de los acuíferos, fomentar la formación y el autoempleo, así como potenciar la marca ciudad y sus correspondientes campañas de imagen. Para afrontar las amenazas se requiere buscar alternativas de abastecimiento de agua, rentabilizar los recursos existentes e incentivar medidas de intercambio para favorecer la empleabilidad. Con el fin de mantener las fortalezas, se propone ampliar mercados y generar productos nuevos vinculados con la investigación, apostar por la economía agrícola y mejorar la promoción de los aspectos socioeconómicos locales. Y es necesario explotar las oportunidades mejorando los servicios existentes, asegurando buenos accesos a la estación del AVE, incentivando la inversión privada en turismo y alojamientos rurales y promoviendo nuevas iniciativas empresariales.

El próximo día 10 de octubre continuarán los talleres con una sesión dedicada a los representantes del tejido productivo y económico, las asociaciones empresariales y los sindicatos.



Trabajando por grupos



Compartiendo resultados

15 octubre de 2012

## El empresariado local considera necesario poner en valor su actividad entre la ciudadanía

- › Se insta a fomentar el espíritu emprendedor, revalorizar la actividad empresarial, formación cualificada específica y evitar fuga de talento
- › Pocas alternativas transporte comarcal y escasez de aparcamientos, excesivo incremento del sector terciario
- › Consenso social y político en Plan especial de la huerta, concentración parcelaria agrícola, revisión PGOU y nodo logístico

### El Periódico de VILLENA

Referencia: 54A3Z

Lunes, 15 de Octubre de 2012

#### El empresariado local considera necesario poner en valor su actividad entre la ciudadanía

**El pasado miércoles se realizó un nuevo taller incluido en la Estrategia Territorial de Villena + Innovación dedicado, esta vez, a los sectores socioeconómicos. Representantes de asociaciones empresariales de diferentes sectores productivos y miembros de los sindicatos fueron invitados a esta sesión que se desarrolló en tres fases.**

En un primer momento se propició un debate entre los participantes para que, según su criterio, concretasen aquellos aspectos positivos y negativos del municipio. Una vez consensuadas las opiniones, se apuntaban en unas fichas adhesivas que eran colocadas en un panel. Después se hacían propuestas de cambio y se planteaban nuevas medidas para mejorar y solucionar los problemas detectados. Finalmente, cada uno de los presentes contestaba a una encuesta marcando por orden de prioridad el papel que debe jugar Villena a nivel comarcal, aquellas áreas municipales que son de especial atención y los proyectos que deben ser desarrollados desde el Ayuntamiento de manera inmediata.

Como aspectos positivos se destacaron la localización geográfica, la gran superficie territorial, la disponibilidad de agua, la diversidad económica, una boyante agroindustria, abundantes recursos turísticos y una importante red de comunicaciones.

Los aspectos negativos puestos de manifiesto se refieren a un excesivo incremento del sector terciario (servicios), la sobreexplotación de los acuíferos, pocas alternativas de transporte comarcal, escasez de aparcamientos, mínima concentración parcelaria agrícola, un PGOU (Plan General de Ordenación Urbana) demasiado antiguo, la necesidad de un Plan Especial de la Huerta y carencias en la gestión administrativa que obligan a desplazarse fuera de Villena.

Entre las apreciaciones vinculadas más específicamente al ámbito empresarial, se planteó la inexistencia de un espíritu emprendedor local, un cierto desprestigio e indiferencia social hacia la figura del empresario, la falta de acciones conjuntas empresariales y la obligación de canalizar de una manera eficaz la cualificación profesional y el conocimiento adquirido para evitar la fuga de los jóvenes formados.

Las propuestas de cambio se centraron en la promoción de infraestructuras como el AVE y el nodo logístico, que de no contar con el apoyo de la Generalitat Valenciana, se sugería debiera ser asumido como proyecto municipal. También se aludía a una nueva gestión de los usos del agua tendente a liberar a los acuíferos de una explotación excesiva y lograr aportaciones mediante desaladoras o trasvases. Asimismo, se solicitaba un gran consenso político y social sobre algunas líneas básicas de actuación municipal, con independencia de quién gobierne, que podrían pasar por la revisión del PGOU, la concentración parcelaria o el Plan Especial de la Huerta. Se consideró imprescindible tener un conocimiento claro de las necesidades formativas para llevar a cabo una adecuación de la oferta de los centros educativos reglados y no reglados, además de poner en valor el tejido del empresariado local, compuesto en su mayoría por autónomos y pymes, como generador de riqueza y empleo.

Los próximos talleres se centrarán en los colectivos de pensionistas y jubilados y en el mundo asociativo vecinal, cultural, sociosanitario, etc.

Por: Redacción



El proceso participativo por sectores dará un diagnóstico global del municipio



Representantes empresariales y sindicales

19 octubre de 2012

## Los jubilados reivindican el soterramiento de las vías del tren y la mejora del servicio de cercanías

- › Asumir liderazgo comarcal en turismo y ocio e incrementar las inversiones en las industrias existentes y crear nuevos sectores
- › Completar las especialidades del Centro Sanitario Integrado, reclamar el soterramiento del ferrocarril y mejora del servicio de cercanías, potenciar nodo logístico, aumentar alojamientos y aflorar la economía sumergida

### El Periódico de VILLENA

Referencia: P5A3Z

Viernes, 19 de Octubre de 2012

#### Los jubilados reivindican el soterramiento de las vías del tren y la mejora del servicio de cercanías

**El pasado lunes representantes de la Unión Democrática de Pensionistas (UDP) y del Centro Especial de Atención al Mayor (CEAM) participaron en el taller sectorial de la Estrategia Territorial de Villena + Innovación dedicado a este segmento de la población. Distribuidos por grupos, las personas pensionistas y jubiladas debatieron y consensuaron qué funciones puede cumplir Villena a nivel comarcal, destacando su papel como centro recreativo y de ocio, así como municipio turístico e industrial.**

Entre las propuestas para lograrlo se apuntaba la conveniencia de aumentar las inversiones, ampliar el número de plazas de alojamiento aprovechando las sedes de las comparsas y dar a conocer los diversos recursos naturales y monumentales locales entre los vecinos que no son conscientes de su gran potencial. El fomento de nuevas industrias y el apoyo a los sectores productivos ya existentes o la necesidad de completar las especialidades del Centro Sanitario Integrado se apuntaban también como factores a tener muy en cuenta.

Asimismo consideran que es prioritario potenciar el nodo logístico y reivindicar el soterramiento de las vías del ferrocarril, además de mejorar el servicio de cercanías. Señalan que la agricultura, un sector fundamental para el desarrollo histórico y económico del municipio, debería servir en estos momentos para implantar empresas de transformación de productos agrícolas. En este ámbito, otra cuestión importante que se planteó fue la de hacer aflorar la economía sumergida.

El 90% de los participantes en el taller eran mujeres. El 70% había desarrollado su vida laboral en Villena mayoritariamente en la industria del calzado como administrativas o en el cuerpo de fábrica. El 10% había sido dependienta, otro 10% modista y el resto se había dedicado a la peluquería. La opinión generalizada es que a través de esta iniciativa se les había permitido manifestar y compartir sus ideas y propuestas acerca del presente y el futuro de la ciudad.

La última sesión se centrará en el movimiento asociativo vecinal, sociosanitario, cultural, deportivo, educativo, medioambiental y festero. En breve se iniciarán entrevistas personalizadas con individuos que por su trayectoria profesional, su conocimiento o su experiencia vital puedan aportar una visión relevante sobre el municipio. Junto al trabajo de campo, se van a utilizar un weblog ([www.etvi.villena.es](http://www.etvi.villena.es)) como herramienta tecnológica para ir informando del desarrollo de este proceso y establecer cauces de participación ciudadana.

Por: Redacción



Compartiendo reflexiones sobre el municipio



Personas jubiladas participando en la ETV+i

22 octubre de 2012

## Las asociaciones de Villena: entre la subsistencia y las oportunidades de mejora

- › Se evidencia entre estos colectivos asistenciales falta de coordinación, problemas económicos, excesiva dependencia de recursos municipales, poca participación y desánimo social
- › Amplio tejido asociativo local, fomento del voluntariado, campañas de concienciación y afiliación, guía de recursos y catálogo de asociaciones (*online*), figura apolítica y pública para coordinarse con el Ayuntamiento

# El Periódico de VILLENA

Referencia: 56A3Z Lunes, 22 de Octubre de 2012

## Las asociaciones de Villena: entre la subsistencia y las oportunidades de mejora

**El pasado jueves miembros de asociaciones vecinales, sociosanitarias, ambientales y culturales participaron en el taller de la Estrategia Territorial de Villena + Innovación (ETV+) dedicado al tejido asociativo de la ciudad. La invitación para participar se hizo extensiva también a otras entidades educativas, deportivas y festeras con el fin de que la representación fuera lo más diversa posible.**

En el debate preliminar se pusieron de manifiesto aquellos aspectos positivos y negativos sobre el municipio, que debían consensuarse y concretarse en ideas breves para ser expuestas y compartidas a través de fichas colocadas en un panel. La discusión se centró en la actual situación de estos colectivos, que dependiendo de su naturaleza, presentan características diferenciadas. Más allá del posible carácter reivindicativo, se destacó el papel asistencial de algunas asociaciones que ofrecen servicios que las administraciones públicas no pueden asumir para dar respuesta a las necesidades sociales derivadas de ciertas enfermedades. Eso implica costes de mantenimiento de la estructura profesional interna, junto a posibles abandonos de los asociados que han logrado superar la dolencia.



Representantes de asociaciones ciudadanas

Entre los aspectos positivos se destacó la existencia de un amplio tejido asociativo local y la disponibilidad del Ayuntamiento para establecer cauces de colaboración. Además, se contempla como una oportunidad aprovechar todas las herramientas e iniciativas, como la ETV+, que permitan una mayor coordinación entre asociaciones de distintos ámbitos.

Precisamente la dispersión y falta de coordinación, la inexistencia de una plataforma de voluntariado, la ausencia de implicación de la ciudadanía, a lo que se suma la escasa participación y el creciente desánimo social, son las cuestiones negativas más relevantes. Sin olvidar, por supuesto, una excesiva dependencia de los recursos municipales, que a veces no pueden atender las peticiones realizadas por estos colectivos, o los graves problemas económicos por los que están pasando que les obligan a subsistir bajo mínimos.



Compartiendo reflexiones sobre el tejido asociativo local

A pesar de todo, se hicieron nuevas propuestas para revertir estas circunstancias adversas. Entre las más significativas, la realización de campañas de concienciación y afiliación, el establecimiento de una guía de recursos y un catálogo de asociaciones a través de Internet, la optimización de los medios personales y materiales existentes o la creación de una figura pública y apolítica que asuma las funciones de conexión, coordinación y comunicación entre asociaciones y Ayuntamiento.

Por último, los asistentes rellenaron una encuesta indicando por orden de prioridad qué papel puede desempeñar Villena a nivel comarcal, qué áreas municipales son de especial atención y cuáles son los proyectos que deben ser desarrollados de manera inmediata por el Consistorio.

La Estrategia Territorial de Villena + Innovación continuará con sus sesiones durante los meses de noviembre y diciembre. El objetivo será retomar los trabajos preparatorios para la puesta en marcha del Consejo Económico y Social. Además, a principios de 2013 se celebrarán unas jornadas para dar a conocer a la población los resultados obtenidos, facilitar foros de encuentro y reflexión y concretar las actuaciones a llevar a cabo.

Por: Redacción

6 febrero de 2013

## Vicente Zapata: "El Consejo Económico y Social de Villena perdurará aunque cambien los gobiernos"

- › 12 vecinos y vecinas integrarán el grupo de trabajo impulsor del futuro Consejo Económico y Social de Villena (CES)
- › Se trata de un órgano de carácter consultivo en el que se debatirán las necesidades de la ciudad para elevar al Pleno propuestas que ayuden a mejorar la gestión municipal
- › Se trata de un modelo original adaptado a las especificidades de Villena. Los integrantes del grupo gestor trabajarán en la preparación de un documento que recoja los aspectos fundamentales del nuevo organismo

### El Periódico de VILLENA

Referencia: QYA3Z

Miércoles, 6 de Febrero de 2013

#### Vicente Zapata: "El Consejo Económico y Social de Villena perdurará aunque cambien los gobiernos"

En la noche del martes se eligió en La Tercia a los 12 vecinos y vecinas que integrarán el grupo de trabajo impulsor del futuro Consejo Económico y Social de Villena (CES), un órgano de carácter consultivo en el que se debatirán tanto las necesidades que tiene la ciudad para luego elevar al Pleno propuestas para que el Ayuntamiento las solucione como las actuaciones que el gobierno local quiera aprobar en materia de presupuestos o revisión del PGOU, por ejemplo.

Como recordaba el profesor Vicente Zapata, coordinador de este proceso participativo, el CES será una estructura participativa que ayude al Ayuntamiento de Villena a avanzar en la toma de decisiones, donde se involucren los vecinos, los empresarios, los técnicos y profesionales y los políticos, que nos ayudará mucho en que el proceso de desarrollo local de esta ciudad sea el mejor posible, pues en los lugares donde funciona tiene efectos muy positivos.

Y ayer, tras cuatro intensas sesiones de trabajo, se eligió a los 12 voluntarios (que presentaron su candidatura) que durante los próximos 6 meses, y en colaboración con el resto de personas que han formado parte de este proceso, trabajarán en una propuesta para crear un Consejo Económico y Social. Para ello se basarán en criterios como la transparencia o la horizontalidad, en un proceso donde va a estar muy implicada la Estrategia Territorial de Villena + Innovación (ETV+i) impulsada por el Ayuntamiento y el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante (UA).

Según Zapata, las cerca de 70 personas que están participando en esta iniciativa están demostrando una gran implicación y un gran compromiso con la realidad de esta localidad y ese es el mejor caldo de cultivo para que el Consejo fructifique, aseguraba. Y añadía que la colaboración que se está dando entre Ayuntamiento, UA y ciudadanía es fundamental para avanzar de una manera coherente y sólida ante esta situación de crisis económica.

El trabajo de este grupo gestor se materializará a lo largo del año 2013 y terminará en la constitución formal del CES en 2014. Así Villena tendrá una plataforma que permitirá que todas las fuerzas vivas del municipio puedan reflexionar, opinar e incorporar sugerencias sobre cualquier tema de interés para la ciudad antes de que sea llevado a Pleno Municipal, decía el profesor. Es más la constitución del Consejo implica obligaciones para el Ayuntamiento, según la legislación vigente.

Asimismo destacaba que este proyecto se ha desarrollado siguiendo un modelo original que ha surgido en Villena para adaptarse a la realidad de este municipio, en lugar de copiar los de otras localidades, para que sea sostenible en el tiempo, independientemente de que cambien los gobiernos. Por eso la edil de Educación, Virtudes Hernández, invitaba tanto a toda la ciudadanía como a cualquier organización social, económica o empresarial, a que se integren en la construcción del CES. Para ello les animaba a informarse visitando la web de ETV+i.

Del 25 al 27 de abril se presentarán en el Ayuntamiento los resultados de la primera fase de la ETV+i, con distintas charlas y conferencias por parte del equipo de trabajo, informando también sobre el proyecto del CES. Además los profesores Vicente Zapata y Antonio Martínez Puche quieren mostrar este proceso en el 9º Coloquio Nacional de Desarrollo Local que se celebrará en junio en Villena, Elche y Alicante. Esto nos servirá de altavoz para decirle al resto del país que en este municipio se está realizando una iniciativa muy significativa de desarrollo local, decía Antonio Martínez.



Defendiendo la candidatura de uno de los voluntarios



Algunos de los participantes en el taller del CES



Proceso de selección del grupo de trabajo



Una voluntaria dispuesta a formar parte del grupo de trabajo

25 marzo de 2013

## El Consejo Económico y Social de Villena pretende ser un ente ciudadano y consultivo

- › El grupo gestor continúa con sus trabajos preparatorios para concretar los principios básicos y los aspectos jurídico-administrativos del nuevo ente
- › Una vez consensuados, se presentarán para su aprobación a la asamblea general. Se considera necesario y fundamental contar con el respaldo, compromiso y consenso de los partidos locales para garantizar el éxito y la continuidad de esta iniciativa
- › Este foro ciudadano no ha de convertirse solo en un ente dirigido a la promoción económica de la ciudad, sino en una estructura consultiva de los temas relevantes para el Ayuntamiento y los colectivos y personas del municipio

### Portada .info

## El Consejo Económico y Social de Villena pretende ser un ente ciudadano y consultivo

Administrador | ACTUALIZADO: 25/03/2013

**El grupo gestor del futuro Consejo Económico y Social (CES) continúa con sus trabajos preparatorios. En la última reunión del 21 de marzo se repartieron las tareas entre los miembros que deberán concretar propuestas sobre los principios básicos y los aspectos jurídico-administrativos del nuevo ente. Una vez consensuadas, se presentarán para su aprobación a la asamblea general, coincidiendo con la celebración a finales del abril de las jornadas de la Estrategia Territorial de Villena + Innovación (ETV+).**



Vicente Zapata participa en las reuniones a través de videoconferencia

Durante las últimas tres décadas ha habido varios intentos por constituir organismos similares en Villena, según explicó uno de sus promotores, el empresario Bernardo Ugeda. Las experiencias previas han adoptado fórmulas jurídicas diferentes, como entidades municipales vinculadas al ayuntamiento o como asociaciones autónomas integradas por los agentes económicos y sociales (ADIVI y PROENVI). Aunque la falta de consenso político ha motivado siempre su desaparición, sí han servido para impulsar la creación del Gabinete de Desarrollo Económico (GDE) o la puesta en marcha del polígono industrial El Rubial.



Componentes del grupo gestor del CES de Villena

Por eso se considera necesario y fundamental contar esta vez con el respaldo, el compromiso y el consenso de los partidos locales para garantizar el éxito y la continuidad de esta nueva iniciativa. "Lo que está por definir es cuál quiere que sea la ciudadanía el papel y las responsabilidades que deben asumir los políticos en el proceso actual", señala Antonio Martínez Puche, director de la Sede Universitaria y coordinador de la ETV+i. En palabras de Vicente Zapata, asesor del CES y profesor de la Universidad de la Laguna, "este foro ciudadano no ha de convertirse solo en un ente dirigido a la promoción económica de la ciudad, sino en una estructura consultiva de los temas relevantes para el ayuntamiento y el resto de colectivos y personas del municipio".



Se analizaron los antecedentes de estas entidades locales

13 enero de 2014

## El grupo gestor del Foro Económico y Social de Villena entrega al alcalde su propuesta de reglamento

- › La Declaración de Intenciones preparada por este grupo de vecinos y vecinas se ha completado a lo largo de diferentes reuniones y asambleas
- › El documento será la base del articulado definitivo del futuro reglamento del nuevo organismo municipal y recoge las aportaciones de la ciudadanía
- › El reglamento está previsto que se presente en la última semana de marzo, coincidiendo con la VII asamblea del Foro. En septiembre se constituirá oficialmente el Foro Económico y Social de Villena

# El Periódico de VILLENA

Referencia: 7RD32 Jueves, 23 de Enero de 2014

## El grupo gestor del Foro Económico y Social de Villena entrega al alcalde su propuesta de reglamento

**La Declaración de Intenciones preparada por estos vecinos y vecinas se entregó en Alcaldía el pasado martes. El documento, revisado y completado a lo largo de diferentes reuniones y asambleas, será la base del articulado definitivo del futuro reglamento de este nuevo organismo municipal. Se trata del resultado del trabajo llevado a cabo durante casi un año, que también recoge las aportaciones de la ciudadanía. El reglamento está previsto que se presente en la última semana de marzo, coincidiendo con la VII asamblea del Foro.**

En la reunión estuvieron presentes la primera autoridad local, Francisco Javier Esquembre, la concejal de Participación Ciudadana, Mercedes Menor, y una representación de ciudadanos y ciudadanas que van a trabajar conjuntamente con el Ayuntamiento para poner en marcha el Foro Económico y Social de Villena (FES). También asistió José María Arenas, el técnico municipal que se va a encargar de darle forma jurídica a la redacción del reglamento.

El trabajo se desarrollará durante las próximas semanas en coordinación con el grupo vecinal de seguimiento que ha surgido como continuación del grupo gestor del FES. Recordemos que esta iniciativa se incluye en el marco de la Estrategia Territorial de Villena + Innovación (ETV+), impulsada por el Ayuntamiento en colaboración con la Universidad de Alicante. El futuro documento concretará no solo los aspectos legales relacionados con la estructura y el funcionamiento del nuevo organismo, sino que será fiel a los fundamentos y principios que lo inspiran. Además, se va a aprovechar la ocasión para actualizar y modificar algunas partes del **reglamento de Participación Ciudadana** a instancias de la concejalía responsable, así como para revisar el reglamento orgánico del Ayuntamiento de Villena.

El texto normativo para la constitución del Foro se presentará a finales de marzo en la VII asamblea general. Estos encuentros abiertos a los que se ha convocado a la población han brindado la posibilidad, por una parte, de conocer el proceso y, por otra, de participar activamente sumando propuestas y sugerencias a los sucesivos borradores de la Declaración de Intenciones. La previsión es que el Foro Económico y Social de Villena se constituya formalmente en el mes de septiembre.



Autoridades y ciudadanos durante la reunión



El documento es la base del futuro reglamento.

De los resultados extraídos en los **talleres sectoriales**, que tuvieron su plasmación en las correspondientes notas de prensa y difusión en los medios, se puede establecer el siguiente **índice temático** de asuntos importantes e inquietudes sociales manifestadas por la población para el debate público y la búsqueda de soluciones.

### **Ordenación del Territorio/infraestructuras**

- › Ubicación estratégica
- › Amplio término municipal
- › Nodo logístico/estación AVE (accesos)
- › Transporte comarcal/tren de cercanías
- › Plan Especial de la Huerta
- › Plan General de Ordenación Urbana
- › Sobreexplotación de los acuíferos
- › Protección del patrimonio monumental y natural

### **Desarrollo económico**

- › Actividades turísticas
- › Servicios culturales y de ocio
- › Diversificación económica (agricultura, industria y servicios)
- › Emprendimiento/empleo
- › Economía sumergida
- › Inversión en la creación de nuevas empresas
- › Formación específica empresarial (conforme a la demanda)
- › Gestión del talento (oportunidades laborales / evitar "fugas")
- › Promoción de la ciudad (marca ciudad)

## Gobernanza/ciudadanía

- › Consenso político en grandes temas
- › Continuidad de los proyectos
- › Liderazgo político/relevancia comarcal
- › Diseñar las inversiones y la ciudad pensando en las personas
- › Servicios médicos (centro sanitario integrado)
- › Potenciar el movimiento asociativo
- › Cohesión social/igualdad
- › Coordinación en la relación Ayuntamiento / colectivos sociales
- › Poca participación / desánimo ciudadano

**CONCLUSIONES** La comunicación ha cumplido un importante papel en el desarrollo de la ETV+i, como se ha justificado en las páginas anteriores, desde la doble perspectiva de principio rector e instrumento de información, divulgación y conocimiento social. Esto explica que titulados y profesionales vinculados con la formación académica en Comunicación se hayan integrado en el grupo multidisciplinar de trabajo.

Sin duda, la notoriedad alcanzada por la ETV+i y el FES ha quedado suficientemente demostrada con los datos cuantitativos presentados, aunque se percibe entre una parte de la población cierto desconocimiento sobre algunos aspectos: en qué consiste exactamente esta iniciativa, cuáles son sus objetivos y cómo se materializarán sus resultados. Lo importante es que es algo que "suena" y que no resulta totalmente ignoto entre los colectivos sociales más activos y las personas que actúan como prescriptores y líderes de opinión al tanto de la actualidad. Pero hay que asumir la necesidad de seguir comunicando para aclarar posibles dudas y llegar al mayor número de habitantes.

Asimismo, se han vertido comentarios desde el anonimato en los foros virtuales y en conversaciones personales que hacen patentes ciertos "prejuicios" fundamentados en la ignorancia sobre el proyecto, cuando no en la mala fe o en la toma de posturas "partidistas" contrarias al equipo de gobierno municipal. Pensar que se trata de un trabajo encomendado a "amigos" es desconocer que detrás está una institución de contrastado prestigio como la Universidad de Alicante y profesores universitarios y profesionales de dilatada experiencia comprometidos con el rigor. La motivación, y es lo que se ha querido dejar siempre muy claro, es contribuir a mejorar la gestión del municipio a partir de un conocimiento previo de la realidad asentado en una cualificación técnica

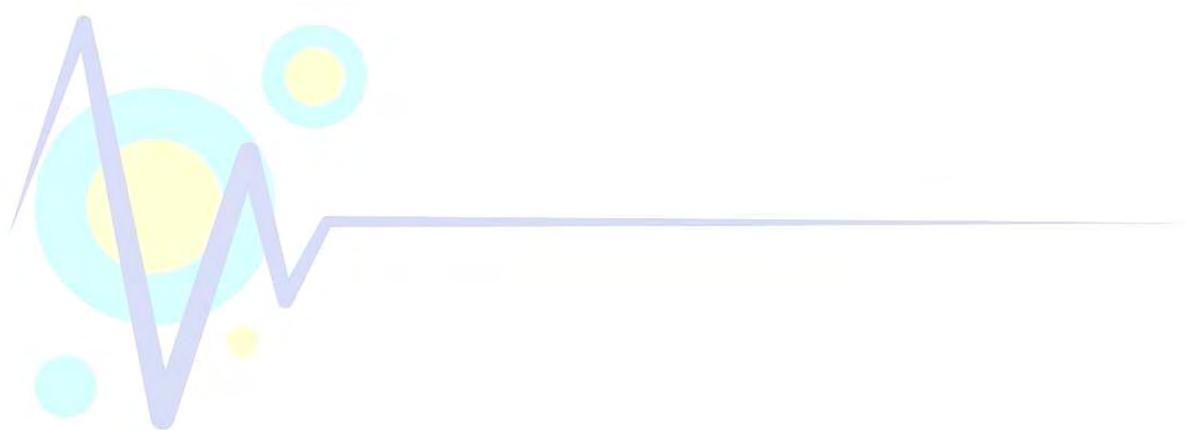
e independencia ideológica. Y más cuando existe la condición añadida en algunos miembros del equipo de la ETV+i de ser villenenses de nacimiento o adopción.

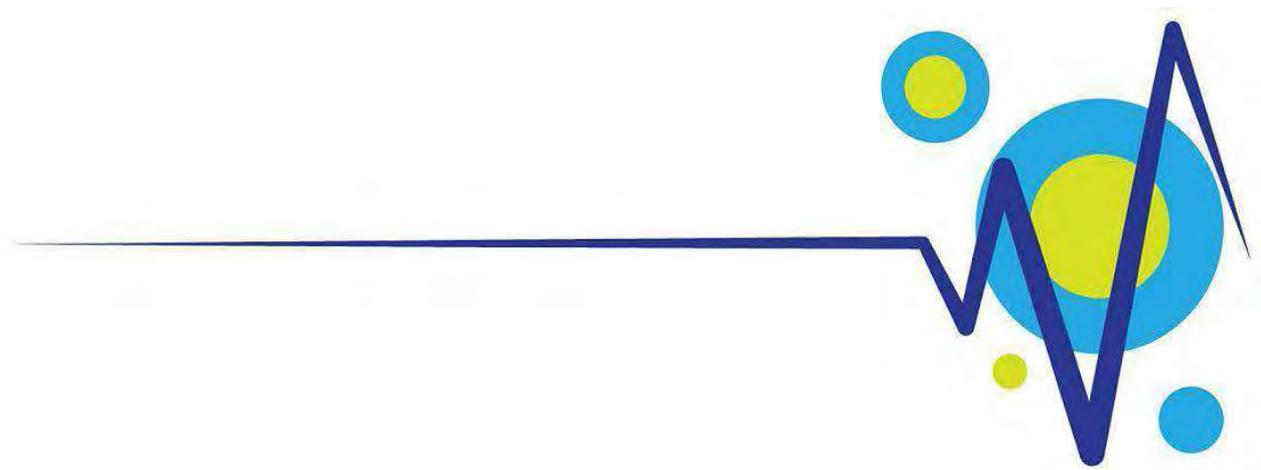
Precisamente, contrarrestar esas opiniones adversas, críticas e indocumentadas ha sido otro de los propósitos del esfuerzo por informar en cada momento de los pasos dados, propiciando que cualquiera pudiese estar al corriente de todo a través de diversos cauces. La transparencia es esencial para lograr no solo la implicación o la participación ciudadana, sino la "autoridad moral" que requiere cualquier actuación convincente con trascendencia pública.

De ahí que se hayan mantenido contactos con grupos políticos y asociaciones de todo tipo para lograr el consenso que asegure la continuidad y utilidad del proceso, abonando una predisposición social mediante una sistemática aparición en los medios de comunicación.

**Estrategia Territorial**  
**Villena + innovación**

**El Foro Económico y Social de Villena.**  
**Una realidad cada vez más cercana**





La ETV+i comenzó a desarrollarse en abril de 2012 como proyecto financiado por el Ayuntamiento de Villena y coordinado por el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Alicante. El equipo técnico responsable de su ejecución pronto concluyó que el objetivo de la Estrategia no podía quedarse en la mera realización de una serie de diagnósticos y la formulación de propuestas estratégicas al uso, ni siquiera en un estudio descriptivo más del ámbito municipal, como ha ocurrido en múltiples casos. Y de este modo, la ETV+i ha incluido, entre sus fines esenciales, conciliar algunas de las directrices de la *Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana* y sus previsiones para las comarcas del Vinalopó, con los planteamientos derivados del ámbito local villenense, junto al impulso y acompañamiento de un proceso participativo específico que pudiera rescatar la antigua aspiración de contar con un órgano consultivo en materia económica y social.

A lo largo del proceso de trabajo general se han realizado análisis, diagnósticos, talleres, jornadas, coloquios y asambleas ciudadanas, dinamizados por el equipo de la ETV+i. Durante esta intensa labor se procuró favorecer la reflexión colectiva y compartida en torno al modelo territorial y a la acción de gobierno, implicando a la ciudadanía, a los sectores privados y a los poderes públicos locales. De este modo, la ciudadanía ha asumido de forma voluntaria un papel activo por medio de convocatorias abiertas y sectoriales, a las que han acudido personas y colectivos de todo tipo. El motivo de esta dinámica de trabajo ha sido desarrollar un doble proceso: obtención de datos (talleres, entrevistas, jornadas) y determinación de prioridades y necesidades (asambleas ciudadanas), generando, al mismo tiempo, una mayor implicación de los actores municipales en el desarrollo de la Estrategia y en el compromiso en relación con la aplicación de sus resultados.

En ese marco de actuación se plantea la realización de una serie de encuentros abiertos a la ciudadanía con el formato de asambleas, con el objetivo de valorar la posibilidad de que el municipio se dote de una estructura de carácter consultivo del tipo Consejo Social de la Ciudad. En las diferentes sesiones mantenidas se ha reflexionado sobre su oportunidad, orientación y bases constitutivas, concluyéndose la necesidad de articular un proceso de trabajo protagonizado por vecinos y vecinas de Villena y facilitado por la Estrategia, como fórmula más conveniente para conseguir articular una dinámica de acción ciudadana que asegure dos premisas fundamentales:

1. Configurar una estructura participativa a la medida de Villena
2. Configurar una estructura participativa con amplia base social

Las acciones concretas en el marco de la ETV+i han sido las siguientes:

Fases	Inicio	Encuentros	Acción principal	Actores
1º	20-06-2012	I, II, III y IV	Motivación, fundamentos y planteamiento inicial	ETV+i Asamblea Grupo de Trabajo [Grupo de Seguimiento]
2º	5-02-2013	IV, V y VI	Trabajo autónomo y definición inicial del órgano de participación	Universidad de Alicante Medios de Comunicación Partidos Políticos
3º	10-12-2013	VI y VII	Propuesta definitiva y reglamentación del órgano de participación	Sindicatos Organizaciones Sociales Colectivos Juveniles Ayuntamiento Ciudadanía

Previo al inicio del proceso de definición de las bases que deben orientar la constitución de la estructura participativa, se reflexionó acerca de cuáles deberían ser sus principales identificadores para asegurar realmente su carácter participativo y obtener el mejor resultado posible del proceso abierto, con el que se ha pretendido asimismo animar la dinámica socioeconómica municipal. De este modo se formularon hasta diez recomendaciones generales:

1. Fabricar el instrumento más apropiado para el municipio considerando sus particularidades
2. Aprovechar el proceso de fabricación para motivar la participación social y educar en su expresión
3. Concebir un instrumento operativo y que sea un revulsivo en la escala municipal

4. Desarrollar un instrumento versátil que sirva para todo(s) o para muchas cosas
5. Configurar un instrumento desde el consenso y hacerlo con todos y todas desde el principio
6. Adecuar el proceso a los tiempos de las personas, de las entidades y del municipio
7. Conseguir la participación e intermediación de personas-entidades independientes
8. Conferir la máxima transparencia al proceso de definición e implementación de la estructura participativa
9. Registrar y difundir de modo adecuado todo el proceso y dotarlo de organización y rigurosidad
10. Trabajar en paralelo en la racionalización de las estructuras participativas existentes en el municipio

Se concluyó asimismo que el contexto de trabajo propiciado por la ETV+i podría ser una oportunidad y adecuado marco de actuación para el desarrollo del proceso de configuración de la estructura participativa, por lo que se acordó que ésta asumiera un papel preferente en cuanto a su impulso y acompañamiento inicial, por lo menos hasta que la ciudadanía y las Instituciones municipales fuesen ocupando el lugar que les correspondiera en el mismo a partir de su progresiva involucración. De este modo se diseñó un itinerario de encuentros durante la segunda mitad del año 2012 y primeros meses de 2013, abiertos a la participación ciudadana que respondían a los siguientes tópicos:

(20 junio de 2012) *Presentación y propuesta*

(11 julio de 2012) *Compromiso y fundamentos*

(18 diciembre de 2012) *Marco de actuación*

(05 febrero 2013) *Confianza y autonomía*

Estos encuentros han constituido la primera fase extensa de motivación, fundamentos y planteamiento inicial.

Durante los primeros encuentros se han ido formulando de manera colaborativa las bases sobre las que asentar la labor más específica de configuración de la estructura participativa, resultado una dinámica de trabajo altamente satisfactoria y rica en cuanto a las conclusiones obtenidas, que han contribuido a guiar el proceso en las siguientes fases. En este sentido, ha sido fundamental partir de la definición de elementos clave a modo de referentes que en cualquier situación orienten de modo

adecuado las decisiones de los actores que se relacionan y protagonizan el proceso, con independencia del momento en que se han incorporado al mismo. Se pretendió primero responder a una serie de cuestiones estratégicas vinculadas con la estructura participativa que se deseaba conformar:

**¿A qué necesidad responde?**

Responde a una cierta insatisfacción general que anima a cambiar las formas de participar en el proceso de desarrollo municipal mediante el impulso de estrategias colaborativas e integradoras.

**¿Qué ventajas reportará?**

Reportará un cauce de diálogo y acción conjunta que permitirá construir un municipio que responda a un modelo compartido.

**¿Qué dificultades encontraremos?**

Habrá que salvar la desconfianza, superar los intereses particulares y gestionar la frustración e impaciencia que provocan las experiencias previas

**¿Qué hemos aprendido de los antecedentes?**

Hemos aprendido que disponemos de capital humano e iniciativa para construir nuevos procesos en los que el liderazgo compartido y la constancia que asegure la continuidad son imprescindibles

**¿Quién y qué entidad no debe faltar?**

Debe participar toda aquella persona y colectivo que desee aportar su punto de vista y su colaboración para mejorar de forma constructiva la realidad municipal haciendo sostenible el proceso

**¿Cómo iniciamos el proceso?**

Dialogando y consensuando objetivos, procedimiento y calendario de trabajo que haga avanzar un proceso ya iniciado en el que deben seguir integrándose actores todavía ausentes



económico y social. Se pretendió con ello, por una parte, hacer visibles los obstáculos que pudieran surgir durante el proceso, y por otra, compartir los requerimientos y las aspiraciones no verbalizadas pero fundamentales para avanzar en el proyecto colectivo. Las cuestiones formuladas fueron las siguientes: ¿Apoyaría esta iniciativa? ¿Cuáles son sus condiciones? Siendo éste el resultado de la consulta:

#### **Formuladas en sentido positivo:**

Que... sea útil; sea ilusionante; sea respetada; pasen cosas y genere acción y resultados; tenga resultados no inmediatos pero no excesivamente dilatados en el tiempo; beneficie al conjunto de la ciudadanía de Villena; estemos todas y todos incluidos; sea sostenible o perdure en el tiempo y tenga garantía de continuidad; las propuestas sean sensatas; exista coherencia, constancia y compromiso a largo plazo; haya consenso político; tenga en cuenta lo más frágil; sea vinculante; los resultados y las conclusiones se apliquen sean cuales sean

#### **Formuladas en sentido negativo:**

Que... no haya vetos; no sea un grupo de presión; no existan intereses personales, particulares o de grupo; no se paralice



La ciudadanía exhibe sus condiciones para apoyar la ETV+i

Estas pautas son las que además deberían orientar la actividad de un Grupo de Trabajo reducido, surgido de los encuentros asamblearios, que se tendría que encargar de elaborar una propuesta de estructura de carácter consultivo adaptada a las particularidades de Villena. Así se confiere el máximo protagonismo a la ciudadanía que participa en las

convocatorias abiertas y realizadas en La Tercia, facilitadas por el equipo de la ETV+i. El resultado de la labor de dicho Grupo sería presentado a las personas que vienen reuniéndose periódicamente de forma asamblearia, de modo que, se pueda conformar una propuesta definitiva que elevar al Pleno del Ayuntamiento para su aprobación definitiva. Las características y orientaciones para el funcionamiento del Grupo de Trabajo se establecen antes de la designación de sus componentes:

- a. Constituido por un número de personas voluntarias, que oscila entre 8 y 12 componentes, manteniendo un equilibrio entre géneros e intentando que el grupo refleje la diversidad municipal
- b. Integrado por personas dialogantes y facilitadoras, con disponibilidad y capacidad de trabajo y comunicación
- c. Se reúne una vez al mes como mínimo mediante encuentros operativos manteniendo comunicación durante cada semana
- d. Debe tener preparado un primer borrador de propuesta de estructura consultiva a los seis meses del inicio de su actividad
- e. Presenta la labor realizada cada trimestre a la asamblea general durante el proceso de trabajo grupal
- f. Durante la primera sesión se organizarán de la forma más conveniente para cumplir sus objetivos, elaborando un plan de trabajo y concretando la manera más efectiva de repartir la tarea entre sus integrantes
- g. Debe llevar un registro de su actividad y actas de las sesiones celebradas, que se convocarán con orden del día
- h. Puede contar con la colaboración de personas para facilitar el proceso de trabajo, preferentemente vinculadas con la ETV+i

Esta documentación fue enviada a todas las personas que venían participando en las sesiones de carácter asambleario, además de publicarse en distintos soportes, para estimular el surgimiento de candidatos/as a formar parte del Grupo de Trabajo, cuya composición fue decidida en la siguiente reunión general. En ésta, cada persona dispuesta a integrarse en el Grupo presentará su candidatura, así como los motivos por los que desearía participar en el mismo siguiendo las directrices ya establecidas e indicadas anteriormente.

Y de este modo, durante el cuarto Encuentro Ciudadano celebrado en La Tercia se estableció formalmente avanzar en la creación de una estructura de participación del tipo Consejo Económico y Social, como órgano autónomo, consultivo, propositivo y representativo de la ciudadanía de Villena. Para ello se eligió a 12 ciudadanos/as como

Grupo de Trabajo con carácter gestor, con el fin de que elaborara un documento de bases para la constitución del futuro Foro Económico y Social de Villena.



Reunión del grupo gestor del FES con el alcalde, durante la ronda de reuniones con todas las formaciones políticas municipales

El "mandato" de la Asamblea al Grupo de Trabajo fue el siguiente: *Elaborar un documento de base para la creación de una estructura del tipo Consejo Social de la Ciudad.*

Asimismo se enuncian una serie de premisas para garantizar la sostenibilidad y la calidad del proceso participativo que concluirá con la formulación de las directrices general de la estructura participativa de carácter municipal. Éstas tienen que ver con la actuación del propio Grupo de Trabajo que adquiere notable protagonismo a partir de entonces en relación con el impulso de las acciones conducentes a lograr el objetivo de dotar a Villena de un Foro Económico y Social, mediante una dinámica de trabajo que adquiere una dimensión cada vez más original por su desarrollo *de abajo hacia arriba*, situando a la ciudadanía en el centro del proceso.

- a. Convocatorias no institucionales producen mayor efecto
- b. Más y diversos canales de comunicación con la ciudadanía
- c. Información simple al alcance de toda la ciudadanía
- d. Contactar, informar e invitar a más colectivos y personas

- e. Identificar a los actores clave que aún no han participado
- f. Compromiso de todos y todas en relación con la difusión y motivación
- g. Profundizar en la idea de que la estructura tendrá influencia en la toma de decisiones
- h. Reflexionar acerca de la participación/vinculación con la dimensión política
- i. Seguir desarrollando sesiones abiertas a la participación ciudadana
- j. Mantener la Asamblea convertida en foro municipal de reflexión y debate



Con el objetivo de centrar adecuadamente las tareas conducentes a la formulación de las bases de la estructura participativa, se define un esquema de temas o aspectos fundamentales que deben ser abordados y resueltos adaptándose a las particularidades de Villena. Se organizan en torno a cuatro grandes bloques: jurídico-administrativo, principios básicos, estructura y funcionamiento. Configuran lo que se vino a denominar *Documento de Intenciones* por parte del Grupo de Trabajo, elaborándose diversas versiones del mismo hasta su presentación definitiva a la Asamblea por dos veces, para ser ratificado por la misma después de la incorporación de distintas aportaciones fruto de los debates suscitados en La Tercia.

<p><b>1. JURÍDICO-ADMINISTRATIVO</b></p> <p>1.1. Tipo de entidad  1.2. Fundamentación jurídico-administrativa y legislación  1.3. Grado de autonomía  1.4. Adscripción funcional  1.5. Relación con las entidades que lo conforman  1.6. Naturaleza</p>	<p><b>3. ESTRUCTURA</b></p> <p>3.1. Número de miembros  3.2. Órganos y sus características  3.3. Representantes, nombramiento, cese  3.4. Vigencia  3.5. Incompatibilidades</p>
<p><b>2. PRINCIPIOS BÁSICOS</b></p> <p>2.1. Configuración  2.2. Carácter  2.3. Fines  2.4. Objetivos  2.5. Finalidades  2.6. Funciones</p>	<p><b>4. FUNCIONAMIENTO</b></p> <p>4.1. Dinámica de funcionamiento  4.2. Régimen de sesiones  4.2.1. Convocatorias  4.2.2. <i>Quorum</i>  4.2.3. Adopción de acuerdos  4.2.4. Actas  4.3. Actividades propias: memorias, informes, estudios, etc.  4.4. Recursos y medios para su funcionamiento  4.5. Régimen económico  4.6. Imagen corporativa  4.7. Denominación</p>

Tabla de contenidos para la elaboración del *Documento de Intenciones*

En el proceso de elaboración del *Documento de Intenciones* se establecen asimismo los *centros de interés* del Grupo de Trabajo, a modo de ámbitos de reflexión y debate que permitan enriquecer la propuesta final:

- a. Revisión de experiencias anteriores y conocimiento de las causas que no permitieron su concreción y/o consolidación (obstáculos internos y externos)
- b. Papel de la dimensión política y de la vinculación del órgano con la administración municipal
- c. Grado de autonomía -o independencia- que asegure su permanencia y sostenibilidad, operatividad y credibilidad

- d. Estructura con iniciativa propia que supere el mero carácter consultivo para ahondar en su vertiente propositiva
- e. Organización que permita dar cabida al conjunto de actores locales y refleje la pluralidad municipal
- f. Órgano próximo y dinámico que permita un flujo de ida y vuelta en relación con la ciudadanía y sus organizaciones

El documento denominado *Declaración de Intenciones* se obtiene entonces a través del desarrollo de un proceso participativo que se ha alargado entre los meses de febrero y diciembre de 2013, en el que han podido intervenir los componentes del Grupo de Trabajo incorporando sus propuestas de mejora en sucesivas reuniones, enriquecidas asimismo con las aportaciones de los partidos políticos, sindicatos, Consejo de la Juventud y diversas asociaciones sectoriales de Villena. El objetivo general que se va conformando con el órgano propuesto es estimular a la ciudadanía, favoreciendo su implicación en el devenir del municipio, dirigido a generar propuestas que mejoren la dinámica y calidad económica y social de la ciudad y su término municipal. Asume por lo tanto una función de dinamizador y conector de los actores locales.

El Foro Económico y Social de Villena como facilitador de la participación se propone con un fin eminentemente dinamizador, en paralelo a su eminente carácter consultivo, impulsando la comunicación y la acción positiva de la ciudadanía que se implica de forma responsable y activa en reflexionar, debatir y aportar o proponer soluciones e iniciativas. Será la puesta en marcha de éstas la que planteará necesidades, presupuestarias y de otro tipo, para proyectos que mejoren el proceso de desarrollo de la ciudad y su término municipal desde una perspectiva integral. De hecho, buena parte de las discusiones generadas en el marco del proceso de conformación de las bases de la estructura participativa, se relacionan con la posibilidad de que el Foro pueda desarrollar funciones más que consultivas.

En este sentido, el proceso de trabajo seguido por el grupo de ciudadanos/as y sus facilitadores ha estado caracterizado por la búsqueda de las mejores alternativas de cara a la definición de los fundamentos para la conformación de un órgano de participación a la medida de Villena, procurando siempre alcanzar consensos sobre los temas debatidos, de modo que se consiguiera una propuesta consistente y coherente desde las distintas visiones que se derivan de la propia diversidad del Grupo. La consulta a diferentes actores municipales y su presentación pública en asamblea, abriéndose a la participación de más vecinos y vecinas de Villena, concluye con la elaboración de un documento de principios que se ha elevado al Ayuntamiento para su conversión en una propuesta de Reglamento.

Los contenidos del *Documento de Intenciones* se diferencia en diversos bloques temáticos:

**Bloque temático:**

Jurídico - administrativo

**Contenidos:**

- › Consejo Económico y Social  
Autonomía orgánica y funcional con respecto a la Corporación Municipal
- › Órgano de carácter consultivo y propositivo  
Órgano adscrito a la Alcaldía del Ayuntamiento de Villena (Alcalde/sa: Presidente/a permanente, con voz pero sin voto, con importante papel de mediación y logro de consenso)
- › Órgano de carácter general que promueve la relación con los consejos municipales sectoriales  
Compromiso formal de entidades por el bien común y el interés general
- › Órgano de carácter permanente de naturaleza ciudadana, autónomo, abierto y transparente, que fomenta la comunicación y la participación ciudadana
- › Estructura para la reflexión y el debate con propósito de alcanzar consensos a través del diálogo
- › Se propone la modificación puntual de la reglamentación municipal para el reconocimiento institucional del Foro

**Bloque temático:**  
Principios básicos

**Contenidos:**

- › Plural, democrático, abierto y útil
- › Integrador, conciliador y participativo
- › Foro vivo de participación que aborde los temas de interés general
- › Aglutina y facilita la colaboración entre los consejos municipales
- › Canaliza la participación ciudadana hacia el interés público municipal
- › Desarrolla múltiples funciones interrelacionadas
- › Objetivos:
  1. Identificar preocupaciones de la ciudadanía, promoviendo y asesorando sobre posibles propuestas para enfrentarlas
  2. Facilitar la comunicación y el logro de consensos entre los/as representantes municipales, los diferentes agentes económicos y sociales, junto a la población en general
  3. Debatir, proponer e impulsar todas aquellas acciones de mejora que contribuyan al desarrollo económico y social del municipio

**Bloque temático:**  
Estructura

**Contenidos:**

Pleno: 37 miembros + representantes partidos políticos en el Ayuntamiento:

- 7 Personas de reconocidas cualidades sociales y conocimientos técnicos (2 UA)
- 21 Tejido asociativo municipal
- 5 Asociaciones Empresariales
- 4 Sindicatos
- 1 Representante de cada partido político con representación en el Pleno Municipal

Comisión Permanente: 15 miembros

Comisiones De Trabajo: ± 8 miembros

Asamblea anual con carácter abierto a la ciudadanía de Villena

Presidente/a permanente: Alcalde/sa

Un/a Presidente/a ejecutivo/a (sin voto de calidad) y dos Vicepresidentes/as que rotarán en la presidencia cada dos años, Tesorero/a, Secretario/a.

Coordinador/a Técnico/a.

Renovación cada 6 años (representantes políticos cada 4 años); incompatibilidad de cargos municipales

### **Bloque temático:**

Funcionamiento

#### **Contenidos:**

- › Presidencia y Vicepresidencias ejecutivas adquieren papel protagonista en el funcionamiento del Foro; Presidencia permanente adquiere papel institucional
- › Sesiones ordinarias y extraordinarias, no tienen carácter público pero se podrá formular petición de asistencia
- › Pleno se reúne con carácter ordinario cada trimestre
- › Pleno se reúne con carácter extraordinario a solicitud de participantes
- › Actividad descentralizada mediante Comisiones de Trabajo
- › Actas públicas difundidas a través de diferentes medios
- › Miembros del Foro no tienen retribución económica
- › Sede Oficial, con posibilidad de itinerancia por el municipio
- › Asignación específica en el Presupuesto Municipal
- › Imagen propia derivada de una fórmula participativa

El documento obtenido constituye, por lo tanto, el resultado del trabajo colectivo realizado hasta el mes de octubre de 2013, luego ampliado hasta diciembre de ese mismo año para debatir e incorporar las aportaciones recibidas desde la asamblea celebrada en la primera fecha citada. En todo este amplio proceso de participación ciudadana merece destacarse el alto grado de implicación, discusión y consenso alcanzado entre los/as componentes del Grupo de Trabajo, así como las múltiples y valiosas aportaciones realizadas desde la ciudadanía y las organizaciones de Villena que han intervenido en la elaboración del documento.

El *Documento de Intenciones* se completa finalmente con un Anexo que contiene las aportaciones realizadas en el sexto Encuentro celebrado en La Tercia el 10 de diciembre de 2013. En esta sesión de carácter asambleario se repasaron los antecedentes y la labor que ha desarrollado el Grupo de Trabajo durante su vigencia, se presentó una nueva versión del *Documento de Intenciones* con las aportaciones incluidas fruto del proceso participativo abierto entre octubre y diciembre de ese año, se organizó a las personas participantes para que trabajaran de modo grupal sobre cada uno de los grandes bloques del documento (Jurídico-administrativo, Principios básicos, Estructura y Funcionamiento) con el objetivo de realizar su revisión final y efectuar aportaciones puntuales, y además, se sometió a la consideración de los/as presentes la nueva propuesta realizada por el Grupo de Trabajo para su aprobación.



Asamblea ciudadana  
del 10 de diciembre de  
2013

El resultado del Encuentro fue la aprobación unánime del *Documento de Intenciones*, añadiéndose los resultados de la labor grupal realizada en La Tercia, para su posible estimación durante el proceso de conversión del mismo en un texto articulado de carácter jurídico, que debe someterse a la consideración de una nueva asamblea que se convoque a modo de séptimo Encuentro, preferentemente en el primer trimestre del año 2014. También se recomendó tener presente algunas de las aportaciones realizadas durante la fase de revisión, puesto que, en determinados casos, podrían incorporarse al articulado. Asimismo se aceptó la propuesta de conversión del Grupo de Trabajo en Grupo de Seguimiento de la nueva etapa, en la que el Ayuntamiento de Villena pondrá los medios necesarios para la elaboración de un Proyecto de Reglamento del Foro Económico y Social. Durante ese tiempo se seguirá informando a la ciudadanía de Villena de los avances realizados.

Se puso fin así de manera satisfactoria a la segunda fase del proceso de conformación de la estructura participativa, abriéndose la tercera de mayor protagonismo del Ayuntamiento de Villena con el acompañamiento del Grupo de Seguimiento, renovado en algunos de sus componentes con respecto a su configuración inicial. Con la perspectiva de más de año y medio de trabajo comunitario en un contexto no exento de dificultades, es posible extraer una serie de conclusiones que enfatizan el carácter original de la dinámica social suscitada en Villena. A modo sintético, las recogemos a continuación:

- a. Se trata de un proceso que se ha ido construyendo mediante la aportación colectiva, adquiriendo vitalidad y dinámica propia conforme va pasando el tiempo; pese a que ha sido facilitado por especialistas en trabajo comunitario, ha ido orientándose de manera particular y generando novedades en función de la participación ciudadana suscitada
- b. Se ha desarrollado un proceso simultáneo de motivación y refuerzo de las posibilidades de participación social en la escala municipal (autoestima comunitaria), en el que la ciudadanía, las instituciones y las organizaciones de Villena han ido adquiriendo creciente protagonismo
- c. Se ha superado el mero horizonte o reto particular de configurar una estructura participativa, evidenciando que la ciudadanía junto a la dimensión política y la suma de otros actores económicos y sociales, pueden aspirar a la construcción conjunta de procesos enormemente revitalizadores
- d. Se han validado fórmulas e instrumentos de acción comunitaria que aseguran la sostenibilidad de los procesos sociales, como la construcción compartida y el trabajo colaborativo, el avance

- mediante el consenso, la transparencia y la horizontalidad que confieren similar protagonismo a todos los participantes
- e. Se ha mantenido la confianza en el devenir de un proceso construido al ritmo que han marcado sus protagonistas, a partir de la generación inicial del ambiente propicio que ha permitido enfocarlo mediante el planteamiento y desarrollo de hitos-encuentros estimulantes con la idea de su cristalización a medio plazo
  - f. Se ha puesto de manifiesto el trascendente papel que puede desempeñar la Universidad como agente facilitador, dinamizador y mediador en procesos que avanzan fruto de la confluencia de múltiples actores sociales y económicos, aportando elementos conceptuales y metodológicos junto a una posición de equidistancia que propicia la conformación de un clima de confianza y respeto mutuo
  - g. Se ha contrastado la importancia de la implicación municipal "sin reservas" en sus diferentes dimensiones, política y técnica, con el fin de afianzar el proceso también desde la administración sin pretender apropiarse del mismo

La experiencia de conformación de una estructura participativa de carácter económico y social en Villena ha puesto de manifiesto la trascendencia de apostar por el desarrollo de estrategias de relación que se hilvanen con enfoque ascendente. También por la generación de estructuras fundamentadas en la confianza, surgidas de procesos de confluencia e intervención conjunta. La construcción de redes de trabajo, basadas en objetivos compartidos y en la cohesión que produce el *hacer juntos*, es sin duda esencial. Redes que además favorezcan la autonomía y propicien descentralizar la acción a través de la constitución de grupos operativos. Y que permitan, asimismo, orientar la actuación de los actores hacia ámbitos que vayan centrando su interés en cada momento. Esto influye tanto en la nueva organización que se pretende configurar como en la maduración individual de cada participante, al enriquecerse del aprendizaje que resulta de la intervención colectiva. Encuentro, diálogo, cohesión, planificación, liderazgo, entre otros, suponen elementos que se deben manejar para la gestión de las redes y sus ramificaciones.

En este sentido, los tres actores que convergen en este tipo de procesos desde las dimensiones política, técnica y ciudadana, deben aspirar a establecer las relaciones necesarias que deriven en el compromiso de la acción conjunta, encontrando espacios y momentos para el encuentro creativo que permita conformar estrategias con las que enfrentar los retos que trae cada día la realidad compartida. Cualquiera de los tres actores puede dar el primer paso -debe dar el primer paso-, siempre que

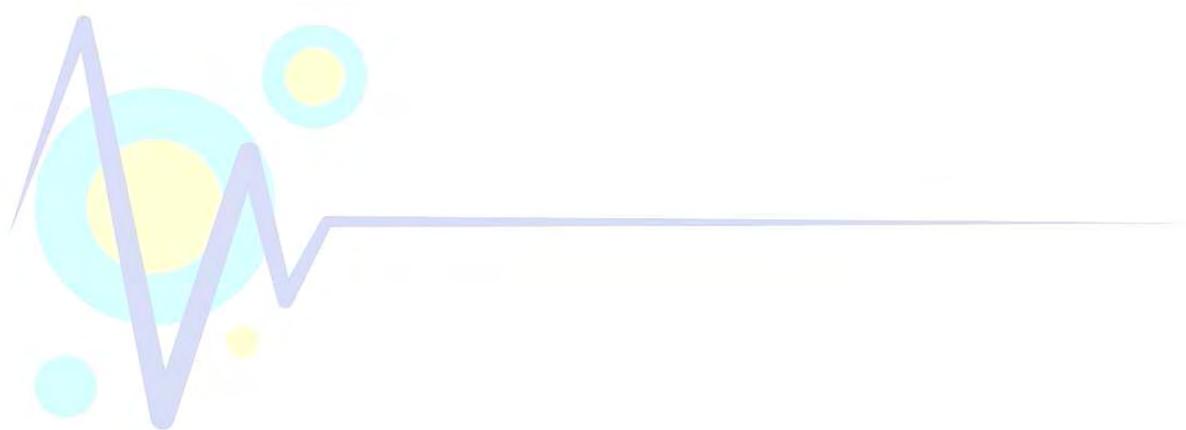
su objetivo sea el de lograr la inclusión del resto. Cada territorio debe configurar además su modelo relacional desde el conocimiento y la experiencia adquiridos, pero también desde la identificación de sus particularidades, necesidades y objetivos. Para ello, debe ser consciente de sus recursos y de sus posibilidades, haciendo siempre un esfuerzo para la mejora de sus capacidades. Ahí reside una de las claves fundamentales de lo que se ha tratado en este documento, la preparación para la participación a todos los niveles; y la consideración de que supone un instrumento que ofrece su mejor versión y más adecuado rendimiento en los tiempos medios y largos, por lo que habrá que superar su frecuente encorsetamiento en esquemas que responden más a los tiempos de la dinámica político-partidista que a los del pulso social.

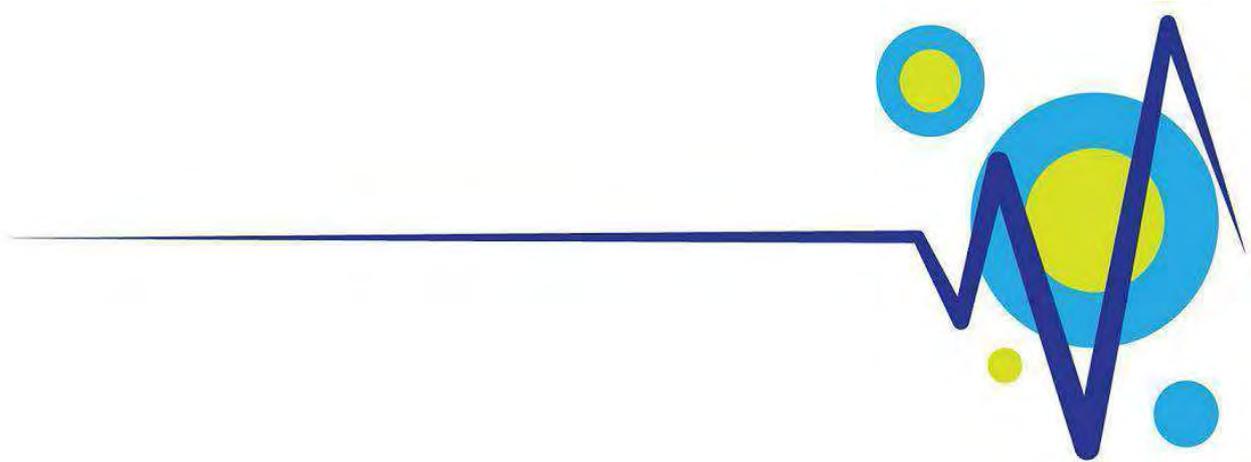


**El grupo gestor del Foro Económico y Social de Villena entrega al alcalde su propuesta de reglamento**

**Estrategia Territorial  
Villena + innovación**

## **Conclusiones finales y propuestas**

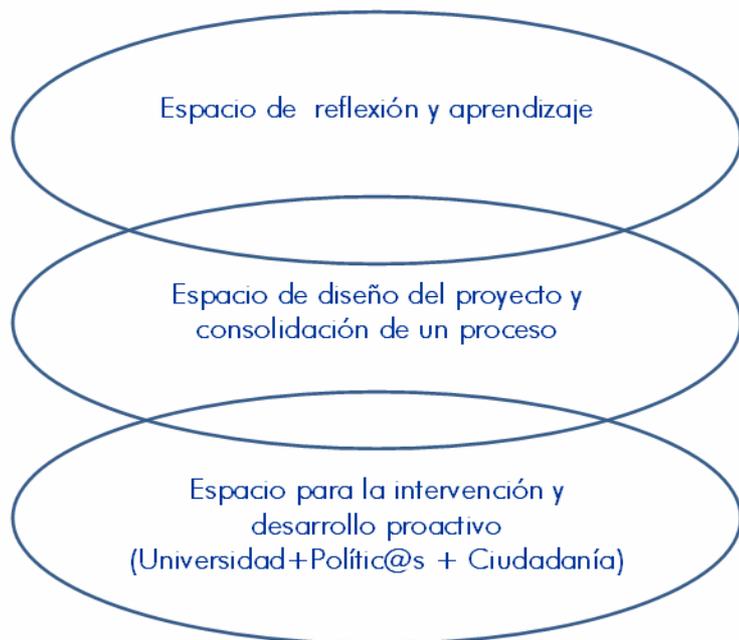




## Estrategia Territorial Villena + innovación



## Espacios de diálogo entre investigadores, ciudadanía y responsables políticos



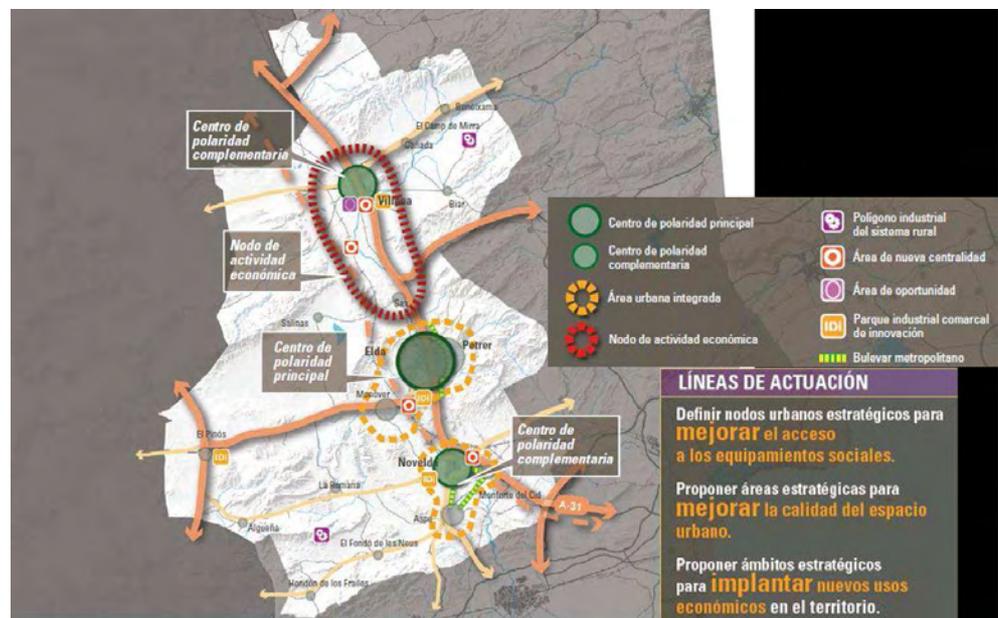
El 13 de enero de 2011, la Generalitat Valenciana aprobó la *Estrategia Territorial* autonómica, que entró en vigor seis días después, al publicarse junto con sus directrices normativas en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana (DOCV). Con ello se daba cumplimiento al mandato previsto en la Ley 4/2004, de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje. De esta forma, la ordenación territorial cuenta con un documento marco para todos los casos en los que es competente la administración autonómica. No obstante, es ante todo una herramienta de planificación, ya que las pautas a seguir en materia de gestión territorial -en su vertiente más amplia- durante los próximos 20 años. Para ello se fijan 25 objetivos distintos, como el desarrollo de un sistema de ciudades, el impulso del medio rural, la protección de los espacios naturales, la preservación del patrimonio monumental y cultural, o la potenciación de las infraestructuras sin que supongan un perjuicio al medio ambiente, entre otros. Estas políticas se habrán de desarrollar a partir de las 147 directrices previstas en la Estrategia Territorial. Se agrupan en apartados como el paisaje y los espacios naturales -lo que viene a denominarse "infraestructura verde"-, una ocupación racional y sostenible del suelo, las infraestructuras, el desarrollo económico y las particularidades y posibles usos del litoral.

Como herramienta básica de planificación, busca la coordinación y la eficiencia de todas estas políticas, haciéndolas más efectivas. Además, contribuirá a agilizar muchos trámites burocráticos, en tanto que resolverá posibles dudas que puedan plantearse en casos concretos de gestión o desarrollo territorial. En este contexto se plantea la ETV+i, aunque algunas de las propuestas realizadas hace tres años por la *Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana*, no se ajusten ni a las necesidades viables y más perentorias actuales (recuperación de la antigua laguna de Villena), o no sean posibles por las renovadas directrices de la política industrial y de infraestructuras de la Comunitat Valenciana (creación del nodo logístico). Sin embargo los gobiernos locales, también tiene un destacado papel a la hora de determinar acciones que puedan favorecer un análisis de su presente, y una planificación participada de su futuro. En este sentido se aprobó la *Ley 1/2012 de 10 de mayo de la Generalitat, de Medidas urgentes de impulso a la implantación de actuaciones territoriales estratégica*. Esta ley tiene como finalidad aprobar, con carácter urgente, una serie de medidas de impulso a los procesos de planificación y gestión urbanística y territorial con las que contribuir a la dinamización de la actividad económica y la creación de empleo, facilitando los instrumentos adecuados para desarrollar procedimientos ágiles y simplificados y eliminando cargas burocráticas para las iniciativas empresariales. La urgencia de la aprobación de estas modificaciones deriva de la actual situación de crisis económica, que exige la adopción de una serie de medidas legales de inmediata aplicación, que no pueden demorarse a la

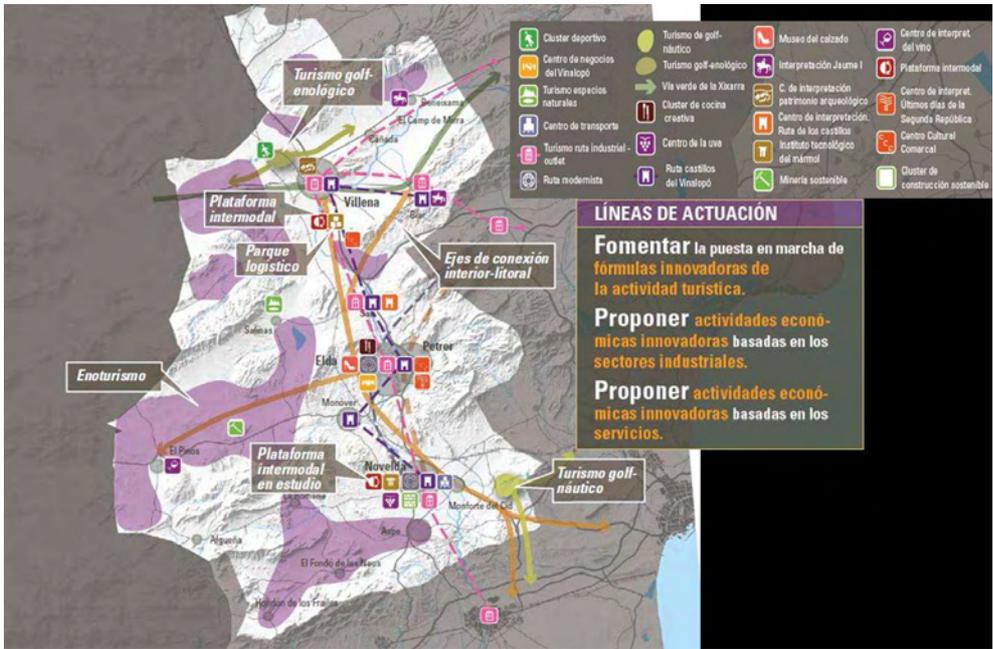
tramitación del procedimiento legislativo ordinario. Por otra parte, desde la Dirección General de Fondos Comunitarios de la Secretaría de Estado de Presupuestos y Gastos del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, se han establecido una serie de disposiciones reglamentarias para el ámbito local a la hora de financiar proyectos para los ayuntamientos, en el contexto de la *Política de Cohesión 2014-2020*. En este sentido, debemos destacar acciones y proyectos vinculados a la cohesión territorial, desarrollo urbano sostenible integrado, desarrollo local participativo e inversiones en estrategias territoriales integradas (ITI).

Por todo ello, la ETV+i ha crecido y madurado a lo largo de su realización y redacción, intentando adaptarse a las necesidades más reales y perentorias detectadas en las propuestas de los ciudadanos y ciudadanas, de diversos perfiles socioprofesionales, que participaron a lo largo de talleres, dinámicas de grupo y asambleas ciudadanas. Más allá de un diagnóstico (proyecto), se ha querido favorecer un ejercicio de análisis, reflexión colectiva, prospección comunitaria y proposición participada (proceso). Todo ello adaptándose a las necesidades de la población, más que a la de los políticos, en el marco de una herramienta de análisis estratégico.

**Propuestas estratégicas para el sistema de asentamientos del área funcional de El Vinalopó**

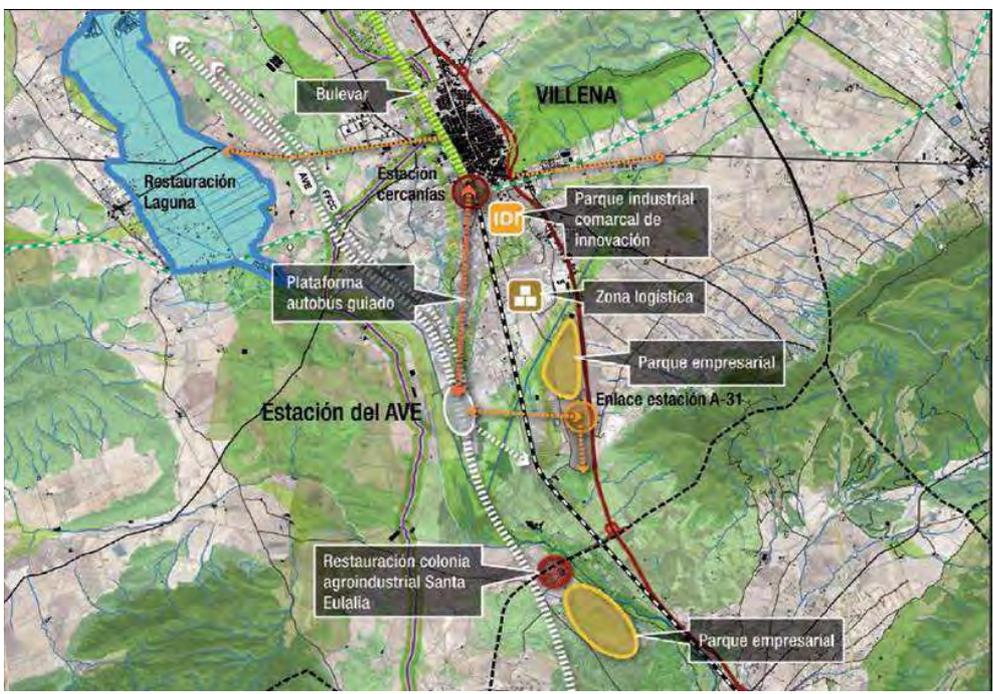


Fuente: Generalitat Valenciana. *Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana*.



Propuestas estratégicas para las actividades económicas e innovación del área funcional de El Vinalopó

Fuente: Generalitat Valenciana. *Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.*



Propuestas estratégicas en torno al núcleo urbano de Villena

Fuente: Generalitat Valenciana. *Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.*

En este sentido la ETV+i, no ha pretendido ser un documento ordenado y previsible, cuyo guión y desenlace se ha escrito antes de empezar a andar. Como suelen ser los estudios de este tipo, al uso, y cocinados en el horno de una consultora tradicional. Se planteó una serie de objetivos básicos que han evolucionado, y cumplido, en función del retorno ciudadano obtenido. Así, cuando compartimos el trabajo que estábamos realizando con el resto de la ciudadanía, a través de las Asambleas, que coordinaba el profesor Vicente Zapata, los asistentes reclamaron una acción de gobierno programada y coordinada, en la que la ciudadanía ocupara el protagonismo que las decisiones políticas y los intereses particulares, les habían arrebatado. Así, y con la complicidad del ayuntamiento, que en todo momento dejó hacer, la ETV+i derivó en articular un organismo municipal, plural, participativo a la par que representativo de ciudadanos y ciudadanas de Villena. Ello derivó en un grupo de 11 personas de Villena, de perfiles socio-profesionales e ideológicos muy diferentes, que se conformó en febrero de 2013 con una clara voluntad de trabajar por su municipio, con la voluntariedad y la dedicación que este reto y "mandato" otorgado en la IV asamblea ciudadana. Este fue el embrión del futuro Foro Económico y Social de Villena, otro producto a destacar de la ETV+i. A lo largo de este camino la ETV+i se ha nutrido de talleres sectoriales y con perfiles sociodemográficos diversos. Ha participado de paneles de expertos en las jornadas de abril de 2013. Implicado a los congresistas del IX Coloquio Nacional de Desarrollo Local, de la Asociación de Geógrafos Españoles, y en definitiva a toda la ciudadanía en general, que ha pasado por las diferentes asambleas hasta el pasado 10 de diciembre de 2013.

En general podríamos resumir las principales aportaciones realizadas por los vecinos y vecinas de Villena en las siguientes líneas maestras:

- › Consensuar, revisar y aprobar un nuevo PGOU teniendo en cuenta los canales de participación social. Concentración parcelaria y Plan Especial de la Huerta
- › Buscar medidas para crear empleo y conservar el existente: apoyo a la creatividad y a emprendimientos.
- › Control de los residuos consiguiendo el compromiso del consorcio y exigiendo que se cumpla la máxima de Reducir-Reutilizar-Reciclar.
- › Potenciar lo rural y lo agrícola. Poner en valor el éxito empresarial
- › Aprovechamiento de las infraestructuras culturales para generar sinergias con el resto del tejido productivo local (turismo, comercio, restauración, etc.)
- › Nuevas políticas vinculadas al tejido empresarial e industrial

- › Imaginación y valentía para transformar la situación actual.
- › Conservación y mejor gestión de los acuíferos.
- › Puesta en marcha de órganos de participación ciudadana para que los ciudadanos puedan decidir sobre las cuestiones vitales con los políticos. Acuerdo y consenso político respecto a los aspectos económicos que afecten a Villena
- › Conocer las necesidades formativas del nuevo mercado de trabajo

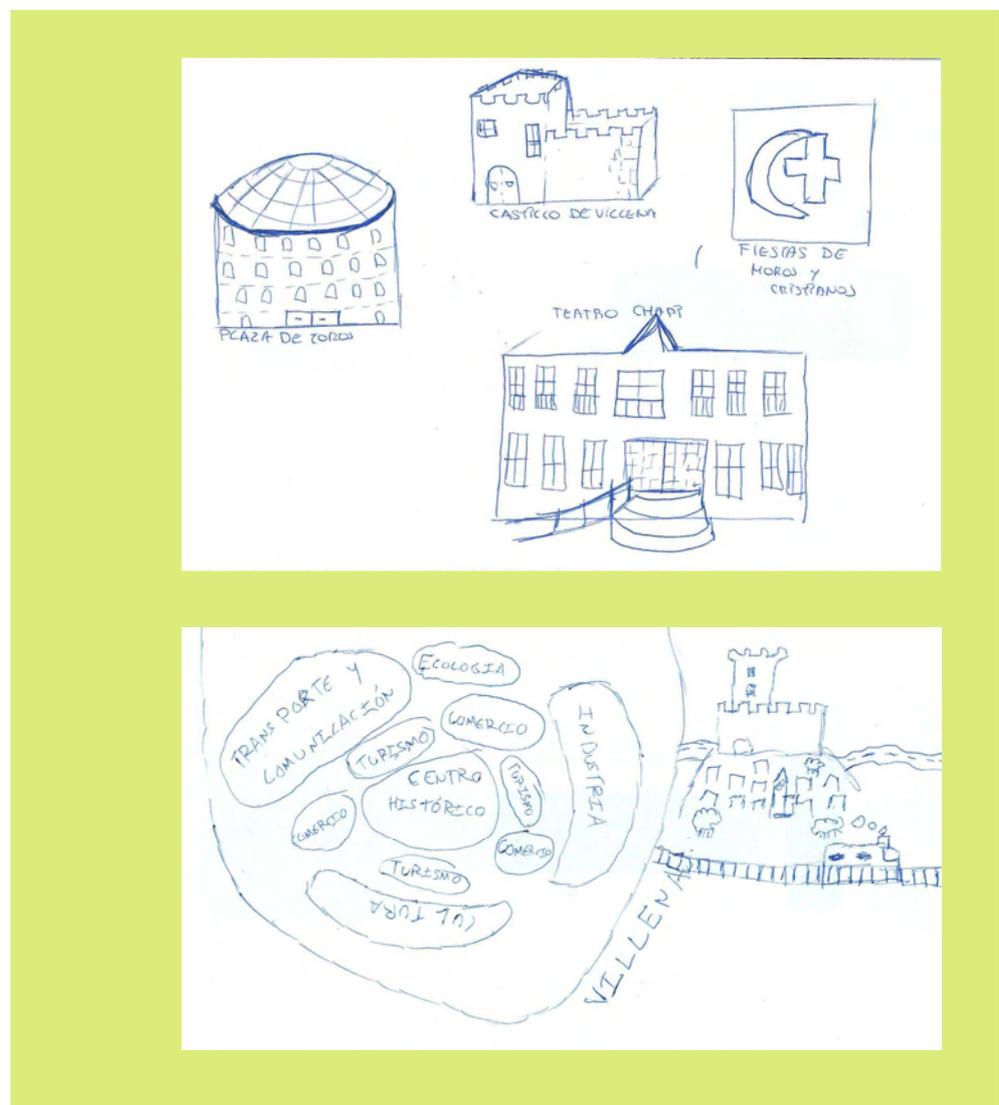
Con el segundo término municipal más grande de la provincia de Alicante, 344,2 km<sup>2</sup>, Villena plantea posibilidades de diversificación económica y de especialización productiva. En los diferentes talleres salieron a relucir aspectos como el nodo logístico, la agricultura ecológica, la puesta en valor del paisaje y del patrimonio, los recursos naturales como el agua y el suelo agrícola, la existencia de un tejido productivo y artesanal, basado en la industria del calzado. No entraremos a valorar aspectos vinculados a las infraestructuras viarias ni ferroviarias. En este sentido ya está el profesor Armando Ortuño de la Universidad de Alicante, realizando el estudio de *Estrategias de Dinamización de la Alta Velocidad en Villena*. Tampoco hemos podido analizar aspectos productivos ni ambientales, ya que ello hubiera conformado una segunda parte de la ETV+i, que no se ha podido desarrollar por motivos de plazos temporales y presupuestarios. Nos estamos refiriendo a uno de los objetivos lanzados en la prístina propuesta de la ETV+i, de analizar y conformar acciones para consolidar un cinturón verde periurbano y plurifuncional en el término municipal de Villena. Habrá que dejarlo para otra ocasión.

## TERRITORIO Y RECURSOS

Todos los sectores económicos tienen un lugar destacado en la actividad y el empleo de la población. El peso de esta industria es singular en el conjunto de la actividad nacional, por varios motivos: el grado de especialización en la fabricación de calzado infantil y juvenil, el volumen de producción (en torno a un 50% del total nacional), la alta concentración de empresas fabricantes, la calidad, el diseño que marca tendencias en la moda, el número de trabajadores que esta industria emplea, y la vocación exportadora de sus empresarios. El sector agrícola ha sabido adaptar sus estructuras de producción y comercialización, hasta el punto de convertirse en una de las industrias agroalimentarias más relevantes en el panorama autonómico, lo que algunos autores han definido como la "agricultura de vanguardia" de la provincia alicantina. Todo ello lo podemos observar en el diagnóstico municipal y comparado que hemos realizado en la parte de los polígonos del desarrollo local, al objeto de medir la innovación. Observamos que el baricentro, en el caso de los sectores productivos de Villena, guardan un notable equilibrio, salvo en el sector turístico. Quizás las inversiones realizadas, no estén obteniendo el retorno y sobre todo, la rentabilidad económica esperada.

Es un sector productivo estratégico y que debería generar sinergias con el resto de atributos y recursos del municipio (tangibles e intangibles).

La preservación de los valores territoriales, el desarrollo turístico y los intereses de la población local, son criterios en muchas ocasiones, incompatibles con obsoletos planteamientos de crecimiento económico, urbanismo depredador y desarticulación territorial, que tan sólo buscan la rentabilidad particular, en detrimento del bienestar común. La actividad turística, en algunos segmentos de ofertas tradicionales *fordistas*, también presenta signos de desaceleración, ya que la llegada de turistas se muestra fluctuante y los hábitos, en cuanto al componente del gasto y los días de estancias, también están variando de forma notable.



En los talleres llevados a cabo por los alumnos de Secundaria de los tres Institutos de nuestra población, ante la pregunta de dibuja y resalta aquellos recursos más destacados que conforman tu ciudad, y ante más de un centenar de mapas mentales realizados, los alumnos contestaron, y por este orden el Castillo de la Atalaya (96,3%), la Plaza de Toros (80,4%) y los monumentos más emblemáticos que conforman el centro histórico de la ciudad, como Santiago, Santa María y el Rabal (64,5%).

A este análisis cuantitativo, tenemos que añadir que en cuarto lugar se destacaron, en su conjunto, equipamientos culturales e infraestructuras básicas como los museos, la casa de la cultura o incluso el vertedero municipal. Además de las actividades económicas tradicionales ya mencionadas (agricultura e industria), los encuestados destacaron las fiestas de moros y cristianos en un 22,4%. Sin duda la cultura, con la valoración específica del Teatro Chapí (18,7%), nos da una dimensión de lo que nuestros jóvenes valoran los aspectos culturales, históricos y monumentales, que tiene nuestra ciudad a la hora de fortalecer nuestra marca ciudad (basada en la historia y en la identidad), y también de diversificar la actividad económica a través del turismo. Sin duda también se valoraron negativamente, aspectos que pueden suponer un *handicap* en el desarrollo socioeconómico de la ciudad como las vías del tren como barrera (16,8%) y las basuras y los malos olores (16,8%). ¿Podemos lograr con lo que tenemos una identidad diferenciada que refuerce nuestra marca territorial?

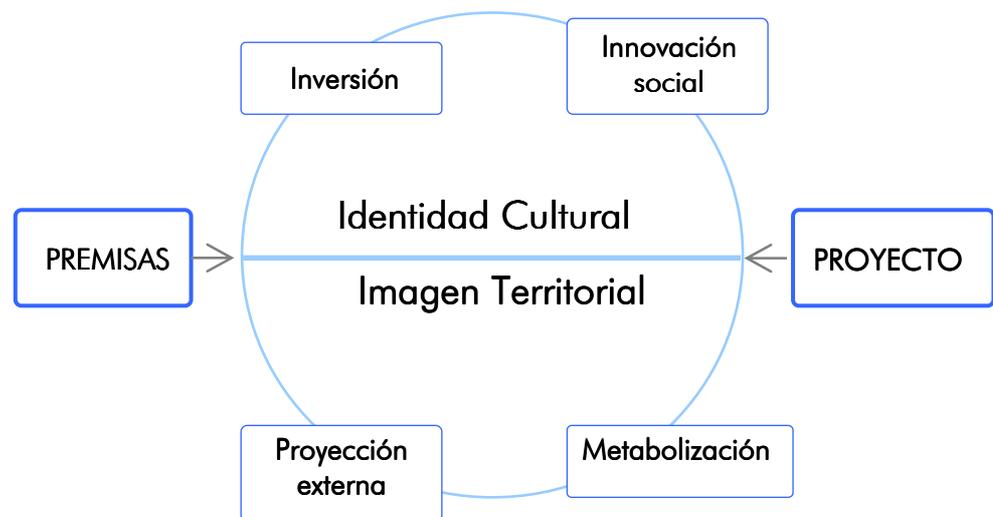
Muchos territorios en un marco global, se ven en la necesidad de articular marcas propias en relación a la singularización de sus valores y recursos territoriales. En este sentido algunos municipios del corredor del Vinalopó han intentando articular marcas territoriales (locales o mancomunadas) para comercializar productos endógenos de forma integrada. El paisaje, la cultura, la gastronomía, el vino, la fabricación de calzado, la arquitectura industrial e incluso el cine, a través de las *Film Office* de Elda y Monforte del Cid, forman los soportes promocionales que muchos territorios utilizan para posicionarse en un mercado cada vez más globalizado y por ende, más estandarizado. Pero lo local, que no lo localista, puede convertirse en una oportunidad, siempre y cuando sepamos articular eficaces *marcas-territorio*, que singularicen el destino, y que generen sinergias positivas, no sólo a nivel económico, sino también social, ambiental, e incluso identitario.

Hablar de marca, y más para un territorio, es bastante complicado porque se trata de un trasvasar conceptos y herramientas propios de la arquitectura de marca de productos, servicios y empresas a los territorios y ciudades, e implica a un número de *stakeholders* mucho mayor: residentes, políticos, empresarios, actividades tradicionales, valores culturales, patrimonio histórico y ambiental, turistas, excursionistas,

**DESARROLLO  
ECONÓMICO**  
**Turismo y  
marca ciudad**

políticas locales y supralocales, inversiones público-privadas, ciudadanía en general, etc. El territorio rodea nuestro hábitat con el paisaje, la historia, la iconografía, los valores, las pasiones, las conexiones emocionales y el lenguaje que nos expresa y que expresamos. En la actualidad, países, lugares y regiones trabajan para asociar una identidad única y diferenciada a un territorio concreto, de eso trata el *place branding*. A menudo se confunde el concepto *branding* con campañas publicitarias focalizadas en logos y eslóganes. Sin embargo, aunque el término *brand* hace mención a la marca de un producto, la esencia del *branding* es concebir, diseñar, implementar, mimar, rentabilizar un concepto de imagen y de producto que responda a los valores y a los deseos de un segmento de mercado. El *place branding* sería, por lo tanto, el proceso necesario para "crear" una identidad de destino atractiva y sostenible en el tiempo, que logre establecer una relación casi emocional entre éste y los visitantes potenciales. El desarrollo de esta técnica viene dada por la necesidad cada vez mayor que tienen los destinos turísticos de diferenciarse de sus competidores, en un momento de creciente homogeneización.

Proceso de construcción de una marca territorial



De manera creciente, territorios y ciudades perciben que el *branding* es una poderosa herramienta que les ayuda a incrementar turismo y comercio, a atraer inversiones así como a incrementar su presencia cultural y política. Para establecer una marca territorio es fundamental establecer una idea en torno a atributos emocionales. Esta idea ha de ser diferenciadora y al mismo tiempo simple y fácil de comprender. También es fundamental que sea universal, en el sentido que sea reconocible y eficaz para múltiples públicos en diferentes situaciones, y versátil (dotada de contenido visual y verbal). Para un desarrollo eficaz,

esta idea debe incorporar iconos culturales, paisajísticos, deportivos y/o empresariales. El proceso de construcción de una marca se inicia mediante la identificación de las razones por las que el territorio necesita de la misma. En esta medida es preciso establecer unas *premisas*, que mediante herramientas de investigación y análisis establezcan qué debe haber detrás de la marca en función de la realidad y valores territoriales. Una vez definidos estos valores, es necesario articular cuál es el *proyecto* de la región, comarca, ciudad o territorio en su conjunto. Por último sería necesario articular cuatro ejes en función de la identidad cultural e imagen territorial, que pasarían por la consideración de las inversiones en infraestructuras y actividades económicas, la innovación social referida a aquellos aspectos que han favorecido la calidad de vida y las necesidades de los ciudadanos, la proyección externa del lugar y la metabolización de las experiencias del territorio y de *know how* para posicionarse de una forma diferenciada frente a la competencia.

Sin lugar a dudas, en la confección de la marca habría que hacer confluir los aspectos intangibles (experiencias subjetivas) con los tangibles (lo ya existente y es reconocible), así como los intereses de los residentes y turistas, que pueden ser divergentes. Es un proceso que debería tener una metodología de participación pública, donde herramientas como la planificación estratégica, pudieran viabilizar una marca consensuada e integrada a través de tres fases:

1. Análisis y síntesis de los elementos que conforman la identidad del territorio, tanto la real como la percibida (historia, arquitectura y urbanismo, paisajes y paisanajes, cultura, gastronomía, servicios, infraestructuras, público objetivo, etc.)
2. Proyección de esa identidad en forma de imagen, que partiría de la fase anterior y que se encargaría del empleo de técnicas de investigación de mercados orientadas tanto hacia adentro (aceptación y generación de cohesión y participación ciudadana) como hacia fuera (reconocimiento de los atractivos de cada uno de los vectores y valores propuestos para los diferentes públicos objetivos: residentes ocasionales, excursionistas, turistas, *senior*, familiar, etc.). Aquí habría que establecer dónde queremos posicionar al territorio, y donde podemos hacerlo en función de lo que tenemos. Para ello, y al igual que en la primera fase, habría que establecer un diálogo con los *stakeholders* del territorio
3. La tercera fase sería el diseño del material de la marca, así como del plan de medios para su proyección, dirigidos tanto a la ciudadanía como a los potenciales clientes y visitantes

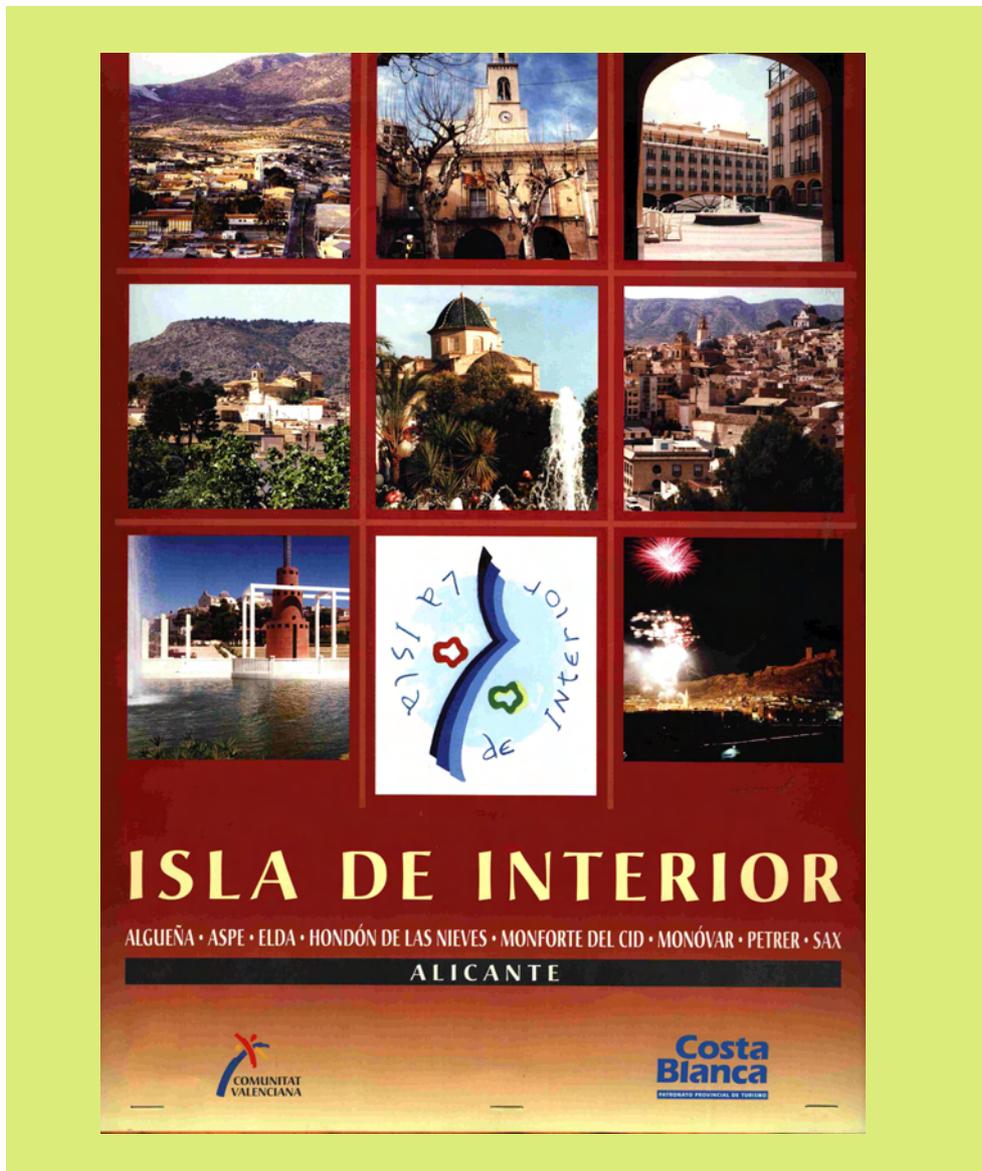
Destacar, asimismo, iniciativas y proyectos como la *Ruta del Cid*, la *Ruta de los Castillos* y la *Ruta del Vino* (tuteladas por la Diputación de Alicante), el plan de dinamización de producto turístico que se desarrolló en Villena hace cuatro años, y las *rutas outlet*, llevadas a cabo por los municipios de Elche, Petrer y Elda. No siempre el proceso de posicionamiento de una marca territorial o municipal es consensuado por los diferentes actores del territorio, ni reconocido por los actores externos. En ocasiones la interacción entre lo global y lo local, es unidireccional y sólo sirve para contemplar al territorio como un mero escenario donde se asientan una serie de actividades y acciones, que no generan sinergias positivas y que en muchas ocasiones pueden generar rechazo. Otra veces, la marca territorio, donde el ocio de proximidad y sobre todo el turismo, es una actividad económico-patrimonial, no llega a consolidarse por la falta de implicación de la ciudadanía y el excesivo celo y oportunismo político de los responsables municipales.

**Historia, cultura y actividades productivas como base de las actividades turísticas en los municipios del Medio y Alto Vinalopó. ¿Base para conformar una Marca Territorial?**

En 1996 surgió el consorcio de municipios *Isla de Interior*, para la gestión mancomunada de recursos turísticos. Con nueve municipios, se estableció una imagen corporativa y de marca diferenciada y se editó material divulgativo y promocional, para la asistencia a ferias nacionales, incluida FITUR. El proyecto buscaba incentivar aspectos de la economía interna de estrecha relación con las posibilidades turísticas de la zona y la generación de empleo con la expansión de los servicios existentes o la creación de otros nuevos.

Uno de los objetivos a más largo plazo estribaba en la recuperación de casas rurales aptas para el turismo de interior, para lo que se realizó un inventario de las mismas. También la oferta turística se apoyaba en recursos disponibles de carácter cultural, gastronómico, vinícolas y paisajísticos. La promoción de este consorcio suponía la adaptación de una serie de rutas monográficas, idóneas para la excursión de una jornada (excursionistas y ocio de proximidad), que buscaban una clara complementariedad con el sol y playa. Había rutas como las del Fondillón, que tenían como motivo el vino y proponían paseos por tierras en las que las producciones vitivinícolas, con base en la uva monastrell, constituyen un arte secular. El recorrido también incluía visitas a cooperativas, como la de BOCOPA, que aglutina una representativa muestra de la producción de vinos alicantinos de reconocido prestigio. La segunda ruta era la denominada *Ruta de Azorín*, que guarda estrecha relación con la vida y obra del escritor de la generación del 98, natural de Monóvar. La tercera de las rutas diseñadas estaba basada en la promoción de la uva, *Ruta de la uva*. Esta ruta partía de Hondón de las Nieves donde se podía visitar el embalse de El Federal, considerado el mayor de Europa construido en asfalto. La ruta también proponía la

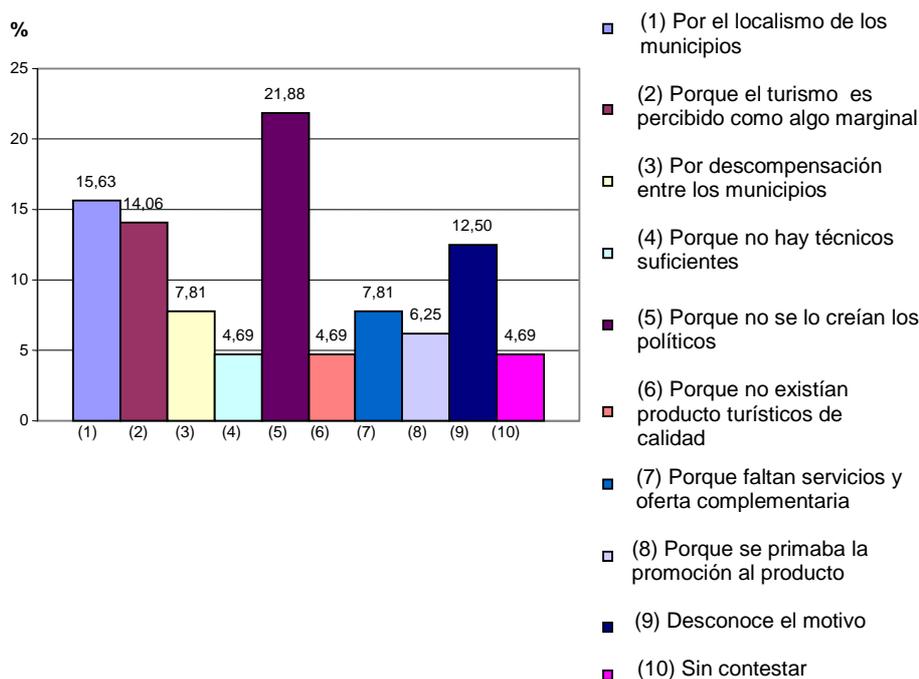
visita a grandes extensiones de campos de viñedos donde se podían conocer aspectos del trabajo, como tareas, métodos y usos tradicionales, incorporándose la gastronomía popular en el municipio de Aspe.



Marca turística de las poblaciones del Medio Vinalopó

En definitiva este proyecto de Isla de Interior, ofertaba una abundante muestra de museos, monumentos, fiestas, gastronomía, pastas caseras e industrias tradicionales. La falta de sensibilización por parte de los poderes locales, como de la propia población para establecer políticas coordinadas que articularan los diferentes recursos culturales, así como el imperante localismo y falta de cultura turístico-patrimonial fulminaron este proyecto.

**Motivos por los que desapareció Isla de Interior según los ADL del Vinalopó (2008)**



En 2008, se realizaron encuestas de carácter cualitativo a todos agentes de desarrollo local de los ayuntamientos del Vinalopó. Una de las muchas preguntas que se realizaron fue la relativa al de la función que poseyó el consorcio turístico *Isla de Interior*. Un 61,54% de los agentes de desarrollo local contestó que sí se mantuvo al corriente al respecto, mientras que el 34,62% cree que no lo conoce y el 3,85% prefiere no contestar la pregunta. Entre aquellos que respondieron afirmativamente a esta pregunta, conviene destacar que el 21,88% opinó que dicho consorcio desapareció porque "no se lo creían los políticos", mientras que la segunda razón más esgrimida responde a la del "localismo de los municipios" que lo conformaban, con un 15,63%, seguida por aquella que afirma que "el turismo es percibido como algo marginal", aún en nuestros días, en el Valle del Vinalopó, obteniendo un 14,06% en las respuestas. Esta consideración se realiza porque algunos ADL consideran que faltan servicios, oferta complementaria y falta de colaboración entre los municipios que lo conformaban. Conviene destacar, igualmente, que aunque haya afirmado que conocía el consorcio turístico, un 12,5% aseguró que "desconocía los motivos de su desaparición".

Llama poderosamente la atención este hecho, así como la particular querencia de estos municipios en lo que se refiere a su patrimonio monumental local, a su propia historia, pero no se puede dejar de hacer notar que, dentro de la singularidad de cada municipio y sus recursos locales, existen más cosas que los unen. También resulta sorprendente, si bien comprensible, que casi todos los municipios quisieran potenciar su

gastronomía y sus fiestas locales, difícilmente exportables a otros lugares de España, y que quizá encontrarían su complementariedad unas con otras y con la propia historia local de los municipios.

Los pueblos del Vinalopó se han caracterizado por ser industriales, y también por disponer de una agricultura y un comercio, que a través de la trajinería, sentó las bases de estructuras protoindustriales en la segunda mitad del siglo. El ferrocarril, unido al eje carretero que unía el puerto de Alicante con el interior meseteño, también contribuyó a un devenir próspero que activó los intercambios comerciales y la producción agroindustrial, forjando un carácter empresarial y emprendedor. La huella de la historia también se ha hecho notar en los paisajes y en las tradiciones, teniendo estos pueblos mucho de frontera económica, lingüística, defensiva y cultural. Atiende a este carácter fronterizo, las fiestas de moros y cristianos, pero sobre la representación del *Tractat D'Almizra*, que desde 1976 se representa año tras año, por parte de la población local, en uno de los pueblos más pequeños del Vinalopó (Camp de Mirra con 300 habitantes), que hacen grande el recuerdo y la conmemoración histórica, participando en 2008 en el *VIII Centenari del naixement del Rei Jaume I*. Precisamente en 2008, hubo polémica, porque otra conmemoración se celebró por parte de las instituciones valencianas, el 800 aniversario de Cantar del Mío Cid. La Diputación de Alicante fue una de las instituciones que se puso al frente de la reivindicación de la figura de Rodrigo Díaz de Vivar, olvidándose de la importancia que tuvo el rey *Conquistador* en estas tierras<sup>1</sup>. De hecho esta polémica, unida al hecho identitario, se ha hecho sentir en la señalética de algunas poblaciones del Vinalopó.

---

<sup>1</sup> "Esta conmemoración empezó a celebrarse presupuestariamente en la Diputación de Alicante en 2005, cuando ya se aprobó una partida de 24.000 euros para la constitución del consorcio, en 2006 fueron 36.000 euros y en 2007 otros 30.000. Este año, según datos oficiales facilitados por el PSPV, 1.800 euros fueron para la promoción del *Camino del Cid*, otros 1.000 euros en obras de señalización y otros 34.042 para el consorcio. En suma, casi 123.000 euros para promocionar un supuesto camino que el Cid no llegó a recorrer" *El País* (8-6-2008).



Carteles de la *Ruta del Cid* en la comarca del Alto Vinalopó

Las políticas llevadas a cabo, para la comercialización de los conjuntos monumentales y las atalayas del Vinalopó, sólo se han materializado en folletos, carteles y paneles que jalonan los municipios que integran la ruta de los castillos y la "fantasma" *Ruta del Cid*. Ahora parece ser que en el caso de la *Ruta de los Castillos*, la Universidad de Alicante, junto con la Diputación de Alicante y los ayuntamientos implicados, han creado un club de producto, al objeto de organizar y articular la ruta. Una vez más. Consideramos que por una parte, falta una verdadera política de producto turístico, que no sólo consiste en el "folleto", sino en el diseño de un proyecto que consiga revalorizar todos los recursos existentes (alojamiento, gastronomía, monumentos, historia), pero ligado a un proceso de concienciación, interpretación y formación sobre la historia y

la cultura local, en un contexto global e integrado, no sólo dirigido a los turistas, sino también a los residentes. Es decir, dotar de contenidos turísticos y educativos estas rutas temáticas, que tan sólo se han quedado en el "efecto escaparate" por parte de las administraciones locales y supralocales (Diputación provincial). En el contexto de "tierras de frontera", no hay que olvidar que los territorios del Vinalopó fueron testigos de los últimos albores del gobierno legítimo de la II República. La Universidad de Alicante, en cooperación con la Mancomunidad Intermunicipal del Valle del Vinalopó, realizó un exhaustivo inventario y localización de más de 80 enclaves emblemáticos de la Guerra Civil en Elda, Petrer, Sax y Monóvar. La Mancomunidad pretendía rehabilitar muchos de esos lugares, así como pedir su protección y la declaración de los mismos como espacios de interés cultural. La intención es realizar rutas turísticas para vender la comarca al exterior y potenciar los cuatro municipios, además de recuperar el patrimonio cultural e histórico de las ciudades. La Mancomunidad pretende rehabilitar estos espacios, muchos de ellos de propiedad privada, y en algunos casos hacerlos visitables, como es el caso de los cuatro pasadizos subterráneos que hay en Elda y que fueron utilizados durante la Guerra Civil.

Sin lugar a dudas son muchos los valores, singulares y patrimoniales, que identifican a los territorios del Vinalopó, tanto tangibles como intangibles. Las potencialidades turísticas son muchas, pero quizás la voluntad política y las inversiones parciales, no sean suficientes para revalorizar la cultura de lo local, que no localistas, frente al contexto global estandarizado que tan sólo está usando a nuestro territorio como un mero soporte físico para asentar actividades vinculadas a la mera rentabilidad económica y política. Quizás haga falta mayor grado de concienciación y sensibilización para ver en lo cultural, una marca territorial diferenciada e identitaria, donde los aspectos poliédricos que convergen en el espacio, nos ayuden a comprender y a interpretar nuestro pasado y presente, para saber afrontar nuestro futuro.

En este sentido, Elche, y otras poblaciones del corredor Industrial del Vinalopó, como Elda y Petrer<sup>2</sup>, han establecido rutas *outlet*, donde los

---

<sup>2</sup> "Continúa la fiebre del fenómeno *outlet* en las localidades productoras de calzado. Días después de que Elda oficializase su archifamosa ruta mediante la edición de una guía, la concejalía de Turismo de Petrer anunció ayer la próxima creación de su propio recorrido, con vistas a incrementar las ventas de los productores de zapatos y bolsos y beneficiar así, de manera colateral, a hosteleros y al comercio tradicional de la localidad con una intención clara: explotar el potencial turístico latente de Petrer. Pese a que el proyecto que manejan los técnicos del ayuntamiento todavía está en fase de desarrollo, la concejala de Desarrollo Económico y Turismo, Pepa Villaplana, apuntó ayer que se ha contactado ya con nueve empresarios dispuestos a colaborar en la elaboración de la ruta (...) La ubicación de los dos polígonos industriales que posee la localidad, ambos cercanos a la autovía A-31 e inmejorablemente comunicados, ayudarán a promocionar el recorrido, aunque Villaplana aseguró también que se incluirán tiendas que estén en el núcleo urbano de Petrer. La futura ruta de tiendas *outlet* de Petrer tendrá que compartir visitantes con la de su vecina localidad de Elda, que ha visto en los dos últimos años cómo el fenómeno de las tiendas de bajo coste se convertían en tabla de

visitantes, después de recorrer los atractivos turísticos de las poblaciones, terminan yendo de compras.

Eliche Parque Industrial tiene el honor de invitarle al acto de presentación de la web "Ruta Outlet Eliche Parque Industrial", que tendrá lugar el jueves 20 de enero a las 18.30 hrs. en el Hotel "Holiday Inn Eliche" (Av. Miguel Servet, 25, Eliche Parque Industrial).

Tras el acto se servirá un cocktail.

[www.rutaoutlet.es](http://www.rutaoutlet.es)

Eliche, enero de 2010.  
Se ruega confirmación en el número 96 568 5996

*Petres...*  
*Ven y llévatelos puestos!*

*Escapadas Outlets*

*Escapadas Outlets*

**1. C/UTRAMPAL**  
Bellas señoras de piel y calidad media y alta  
C/ Utrampal, 6-8. Tel. 965 375 484  
Lunes a viernes 09:00 a 13:00 y de 15:00 a 19:00 h  
En agosto cerrado del día 18 al 22

**2. PASEO MARIL**  
Bellas para señoras de piel y sencilla  
C/ Pineda de Maril, 15. Tel. 965 374 825  
Lunes a viernes 10:00 a 13:00 h y 16:00 a 20:00 h  
En agosto cerrado del día 7 al 23

**3. CALLE DE BELLERRE**  
Calada y bellas señoras lujo en piel y textil. Complementos.  
Calada y medias y encaje.  
C/ La Huerta 176. Tel. 632 463 960 - 657 893 177  
Lunes a jueves 10:00 a 13:00 h y de 16:00 a 20:00 h  
Viernes 10:00 a 13:00 h  
Viernes tarde, sábados y agosto Barcar para concertar hora

**4. AVDA. MARIBARRIOQUINONES**  
Bellas de piel para señoras de calidad media y alta.  
C/ La Huerta 174. Tel. 965 377 094 - 645 673 465  
Lunes a jueves 09:00 a 13:00 h y de 16:00 a 20:00 h  
Viernes 09:00 a 13:00 h. Viernes tarde Barcar para concertar  
hora y sábados cerrados. En agosto cerrado del día 7 al 20

*Escapadas Outlets*

La actividad económica de Petrer se centra en el sector industrial. El desarrollo de la producción de zapatos y botas ha sido espectacular en las últimas décadas. Calidad, creatividad e innovación son los rasgos fundamentales de nuestra industria local.

Economic activities in the town of Petrer mainly focus on the industrial sector. Spectacular developments have taken place in the footwear and handbag in recent decades. Quality, creativity and innovation are the watchwords of the local industries operating in Petrer.

Rutas outlet en los municipios del Vinalopó

Este tipo de iniciativas son destacables, ya que en un intento de poner en valor los recursos locales, también intentan favorecer el desarrollo de la economía local, teniendo en cuenta la cultura industrial endógena, y buscando renovados nichos de mercado, en un contexto tan abierto y necesitado de incentivos originales y "auténticos", como el sector turístico. La necesidad agudiza el ingenio, y otras poblaciones alicantinas, vinculadas a otros sistemas productivos locales, también se las están ingeniando para innovar en el sector del turismo industrial. ¿Por qué no Villena podría explotar este renovado y potencial producto?

salvación para una industria tocada por la crisis desde hace varios años. Hace sólo unos días, el concejal de Turismo de Elda, Ricardo Monzó, anunciaba la edición, por parte del Ayuntamiento, de 10.000 folletos que recogen las principales tiendas de la localidad que venden zapatos en esta modalidad, estableciendo varias rutas por la ciudad y aderezada con recomendaciones turísticas sobre dónde comer o dónde alojarse. Estas iniciativas ponen de manifiesto que, lo que se vendió como el futuro de la industria del calzado, es ya el presente". *Diario Información* (7-5-2009).

Otro elemento a destacar, si hablamos de sistemas productivos locales, vinculado a la agroindustria es el vino, como activo productivo, pero también como elemento cultural y paisajístico. En la actualidad, en un mundo globalizado, los turistas, cada vez más experimentados, presentan nuevas exigencias y motivaciones, reclamando la máxima calidad posible, un respeto medioambiental y un trato cada vez más personalizado. Ante esta situación, los destinos turísticos, unos para evitar su estancamiento y declive y otros para impulsar su desarrollo, están reinventando su oferta de productos y servicios turísticos, siendo la búsqueda de nuevos productos una de las estrategias más comunes. También en territorios de interior como el que no ocupa, que no tienen una tradición turística sino industrial (sistemas productivos locales ligados al mueble, calzado y piedra natural), pero que sin embargo, aprovechándose de una tradición agrícola y vinatera, están valiéndose de programas que han incentivado la producción de vino y el fomento del enoturismo. Con la burbuja inmobiliaria los espacios de interior se han visto amenazados por la construcción residencial. Los paisajes de la vida reafirman y confieren aspectos singulares que trascienden el paso del tiempo, dotando a estos espacios de unas señas de identidad muy arraigadas, cuestión que no cabe duda, son el fiel testigo del paso del tiempo y por ello de un atractivo identitario tanto para los propios habitantes de la zona como para los potenciales visitantes.

Sin duda, el turismo gastronómico atrajo a seis millones de visitantes en 2012, cuyo gasto medio creció un 7%, en contraposición con la subida del 1% del turista general, siendo una de las ventajas competitivas de este segmento turístico la desestacionalización del sector, y la posibilidad de captar nuevos mercados. Así, dentro del turismo gastronómico, aparece el enoturismo como una de las opciones más en boga

La creación de la *Ruta del Vino de la Denominación de Origen Alicante* se llevó a cabo durante los primeros meses de 2008<sup>3</sup>. En ella participaron algunos municipios del Alto y Medio Vinalopó liderados por Pinoso. Lo que surgió con vocación local, se ha ido convirtiendo en un propósito de alcance intercomarcal y provincial. El 17 de enero del mismo año este municipio alicantino acogió la presentación oficial<sup>4</sup> de la cuarta fase de la auditoría de las Rutas del Vino de España que

---

<sup>3</sup> El proyecto se remonta a un estudio prospectivo encargado previamente por el ayuntamiento de Pinoso en 2006 a partir del que se consideró la conveniencia de apostar por un modelo de desarrollo turístico bajo las directrices del modelo 1: Gastronomía, enología y sistema productivo tradicional (Jover, 2009).

<sup>4</sup> "Al acto acudió el diputado de Promoción y Desarrollo Local, Juan Roselló, la vicepresidenta de la Diputación, M.ª del Carmen Jiménez, el alcalde de Pinoso, José M.ª Amorós, las concejalas de Turismo y Cultura, M.ª José Jover y Noelia Rico, así como otras autoridades locales, además del presidente de la denominación de Vinos Alicante. Restauradores, bodegueros y público invitado siguió con expectación la presentación que se hizo por primera vez en Pinoso para poner en marcha la Ruta del Vino de la denominación de Origen Vinos de Alicante". *Diario Información* (18-1-2008).

agrupaba a 19 rutas. La prensa provincial explicaba así la situación del caso alicantino:

La *Ruta del Vino de Alicante* es todavía un proyecto, ya que antes deberá ser certificada y amparada por el Ministerio de Agricultura y el de Industria y Turismo, según explica Francisco Amorós (presidente del Consejo Regulador D.O. Alicante). A los cuatro pueblos alicantinos citados (Algueña, Pinoso, Monóvar y Villena), con enorme tradición vitivinícola, podrían sumarse en breves días otros muchos (...). De salir adelante el proyecto, el Ministerio de Industria tendrá que certificar a las empresas y bodegueros participantes con el sello genérico de *Rutas del Vino* de España, que ya ha pasado a integrarse en la oferta turística de Turespaña<sup>5</sup>.

Distribución de las rutas del vino en España



Fuente: ACEVIN.

La *Asociación Ruta del Vino de Alicante*, constituida como ente gestor en noviembre de 2009 por los siete municipios del Vinalopó, el Consejo Regulador D.O. Alicante y el Patronato Costa Blanca en representación de la Diputación de Alicante, acudió por primera vez a la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en el año 2010, donde promocionó sus vinos con diferentes animaciones, catas y degustaciones.

<sup>5</sup> *Diario La Verdad Alicante* (3-2-2008).

A lo largo del año 2010 se fueron incorporando más poblaciones alicantinas a la Asociación de la Ruta del Vino de Alicante, como Alfaz del Pi, la Mancomunidad de la Vall del Pop, en la Marina Alta, y el municipio de Salinas, en la comarca del Alto Vinalopó. Este proyecto de turismo enológico, que se constituyó gracias a la iniciativa de la edil de turismo de Pinoso, María José Jover, está siendo en la actualidad tutelado por el Patronato Costa Blanca, que ha visto la oportunidad de justificar acciones relativas a la proyección y divulgación de productos turísticos complementarios al sol y playa<sup>6</sup>. De hecho, las acciones que este organismo está llevando a cabo siempre tienen un marcado carácter promocional: creación de una página web, edición de materiales publicitarios y realización de eventos enológicos bajo el nombre de *La Calle de Baco* en el Museo Arqueológico Provincial de Alicante (MARQ).

Todas estas acciones de comunicación y relaciones públicas están bien, pero no son suficientes. Para consolidar un producto turístico integrado se debe tener en cuenta no sólo la estética coyuntural del concepto "cultura del vino", sino las raíces atávicas, histórico-culturales, patrimoniales, paisajísticas y socioeconómicas que el vino ha establecido durante siglos en las tierras de la provincia de Alicante. A su vez, habría que prestar atención a la importancia que tuvo en el pasado la elaboración del vino en algunas poblaciones, así como las posibilidades presentes y futuras de complementar recursos turísticos desde una visión estructural e integrada ligados no solamente a las infraestructuras (alojamientos), sino también a la gastronomía, el patrimonio histórico-cultural y arquitectónico y las actividades al aire libre (senderismo, turismo activo, etc.).

Por último, lo que aquí proponemos, es la utilización del cine como producto cultural y experiencia turística, instrumento de dinamización socio-económica y promoción de la imagen de un territorio aprovechando que existen los estudios de Ciudad de la Luz (de futuro incierto en este momento), y que se ha firmado convenios con los ayuntamientos del Medio Vinalopó con la *Film Office* o *Film Comisión* de Ciudad de la Luz. Así, "la localidad de Monforte del Cid (...) con la firma de este convenio, acerca sus parajes y calles a la industria cinematográfica, siguiendo los pasos de ciudades como Elda", que en 2010 firmó y acogió su primer rodaje. O por ejemplo Villena que firmó el verano pasado<sup>7</sup>. Incluso en la provincia de Alicante, y particularmente

---

<sup>6</sup> Actualmente la Diputación de Alicante ha puesto en marcha un plan estratégico provincial en el que se hace mención a distintas variables turísticas y el enoturismo está incluido.

<sup>7</sup> "El recinto donde se ubicará la oficina está en las mismas instalaciones de la Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento, y será un nexo de unión entre el municipio y la Ciudad de la Luz, facilitando la posibilidad de acoger rodajes cinematográficos en diferentes localizaciones de la población, al tiempo que permitirá a los ciudadanos de Monforte conocer los servicios que ofrecen los estudios cinematográficos alicantinos. La red *Film Office* de Ciudad de la Luz, se

en tierras del Vinalopó, mucho antes de que se desarrollara la *Film Commission* de Ciudad de la Luz, en el año 1982 se realizó un cortometraje sobre el poema de Mío Cid, donde actores amateurs vinculados a las comparsas de las fiestas de Moros y Cristinos de poblaciones del Valle del Vinalopó (Villena, Monforte del Cid, Sax), recrearon en escenarios naturales algunos episodios legendarios de este épico Cantar de Gesta. En 2008, coincidiendo con la conmemoración del 800 aniversario, estos ayuntamientos y la Diputación Provincial de Alicante recuperaron esta producción en el marco del consorcio turístico del *Camino del Cid*<sup>8</sup>.

**Marca territorial:  
El caso de Villena** Afrontar el proceso de definición y creación de la marca territorial de Villena implica actuar sobre la imagen-identidad que se ha de comunicar, potenciando los rasgos diferenciadores, agrupando sus atributos tangibles e intangibles coherentemente y canalizando las asociaciones de sentido y significado con el referente, es decir, el municipio.

De este modo se pueden establecer estrategias que actúen en la percepción, apreciación y afectividad de los diferentes públicos (internos y externos), optimizando las acciones promocionales e incrementando las garantías de éxito frente a la competencia, es decir, otras ciudades del entorno.

Así pues, la marca territorial se convierte en el vehículo que identifica y diferencia la oferta conjuntamente, la presenta de forma sugerente como una promesa e intenta provocar reacciones favorables, incitando creencias para conseguir el posicionamiento previsto en la mente de los destinatarios (diferenciación), generar imagen corporativa (deseo-expectativa) y provocar una determinada (re)acción conductual (compromiso-inversión).

Se trata de un procedimiento que va más allá de la simple promoción y trasciende el área meramente turística, integrándose como parte de la gestión global del municipio. En él intervienen factores internos y externos:

---

ocupa de la promoción de las localizaciones y la industria audiovisual en toda la provincia de Alicante. Además de este cometido, mantiene relaciones con todas las administraciones locales, provinciales y autonómicas, así como con la federaciones y asociaciones profesionales y empresariales del sector audiovisual de la Comunidad Valenciana". *Diario Información* (22-5-2010).

<sup>8</sup> Martínez, A. y Martínez, S. (2010). "El cine como soporte de promoción turística del territorio en un contexto globalizado". *Siranda. Revista de Estudios Culturales, Teoría de los Medios e Innovación Tecnológica*, 3, 157-173.

## CIUDAD EXTERNA

Definida por uno o varios iconos o estereotipos

Coincidente con la perspectiva del **turista**, visitante ocasional, para el que la ciudad no forma parte de su experiencia, de lo cotidiano

## CIUDAD INTERNA

Definida por vectores como la cohesión social, el estilo de vida, la diversidad, la tolerancia o el multiculturalismo

Amalgama subjetiva de percepciones y experiencias de esa ciudad

Coincidente con la perspectiva del residente y su cotidianidad

	CIUDAD EXTERNA	CIUDAD INTERNA
<b>PERCEPCIÓN</b>	Imagen	Identidad
<b>PUNTOS DE ANCLAJE</b>	Iconos / estereotipos	Estilo de vida, cohesión social...
<b>PALANCA PRINCIPAL</b>	Publicidad / Promoción	Experiencia urbana
<b>PERSPECTIVA</b>	Visitante	Residente
<b>ATRIBUTOS DE MARCA PREDOMINANTE</b>	<b>Físicos</b> (coste, localización, atractivos, patrimonio...)	<b>Emocionales</b> (cómo me hace sentir la ciudad, qué significa ser de aquí)
	<b>Funcionales</b> (qué hace la ciudad por mí, para qué sirve)	<b>Sociales</b> (qué piensan los otros de mí por vivir aquí)

Fuente: Seisdedos (2007).

A pesar de que en los talleres grupales de la ETV+i y entre los responsables municipales se ha detectado que la marca territorial es un asunto "preferencial" (no tanto prioritario), hay dos aspectos a tener en cuenta:

### Fragilidad

- › Adecuada percepción de los ciudadanos y los responsables públicos de la importancia del *branding* bien entendido en su verdadera dimensión

- › Parte de la ciudadanía puede considerarlo en el actual contexto económico de "ajustes" un "gasto" prescindible e inútil

### **Urgencia**

- › Necesidad de optimizar los servicios públicos que prestan las ciudades (gestión eficiente del presupuesto)
- › Compromiso de los gestores públicos y privados en estas estrategias de marketing

Para empezar la construcción de la marca territorial, previamente hay que reflexionar y responder a las siguientes preguntas:

- › ¿Por qué necesito una marca?
- › ¿Quién soy?
- › ¿Cómo puedo diferenciarme?
- › ¿Qué quiero transmitir?
- › ¿Para qué la utilizaré?
- › ¿A quiénes me dirijo?
- › ¿Dónde voy a comunicarla?

Con las respuestas se puede concretar el documento inicial en el que se establecen las directrices e informaciones básicas (*briefing*) que planificarán y orientarán el trabajo. Es necesario que los técnicos del departamento de Comunicación del Ayuntamiento sean los encargados de supervisar y dirigir el posterior desarrollo que se encomiende a empresas externas (agencia de comunicación). Asimismo, debe existir consenso político para garantizar su continuidad en el tiempo. De otro modo se desperdiciaría la inversión, se facilitaría la confusión y se contribuiría a la inoperancia e ineficacia.

Además, se estaría cometiendo el error de actuar parcialmente desde una concejalía sin visión integral y de conjunto como ya ha ocurrido en más de una ocasión. Esta estrategia de marca debe estar contenida en el *Plan Estratégico de Comunicación Municipal* en el que deben establecerse tres ámbitos de actuación:

- › Comunicación del equipo de gobierno (gestión política)
- › Comunicación del Ayuntamiento (gestión institucional)
- › Comunicación del municipio (gestión de marca territorial)

El índice estructural del proceso de creación de una marca sería el siguiente:

1. Diagnóstico de la situación actual
2. Formulación de la visión de la ciudad
3. Definición de la identidad
4. Determinación de los valores emocionales y racionales de la marca
5. Identificación de los públicos (*stakeholders*)
6. Planificación de las acciones de comunicación

Una marca está configurada por una parte gráfica (identidad visual que se compone de logo, colores y tipografías) y por ingredientes emocionales (cultura, idiosincrasia, historia, recursos patrimoniales, etc.). El escudo es un elemento heráldico que representa institucionalmente al municipio, pero no es un elemento comunicativo adecuado para servir a los fines de una marca territorial. Valga esta comparativa con el caso del estado español para entender la justificación y la relación de convivencias.



Por otra parte, *Villena un tesoro* y la arracada han sido los elementos textual (*claim*) e icónico (símbolo) que desde los años 90 han identificado indiferentemente a la Concejalía de Turismo (marca institucional) y a la oferta turística de Villena (marca turística), lo que supone una confusión que debe subsanarse con una marca territorial en sentido estricto.



Este posicionamiento (entendido como percepción mental del público y segmentación en el mercado) se ha vinculado a un producto turístico patrimonial (arqueológico) singular y diferenciador que, sin embargo, no se ha hecho extensivo al resto de la oferta cultural, comercial, paisajística, festiva, de eventos, etc. Por eso, pasado los años ha ido perdiendo su fuerza comunicativa y su pretensión original de dotar de significado global al valor intangible de la marca Villena. Es necesario un reposicionamiento no excluyente que identifique la ciudad como un todo y no solo con una parte, aunque ésta se base en una característica material definitoria respecto a la competencia.

En este sentido la celebración del 50 aniversario del descubrimiento del Tesoro de Villena en 2013 ha servido de "excusa" para articular diferentes acciones promocionales (Comercio de Villena, Asociación del Calzado) que han carecido de una estrategia clara y duradera al margen de la efeméride.

Se propone mantener *Villena un tesoro* como una submarca aplicable al turismo cultural-patrimonial (arqueológico), conviviendo con otras submarcas que se englobarían bajo una marca matriz. Lo mismo ocurriría con las Fiestas del Medieval (#villenedieval), Aúpa Lumbreiras, Muestra Villena (Feria del Campo), ElCasc, Fiestas de Moros

y Cristianos, Calzado de Villena, Comercio de Villena, Teatro Chapí, Casa de la Cultura, etc.

Como puede comprobarse, Villena nunca ha tenido una marca territorial global, pero sí abundantes submarcas (o denominaciones) sectoriales que han contribuido a provocar dispersión. A las ya mencionadas, podrían añadirse otros ejemplos que se utilizaron hace un tiempo para la promoción económica: *Villena interesa*, *Villena garantía de expansión*, etc.

Aunque la propuesta que se presenta a continuación es solo un punto de partida, puede cumplir la función de fijar un eje creativo y comunicativo a partir del que, con los análisis pertinentes, seguir trabajando.

The logo consists of the text "VILLENA, LLENA DE VIDA" in a bold, red, sans-serif font. The text is centered within a white rectangular box, which is itself centered on a light green background.

El titular se incluyó en el folleto del Ayuntamiento de Villena que se llevó a Fitur en 2013 (editado en colaboración con el Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca). Se construye a partir del topónimo, en un juego de palabras, que alude al concepto "vida". Si bien, en un principio, puede resultar demasiado genérico y poco diferenciador, sí es eficaz para referirse a los diferentes aspectos que configuran la percepción positiva del municipio en conjunto. Y es fácilmente reconocible y memorable por la construcción semántica (Villena – Llena de Vida). Asimismo potencia el mensaje de que "la cartografía se convierte en anatomía cuando los territorios tienen alma" y puede caracterizar a Villena a modo de USP (*Unique Selling Proposition*), es decir, proposición única de venta.

El concepto "Vida" adquiere diferentes significados coherentes con las señas de identidad, según la perspectiva desde la que se contemple:

1. Rica historia plagada de hitos a lo largo del tiempo
2. Población con un carácter abierto, acogedor, emprendedor y dinámico
3. Factor humano: movimiento asociativo (cultural, social, económico, vecinal, etc.)

4. Amplia oferta de actividades culturales y festivas
5. El agua (acuíferos-laguna) y el paisaje natural (huerta, Sierra Salinas) como valores ambientales
6. La agricultura como sistema productivo tradicional y elemento de identidad
7. Espíritu emprendedor y empresarial
8. Nacimiento del calzado infantil a nivel nacional

Esta marca global (*Villena, llena de Vida*), eminentemente experiencial, permite encuadrar las diversas submarcas con una adecuada arquitectura y proceso de *branding*. Simbólicamente se representa con la letra "V", que se transforma en el signo (gesto) de victoria, de triunfo, de satisfacción, de alegría, de ser de Villena.

Asimismo, entronca con la ubicación geográfica de la población en un valle (V), con el nombre de la patrona (Virtudes) y destaca los dos elementos más característicos de la fisonomía urbana (junto al castillo): las torres de Santiago y Santa María.

Por último, alude a una tierra de frontera que es punto de encuentro y nexo de unión entre los reinos de Castilla y Aragón, la meseta castellana y la costa levantina, el pasado y el futuro.

## GOBERNANZA Y CIUDADANÍA

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define gobernanza como "arte o manera de gobernar que se propone como objetivo el logro de un desarrollo económico, social e institucional duradero, promoviendo un sano equilibrio entre el Estado, la sociedad civil y el mercado de la economía" y en su segunda acepción "acción y efecto de gobernar o gobernarse". La gobernanza, a la que explícitamente se interpreta como cosa distinta del (buen) gobierno, incluye: las tradiciones, instituciones y procesos que determinen cómo es ejercido el poder, cómo los ciudadanos intervienen o pueden intervenir y cómo se toman las decisiones en asuntos de interés general, y también la forma en que actúan los mercados. En el último caso desde un punto de vista de la gobernanza, por el comportamiento de los ciudadanos como consumidores exigentes que reclaman a las empresas responsabilidades de orden social, medioambiental y territorial, y que estas aprovechan para la fidelización de clientes y como hecho diferencial ante sus competidores. ¿Villena participa de una gobernanza en estos términos? Al menos lo intenta, aunque es necesario establecer "orden y concierto".

Por una parte la necesidad de conocer, y después coordinar, las acciones y funciones de los diferentes consejos municipales, es una tarea que el ayuntamiento tendría que llevar a cabo. No existe este tipo de

información en su web, y es una de las carencias que el equipo de la ETV+i detectó, y que la propuesta del FES, debería paliar. Sobre todo, porque sería conveniente saber cuál es el número de consejos municipales, su estructura institucional, sus funciones y su naturaleza público-privada. Así no se duplicarían representaciones ni se solaparían o duplicarían competencias. Tampoco sabemos si existe algún servicio municipal que centralice esa gestión.

Que el equipo de la ETV+i sepa, a falta de confirmar con más rigor, hemos detectado estos consejos, fundaciones y organismos asimilables (no necesariamente de representación ciudadana):

### **Consejo Municipal por la Igualdad de Género**

Adscrito a la concejalía de Igualdad. Creado en 2001 como Consejo Municipal de la Mujer por aprobación unánime en el Pleno municipal. Está formado por varios colectivos y asociaciones de mujeres. Su actividad se centra en la realización de campañas conmemorativas coincidiendo con el Día Mundial Contra la Violencia de Género (25 de noviembre), el Día Internacional de la Mujer (8 de marzo), etc. Puede considerarse bastante activo.

### **Consejo Municipal Agrario**

Adscrito a la concejalía de Agricultura. Es uno de los más antiguos (años 80) debido a la importancia del sector económico local que representa. Integrado por asociaciones de regantes, agricultores, sindicatos, etc. En estos últimos años su actividad se ha centrado en cuestiones relacionadas con el trasvase Júcar-Vinalopó o la propuesta de "parque agrario" que se pretende poner en marcha en Villena tomando como referencia el modelo impulsado en el Baix Llobregat (Cataluña).

### **Consejo Municipal Escolar**

Adscrito a la concejalía de Educación. Creado en los años 80-90 es especialmente activo porque mantiene reuniones periódicas para organizar cada curso lectivo en los diferentes centros escolares de la ciudad. Está configurado por representantes de los centros educativos (públicos y concertados), padres, alumnos, sindicatos y administraciones públicas.

### **Consejo de la Juventud**

Adscrito a la concejalía de Juventud. No es especialmente activo porque no se ha integrado como parte de la estructura municipal. Depende sobre todo de la iniciativa del concejal de turno. De hecho, llegó a no convocarse durante mucho

tiempo, siendo meramente testimonial. En los últimos años se ha querido potenciar a raíz de la puesta en marcha del Espacio Joven. Pero no termina de consolidarse ni tener una presencia activa. Está constituido por diferentes colectivos juveniles (Centro Juvenil Don Bosco, Cruz Roja, etc.) y Partido Políticos (Juventudes Socialistas, Nuevas Generaciones del PP y Jóvenes Verdes).

#### **Fundación José María Soler**

Adscrita a la concejalía de Cultura. Tiene especial relevancia la presencia del mundo académico (Universidad de la Alicante y centros de Secundaria), junto a los técnicos del Museo Arqueológico Municipal. Es un ente muy activo y consolidado. Se encarga de organizar y convocar los Premios de iniciación a la investigación e investigación "José M. Soler" y velar por la protección y difusión del patrimonio y la obra del ilustre arqueólogo villenense.

#### **Fundación Deportiva Municipal**

Adscrita a la concejalía de Deportes. Se encarga de gestionar las instalaciones deportivas, las subvenciones y ayudas económicas y las actividades deportivas que se organizan desde el Ayuntamiento. Además de la representación municipal (concejal, director de la Fundación), forman parte de ella los clubes y asociaciones deportivas. Es muy activa y se reúne periódicamente. Órgano autónomo que asume notables competencias en el organigrama del Ayuntamiento.

#### **Patronato de Bibliotecas Municipales**

Adscrito a la concejalía de Cultura. Se encarga de la gestión de las tres bibliotecas públicas del municipio. Es un órgano autónomo y muy activo debido a las competencias municipales que asume.

Más allá de la coincidencia en la aprobación por unanimidad de mociones concretas presentadas, defendidas y votadas en el Pleno durante la legislatura, es conveniente firmar un pacto al inicio del cuatrienio entre todos los representantes políticos del Ayuntamiento (gobierno y oposición), garantizando la gobernabilidad del municipio.

El documento debe recoger los temas fundamentales, los proyectos y los ejes de actuación sobre los que existe consenso. De este modo se fijan las directrices de la gestión que van a tener continuidad en años sucesivos y que son compartidos por los programas electorales.

Si bien se trata de un *desideratum* cuya aplicación práctica puede encontrarse con dificultades, no es menos cierto que la ciudadanía reconocería el mérito y lo valoraría en su justa medida como una clara muestra de la suma de voluntades, un compromiso y una apuesta decidida por un modelo de ciudad, además de un acuerdo que resulta positivo para la colectividad al margen de los intereses partidistas.

### LIDERAZGO POLÍTICO

La definición de un marco estratégico de actuación general con implicaciones a medio y largo plazo brinda la posibilidad de ejercer la acción política de manera planificada y no personalista, fruto del entendimiento y el diálogo. Este es el antídoto para no ser "víctima" de los problemas del "día a día", que se centra exclusivamente en la administración cortoplacista de lo cotidiano.

Así se evitan las improvisaciones y las incertidumbres que puedan sobrevenir por las circunstancias diarias, al contar con el respaldo institucional y social en cuestiones prioritarias para el municipio: accesos del AVE, Plan General de Ordenación Urbana, planta de tratamientos de residuos, sobreexplotación de los acuíferos, financiación y cobro de deuda, etc.

De este modo los representantes políticos asumen su condición de cargos electos capacitados para tomar la iniciativa y adoptar medidas en los temas importantes, asumiendo y defendiendo como propias otras propuestas ciudadanas que puedan ser de interés general, no solo a nivel local sino comarcal y/o provincial.

## DISEÑAR LAS INVERSIONES Y EL MUNICIPIO PENSANDO EN LAS PERSONAS (FORO ECONÓMICO Y SOCIAL)

En algunos municipios existen entidades denominadas Consejo de la Ciudad o *Consejo Local* que, constituidas por una representación de todos los agentes políticos y ciudadanos, se encarga de "administrar" aspectos municipales de naturaleza diversa a través de la consulta, la deliberación y la proposición. No pretenden ser instrumentos que incrementen la burocratización, desnaturalicen la democracia representativa o sustituyen ciertas estructuras del Consistorio, sino que se convierten en organismos complementarios que contribuyen a dar participación activa y organizada a la ciudadanía en algunas decisiones de relevancia pública (presupuestos, programas y planes anuales).

El Foro Económico y Social de Villena (FES), cuya puesta en marcha ha sido resultado de la Estrategia Territorial de Villena + innovación (ETV+i), surge como instrumento motivador contra el desánimo ciudadano. También es un nexo de transmisión que da respuesta a la necesidad detectada de articular un estamento que integre a otros consejos sectoriales y colectivos facilitando así la tarea política. Es una manera de propiciar cauces de aproximación con los vecinos y vecinas para generar una planificación global y acciones concretas. Actúa, asimismo, como *think tank* cuando en la elaboración de las propuestas a debatir intervengan expertos e informes técnicos.

## COORDINACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN LOCAL

El Ayuntamiento ha de organizarse coherentemente atendiendo a aspectos estructurales y funcionales que permitan la coordinación interna entre áreas de gestión y departamentos (funcionarios, trabajadores municipales y cargos políticos), así como externa (*stakeholders*) según los públicos con los que se relaciona y a los que afectan las decisiones adoptadas: ciudadanía, empresas proveedoras, otras administraciones, otras localidades, etc.

La distribución de delegaciones (concejalías) más que para satisfacer el reparto conforme al número de miembros del equipo de gobierno o las "cuotas" pactadas en el caso de gobernar varios partidos, debe servir para responder a las premisas definidas en el modelo de municipio.

Un instrumento organizativo que puede resultar muy válido para lograr la coordinación entre las áreas de gestión municipal es constituir comisiones y grupos de trabajo formados por políticos y/o técnicos que

se reúnan periódicamente para llevar a cabo proyectos comunes que requieran una visión transversal. El seguimiento de los avances, más que a través de la fórmula de "actas", puede cumplimentarse mediante fichas en las que se codifiquen los aspectos relevantes: objetivos, recursos, presupuestos, responsables, acciones y cronogramas.

Por otra parte, es esencial diferenciar los principios rectores, que han de ser parte constitutiva y consustancial de las decisiones del conjunto, de las áreas específicas de gestión. De otro modo, la existencia de una concejalía sin dotación de personal ni recursos materiales suficientes tan solo "justificará" una mera intención política, con poca aplicación práctica a nivel institucional y competencial. Por ejemplo, la "participación ciudadana" no puede segmentarse como una parte (concejalía) si se entiende que es un todo (acción transversal y general de gobierno).

## ADMINISTRACIÓN DIGITAL

El aprovechamiento de los avances de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se tienen que traducir en una mejora de la eficiencia en la prestación de los servicios municipales y la tramitación administrativa por parte de los usuarios a través de los diferentes soportes *online*. La página web del Ayuntamiento, además de ser una herramienta útil de información y comunicación institucional, debe facilitar la interacción con la ciudadanía.

## EMPLEABILIDAD Y EMPRENDIMIENTO

Parece necesario identificar los recursos e instrumentos existentes en la escala municipal que favorezcan la empleabilidad y la inserción laboral de las personas desempleadas o con más dificultades para la promoción en el empleo, para avanzar en el establecimiento de estrategias compartidas que faciliten la ocupación conjugando la experiencia de cada organización.

También es fundamental promover el emprendimiento social y empresarial en la escala municipal, favoreciendo el desarrollo del talento local por la vía de programas que propicien el desarrollo de la creatividad y la innovación desde edades tempranas. En este sentido, parece interesante aprovechar la experiencia de las personas y entidades con mayor proyección en los ámbitos económico y social para que puedan motivar al resto de la ciudadanía compartiendo su proceso de emprendimiento.

## REDES Y ESTRUCTURAS DE DESARROLLO TERRITORIAL

En el actual contexto de dificultades socioeconómicas es fundamental reforzar la acción de las estructuras técnicas que operan en el ámbito del desarrollo territorial, dotándolas de recursos para que realicen una labor más próxima a las comunidades locales con el objetivo de fortalecer alianzas y redes para el desarrollo, haciendo partícipes a los agentes y actores que se desenvuelven en cada entorno de la definición de estrategias compartidas que promuevan iniciativas con proyección en el emprendimiento y en la creación de nuevo empleo.

En el sentido apuntado, parece fundamental motivar el surgimiento -o en su caso, el reforzamiento- de procesos comunitarios en la escala de barrio o pueblo o pedanía, que aspiren a definir estrategias particulares de desarrollo acompañadas por las estructuras de desarrollo municipales, con el fin de implicar a las comunidades en una dinámica de trabajo que las haga partícipes de la mejora de su propia realidad. Sólo de este modo se conseguirá implicar a la ciudadanía en el diseño de su futuro, generando redes operativas y favoreciendo la aportación de recursos de diverso tipo que acompañen los facilitados por la Administración.

## OBSERVATORIO DE LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA

Se necesita información de calidad para tomar las mejores decisiones en cada momento y esto requiere la configuración de instrumentos para obtener datos relevantes, que orienten la formulación de planes, programas y proyectos que optimicen el potencial de desarrollo local asentados en el mejor conocimiento posible de la realidad. Esto se puede conseguir articulando canales de comunicación desde las entidades que obtienen dicha información fruto de su acción habitual y la Administración municipal, que también es generadora de datos diversos y fundamentales para la actuación conjunta.

La Universidad de Alicante desde su Sede de Villena puede realizar una significativa aportación en el sentido apuntado, convirtiéndose en actor receptor de la información generada para su adecuada organización, análisis e interpretación, para su devolución a las entidades implicadas en este proceso que pretende compartir la información clave para el desarrollo municipal.

## PARTICIPACIÓN COMO ÁREA MUNICIPAL TRANSVERSAL

Es fundamental que coloque adecuadamente eso que se denomina "participación ciudadana" en el organigrama institucional, reconsiderando la propia existencia de concejalías en la materia y situándola como eje transversal de la acción institucional, hacia adentro y hacia afuera. Revisando y adaptando asimismo la reglamentación en materia de participación ciudadana a los nuevos tiempos, fruto de una labor concertada, y racionalizando y haciendo más operativos y útiles los órganos consultivos, incluso confiriéndoles cierta capacidad de decisión.

Algunas de las líneas estratégicas de actuación de la Administración deben ser tan simples como la de invertir en "educación para la participación" y la de favorecer el intercambio de buenas prácticas con efecto demostrativo en materia de participación social, porque las hay, pero tienen todavía escasa visibilidad y proyección. La participación ciudadana no debe ser un elemento decorativo y propagandístico en las instituciones, sino un potente instrumento para el cambio del que nos beneficiemos todos y todas.

## RECONOCIMIENTO DE "BUENAS EXPERIENCIAS PARTICIPATIVAS"

Cabe pensar en reconocer e incluso premiar las experiencias participativas que signifiquen un ejemplo para el conjunto de la sociedad, de modo que se vaya produciendo un cambio cultural y de valores que reoriente nuestra mirada hacia lo común, que enfatice los referentes generales frente a los intereses particulares y corporativos, que rescate la importancia de lo comunitario. Ejercicio prioritario en relación con lo que deberíamos proyectar hacia las personas que tendrán que ir asumiendo progresivamente liderazgos en todos los ámbitos de nuestra realidad, que protagonizarán nuestro futuro inmediato.

También cabe valorar las conductas más comprometidas de la ciudadanía a título particular, porque cada vez es más necesario favorecer la concurrencia de la ciudadanía no organizada, de las personas que de manera autónoma desean contribuir al bien común y que no encuentran adecuados cauces para su expresión y participación en los movimientos sociales que protagonizan las organizaciones tradicionales.







El rector de la Universidad de Alicante recibe al Alcalde de Villena, a otros concejales de la corporación municipal y a gran parte de los miembros del grupo gestor del Foro Económico y Social de Villena, acompañado de otros vicerrectores y cargos Institucionales de la UA. Aparecen junto a unas piezas replicadas del Tesoro de Villena, emblema de la Sede Universitaria de esta ciudad, en el *hall* del Rectorado (16-12-2013)





