

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN	3
1.1	JUSTIFICACIÓN.....	4
1.2	OBJETIVOS.....	5
2	CONTEXTO MUNICIPAL.....	6
2.1	HISTORIA.....	7
2.2	SÍMBOLOS.....	9
2.2.1	ESCUDO	9
2.2.2	BANDERA.....	9
2.3	POBLACIÓN.....	9
2.3.1	EVOLUCIÓN Y ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA.....	10
2.3.2	POBLACIÓN EN EDAD ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	17
2.3.3	ANÁLISIS SOCIAL.....	19
2.4	ESTRUCTURA ECONÓMICA.....	20
2.5	VÍAS DE COMUNICACIÓN, TRANSPORTES Y MEDIOS TECNOLÓGICOS.....	22
2.5.1	CARRETERAS	22
2.5.2	TELEFÓNICA E INTERNET	23
2.5.3	RECURSOS WEB.....	26
2.6	RECURSOS MEDIOAMBIENTALES, TURÍSTICOS Y MUNICIPALES.....	30
2.6.1	MAPA DE EDIFICACIONES.....	30
2.6.2	PARAJES DE INTERÉS MEDIOAMBIENTAL Y PAISAJÍSTICO.....	31
2.6.3	RUTAS.....	32
2.6.4	RUTA CULTURAL.....	33
2.6.5	SERVICIOS GENERALES.....	35
2.7	ETNOGRAFÍA.....	37
2.7.1	VÍAS DE INFORMACIÓN.....	39



3	METODOLOGÍA	40
3.1	PLANTEAMIENTO INICIAL.....	40
3.2	RECOGIDA Y TRATAMIENTO DE DATOS.....	40
3.2.1	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	40
3.2.2	ESTUDIO DEL CASO	40
3.2.3	EXPERIENCIA DE CAMPO.....	41
3.3	METODOLOGÍAS DE DIAGNÓSTICO	41
3.3.1	CONCEPTO.....	41
3.3.2	MÉTODO PIN.....	42
3.3.3	ANÁLISIS DAFO.....	42
3.3.4	MÉTODO ETPO.....	42
3.3.5	GLOBO VOLADOR.....	43
3.3.6	ANÁLISIS PESTEL.....	43
3.3.7	LIENZO CANVAS.....	44
3.4	METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO	45
3.4.1	CONCEPTO.....	45
3.4.2	AGENDA COMPETITIVA.....	45
3.4.3	ENFOQUE DEL MARCO LÓGICO	46
3.4.4	DIFERENCIACIÓN MARCA PUEBLO	47
4	EXPOSICIÓN DE RESULTADOS.....	48
4.1	PIN.....	48
4.2	DAFO	51
4.3	ETPO.....	53
4.4	GLOBO VOLADOR.....	55
4.5	PESTELI.....	59
4.6	MODELO DE NEGOCIO CANVAS.....	62



4.7	AGENDA COMPETITIVA.....	67
4.7.1	DE DAFO.....	67
4.7.2	DE ETPO	72
4.7.3	DE GLOBO VOLADOR.....	76
4.8	MATRIZ DE MARCO LÓGICO	79
4.8.1	MATRIZ.....	79
4.8.2	ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	81
4.8.3	ÁRBOL DE SOLUCIONES.....	82
5	DIFERENCIACIÓN “MARCA ABRUCENA”	83
6	BIBLIOGRAFÍA.....	92
7	ANEXO I: PREMISAS DE LA MARCA.....	94
8	ANEXO II: ÍNDICE LEGISLATIVO	95