



ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN	4
1.1	JUSTIFICACIÓN.....	5
1.2	OBJETIVOS.....	6
2	CONTEXTO MUNICIPAL	7
2.1	HISTORIA	8
2.1.1	HISTORIA del JORAIQUE.....	10
2.2	SÍMBOLOS.....	11
2.2.1	ESCUDO	11
2.2.2	BANDERA	11
2.3	POBLACIÓN.....	11
2.3.1	EVOLUCIÓN Y ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA.....	12
2.3.2	POBLACIÓN EN EDAD ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	19
2.4	ESTRUCTURA ECONÓMICA	22
2.5	VÍAS DE COMUNICACIÓN, TRANSPORTES Y MEDIOS TECNOLÓGICOS.....	23
2.5.1	CARRETERAS.....	23
2.5.2	TELEFÓNICA E INTERNET	24
2.5.3	RECURSOS WEB.....	27
2.6	RECURSOS MEDIOAMBIENTALES, TURÍSTICOS Y MUNICIPALES.....	31
2.6.1	MAPA DE EDIFICACIONES	31
2.6.2	PARAJES DE INTERÉS MEDIOAMBIENTAL Y PAISAJÍSTICO.....	33
2.6.3	RUTAS.....	33
2.6.4	RUTA CULTURAL.....	34
2.6.5	SERVICIOS GENERALES.....	37
2.7	ETNOGRAFÍA.....	39
3	METODOLOGÍA	41



3.1	PLANTEAMIENTO INICIAL.....	41
3.2	RECOGIDA Y TRATAMIENTO DE DATOS.....	41
3.2.1	FUENTES DE INFORMACIÓN	41
3.2.2	ESTUDIO DEL CASO.....	41
3.2.3	EXPERIENCIA DE CAMPO.....	42
3.3	METODOLOGÍAS DE DIAGNÓSTICO.....	42
3.3.1	CONCEPTO.....	42
3.3.2	MÉTODO PIN.....	43
3.3.3	ANÁLISIS DAFO.....	43
3.3.4	MÉTODO ETPO.....	43
3.3.5	GLOBO VOLADOR.....	44
3.3.6	ANÁLISIS PESTEL.....	44
3.3.7	LIENZO CANVAS.....	45
3.4	METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	46
3.4.1	CONCEPTO.....	46
3.4.2	AGENDA COMPETITIVA.....	46
3.4.3	ENFOQUE DEL MARCO LÓGICO.....	47
3.4.4	DIFERENCIACIÓN MARCA PUEBLO	48
4	EXPOSICIÓN DE RESULTADOS.....	49
4.1	PIN	49
4.2	DAFO.....	52
4.3	ETPO.....	55
4.4	GLOBO VOLADOR.....	57
4.5	PESTEL (O PESTELI).....	62
4.6	MODELO DE NEGOCIO CANVAS.....	64
4.7	AGENDA COMPETITIVA.....	70



4.7.1	DE DAFO.....	70
4.7.2	DE ETPO.....	74
4.7.3	DE GLOBO VOLADOR.....	77
4.8	MATRIZ DE MARCO LÓGICO	81
4.8.1	ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	83
4.8.2	ÁRBOL DE SOLUCIONES.....	84
5	DIFERENCIACIÓN “MARCA TAHAL”	85
6	BIBLIOGRAFÍA.....	95
7	ANEXO I: PREMISAS DE LA MARCA	96
8	ANEXO II: ÍNDICE LEGISLATIVO	97