



## **ÍNDICE**

1	INTRODUCCIÓN .....	4
1.1	JUSTIFICACIÓN .....	5
1.2	OBJETIVOS.....	6
2	CONTEXTO MUNICIPAL.....	7
2.1	HISTORIA.....	9
2.2	SÍMBOLOS.....	10
2.2.1	ESCUDO.....	10
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
2.3.3	ANÁLISIS SOCIAL.....	21
2.4	ESTRUCTURA ECONÓMICA.....	22
2.5	VÍAS DE COMUNICACIÓN, TRANSPORTES Y MEDIOS TECNOLÓGICOS.....	23
2.5.1	CARRETERAS.....	23
2.5.2	TELFÓNICA E INTERNET.....	25
2.5.3	RECURSOS WEB.....	28
2.6	RECURSOS MEDIOAMBIENTALES, TURÍSTICOS Y MUNICIPALES.....	33
2.6.1	MAPA DE EDIFICACIONES.....	33
2.6.2	PARAJES DE INTERÉS MEDIOAMBIENTAL Y PAISAJÍSTICO.....	35
2.6.3	RUTAS.....	36
2.6.4	ruta cultural.....	38
2.6.5	SERVICIOS GENERALES.....	41
2.7	ETNOGRAFÍA.....	43
3	METODOLOGÍA.....	45



3.1	PLANTEAMIENTO INICIAL .....	45
3.2	RECOGIDA Y TRATAMIENTO DE DATOS.....	45
3.2.1	FUENTES DE INFORMACIÓN .....	45
3.2.2	ESTUDIO DEL CASO .....	45
3.2.3	EXPERIENCIA DE CAMPO .....	46
3.3	METODOLOGÍAS DE DIAGNÓSTICO.....	46
3.3.1	CONCEPTO .....	46
3.3.2	MÉTODO PIN.....	47
3.3.3	ANÁLISIS DAFO.....	47
3.3.4	MÉTODO ETPO.....	47
3.3.5	GLOBO VOLADOR.....	48
3.3.6	ANÁLISIS PESTEL .....	48
3.3.7	LIENZO CANVAS.....	49
3.4	METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO .....	50
3.4.1	CONCEPTO.....	50
3.4.2	AGENDA COMPETITIVA.....	50
3.4.3	ENFOQUE DEL MARCO LÓGICO.....	51
3.4.4	DIFERENCIACIÓN MARCA PUEBLO .....	52
4	EXPOSICIÓN DE RESULTADOS.....	53
4.1	PIN.....	53
4.2	DAFO.....	57
4.3	ETPO.....	60
4.4	GLOBO VOLADOR.....	62
4.5	PESTEL (O PESTELI).....	67
4.6	MODELO DE NEGOCIO CANVAS.....	69
4.7	AGENDA COMPETITIVA.....	73



4.7.1	DE DAFO .....	73
4.7.2	DE ETPO .....	79
4.7.3	DE GLOBO VOLADOR.....	86
4.8	MATRIZ DE MARCO LÓGICO.....	90
4.8.1	ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	92
4.8.2	ÁRBOL DE SOLUCIONES.....	93
5	DIFERENCIACIÓN “MARCA FONDÓN” .....	94
6	BIBLIOGRAFÍA.....	102
7	ANEXO I: PREMISAS DE LA MARCA.....	104
8	ANEXO II: ÍNDICE LEGISLATIVO .....	105