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
2.3 POBLACIÓN 11
2.3.1 EVOLUCIÓN Y ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA 11
2.3.2 POBLACIÓN EN EDAD ECONÓMICAMENTE ACTIVA 18
2.4 ESTRUCTURA ECONÓMICA 20
2.5 VÍAS DE COMUNICACIÓN, TRANSPORTES Y MEDIOS TECNOLÓGICOS 21
2.5.1 CARRETERAS 21
2.5.2 TELEFÓNICA E INTERNET 22
2.5.3 RECURSOS WEB 25
2.6 RECURSOS MEDIOAMBIENTALES, TURISTICOS 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 34
2.6.5 SERVICIOS GENERALES 38
2.7 ETNOGRAFÍA 40
2.7.1 VÍAS DE INFORMACIÓN 42
3 METODOLOGÍA 43
3.1 PLANTEAMIENTO INICIAL 43

3.2 RECOGIDA Y TRATAMIENTO DE DATOS 43
3.2.1 FUENTES DE INFORMACIÓN 43
3.2.2 ESTUDIO DEL CASO 43
3.2.3 EXPERIENCIA DE CAMPO 44
3.3 METODOLOGÍAS DE DIAGNÓSTICO 45
3.3.1 CONCEPTO 45
3.3.2 MÉTODO PIN 45
3.3.3 ANÁLISIS DAFO 45
3.3.4 MÉTODO ETPO 46
3.3.5 GLOBO VOLADOR 46
3.3.6 ANÁLISIS PESTEL 47
3.3.7 LIENZO CANVAS 47
3.4 METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO 49
3.4.1 CONCEPTO 49
3.4.2 AGENDA COMPETITIVA 49
3.4.3 ENFOQUE DEL MARCO LÓGICO. 49
3.4.4 DIFERENCIACIÓN MARCA PUEBLO 50
4 EXPOSICIÓN DE RESULTADOS 52
4.1 PIN 52
4.2 DAFO 55
4.3 ETPO 57
4.4 GLOBO VOLADOR 59
4.5 PESTEL (O PESTELI) 64
4.6 MODELO DE NEGOCIO CANVAS 66
4.7 AGENDA COMPETITIVA 70
4.7.1 DE DAFO 70

4.7.2 DE ETPO 77
4.7.3 DE GLOBO VOLADOR 82
4.8 MATRIZ DE MARCO LÓGICO 85
4.8.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS 87
4.8.2 ÁRBOL DE SOLUCIONES 88
5 DIFERENCIACIÓN "MARCA LAUJAR DE ANDARAX" 89
6 BIBLIOGRAFÍA 97
7 ANEXO I: PREMISAS DE LA MARCA 99
8 ANEXO II: ÍNDICE LEGISLATIVO 100