



**Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina**

# TALAVERA 2025

PLAN ESTRATÉGICO DE COMPETITIVIDAD URBANA





Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina





Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina



# TALAVERA 2025

PLAN ESTRATÉGICO DE COMPETITIVIDAD URBANA





Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina





Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina



# ÍNDICE

## TALAVERA 2025



<b>Índice</b> .....	<b>4</b>
<b>Prólogo</b> .....	<b>7</b>
<b>1. Introducción</b> .....	<b>12</b>
<b>2. Objetivos del Plan Estratégico de Competitividad Urbana</b> .....	<b>20</b>
2.1 Un nuevo modelo de ciudad competitiva. Talavera 2025.....	21
2.2 Alcance del proyecto.....	23
2.3 Metodología del Plan de Competitividad Urbana.....	25
<b>3. Entorno estratégico</b> .....	<b>39</b>
3.1 Unión Europea: Estrategia Europa 2025.....	41
<b>3.2 2 Países zona Euro: mercados en continuo crecimiento</b> .....	<b>43</b>
3.3 Estrategia Española de Política Económica.....	48
3.4 Estrategia Territorial de Castilla La Mancha.....	53
3.5 Estrategia territorial de Talavera de la Reina y La Comarca.....	55
<b>3.6 Marco estratégico de desarrollo</b> .....	<b>62</b>
3.7 Ordenación Urbana de Talavera de la Reina: POM.....	64
<b>4. Diagnóstico socioeconómico de la ciudad por ámbitos</b> .....	<b>65</b>
4.1 Análisis por factores de competitividad.....	67
4.2 Conclusiones del análisis y diagnóstico competitivo.....	83
<b>5. Reflexión estratégica</b> .....	<b>86</b>
5.1 Talavera de la Reina 2025: nuevo modelo de ciudad.....	88
5.2 Talavera de la Reina 2025: ejes y líneas estratégicas.....	91
<b>6. Retos del modelo: Visión 2025-2050</b> .....	<b>127</b>
<b>7. Programas y proyectos</b> .....	<b>137</b>
<b>8. Agradecimientos</b> .....	<b>270</b>
<b>9. Referencias bibliográficas</b> .....	<b>271</b>



Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina



# PRÓLOGO

TALAVERA 2025



**D**esde mediados del siglo XX hasta nuestros días, las principales ciudades del mundo han llevado a cabo importantes cambios en su estructura y organización, que han dado como resultado, profundas transformaciones y adaptaciones, con el objetivo de adaptarse a un entorno competitivo, globalizado, altamente complejo y cada vez, más exigente. En este contexto, los procesos de planificación estratégica conforman la mejor garantía de éxito, ya que permiten detenerse a analizar en profundidad el estado de desarrollo en el que se encuentra una ciudad, para poder elaborar el programa de desarrollo futuro del municipio.



**D. Jaime Ramos Torres**  
**Alcalde de Talavera de la Reina**

Se trata de dar respuesta a una necesidad cada vez más imperante en las sociedades desarrolladas, estableciendo las bases para afrontar los retos de futuro y las condiciones del entorno. Un entorno cada vez más complejo y en cierta medida incierto, condicionado por la situación económica actual, por la necesidad de recuperar los valores del esfuerzo, el trabajo y la responsabilidad, y en el que los talaveranos tendrán el protagonismo sobre su futuro.

Por ello, este documento nace con el objetivo de definir un nuevo modelo de ciudad, un modelo de ciudad participado por la ciudadanía y los agentes sociales, por las administraciones públicas y por la iniciativa privada, que nos permita ser una ciudad competitiva con un tejido industrial y empresarial capaz de atraer y retener el talento.





Una ciudad objetivo para inversores e inversiones, una ciudad turísticamente atractiva, visitada y valorada, una ciudad que crea empleo y, que apuesta sin ninguna duda por la formación de nuestro capital humano como seña de identidad; una ciudad orientada al desarrollo de infraestructuras que le permitan albergar eventos y organizaciones provinciales, nacionales e internacionales y, por supuesto, una ciudad en la que vivir.

Nuestra ciudad cuenta con una privilegiada posición de partida con unas excelentes condiciones naturales, con un clima y un entorno natural incomparable, un tejido empresarial emprendedor y dinámico, con un entusiasmo colectivo por la ciudad, sin duda, fundamentales para poder afrontar el futuro.

Sobre estas bases, debemos definir el modelo de ciudad que permita la evolución del modelo urbano actual, volviéndonos a posicionar como un destino comercial de referencia, pero, ya no sólo para La Comarca sino también a nivel provincial y nacional, sino también como un referente para la inversión empresarial.

Es fundamental asumir que las bases que se establezcan hoy condicionarán la futura calidad de vida de los talaveranos, la viabilidad y mantenimiento de las instituciones públicas, la competitividad de nuestras empresas y la sostenibilidad del territorio.

Por todo ello, este proceso de reflexión ha constituido una oportunidad única para la ciudad de Talavera de la Reina, que tiene la posibilidad de adelantarse a las exigencias y complejidades del futuro. Y para conseguirlo, nos encontramos ante el reto de poner en valor los activos más destacados con los que cuenta la ciudad para el beneficio social de todos los ciudadanos y para el progreso económico, mejorando la competitividad global del municipio.

Además, el presente documento permite trasladar la competitividad real que experimentan las ciudades actualmente a la filosofía del Gobierno Municipal, ya que constituye la hoja de ruta que permitirá sentar los valores que regirán el buen Gobierno Municipal y la filosofía de las políticas públicas que se desarrollen desde



Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina



el Ayuntamiento de Talavera de la Reina, en aras de construir el nuevo modelo de ciudad que deseamos todos, con una programación a largo plazo que determinará la adaptación que debemos afrontar para el crecimiento que todos deseamos para nuestra ciudad, que recoja los valores que deberán regir el modelo futuro de ciudad de Talavera de la Reina.

En definitiva, un pacto con los ciudadanos.

Bienvenidos a Talavera de la Reina, **un proyecto común, un proyecto de todos.**





El proceso de elaboración del Plan Estratégico de Competitividad Urbana #Talavera2025 ha sido tan intenso como apasionante. El contacto directo mantenido con más de 200 personas de todos los sectores, entidades y colectivos nos ha permitido no sólo detectar de la manera más fidedigna la temperatura de la ciudad y emitir el diagnóstico más preciso posible; sino, sobre todo, definir cómo queremos que sea la Talavera de 2025 y en adelante.



**D. Santiago Serrano Godoy**  
Concejal - Director del Plan

### **Talavera será lo que quieran los talaveranos**

Esa es y debería haber sido siempre la máxima de toda nuestra sociedad, que está conformada, por supuesto, por las administraciones, pero también por los empresarios, los comerciantes, los agricultores y ganaderos, los artesanos, los educadores, los deportistas, los profesionales del turismo, los trabajadores del Tercer Sector, los sindicatos, los funcionarios...Este Plan nace de las propuestas de todos ellos. Y esa es precisamente la fuerza del documento y su valía como hoja de ruta que nos hemos dado a nosotros mismos.

El Plan Estratégico está por encima de cualquier gobierno y de cualquier partido. No tiene un horizonte temporal enmarcado en una ni en dos legislaturas, porque va mucho más allá. La capacidad para hacer realidad todo lo él contiene depende de todos. Y si algo ha quedado patente en todos meses de trabajo es lo siguiente:

***Talavera tiene ganas, tiene empuje, tiene garra, tiene ilusión, inteligencia, tenacidad y perseverancia para hacer todo aquello que se proponga.***

Nos sentimos orgullosos de ser talaveranos, y no queremos que nadie nos diga lo que debemos ser, porque lo tenemos muy claro.

El futuro de esta ciudad, **depende de todos nosotros.**  
Conquistémoslo.



Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina



# 1. INTRODUCCIÓN

TALAVERA 2025



## Las ciudades a lo largo de la historia.

A lo largo de la historia, las personas se han agrupado con el objetivo de desarrollar su vida en sociedad, favorecer e impulsar el comercio y el intercambio de productos entre ellos, y buscar oportunidades de promoción personal y social.

Bajo estas premisas, surgieron las ciudades, que eran lugares en los que se reunían los ciudadanos por algún motivo concreto: eran lugares de intercambio comercial, lugares que se constituían en focos culturales o centros defensivos de una región o zona concreta. Se trataba de asentamientos independientes, sin relaciones entre ellos y con funciones meramente organizativas.

Sin embargo, el paso de los años fue aumentando la complejidad, las funciones y el papel desempeñado por las ciudades, de modo que en la actualidad son lugares de intensa actividad económica, cultural, deportiva o administrativa, con constantes interrelaciones y en continua competencia.

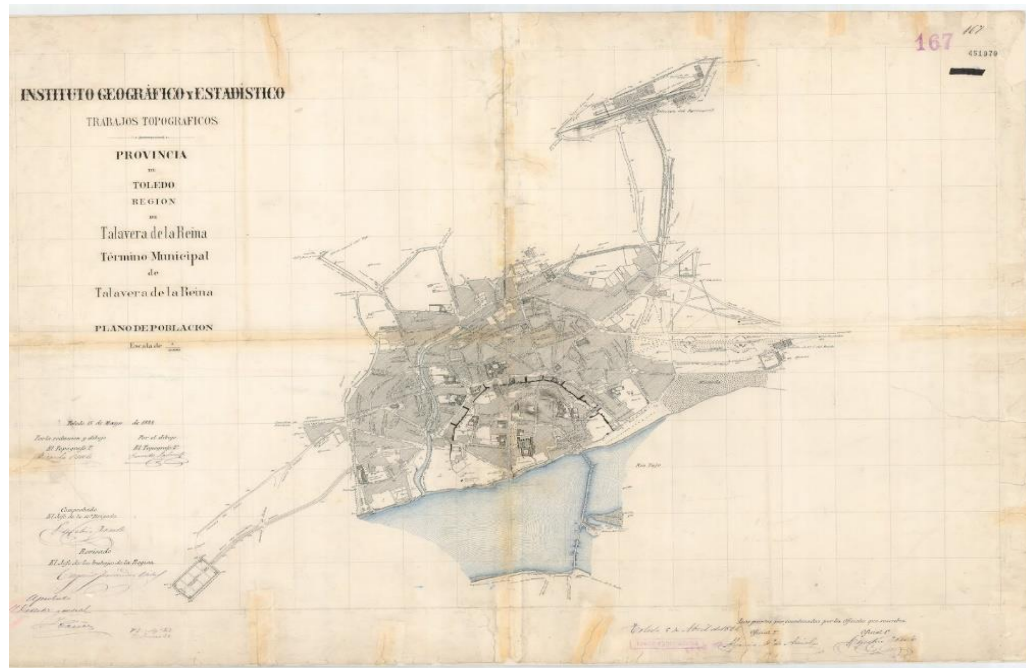
Las transformaciones que ha experimentado el mundo desde los años setenta del siglo pasado provocó crecientes inquietudes sobre el papel que debían jugar las ciudades en un contexto globalizado, tecnológico y de libre competencia generalizado: el rol tradicional de las ciudades como centros de servicios para su entorno provincial o regional más cercano va diluyéndose poco a poco, dando lugar a retos de mayor envergadura, basados en la necesidad de atraer población, inversiones y recursos de modo permanente.

Esta situación se ha reproducido a lo ancho y largo del planeta, eso sí, con diferentes características y particularidades. Desde la Revolución Industrial de principios del XIX, las grandes ciudades europeas comenzaron a recibir población procedente del medio rural surgiendo así los suburbios industriales de las afueras de los centros urbanos. Décadas más tarde, los flujos migratorios que



se produjeron desde el viejo al nuevo continente provocaron la expansión demográfica de las ciudades de América.

Por ello, en la actualidad, las ciudades se erigen como los nuevos centros de decisión, con autonomía propia y menor dependencia de los Estados y otros organismos supranacionales, de modo que en las ciudades se desarrolla una planificación estratégica propia, en aras de lograr una diferenciación respecto al entorno, la sostenibilidad económica y medioambiental, y una alta calidad de vida para ciudadanos y empresas.



## El siglo XXI se revela como la era de las ciudades.

En un mundo donde más de la mitad de la población habita en espacios urbanos, el conocimiento de la organización, el crecimiento, el orden jerárquico que conforman estos espacios, ha pasado a ser uno de los hechos geográficos de primer interés debido a sus implicaciones políticas, económicas, sociales, culturales, espaciales.



La red de ciudades, organizada a su vez en subsistemas interrelacionados unos con otros, donde hay una compleja jerarquía, en una escala ascendente desde lo local, regional, nacional, supranacional; y que dependiendo del espacio será dependiente de una urbe especial. lo que también tendrá relación con el momento histórico vivido.

Según Y.F. Tuan (geógrafo chino-estadounidense), *“la ciudad queda definida por la perspectiva experiencial de sus habitantes, las diferentes formas de comprender y elaborar una realidad, que se reconstruye como un lugar concebido como un foco con significación e intención determinada cultural e individualmente”*.

En los últimos años, se han experimentado importantes **transformaciones estructurales** que afectan directamente a las bases establecidas y que eran aceptadas hasta la fecha.

Por un lado, la globalización y los fuertes cambios del entorno económico, han provocado que las rígidas estructuras tengan que flexibilizarse y adaptarse a las exigencias del entorno que son cada vez más fuertes y aceleradas. Así, tanto empresas, como ciudadanos o administraciones públicas, compiten a nivel global por captar recursos, aprovecharlos, transformarlos y dar nuevos resultados que redunden en un mayor beneficio para todos.

Por otra parte, la tecnología es ya una realidad en el día a día de ciudadanos y empresas, de administraciones públicas y asociaciones: Internet y las nuevas tecnologías provocan cambios en la forma de relacionarse, en la capacidad de acceder a la información e incluso en el modelo de sociedad actual.

En este contexto, poco a poco, las ciudades han ido adquiriendo mayor protagonismo en la escena mundial, de forma que efectos como la urbanización de la sociedad o la concentración de actividades económicas, sociales y culturales, han desplazado el nivel de la competencia de las naciones a las ciudades.



Efectivamente, las ciudades de hoy en día compiten entre sí por captar recursos, inversiones, talento, etc. bajo un mismo “modelo productivo” basado en la transformación de los activos disponibles, generando un valor añadido que se traduzca en un aumento de la riqueza y de la calidad de vida de los ciudadanos.

Esta situación ha ocasionado un espectacular desarrollo y expansión de las ciudades en todos sus ámbitos adquiriendo cada vez mayor importancia. En consecuencia, ahora los retos a los que hay que hacer frente son cada vez más complejos y exigen realizar mayores esfuerzos, de una forma más ágil y rápida, por parte de todos los agentes económicos y sociales que componen la realidad de la vida en las ciudades.

Actualmente, más de la mitad de la población mundial vive en el ámbito urbano, lo que ha ocasionado que las ciudades experimenten unas auténticas revoluciones demográficas y urbanísticas, al haber estado expuestas a un ritmo de crecimiento que, en muchos casos, ha sorprendido.

En definitiva, las ciudades del siglo XXI se configuran como los auténticos centros de decisión y actividad del planeta. Son los catalizadores del crecimiento económico y del desarrollo social. Lugares en los que la sociedad evoluciona en búsqueda de la mejora de su calidad de vida y de nuevas oportunidades.

Este nuevo panorama mundial de competencia entre ciudades ha ocasionado que surjan diferentes categorías entre ellas en función del grado de desarrollo y del nivel de competencia en el que se encuentran.

A la cabeza de ellas se puede distinguir un grupo líder de ciudades que son las que realmente dominan la escena internacional, marcan las tendencias en materia de competitividad y gobernanza y constituyen modelos de buenas prácticas a nivel global: son las denominadas ciudades globales, tales como; Nueva York, Londres, o Tokio, verdaderos motores de la revolución municipal que el mundo actual está experimentando. Estas son las metrópolis que tienen mayor capacidad de atracción de recursos, es decir, capital humano,





inversiones, empresas, información, turismo, etc. por lo que se erigen como las ciudades más competitivas del planeta.

## Las ciudades hoy.

En la actualidad, algunas de las dificultades más habituales en las ciudades vienen ocasionadas por las relaciones e interdependencias existentes entre los distintos municipios que conforman un área metropolitana, siendo los más comunes las relacionadas con la movilidad y el transporte, la seguridad, el crecimiento urbanístico, y en general todos aquellos factores y elementos que incidan directamente sobre la calidad de vida de sus ciudadanos, ya que es esta su principal ventaja competitiva o valor diferencial.

Por otro lado, la acelerada – y en ocasiones excesiva y descontrolada - expansión de las áreas metropolitanas, la actual coyuntura económica, los efectos de la inmigración o los acelerados cambios del entorno hacen que las ciudades tengan que hacer frente a continuos y nuevos retos, tales como crecimiento demográfico estable, desarrollo urbano sostenible y respetuoso con el medio ambiente, la búsqueda del equilibrio entre expansión económica y calidad de vida, satisfacer las nuevas necesidades y demandas cada vez más exigentes de los ciudadanos o la búsqueda de alternativas a la financiación local junto con el equilibrio presupuestario y de las cuentas públicas.

Los retos de futuro se deben abordar con decisión, conociendo las fortalezas y debilidades internas para sacar el mayor rendimiento posible a la hora de plantear alternativas y acometer acciones que encaucen el futuro de estas ciudades.

En este contexto, en muchas ciudades repartidas por los cinco continentes, el área metropolitana es tan importante, o incluso más, que el núcleo central. Entre ellas, el gran Buenos Aires, Bombay, o Ciudad de México son buenos ejemplos de desarrollos espectaculares en los últimos años, que han provocado que más



de 25 ciudades en el mundo cuentan con más de 10 millones de personas en su ámbito de influencia.

España no ha sido una realidad ajena a todos estos acontecimientos acaecidos en los últimos años. Actualmente, Madrid y Barcelona pueden ser consideradas como ciudades globales, de modo que son centros económicos y sedes empresariales, plazas financieras, puente entre América Latina y Europa, centros de conectividad global e importantes centros culturales y de ocio; si bien no pueden ser entendidas sin hacer referencia a su área metropolitana como una única entidad.

Y en el caso de Talavera de la Reina, este proceso se ha abordado sobre la reflexión de los principales agentes de la ciudad: colectivos y asociaciones, empresas, sectores económicos, Administraciones Públicas, municipios que conforman la Comarca de Talavera, ámbito cultural y universitario, empleados públicos, etc., lo que supone una elevada participación, que garantiza la definición de un modelo compartido y la implicación de los agentes en el Plan Estratégico de Competitividad Urbana Talavera 2025, y en su aplicación futura.

En próximas páginas se presenta, en base al diagnóstico de la situación de Talavera de la Reina hoy, el modelo de ciudad deseado en el horizonte 2025, las líneas de actuación a abordar para lograrlo, los proyectos a desarrollar, etc., con un completo detalle de los agentes implicados, los plazos para su realización, etc.

Como consecuencia de la evolución de las ciudades en los últimos años, éstas se han posicionado como actores de primer orden y son ellas las que contribuyen en definitiva por constituir territorios más competitivos a escala global, pero también las que colaboran y se coordinan con otros territorios para constituir un entorno más estable y productivo. En base a esto, la competitividad de una ciudad se determina en función de la capacidad que desarrolle para la generación de riqueza y de atractivos para sus habitantes y visitantes, de una manera equilibrada y sostenible en el largo plazo.



Además, esas capacidades desarrolladas deben ser transmitidas y asociadas a la imagen de la ciudad, por los propios talaveranos, los potenciales visitantes, los inversores y empresarios.

A partir de aquí, el reto que se plantea el Plan Estratégico de Competitividad Urbana para la ciudad de Talavera de la Reina es el de establecer las directrices correctas para que el desarrollo futuro de la ciudad de Talavera de la Reina se asiente sobre las bases de la competitividad y la sostenibilidad medioambiental, cultural, económica y social.

Con este Plan Estratégico de Competitividad Urbana, el Ayuntamiento de Talavera de la Reina liderará un conjunto de iniciativas propuestas y definidas en colaboración con los ciudadanos y entidades talaveranas, siempre bajo los objetivos transversales de generación de empleo, impulso económico y cooperación institucional.





Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina



# 2.OBJETIVOS

TALAVERA 2025



## 2.1 Definir un nuevo modelo de ciudad. Talavera 2025

La proyección de un nuevo modelo tomando como referencia temporal el año 2025 tiene el objetivo de definir una ciudad acorde con la evolución del contexto internacional y del nuevo marco estratégico definido por la Unión Europea, teniendo el conocimiento que se propondrán medidas a adoptar en este documento que van más allá de este horizonte temporal, pero que no por ello, deben quedarse al margen.

Así por tanto aquellas iniciativas que aquí se proponen tienen la intención de colocar a la ciudad de Talavera de la Reina en el nivel de competitividad y fortaleza de otras grandes urbes europeas. Así, el proceso de definición de un Plan de Competitividad para la ciudad de Talavera de la Reina trata de conseguir los siguientes objetivos, claves para abordar el futuro de Talavera de la Reina con garantías:

- Acometer un **proceso de reflexión estratégica** que permita alcanzar los objetivos que definan el futuro modelo de ciudad, con el horizonte 2025 en línea con las premisas establecidas desde Europa en la “Estrategia Europea 2025”.
- Basar la futura estrategia de competitividad de la ciudad **en un espacio de participación y encuentro** con la ciudadanía y con todos aquellos actores/agentes relevantes para la ciudad, teniendo en todo momento en el centro de la actividad de planificación estratégica a sus principales beneficiarios (ciudadanos, empresas, asociaciones, etc.).
- Diseñar las **bases que han de guiar el desarrollo socio-económico** de la ciudad de Talavera de la Reina en el horizonte 2025, partiendo del diagnóstico realizado previamente.
- Conocer, procesar y estructurar iniciativas de planificación estratégica llevadas a cabo por otros territorios y organismos.



- Diseñar y definir la **imagen de la ciudad** e identificación ciudadana y establecer el modelo de cooperación con los municipios de la Comarca de Talavera y otros municipios y territorios, tanto a nivel nacional como a nivel internacional.
- Establecer los **mecanismos de gestión, ejecución y seguimiento** del Plan Estratégico de Competitividad Urbana Talavera 2025.
- Definir las **acciones de comunicación**, que sirvan para ilusionar a los agentes de la ciudad, dar a conocer la apuesta de la ciudad por su futuro, e implicar a los principales agentes en la puesta en marcha del Plan Estratégico de Competitividad Urbana Talavera 2025.

#### **El nuevo modelo se constituye como la fórmula que permita:**

- Conseguir que la ciudad de **Talavera de la Reina** sea una **ciudad de oportunidades** capaz de atraer y generar creatividad, innovación, inversión y, por tanto, empleo.
- Lograr que la ciudad de **Talavera de la Reina** sea una **ciudad sostenible**, configurada con sensibilidad ambiental, y que sea un exponente de un comportamiento energético responsable.
- Conseguir que la ciudad de **Talavera de la Reina** sea una **ciudad cohesionada, equilibrada, y sin fracturas territoriales**.
- Hacer de la ciudad de Talavera de la Reina **un polo de generación de riqueza** a través del desarrollo de nuevas industrias y la especialización en aquellos sectores en los que la ciudad es más competitiva.
- Fomentar una **economía basada en el conocimiento y en el talento** de tal manera que permita el desarrollo de las nuevas generaciones y se apoye en un tejido en el que las nuevas industrias tengan cabida.
- Consolidar una **imagen de Talavera de la Reina** como **ciudad atractiva para residentes, turistas, inversores** y sobre todo para sus propios ciudadanos.



## 2.2 Alcance del proyecto

### Ámbito Funcional

Con el objetivo anteriormente descrito, el alcance del Plan Estratégico de Competitividad Urbana Talavera 2025, queda fijado en las siguientes áreas:

- **Análisis de la ciudad de Talavera de la Reina** en todos los ámbitos que componen el nivel de vida de la ciudad.
- Análisis del **entorno de la comarca de Talavera y la provincia, así como estudio benchmarking** del posicionamiento de la ciudad en comparación con otras ciudades análogas.
- Análisis **DAFO del posicionamiento de la ciudad de Talavera de la Reina** en términos de:
  - Población.
  - Estructura económica.
  - Educación empleo e innovación.
  - Sanidad, seguridad y medio ambiente.
  - Imagen, turismo y promoción exterior.
  - Cultura, ocio y deporte.
  - Territorio y ordenación urbanística.
  - Transporte e infraestructuras.
  - Comercio y hostelería.
  - Gobernanza y nuevas tecnologías.
  - Turismo, imagen y comunicación.
- Formulación de **un nuevo modelo de ciudad**, establecimiento de **ejes de actuación y objetivos** a lograr en el **horizonte temporal 2025**.
- Definición de las **líneas de acción y principales proyectos a abordar** para lograr una ciudad más competitiva, un nuevo modelo que nos permita alcanzar ese horizonte: **Talavera 2025**.



- Establecimiento del **modelo de seguimiento** y participación a lo largo del periodo de aplicación del Plan Estratégico de Competitividad Urbana Talavera 2025.

## Ámbito Funcional Geográfico

El ámbito geográfico lo constituye la ciudad de Talavera de la Reina, sin embargo, en un entorno en el que el **concepto de área metropolitana** es tan importante, la ciudad no se entiende sin la conexión con aquellos municipios limítrofes, que históricamente han conformado lo que se conoce como “**Las Tierras de Talavera**”, donde aparece una gran red articulada en torno al área metropolitana, en la que interactúan **más de 70 municipios** de la zona, sumando en total 159. 053 habitantes, según la última estadística del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Es por ello que el Plan Estratégico de Competitividad Urbana Talavera 2025 incluye entre sus objetivos la **mejora de las relaciones** entre la ciudad de Talavera de la Reina con el **resto de municipios de su entorno**, definiendo una serie de proyectos en los que se pueda poner en valor el altísimo potencial de esta área metropolitana, **tomando en consideración factores clave** como la reordenación de las comunicaciones por carretera o la prestación de servicios de calidad acorde a las necesidades de **estos municipios**.

## Ámbito Organizativo

Para una correcta planificación y el buen desempeño del proceso de reflexión estratégica, se considerará el territorio como un sistema dinámico y flexible, formado por un **conjunto de agentes clave económicos y sociales**, del ámbito público y privado: organizaciones y entidades sin ánimo de lucro, la universidad, las asociaciones empresariales, el Ayuntamiento de la ciudad y los correspondientes ayuntamientos de la Comarca de Talavera, asociaciones vecinales, Cámara de Comercio, entre otros. Se incluye una notable masa crítica de la ciudad, que permita disponer de un “**Plan de Ciudad**”, de un Plan por y





para sus ciudadanos y entidades, que sea compartido y **exigido** en su **cumplimiento**, que sea estable en cuanto a su aplicación los **próximos años**.

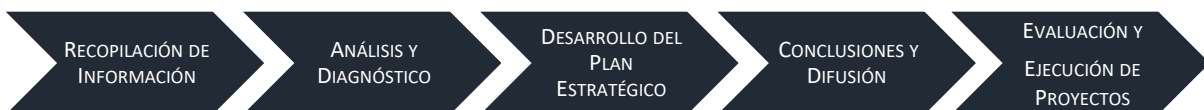
## Ámbito Institucional

**Debemos poner en valor**, a la hora de hablar de los diferentes ámbitos desde los que se ha trabajado en el Plan Estratégico de Competitividad Urbana Talavera 2025, **la labor realizada por la Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia y TIC de la ciudad**, en la gestión e impulso del proyecto.

Su labor, ha permitido la **correcta articulación** de todos los agentes que componen la realidad de la ciudad de Talavera de la Reina, así como, la convocatoria y celebración de las múltiples actividades de participación.

### 2.3 Metodología del Plan de Competitividad Urbana

A continuación, se muestra el esquema metodológico que se ha seguido para el desarrollo del Plan de Competitividad Urbana de Talavera de la Reina 2025:



Hay que destacar que la estructura de trabajo que aquí se presenta, es la **continuación de la primera y segunda fase del proyecto**, a partir de la información recopilada tras un exhaustivo trabajo de análisis y las diversas entrevistas y jornadas de trabajo realizadas con las entidades más representativas de la ciudad, que tuvo como resultado un diagnóstico de la ciudad especializado por áreas de la siguiente forma:

1. Mesa Sectorial I: Motor Económico y Sector Primario.
2. Mesa Sectorial II: Capital Humano, Emprendimiento e Innovación.
3. Mesa Sectorial III: Economía, Empleo y Empresa.



4. Mesa Sectorial IV: Patrimonio y Casco Histórico.
5. Mesa Sectorial V: Conectividad e Infraestructuras.
6. Mesa Sectorial VI: Turismo, Imagen y Proyección Exterior.
7. Mesa Sectorial VII: Talavera Deporte y Talento.
8. Mesa Sectorial VIII: Artesanía, Cultura y Tradición.
9. Mesa Sectorial IX: Agua y el Medio Ambiente.
10. Mesa Sectorial X: Calidad de Vida y Bienestar Social.
11. Mesa Sectorial XI: Jefaturas de Servicio de la Administración Local.
12. Mesa Sectorial XII: Organizaciones Sindicales.

Para ello se llevó a cabo un **sistema de participación ciudadana** basado en la realización de entrevistas, encuentros, reuniones, foros de debate, encuestas, cuestionarios así como la puesta a disposición de todos los participantes, de una cuenta de correo electrónico [planestrategico@talavera.org](mailto:planestrategico@talavera.org) a través de la cual, hacer llegar todas sus propuestas y opiniones, para poder así incorporarlas al presente documento.

Igualmente, se ha dado el caso que **la distribución de las mesas sectoriales** de trabajo, como veremos a continuación, se ha diversificado en otras comisiones o grupos, dada la envergadura del área de referencia.

A partir de aquí y una vez **identificada la situación de partida** y recopilado un conocimiento suficiente de la ciudad, se puso en marcha el proceso para la elaboración de un nuevo modelo de ciudad.

## ■ Fases 1 y 2. Reflexión estratégica

El objetivo principal de estas dos primeras fases ha sido el **de construir un proceso de debate real, valiente y constructivo** para profundizar en los cambios que se necesitan llevar a cabo en la ciudad de Talavera de la Reina, de cara a los próximos años y, sentar las bases que deben definir su modelo de ciudad, partiendo del análisis exhaustivo de la información recopilada.



Así mismo, este objetivo se ha apoyado sobre un **plan de participación** del que han formado parte todas las Concejalías y Organismos Autónomos del Ayuntamiento de Talavera de la Reina, los **principales agentes y actores económicos y sociales de la ciudad y organizaciones sindicales**.

Para ello, se han realizado las siguientes mesas de trabajo, con lo que se han mantenido una serie de reuniones; Los elementos integradores fueron:

### **Mesa Sectorial I: Motor Económico y Sector Primario.**

Las reuniones se celebraron el día 19 de febrero en las instalaciones de Talavera Ferial y el día 25 de junio en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, contando con 40 participantes que representaban a las siguientes Instituciones, Organismos, Entidades:

- Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores, ASAJA.
- Unión de Productores de Caprino, UNIPROCA.
- De Raza Ibérico S.L.
- Oficina Comarcal Agraria.
- Colegio Oficial de Veterinarios.
- Comunidad de Regantes del Canal Bajo del Alberche.
- I.E.S. San Isidro.
- Lonja Agropecuaria de Talavera de la Reina.
- Fundación Talavera Ferial.
- Díaz del Prado.
- Asociación Frisona de Castilla-La Mancha, AFRICAMA.
- Ganados Guerrero García.
- Piensos COSAD.
- Agrícola El Prado.
- Piensos NUGA.
- Agrícola Garvín.
- Centro Equino Jama.
- Piensos ROBLEDO.
- Cárnicas Otero.



- D. Federico Moráis.
- D. Marino Rodrigo Sánchez (Agricultor).

### **Mesa Sectorial II: Capital Humano, Emprendimiento e Innovación.**

Las reuniones se celebraron entre los días 12-13 de marzo y los días 26-29 de junio en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, contando con más de 65 participantes, que representaban a las siguientes instituciones, organismos, entidades:

#### **Grupo I:**

- Universidad de Castilla La Mancha.
  - Universidad Nacional de Ecuación a Distancia UNED.
  - Consejo Escolar.
  - Escuela de Adultos.
  - Escuela Oficial de Idiomas.
  - Escuela de Arte "Talavera".
  - C.E.I.P. San Ildefonso.
  - I.E.S. J. Antonio Castro.
  - I.E.S. Ribera del Tajo
  - I.E.S. Padre Juan de Mariana.
  - CEPA Río Tajo.
  - Área Integrada de Talavera: Hospital Nuestra Señora del Prado.
- 
- Cámara de Comercio.
  - Fundación CEEI Talavera.
  - Iniciativa para la Promoción Económica de Talavera (IPETA).
  - Fundación Talavera Ferial.
  - ASEIP Torrehierro.
  - Federación Empresarial de Talavera (FEPEMTA).
  - Federación Empresarial de Toledo (FEDETO).

#### **Grupo II:**



- DATACONTROL ASESORES.
- CYME.
- ASERTA.
- STULEX.
- Colegio de Abogados de Talavera de la Reina.
- Javier Rivera. Abogado.

**Grupo III:**

- MDSAI.com
- Servicomtel Telecomunicaciones.
- The Spring Labs.
- Intercober.
- Escudo Web.
- I.E.S. J. Antonio Castro.
- I.E.S. Ribera del Tajo.

**Grupo IV:**

- El Corte Inglés.
- Schreiber Foods España.
- Cespa- Ferrovial.
- Aqualia.
- La Caixa.

- Banco de Santander.
- Liberbank.

**Grupo V:**

- Sub-Dirección del Área Integrada de Talavera.
- Clínica Marazuela.

**Grupo VI:**



- Escuela de Adultos.
- Escuela Oficial de Idiomas.
- Escuela de Arte “Talavera”.
- C.E.I.P. San Ildefonso.
- I.E.S. Padre Juan de Mariana.
- I.E.S. Ribera del Tajo.
- Representantes de las AMPAS del Consejo Escolar de Talavera.

### **Mesa Sectorial III: Economía, Empleo y Empresa.**

Las reuniones se celebraron entre los días 12-13 de marzo y los días 26-29 de junio en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, contando con más de 55 participantes, que representaban a las siguientes instituciones, organismos, entidades:

#### **Grupo I:**

- Asociación de Comercio ATC.
- Asociación de Hostelería y Turismo de Talavera y Comarca.
- Asociación de Empresarios de la Corredera del Cristo.

#### **Grupo II:**

- El Corte Inglés.
- Grupo Talauto.
- CASTY, S.A.
- JIEL.
- Opticalia Talavera.
- Cárnicas Otero.
- Uniproca.
- Inmobiliaria Bielsa.
- Agrícola Garvín.
- ASEIP Torrehierro.
- Grupo Tres Hojas.
- Hotel Be Live Talavera.



- Grupo San Peter.
- Taberna Mingote.
- La Facultad.
- La Comanda.
- Casco Viejo.
- Sushi Do.
- Gastroclub.
- El Lugar del Vino.
- Godoy Droju, S.A.
- Acanto.
- Papelería Loeve.
- Multifap Talavera.
- Okeys.
- Pizzería Píccola.
- Librería Páginas.
- Brands Society.
- Revista Love.
- Talleres Pedro Madroño.
- Aequitas Abogados.
- Palomarejos Golf.
- Parque Comercial El Golf.

**Grupo IV:**

- Ayuntamiento de Las Herencias.
- Ayuntamiento de Calera.
- Ayuntamiento de Cazalegas.
- Ayuntamiento de Talavera La Nueva.
- Ayuntamiento de Gamonal.

**Mesa Sectorial VI: PATRIMONIO Y CASCO HISTÓRICO.**



Las reuniones se celebraron entre los días 12-13 de marzo y los días 26-29 de junio en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, contando con los siguientes participantes:

- Museo Ruiz de Luna.
- Museo Etnográfico.
- D. Gonzalo Bauluz.
- D. Santiago Rodríguez Gimeno.
- D. Ángel Monterrubio.
- D. Marcos Onésimo.
- D. Domingo Portela.
- D. Fernando Fontés.
- D. Juan Manuel Rivas.
- Dña. Cristina Sánchez.
- Dña. Beatriz Sánchez.
- D. José Luis Prado.
- D. Felipe García Díaz-Guerra.
- D. Vicente Domínguez.

#### **Mesa Sectorial V: CONECTIVIDAD E INFRAESTRUCTURAS.**

Las reuniones se celebraron entre los días 12-13 de marzo en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, contando con más de 25 participantes, que representaban a las siguientes instituciones, organismos, entidades:

- Grupo MONBÚS.
- ASEIP Torrehierro.
- Grupo Talauto.
- CASTY, S.A.
- JIEL.
- Cárnicas Otero.
- Uniproca.
- Inmobiliaria Bielsa.
- El Corte Inglés.





- Schreiber Foods España.
- Parque Comercial El Golf.
- Grupo Tres Hojas.
- Be Live City Center Talavera.
- Grupo San Peter.
- Servicomtel Telecomunicaciones.

### **Mesa Sectorial VI: TURISMO, IMAGEN Y PROYECCIÓN EXTERIOR.**

Las reuniones se celebraron entre los días 12-13 de marzo en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, contando con más de 25 participantes, que representaban a las siguientes Instituciones, Organismos, Entidades:

- Oficina de Turismo.
- Viajes El Prado.
- Opticalia Talavera.
- Asociación La Barbacana.
- Dña. Helena Rueda.
- Talavera Ferial.
- Museo Etnográfico.
- Carpetania Tour.
- Viajes Gredos.
- elrincondelospatos.com.
- El Corte Inglés.
- Be Live City Center Talavera.
- Grupo Tres Hojas.
- Parque Comercial El Golf.
- Junta de Cofradías de la Semana Santa.
- Asociación de Vecinos San Jerónimo.
- Monasterio Cisterciense de San Benito.

### **Mesa Sectorial VII: TALAVERA DEPORTE Y TALENTO.**

Las reuniones se celebraron entre los días 12-13 de marzo y los días 26-29 de junio en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, contando con más de 25



participantes, que representaban a las siguientes Instituciones, Organismos, Entidades:

- Organización Nacional de Ciegos Españoles ONCE.
- Escuela de Fútbol Base CDE Ciudad de Talavera.
- Unión Deportiva Atlético Talavera (UDAT).
- Club deportivo Voleibol Ciudad de la Cerámica.
- Club de Tenis Fair Play.
- Club de Piragüismo TALAK.
- Talavera Rugby Club CAESARÓBRIGA.
- Club Cibeles.
- Talavera Patina.
- Consejo de la Juventud.
- Soliss FS Talavera.
- Talavera Club de Fútbol.
- Club BMX Talavera.

### **Mesa Sectorial VIII: ARTESANÍA, CULTURA Y TRADICIÓN.**

Las reuniones se celebraron entre los días 12-13 de marzo y los días 26-29 de junio en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, contando con más de 25 participantes, que representaban a las siguientes instituciones, organismos, entidades:

- FRACAMAN.
- Oficina de Turismo.
- Dña. Amparo Rueda.
- Cerámica San Agustín.
- Escuela de Arte "Talavera".
- D. Ángel Monterrubio.
- Centro Cerámico Talavera.
- Junta de Cofradías y Hermandades de Talavera.
- Comisión de Mondas.
- Asociación de Vecinos San Jerónimo.



- Monasterio Cisterciense San Benito.
- D. Felipe García Díaz-Guerra.
- D. Vicente Domínguez.

### **Mesa Sectorial IX: AGUA Y MEDIO AMBIENTE**

Las reuniones se celebraron entre los días 12-13 de marzo y los días 26-29 de junio en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, contando con más de 25 participantes, que representaban a las siguientes Instituciones, Organismos, Entidades:

- Comunidad de Regantes del Canal Bajo del Alberche.
- Fundación TAGUS.
- Plataforma en defensa de los ríos Tajo y Alberche.
- Federación de Asociaciones Vecinales Vegas del Tajo.

### **Mesa Sectorial X: CALIDAD DE VIDA, BIENESTAR SOCIAL E IGUALDAD**

Las reuniones se celebraron entre los días 12-13 de marzo y los días 26-29 de junio en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, contando con 18 participantes, que representaban a las siguientes Instituciones, Organismos, Entidades:

- Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE).
- Asociación TEA Talavera.
- Asociación AFATA Talavera.
- Centro de la Mujer de Talavera.
- COCEMFE Talavera.
- Cruz Roja Talavera.
- Asociación de Amas de Casa, consumidores y usuarios El Prado.
- Consejo de la Juventud de Talavera.
- Secretariado Gitano.
- Asociación Altare San Blas.
- D. Felipe García Díaz-Guerra.
- D. Vicente Domínguez.



### **Mesa Sectorial XI: JEFES DE SERVICIOS MUNICIPALES.**

Las reuniones se celebraron entre los días 12-13 de marzo y los días 26-29 de junio en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, contando con 17 participantes, que representaban a las siguientes Jefaturas de Servicio municipales:

- Secretario General: D. Antonio López Abarca.
- Tesorero Municipal: D. Emilio Fernández Agüero.
- Oficial Mayor: D. José A. del Valle Casitas.
- Jefe Servicio Urbanismo: D. Gonzalo Bauluz Del Río.
- Jefe Servicios Técnicos: D. Antonio López Bonilla.
- Jefe Servicio Informática: D. Manuel Ignacio de Castro Márquez.
- Jefe Servicio Medio Ambiente: D. Emilio Laso Rodríguez.
- Jefe Servicio Sanidad: Dña. M<sup>a</sup> Isabel Albo Castaño.
- Jefe Servicios Sociales: Dña. Ana M<sup>a</sup> Blanco Romero.
- Suboficial Jefe Seis: D. David Bernabé Machuca.
- Encargado Mercatalavera: D. Marino Romano Márquez.

### **Mesa Sectorial XII: SINDICATOS.**

Las reuniones se celebraron entre los días 12-13 de marzo en las instalaciones de IPETA -Santiago el Viejo-, cuyos participantes, representaban a las siguientes organizaciones sindicales:

- Unión General de Trabajadores (UGT).
- Comisiones Obreras (CC.OO.).
- Agrupación Local de Funcionarios y Trabajadores Laborales del Ayuntamiento de Talavera (ALFYL).

### **■ Fase 3. Desarrollo y gestión del Plan: Modelo de Ciudad.**

El resultado esperado en esta fase fue la definición de un objetivo a medio y largo plazo, sobre el modelo de ciudad deseado y los valores que regirán el desarrollo económico y social de Talavera de la Reina en los próximos años. Además, se



establecieron los objetivos, ejes estratégicos y las líneas de actuación que regirían los proyectos definidos.

Este modelo se sometió a valoración y priorización de las acciones con aquellos agentes económicos y administrativos más relevantes de la ciudad, algunos de ellos presentes en el Consejo Social de la Ciudad. Estas jornadas de trabajo tuvieron como objetivo la discusión y debate de los ejes estratégicos y priorización de las actuaciones propuestas.

#### ■ Fase 4. Ejecución del Plan.

La conversión en proyectos de las líneas estratégicas definidas en el Plan, supone además la puesta en marcha de un modelo de gestión y mecanismos de ejecución y seguimiento. Con esta estructura lo que se pretende es definir un modelo flexible y adaptarlo a las necesidades de la ciudad.

En su planteamiento se ha procurado huir de la teoría aterrizando mucho las líneas estratégicas y los proyectos en la realidad de Talavera de la Reina y se han ido incorporando las mejoras de las que adolecían otros planes anteriores.

Una vez cumplido el horizonte 2025, la ciudad habrá realizado una transformación radical en todos los niveles aportando a sus ciudadanos una nueva ilusión y visión de futuro, pero el compromiso con el que este Plan se ejecute y el seguimiento que se realice serán la clave.

La idea última sobre la que se apoya el Plan es la de que sea un proyecto de todos en el que los talaveranos se sientan verdaderamente integrados en la realidad de su ciudad, trabajando por ella y contribuyendo a su mejora progresiva sin alcance temporal.

#### ■ Fase 4. Difusión del Plan.

Por último, y para poder trasladar a los ciudadanos talaveranos y a la opinión pública en general, así como a los principales agentes públicos y privados involucrados en el desarrollo territorial de la ciudad, los resultados del proceso



de reflexión estratégica, se llevarán a cabo, a posteriori, una serie de actividades para la difusión del Plan: jornadas públicas de presentación, notas de prensa y jornadas internas de traspaso de información.

A continuación, se va a analizar el entorno en el que va a operar el nuevo modelo de ciudad que se proponga en el presente informe. El entorno estratégico supone el marco en el cual Talavera de la Reina va a ir posicionándose y que va a condicionar, tanto impulsando como limitando, todas aquellas iniciativas que se incluyan en el proyecto y el nuevo modelo de ciudad.

La habilidad para **definir este entorno es clave** ya que es el espacio en el que el modelo de ciudad propuesto va a convivir y en cierta medida predice cuales van a ser los roles que van a ser demandados por el resto de territorios colindantes. No hay que olvidarse de que Talavera de la Reina forma parte de un sistema ordenado de competencias, mercados interrelacionados y espacios geográficos superiores. La ciudad tiene que estar enmarcada en una realidad más allá de sus propias fronteras, alineando sus objetivos de desarrollo a los ya previstos, pero incluyendo aquellas cualidades diferenciadoras que influyen directamente en la ciudad.



Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina



# 3. ENTORNO ESTRATÉGICO

TALAVERA 2025



Seguidamente, vamos a llevar a cabo **el análisis del entorno** en el que va a tener que tomar acción el nuevo modelo de ciudad que propondremos en el presente informe. Como hemos citado anteriormente, el *entorno estratégico* conforma el marco en el cual, la ciudad de Talavera de la Reina debe posicionarse y que va a condicionar, tanto impulsando como limitando, todas aquellas iniciativas que se incluyan en nuevo modelo de ciudad.

La **competencia y capacidad** para definir este entorno es clave ya que es el espacio en el que el modelo de ciudad propuesto va a convivir y, en cierta medida, predice cuales van a ser los roles que van a ser demandados por el resto de territorios colindantes, sin olvidarse que Talavera de la Reina forma parte de un **sistema ordenado de competencias**, mercados interrelacionados y espacios geográficos superiores. La ciudad tiene que estar enmarcada en una realidad más allá de sus propias fronteras, alineando sus objetivos de desarrollo a los ya previstos, pero incluyendo aquellas especialidades que la afecten directamente. El entorno estratégico va a girar en torno a 7 áreas geográficas principalmente:

- La Unión Europea.
- Países que constituyen mercados activos y/o potenciales.
- España.
- La Comunidad Castellano-manchega.
- La provincia de Toledo.
- El entorno metropolitano concebido como la Comarca de Talavera.
- La regulación de la propia ciudad de Talavera de la Reina.







### 3.1 Unión Europea: Estrategia Europa 2020

En el año 2010, la Comisión Europea lanzó la Estrategia Europa 2025 en donde presenta un plan de diez años de duración basado en un crecimiento “inteligente, sostenible e integrador” y en una mayor coordinación entre políticas nacionales y europeas.

Dicho plan propuso tres prioridades que se refuerzan mutuamente:

- Un crecimiento inteligente mediante el desarrollo de una economía basada en el conocimiento y la innovación.
- Un crecimiento sostenible a través de la promoción de una economía que haga un uso más eficaz de los recursos.
- Un crecimiento integrador fomentando una economía con un alto nivel de empleo, cohesión social y territorial.

Para lograr estos fines, se fijaron los siguientes objetivos:

- El 75% de la población entre 20 y 64 años debería de estar empleada.
- El 3% del PIB de la Unión Europea debe de ser invertido en I+D.
- «20/20/20» en materia de clima y energía, recortar las emisiones de CO2 en un 20%, mejorar la eficiencia energética en otro 20% y que el 20% de la energía que consuma proceda de fuentes renovables.
- La reducción de la tasa de abandono escolar a menos del 10% y aumentar el número de jóvenes con estudios superiores completos al 40% como mínimo.
- Reducir el riesgo de pobreza un 25%, lo que podría suponer que 20 millones de personas dejarían de encontrarse en dicha situación.

La Estrategia Europa 2020 plantea seis iniciativas de apoyo a los países miembros como orientación para alcanzar los objetivos anteriores:

1. La Unión por la Innovación: pretende reorientar la política en materia de I+D y de innovación, superando el desfase entre la ciencia y el mercado para convertir las invenciones en productos y así generar crecimiento y empleo.



2. Juventud en movimiento: tiene por objeto aumentar la calidad y el atractivo internacional del sistema europeo de enseñanza superior a través de la movilidad de los estudiantes y los profesionales jóvenes.
3. Una agenda digital para Europa: mediante el aprovechamiento de las ventajas económicas y sociales sostenibles derivadas de un mercado digital único basado en Internet de alta velocidad. De este modo, todos los europeos deberían tener acceso a Internet de alta velocidad en 2013.
4. Europa eficiente en términos de recursos: tiene por misión apoyar el cambio hacia una economía de bajo nivel de carbono y eficiente en términos de recursos, incrementando el uso de fuentes de energía renovables y modernizando el sector del transporte.
5. Una política industrial para la era de la mundialización: para mejorar el entorno empresarial, especialmente para las PYMES y apoyar el desarrollo de una base industrial fuerte y sostenible capaz de competir.
6. Una agenda de nuevas cualificaciones y empleos: que crea las condiciones necesarias para modernizar los mercados laborales con objeto de aumentar los niveles de empleo y asegurar la sostenibilidad de los modelos sociales actuales.

Así, la **sostenibilidad, la innovación o la formación** constituyen pilares básicos para la Unión Europea y para sus distintos territorios, por lo que el desarrollo de políticas en estos ámbitos, encontrarán el apoyo y en su caso financiación de las instituciones europeas.

En este sentido, y **en el medio plazo**, siguen dándose las **condiciones básicas para una expansión continuada**. Se espera que diversos factores favorables continúen sosteniendo la demanda interna. El crecimiento del crédito al sector privado continúa aumentando, impulsado por los bajos tipos de interés y las favorables condiciones de financiación bancaria. Las menores necesidades de apalancamiento financiero también contribuirán al dinamismo del gasto privado. Así mismo, el consumo privado y la inversión residencial deberían beneficiarse de las buenas condiciones de los mercados de trabajo y del aumento de la riqueza neta.



Al mismo tiempo, la inversión empresarial seguirá creciendo, también como reflejo de una mejora de los beneficios en el contexto de un aumento de las presiones de demanda y de una elevada utilización de la capacidad productiva.

Se espera un **repunte en las importaciones por la apreciación del euro** y la elevación de la demanda interna del mismo modo que las exportaciones se beneficiarán de la recuperación del comercio mundial y del posicionamiento de muchas empresas europeas en el sector de las nuevas tecnologías, lo que permitiría una mayor aportación externa al crecimiento.

También se espera que el crecimiento del empleo se ralentice, en parte debido a una escasez de mano de obra cada vez más aguda en algunos países de la zona, así como una moderación del crecimiento del consumo privado, consecuencia de una normalización de la tasa de ahorro desde niveles reducidos en el contexto de la expansión cíclica en algunos países de la zona del euro.

Se prevé que el **crecimiento de la renta real disponible cobre fuerza en 2018 y 2019** en un contexto de mayor incremento de los salarios y rebajas de los impuestos directos y se debilite en 2020. Se espera que la contribución de los salarios brutos al crecimiento de la renta disponible aumente notablemente en 2018, impulsada por un mayor crecimiento de los salarios, y que se debilite ligeramente durante el resto del período, debido a que los nuevos incrementos en los salarios nominales no podrán compensar completamente el impacto de la desaceleración en el empleo.

### **3.2 Países zona Euro: mercados solventes en continuo crecimiento.**

Uno de los objetivos fundamentales de cualquier “grupo o área óptima” es proporcionar no sólo estabilidad económica para los países miembros, sino también un nivel de vida similar. La zona euro no es una excepción en este sentido. Si los miembros de la zona euro quieren disfrutar de un nivel de vida similar, con el paso del tiempo, deben llegar a ser igualmente productivos o debe haber convergencia en productividad entre los países miembros.



Tras un comienzo de año más débil de lo esperado, y según las <sup>1</sup>proyecciones macroeconómicas elaboradas por los expertos de la eurozona, en junio de 2018, la expansión económica en la zona del euro seguirá siendo sólida y continuará a un ritmo por encima de su potencial. Como en anteriores ejercicios de proyección, el crecimiento del PIB real se ralentizará gradualmente durante el horizonte analizado, pasando del 2,1 % en 2018 al 1,7 % en 2020, a medida que algunos factores favorables vayan desapareciendo lentamente.

Se espera que la inflación medida por el IAPC se sitúe en el 1,7 % en cada uno de los años del período considerado, aunque con cierta volatilidad en su perfil trimestral. La senda estable de la tasa media de inflación anual oculta un descenso de la inflación del componente energético, compensada por un alza gradual de la inflación medida por el IAPC excluidos la energía y los alimentos conforme se acentúen las restricciones de capacidad.

Con todo ello, los modelos predictivos elaborados por el Banco Central Europeo, según las proyecciones macroeconómicas son los siguientes:

- Se espera una desaceleración del empleo ya que la escasez de mano de obra será cada vez más aguda en algunos países.
- Se prevé que las escaseces de oferta frenen cada vez más el crecimiento de la población activa.
- Se espera que la tasa de desempleo se reduzca hasta el 7,3 % en 2020.
- Como reflejo de su patrón cíclico, el crecimiento de la productividad del trabajo mantendrá un ritmo sostenido.

1. *Las proyecciones macroeconómicas elaboradas por los expertos del Eurosistema son una aportación a la valoración que el Consejo de Gobierno realiza sobre la evolución económica y los riesgos para la estabilidad de precios. Las proyecciones elaboradas por los expertos del BCE o del Eurosistema no son aprobadas por el Consejo de Gobierno ni representan necesariamente sus puntos de vista sobre las perspectivas para la zona del euro. En la publicación titulada A guide to the Eurosystem/ECB staff macroeconomic projection exercises (BCE, julio de 2016), disponible en el sitio web del BCE, se facilita información sobre los procedimientos y técnicas utilizados. La fecha límite de recepción de los datos para los supuestos técnicos, como los relativos a los precios del petróleo y los tipos de cambio, fue el 22 de mayo de 2018.*



- El crecimiento del PIB real se mantendrá por encima de su potencial durante el horizonte de proyección.
- En comparación con las proyecciones de marzo de 2018, el crecimiento del PIB real se ha revisado a la baja para 2018 y se mantiene prácticamente inalterado para 2019 y 2020.
- El crecimiento de los salarios repuntará notablemente durante 2019 y 2020, debido a las tensiones de los mercados de trabajo y al fin de la aplicación de las medidas que han contenido el crecimiento salarial en algunos países durante los últimos años.

### **Mercados consolidados I: Francia**

Francia es uno de los países con mayor volumen de importaciones del ranking mundial, por ello, en el año 2017, las importaciones crecieron un 6,93% respecto al año anterior. Las compras al exterior representan el 24,12% de su PIB, por lo que se encuentra en el puesto 55, de 189 países, del ranking de importaciones respecto al PIB, ordenado de menor a mayor porcentaje, por un importe de 552.770,6 millones de euros.

Los principales países que venden productos a Francia son Alemania, Bélgica, Holanda, Italia y España que suponen el 18,60%, 10,21%, 8,28%, 7,94% y 7,12% del total de las importaciones del país, respectivamente.

Los sectores claves de la exportación española son la biotecnología, la agroalimentaria, el sector aeroespacial, los transportes y la industria agroalimentaria, por un valor de 283.716,3 M.€

La industria manufacturera de Francia está muy diversificada, pero el país se encuentra inmerso en un proceso de desindustrialización que se traduce en la subcontratación de muchas actividades. Los principales sectores industriales en Francia son las telecomunicaciones, la electrónica, la automoción, la industria aeroespacial y la armamentística.



El sector terciario representa cerca de 80% del PIB francés y emplea a casi tres cuartos de la población activa. Francia es el primer destino turístico del mundo, con cerca de 89 millones de turistas en 2017 (8% más que en 2016).

Debemos tener en cuenta que, aunque Francia es la mayor potencia agrícola de la Unión Europea -que aporta un cuarto de la producción agrícola total-, este sector representa una mínima parte del PIB del país (1,6%) y emplea a menos de 3% de la población, situación esta, que debe tenerse en cuenta como nicho de mercado real y potencial para nuestros productos.

## **Mercados consolidados II: Alemania**

Con más de 80 millones de habitantes y una elevada renta per cápita, Alemania es uno de los principales mercados del mundo. Con un alto grado de apertura, es el segundo importador del mundo después de EEUU y, absorbe el 8% del comercio mundial.

En 2017 las importaciones en Alemania crecieron un 8,32% respecto al año anterior. Las compras al exterior representan el 31,66% de su PIB, por lo que se encuentra en el puesto 89, de 189 países, del ranking de importaciones respecto al PIB, ordenado de menor a mayor porcentaje, suponiendo, en ese año, 1.033.130,4 millones de euros.

Los principales países que venden productos a Alemania son Holanda, China y Francia, que suponen el 13,75%, 7,01% y 6,62% del total de las importaciones del país, respectivamente, quedando España relegada al puesto número catorce en importaciones, si bien es cierto que, tradicionalmente, tanto la barrera idiomática como la acusada tendencia con respecto a implementación constante de nuevos estándares y normativas, han supuesto un importante freno a nuestras exportaciones al país germano.

No obstante, y a pesar del proceso de concentración, especialmente en el sector alimentario, que se está llevando a cabo, no ha impedido la presencia – cada vez mayor - de empresas y productos españoles a todos los niveles en mercado



alemán: importadores, mayoristas, agentes y distribuidores, minoristas y en plataformas y centrales de compra de los grandes grupos.

### **Mercados emergentes**

Según el informe emitido por el Foro Monetario Internacional en julio de 2018, en este momento en que la recuperación cíclica mundial está por cumplir dos años, el ritmo de la expansión parece haber tocado máximos en algunas economías y el crecimiento entre los países está menos sincronizado. Entre las economías avanzadas, se están ensanchando las divergencias del crecimiento entre Estados Unidos por un lado y Europa y Japón por el otro.

El crecimiento también es cada vez más desigual entre las economías de mercados emergentes y en desarrollo, como consecuencia de la influencia combinada del avance de los precios del petróleo, el aumento de las rentabilidades en Estados Unidos, el cambio de actitud de los mercados frente al recrudescimiento de las tensiones comerciales y la incertidumbre en el ámbito político y en torno a las políticas económicas en el plano interno.

Aunque las condiciones de financiamiento siguen siendo favorables en términos generales, estos factores han desalentado la entrada de capitales, encarecido el financiamiento y comprimido los tipos de cambio, sobre todo en los países con fundamentos económicos más débiles o riesgos políticos más agudos. Los datos de gran frecuencia presentan un panorama variado de la actividad internacional a corto plazo.

Los volúmenes de ventas minoristas parecen haber repuntado en el segundo trimestre y los datos de las encuestas realizadas entre los gerentes de compras del sector de los servicios siguen siendo, en general, alentadores. Ahora bien, la producción industrial parece haberse debilitado, y los datos de las encuestas realizadas entre los gerentes del sector de la manufactura apuntan a una disminución de los pedidos nuevos de exportación. Según el citado informe, para las economías emergentes y en desarrollo de Asia, se prevé un desempeño constantemente vigoroso, con un crecimiento de 6,5% en 2018–19. Se proyecta



que el crecimiento de China se moderará de 6,9% en 2017 a 6,6% en 2018 y 6,4% en 2019, a medida que las regulaciones enfríen el sector financiero y la demanda externa disminuya.

En India, la tasa de crecimiento subiría de 6,7% en 2017 a 7,3% en 2018 y 7,5% en 2019, a medida que se desvanezca el efecto negativo de la iniciativa de canje de la moneda y de la adopción de un impuesto sobre los bienes y servicios.

La recuperación continuaría en África subsahariana, gracias al avance de los precios de las materias primas. A nivel de la región, el crecimiento se incrementaría de 2,8% en 2017 a 3,4% este año y a 3,8% en 2019 (0,1 puntos porcentuales más para 2019 que en la edición de abril del informe WEO). Este pronóstico más optimista se debe a la mejora de las perspectivas de la economía de Nigeria. Se prevé que su crecimiento aumente de 0,8% en 2017 a 2,1% en 2018 y 2,3% en 2019, gracias a las perspectivas más alentadoras que trazan los precios del petróleo.

A pesar de que en Sudáfrica el desempeño de la economía fue más débil de lo esperado en el primer trimestre (en parte debido a factores pasajeros), se prevé que la economía se recupere ligeramente en lo que resta del año y entrado 2019, a medida que el fortalecimiento de la confianza atribuible a las nuevas autoridades vaya reflejándose poco a poco en un afianzamiento de la inversión privada.

### **3.3 Estrategia Española de Política Económica**

Las reformas emprendidas han permitido que la economía española recupere la confianza de los mercados internacionales y gane en eficiencia, flexibilidad y capacidad de competir. Además, han llevado a España a crecer a tasas que la sitúan a la cabeza de las principales economías de la Unión Económica y Monetaria y siguen siendo el motor transformador de la economía española. Entre los resultados logrados podrían destacarse:





La economía española encadena cuatro años de crecimiento tras aumentar el 0,9% el PIB en el segundo trimestre y el 3,1% en los últimos doce meses, según los datos de la Contabilidad Nacional publicados por el INE. El dato supone una aceleración de una décima tanto en tasa anual como trimestral, lo que mantiene un diferencial de crecimiento favorable a España en relación a la media de la zona euro.

Se trata de un crecimiento equilibrado, con una mejora de la aportación de la demanda nacional, mientras se mantiene por quinto trimestre consecutivo la contribución positiva del sector exterior. El empleo crece a una tasa anual del 2,8%, tres décimas más que en el primer trimestre, lo que supone la creación de 480.000 puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo en el último año.

Con estos resultados, la economía española recupera el nivel de renta previo a la crisis; es decir, desde el máximo alcanzado en el segundo trimestre de 2008. En relación a finales de 2007, el PIB suma un 1%, aunque aún debe recuperar lo que se ha dejado de crecer durante los cinco años de recesión de la economía española, entre un 15% y un 20% más.

El ritmo del 3,1% en el segundo trimestre supone acelerar ese proceso y permite asegurar que se alcanzará con holgura la previsión del 3% como media del ejercicio. Se mantiene además el diferencial positivo de España respecto de la media de la Unión Europea y de la zona euro, que han registrado un crecimiento del 2,3% y el 2,2% en el segundo trimestre, respectivamente.

La evolución favorable de los precios ha permitido que la economía española continúe ganando competitividad: es el quinto año consecutivo con superávit externo y la capacidad de financiación de la economía española superó los 22.700 millones de euros, de acuerdo a los datos de Contabilidad Nacional.

España se consolida como una **economía atractiva para la inversión extranjera**. En 2016 la inversión productiva extranjera en términos brutos en España superó los 23.000 millones (23.476 millones), continuando la tendencia de recuperación iniciada en 2013.



El crédito está mejorando, las empresas tienen acceso a préstamos a mejores tipos, los hogares tienen más financiación y sigue disminuyendo el coste de la financiación de la deuda pública.

### **Desarrollo del Programa Nacional de Reformas.**

El Programa Nacional de Reformas 2017 da cuenta, en primer lugar, de las medidas adoptadas para cumplir los compromisos asumidos por España en el marco del semestre europeo y del avance en los objetivos de la Estrategia Europa 2020.

Dada la situación de interinidad del Gobierno en 2016, estas se han visto necesariamente muy limitadas. En todo caso, en el Programa Nacional de Reformas 2017 se recoge el progreso alcanzado en los diferentes ámbitos, sobre todo en el fiscal.

Respecto a las reformas adicionales, el Programa Nacional de Reformas 2017 las estructura en tres grandes bloques: reformas estructurales a nivel nacional; consolidación fiscal y agenda europea.

### **Reformas a nivel nacional**

Estas reformas están dirigidas a profundizar en lo hecho en los últimos años y también nuevas reformas, de segunda generación, para garantizar que el crecimiento y la creación de empleo lleguen a todos y son sostenibles a medio y largo plazo. Se identifican seis grandes áreas de actuación:

#### ■ **Creación de empleo e inclusión social:**

Uno de los objetivos prioritarios es consolidar la tendencia en **creación de empleo, propiciando que este sea inclusivo y de mayor calidad**. Destacan las medidas dirigidas a lograr una mayor eficiencia en las políticas activas de empleo y en materia de formación, especialmente, respecto a jóvenes y parados de larga duración: renovación de la Estrategia Española de Activación para el Empleo 2017-2020, nueva



Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2017-2020 y mejora del Régimen de Trabajadores Autónomos a partir de una nueva Ley de Reformas Urgentes del Trabajo Autónomo.

Por otro lado, para combatir la pobreza y la exclusión social, las reformas que conducen a la incorporación de individuos al mercado laboral constituyen el instrumento más efectivo. Adicionalmente, se seguirán implementando programas plurianuales específicos de carácter social, como la Estrategia Nacional de Prevención y Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social, y el Plan de Inclusión Social 2016-2020.

■ **Mercados de bienes y servicios:**

En 2017, uno de los ámbitos centrales de actuación, como elemento dinamizador de la actividad económica, es el nuevo impulso a la implementación de la Ley de Garantía de la Unidad de Mercado. Así mismo, se continuará avanzando en el aumento de la competencia y el funcionamiento eficiente de los mercados, en particular en aquellos que suministran inputs y servicios esenciales a nuestras empresas, como la energía, infraestructuras, la agenda digital, turismo o el sector financiero.

■ **Respaldo de la iniciativa emprendedora y del desarrollo empresarial:**

El objetivo es mejorar el entorno en el que se desarrolla la inversión empresarial y proseguir con el apoyo a los emprendedores, potenciando los estímulos al emprendimiento para que cueste menos comenzar una actividad y para que sea más fácil mantenerla y ampliarla. Algunas de las medidas destacadas previstas son la Ley de Reformas Urgentes del Trabajo Autónomo, la Estrategia de Eliminación de Umbrales Empresariales o la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027.

■ **Crecimiento sostenible: I+D+i y Medio Ambiente:**

Se recogen medidas que involucren a todos sus agentes, potencien los retornos sociales y económicos derivados de la inversión en I+D+i y permitan optimizar las fuentes de financiación nacionales y europeas. En



relación con el medio ambiente, el Gobierno tiene como prioridad definir un marco a medio y largo plazo para garantizar una transformación ordenada de nuestra economía hacia una economía baja en carbono. Se seguirá actuando en tres frentes: reducción de emisiones, mejora de la eficiencia energética y participación de las energías renovables. Entre las principales medidas destacan la Ley de Cambio Climático y Transición Energética, el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima y las actuaciones en el marco del Fondo Nacional de Eficiencia Energética.

■ **Eficiencia de la Administración Pública:**

Se adoptarán medidas en tres grandes ámbitos: la reforma y modernización de la Administración pública y su relación con ciudadanos y empresas, la mejora de los procesos de contratación y la mejora de la actividad de producción normativa del Estado.

■ **Reformas a largo plazo:**

Se recogen reformas con efectos económicos a más largo plazo, pero que deben empezar a plantearse hoy. En este sentido, la necesidad de alcanzar acuerdos con otras fuerzas políticas se configura como una oportunidad para lograr consensos en este tipo de políticas que requieren de estabilidad normativa. Se trata, por ejemplo, de un consenso en torno al modelo educativo; de la reforma de los sistemas de financiación autonómica y local o de la reflexión conjunta en torno a la sostenibilidad del sistema público de pensiones, esta dos últimas en el contexto del reto demográfico.

### **Consolidación fiscal**

La estabilidad presupuestaria continuará siendo un compromiso ineludible y este paquete de medidas incluye actuaciones en dos ámbitos:

- (i) Estrategia presupuestaria para 2017 para lograr el objetivo de déficit del 3,1 por 100 del PIB este año y conseguir situarlo por debajo del 3 por 100 (2,2 por 100) en 2018.



- (ii) La lucha contra el fraude fiscal donde se avanzará en dos apartados: intensificar las actuaciones a nivel nacional y continuar desempeñando un papel activo en las distintas iniciativas internacionales (FMI, OCDE, etcétera) dirigidas a combatir el fraude y la evasión fiscal.

### **Agenda Europea**

En el ámbito europeo, se continuará trabajando para la consolidación del proyecto de integración europeo que complementa la agenda de reformas a nivel nacional. Para ello, se apoyarán e impulsarán las prioridades identificadas en Bratislava y que se reiteraron en la Declaración de Roma: (mercado interior; inversión; dimensión social: Estado de Bienestar, crecimiento y empleo; y política comercial abierta y basada en normas).

Igualmente, se perseguirá una mayor y mejor integración a partir de la profundización de la Unión Económica y Monetaria, de manera que se asegure un funcionamiento eficiente del euro y que se asegure que sus beneficios lleguen a todos los ciudadanos.

Estas medidas propuestas ya han empezado a ponerse en marcha, tal y como manifiesta la reciente aprobación del Real Decreto-Ley de Medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo. Este texto ya se hace eco de las directrices marcadas en términos de emprendedores y empleados autónomos, pero también en temas relacionados con la liberalización del sector energético, así como del transporte procurando crear efectivamente un mercado y un sistema administrativo más competitivo y flexible.

### **3.4 Estrategia Territorial de Castilla-La Mancha**

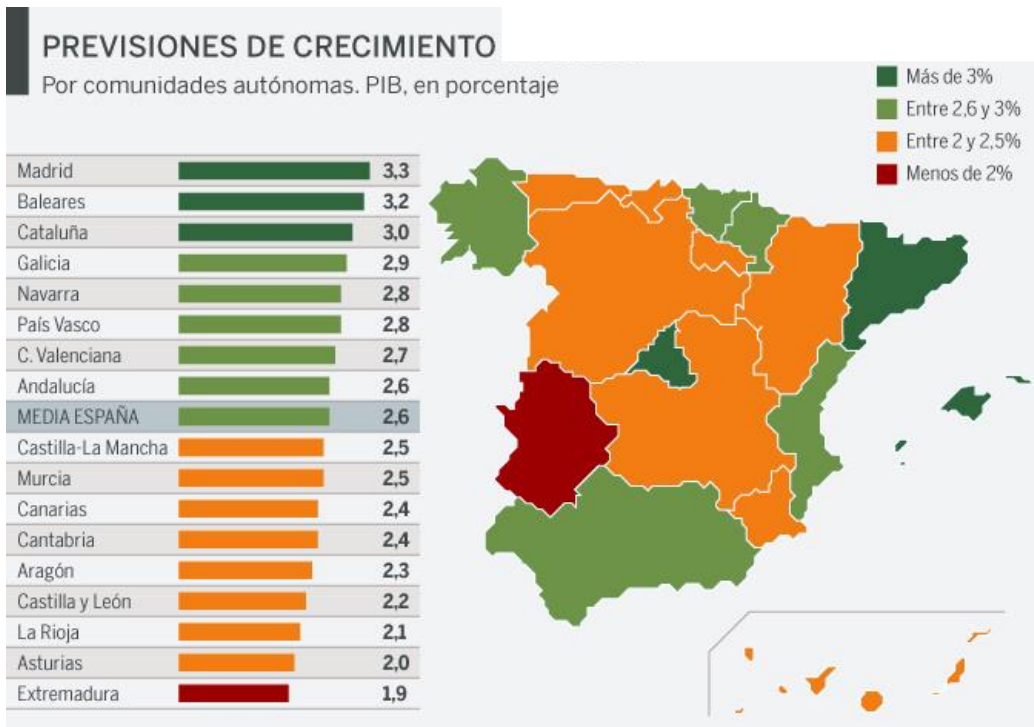
La estrategia territorial de Castilla-La Mancha es consecuencia de la reorganización del Estado hacia el modelo autonómico sobre la definición territorial de la región, que concluyó con la fusión de cuatro de las cinco provincias de la región histórica de Castilla-La Nueva (Ciudad Real, Cuenca,



Guadalajara y Toledo) más la provincia de Albacete, anteriormente unida al Reino de Murcia.

Con estos antecedentes, la Ordenación del Territorio y el Urbanismo ha dependido básicamente de las políticas sectoriales y de Desarrollo Regional hasta el momento actual, que se ha visto subordinada, en todo caso, con carácter reactivo y no proactivo, para resolver la articulación del sistema urbano, facilitar la competitividad territorial y garantizar los valores naturales y patrimoniales, además de corregir los conflictos, tensiones e impactos ambientales surgidos, lógicamente, por la ausencia de un modelo de planificación integrada.

En cuanto a datos, Castilla La Mancha cuenta con una superficie de 79.461 Km<sup>2</sup>, lo que la convierte en la tercera Comunidad Autónoma más grandes de España. Tiene una población de 2.033.169 habitantes, es decir es la 9º Comunidad de España en cuanto a población se refiere. En cuanto a la densidad, con 26 habitantes por Km<sup>2</sup> mantiene una muy baja densidad si la comparamos con la densidad de población de España y la del resto de las Comunidades autónomas.





Si acudimos a la Encuesta de Población Activa [EPA] para comprobar las cifras de desempleo en Castilla La Mancha, vemos que tiene un porcentaje de paro del 19,1% de la población activa, una tasa superior a la nacional, y en la 14ª posición en el ranking, de menor a mayor, de paro de las Comunidades autónomas.

Su PIB es de 40.046M.€ euros, lo que la sitúa como la 9ª economía de España por volumen de PIB. En cuanto al PIB per cápita en 2017, fue de 19.681€ euros, sensiblemente inferior a los 25.100€ euros de PIB per cápita en España.

En 2017 su deuda pública fue de 14.430 millones de euros, un 36% de su PIB y su deuda per cápita de 7.097€ euros por habitante. Si ordenamos las Comunidades Autónomas, de menor a mayor deuda, vemos que Castilla La Mancha se encuentra en la 15ª posición de la tabla de Comunidades Autónomas y en la 14ª posición en cuanto a deuda por habitante se refiere y en la posición 16º en cuanto a la relación del PIB per cápita con respecto a nacional.

### 3.5 Estrategia Territorial de Talavera y La Comarca

El ritmo de crecimiento acelerado al que han estado expuestas las ciudades en los últimos años ha rebasado sus límites naturales, diluyéndose sus fronteras urbanas. Desde mediados del siglo XX, se empieza a hablar de zonas metropolitanas para hacer referencia a una nueva realidad: el radio de influencia de estas ciudades se ha expandido y ha empezado a crearse un mayor número de relaciones de interdependencia entre los pequeños núcleos urbanos de alrededor de estas urbes.

Las metrópolis, o ciudades centrales de la zona metropolitana, presentan una mayor dotación de funciones que predominan sobre las pequeñas ciudades de alrededor, que se caracterizan por presentar un grado de especialidad funcional (industrial, comercial o residencial). De esta forma, con el desarrollo de las ciudades globales comenzaron a surgir las grandes áreas metropolitanas del planeta. Poco a poco, el número de relaciones entre la metrópoli y su área de



influencia (hinterland o corona metropolitana) se intensificó, creándose grandes áreas interdependientes donde la sociedad y la economía se desarrollan.

Esta es la nueva realidad actual en la escena de las ciudades del siglo XXI, el auge de las áreas metropolitanas. Ya no se puede hablar de ciudad de forma aislada, para entender en plenitud la importancia demográfica, económica o estratégica de un núcleo urbano se debe hacer referencia a su área de influencia como un todo.

Más recientemente, las nuevas economías emergentes, expuestas a grandes ritmos de crecimiento demográfico, han dado lugar a las grandes ciudades del planeta y ahora, cuando su economía y sociedad se empiezan a asentar, gracias a la planificación urbana, emergen como áreas metropolitanas.

Efectivamente, el nacimiento de las grandes áreas metropolitanas que se conocen hoy en día, están estrechamente relacionadas con la evolución demográfica y económica. La nueva economía terciarizada basada en los servicios y en el conocimiento, tiene en las ciudades su medio natural de desarrollo. La población atraída por un mayor número de oportunidades y de empleo se desplaza a estas áreas metropolitanas.

Son varios los ejemplos que se pueden encontrar de esta realidad descrita. Los Ángeles, Chicago o Nueva York tienen uno de los mayores radios de influencia del mundo. Pero también se encuentran ejemplos en Europa:

Londres, es una gran conurbación (The Greater London) formada por la unión de lo que fueron antiguas ciudades, y actualmente es una de las áreas metropolitanas de referencia. Además, París, Berlín, Madrid o Frankfurt también extienden su influencia y capacidad de acción más allá de sus límites urbanos. Por último, Tokio, Shanghái o Sao Paulo, son unas de las ciudades más densamente pobladas del planeta, y están comenzando a cambiar sus estructuras tendiendo a ser zonas metropolitanas para aumentar la calidad de vida de sus ciudadanos.





Además, se puede considerar como características esenciales de un área metropolitana:

- La citada existencia de una ciudad central con mayor población y su área de influencia formada por municipios más pequeños.
- El carácter metropolitano, es decir, fuertes relaciones entre empleo y hogar junto con la concentración de trabajo en el sector servicios.
- Lazos de interdependencia económicos y sociales entre el núcleo y su zona de influencia.
- Una proximidad urbana.
- La presencia de un sistema de transportes y de comunicación lo suficientemente desarrollado para garantizar dichas relaciones.

Las áreas metropolitanas tienen que hacer frente a problemas comunes, así como adaptarse adecuadamente a los nuevos retos que se plantean,

promovidos por el auge de las ciudades y las actuales circunstancias del contexto económico, demográfico y social.

Las dificultades más características vienen ocasionadas por la movilidad y el transporte, el crecimiento urbanístico y, en general, todos aquellos factores y elementos que incidan directamente sobre la calidad de vida de sus ciudadanos, ya que es ésta su principal ventaja competitiva o valor diferencial.

Por otro lado, la acelerada expansión de las áreas metropolitanas, la actual coyuntura económica, los efectos de la inmigración o los acelerados cambios del entorno hacen que las ciudades residenciales del futuro tengan que hacer frente a continuos y nuevos retos, tales como: crecimiento demográfico estable, desarrollo urbano sostenible y respetuoso con el medio ambiente, la búsqueda del equilibrio entre expansión económica y calidad de vida, satisfacer las nuevas necesidades y demandas cada vez más exigentes de los ciudadanos o la búsqueda de alternativas a la financiación local junto con el equilibrio presupuestario y de las cuentas públicas.



Los retos de futuro se deben abordar con decisión, conociendo las fortalezas y debilidades internas para sacar el mayor rendimiento posible a la hora de plantear alternativas y acometer acciones que encaucen el futuro de estas ciudades.

En España, el ejemplo más claro es la villa de Madrid, que no ha sido una realidad ajena a todos estos acontecimientos acaecidos en los últimos años. Actualmente, Madrid puede ser considerada como una ciudad global, su condición de centro económico y sede empresarial, de plaza financiera, puente entre América Latina y Europa, centro de conectividad global e importante centro cultural y de ocio, no puede ser entendida sin hacer referencia a su área metropolitana como una única entidad.

El área metropolitana de Madrid es la más poblada e importante de España y la tercera de la Unión Europea por detrás de Londres y París. Su desarrollo ha estado marcado tanto por las condiciones geográficas, como por las características económicas, sociales y políticas de determinados municipios con especial influencia de la capital.

De forma análoga, Las Tierras de Talavera -La Comarca- comprende esa zona geográfica con dependencia económica, laboral, social o cultural con la ciudad de Talavera de la Reina, cuyo objetivo debe ser el convertirse en la primera gran urbe tanto de la provincia de Toledo como de toda la comunidad autónoma de Castilla La Mancha.

Geográficamente está delimitada por el río Ibor al oeste y las localidades de Almaraz, Guadalupe, Alía y Castilblanco, la Sierra de Gredos al norte y los Montes de Toledo y el río Guadiana al sur, al este limita con la comarca de Torrijos, siendo el río Tajo el gran vertebrador atravesando toda la comarca de este a oeste.

Históricamente forman parte de Las Tierras de Talavera las subcomarcas de La Jara, el Rincón de Anchuras y partes de las comarcas extremeñas del Valle del Ibor y el Campo Arañuelo, la Sierra de San Vicente y La Campana de Oropesa.



De esta manera, el radio de acción y la capacidad tractora de Talavera de la Reina debe ir creciendo con los años hasta extenderse a los municipios limítrofes que, desde hace años, presentan fuertes lazos de dependencia con la ciudad.

Talavera de la Reina y La Comarca deben erigirse como una única zona, una entidad superior que haga referencia a un sistema urbano con capacidad real de transformación y evolución, que lucha por mejorar su posicionamiento provincial y autonómico y, que utiliza sus mejores activos y recursos para aprovechar las oportunidades que se le presentan y enfrentarse adecuadamente a los retos y amenazas del futuro.

En este escenario, Talavera de la Reina está obligada a adquirir un papel relevante en el presente y el futuro de la de la provincia de Toledo y de la comunidad autónoma de Castilla La Mancha, núcleo de la actividad política, social y económica, como ya tuvo en el pasado reciente.

Este marco es el que hace que el objetivo de la estrategia territorial sea el de transformar el área territorial de Talavera de la Reina y La Comarca, en un nodo de referencia no sólo de ámbito provincial sino también del centro peninsular.

A partir del análisis previo y de los objetivos estratégicos definidos, la unión de los territorios de la ciudad de Talavera de la Reina y La Comarca, lo que históricamente se ha conocido como “Tierras de Talavera”, se enfrenta a una serie de retos que serán los que los que afecten y definan el marco en el cual deberá operar el nuevo modelo de ciudad Talavera 2025.

### **Vertebración real con La Comarca**

No existe una suficiente vertebración entre Talavera de la Reina con las poblaciones que conforman La Comarca, siendo este, uno de los grandes problemas territoriales. Se debe conseguir un **sistema de transporte interurbano** que facilite de manera eficaz y eficiente, la interacción de los ciudadanos de esta área metropolitana con la ciudad de Talavera de la Reina,



mediante la prestación de un servicio de autobuses interurbanos, dando cobertura de servicio a más de 20 localidades.

El hecho de que Talavera y La Comarca durante años, han sido un epicentro económico-financiero y de servicios, supone una gran oportunidad que no debemos desaprovechar.

### **Aumento de la cooperación provincias limítrofes de Cáceres-Ávila**

Se deben definir la posición y relaciones funcionales de Talavera de la Reina- La Comarca con el eje Ávila-Cáceres; este espacio ha crecido considerablemente y presenta un gran dinamismo y una fuente potencial de consumidores para Talavera de la Reina.

Con estos antecedentes, nos encontramos antes la configuración de una gran región urbana con más de 160.000 habitantes con vértices en las provincias de Ávila, Cáceres y sur de la Comunidad de Madrid. No obstante, se deben reforzar las relaciones con la Comunidad de Madrid y no dejar de lado las ventajas de esta proximidad territorial con la capital de España.

### **Importancia de la conexión ferrocarril-nodo logístico**

La conexión ferroviaria de alta velocidad con la capital de España redundará en la creación de servicios de alto valor añadido, así como en el turismo urbano y cultural, además de la conexión de Madrid, la importancia de la conexión con Extremadura, así como con Lisboa.

Así mismo, el impulso de las conexiones ferroviarias con Extremadura, permitirán superar la fractura ferroviaria actual. Es prioritaria la consolidación de la línea de tren para para **reforzar la posición** de Talavera de la Reina para la creación de un gran **nodo logístico intermodal**, ya que cuenta con una excelente localización.

### **Aplicar I+D+i a los sectores económicos tradicionales**



Se pretenden potenciar las actividades logísticas debido a la privilegiada posición de Talavera de la Reina y desarrollar clústeres industriales y terciarios en torno a actividades como la biotecnología, el agua, el comercio, el deporte, la cerámica y los nuevos materiales aplicados a la industria tradicional.

### **Mejorar la calidad de productos y procesos**

Es necesario mejorar los productos y procesos y crear una cultura de calidad que permita generar mayor confianza en el tejido social, además de mejorar las posiciones de Talavera de la Reina y La Comarca en los mercados nacionales y exteriores. Es importante favorecer la dinámica y la localización de actividades que coadyuven a la integración funcional de La Comarca.

### **Conexión entre los espacios naturales de interés**

El gran reto futuro es conectar los ecosistemas húmedos, mejorar su calidad y desarrollar una **conexión verde** desde Talavera de la Reina hasta el resto de zonas que conforman las Tierras de Talavera, de tal forma que no sólo vertebré los espacios naturales y culturales de valor singular, sino que además los ponga oportunamente en valor.



### 3.6 Marco estratégico de desarrollo de Talavera de la Reina

Partimos de la premisa que la supervivencia y el progreso de las ciudades se debe a su capacidad de transformación innovadora y constante, entendiendo la innovación como la aptitud de una ciudad para reformarse y renovarse a sí misma.

Para que una ciudad pueda ser innovadora, se requiere un apoyo de capital humano, una fuerza con preparación excelente que permita la generación de oportunidades. Es decir, que sean los propios ciudadanos los que colaboren de manera activa en la transformación innovadora de la ciudad y su apertura al exterior.

Un segundo factor es el puramente físico, que debe aparecer como un diseño urbano ecológico y sostenible, que permita la creación de un lugar con identidad propia en el que sean compatibles los espacios públicos y privados manteniendo, en todo momento, la calidad de vida.

En el contexto actual, en el que aumenta el flujo de información y por tanto la competencia, pero también la posibilidad de cooperación, es esencial disponer de un “proyecto de ciudad” que permita expandir con coherencia el desarrollo del Ecosistema de Innovación de la ciudad.

A partir de aquí, será necesario aplicar un proceso de cambio sobre la realidad de la ciudad que permita alcanzar los objetivos estratégicos que se plantean en el nuevo modelo urbano.

Para la consecución de estos objetivos se definen unos **Ejes de Transformación**, los cuales pretenden poner en valor el territorio, generar nuevas oportunidades, mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y el equilibrio del territorio.

- Eje 1: Ciudad.
- Eje 2: Sectores económicos.
- Eje 3: Institucional.



- Eje 4: Capital Humano.
- Eje 5: Acción Exterior.
- Eje 6: Conectividad.

Se entienden a su vez los objetivos o iniciativas estratégicas, como **iniciativas integrales y multisectoriales**, con sólida interconexión sobre el conjunto del territorio. Entre otras que describiremos posteriormente, las **prioridades propuestas** por el programa para la transformación de la ciudad de Talavera de la Reina son:

- Modificación integral del actual Plan de Ordenación Municipal POM a las actuales condiciones, desarrollos y necesidades de la ciudad.
- Incentivación y revitalización del tejido económico:
  - Sector Primario.
  - Industria Agropecuaria.
  - Turismo.
  - Comercio.
  - Sector servicios.
  - Cerámica.
- Fortalecimiento de los aspectos formativos y la cualificación del capital humano.
- Mejora de la calidad de vida de la ciudad, de la movilidad, de su imagen exterior y de su conectividad, especialmente con los centros productivos e industriales, así como con la cerámica.
- Internacionalización.
- Demografía e Inmigración.
- Mejora de los servicios de transporte y conexión de la ciudad (aeropuerto, tranvía y transporte público).
- Mejora y adaptación del comercio tradicional a las nuevas necesidades de los usuarios.
- Creación de un sistema de salud y calidad ambiental.



### 3.7 Ordenación Urbana de Talavera de la Reina: POM

Unos de los **mayores retos al que nos hemos enfrentado** en la realización y desarrollo del Plan Estratégico de Competitividad Urbana Talavera 2025, ha sido el actual **Plan de Ordenación Municipal** de Talavera de la Reina, más conocido como POM, al cual se ha hecho referencia en reiteradas ocasiones, por los participantes de las distintas Mesas Sectoriales de Trabajo.

Dicho plan fue aprobado con fecha 29 de junio de 2010, mediante Orden de la Consejería de Ordenación del Territorio y Vivienda, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 37º del Texto Refundido de la Ley de Ordenación del Territorio y la Actividad Urbanística, TRLOTAU, aprobado por Decreto Legislativo 1/2010, de 18 de mayo, y 136º del Reglamento de Planeamiento, aprobado por Decreto 248/2004, de 14 de septiembre y, conforme al informe de fecha 28 de junio de 2010 del Servicio de Planeamiento Municipal, bajo la dirección técnica de D. José Mª Ezquiaga.

**No es objeto de este trabajo entrar en apreciaciones** técnicas sobre valoraciones a nivel dotacional, nivel industrial, el espacio residencial o sobre la ordenación del suelo no urbanizable, ni tampoco con respecto a la idoneidad del momento socio-económico -inmersos ya en la mayor crisis de la historia reciente española- en el que se llevó a cabo la aprobación del POM, ni si los criterios y variables utilizados para valorar los bienes urbanos para la Ponencia de Valores eran más o menos acertados, si su aprobación se lleva a cabo cuando aún no ha sido posible desarrollar más que el 34% del Plan General de Ordenación Urbana del año 1.997 o, si el POM se aprueba partiendo de un desfase aproximado de 12.000 viviendas pendientes de construcción.

Lo que ha quedado evidenciado en las fases previas de análisis y diagnóstico es que el modelo de desarrollo urbano sobre el que se fundamentó **el POM, hoy no es válido** y, por lo tanto, es requisito imprescindible **acometer una profunda modificación** del mismo que permita el desarrollo de la ciudad de Talavera de la Reina.





Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina



# 4. DESARROLLO DE LA CIUDAD POR ÁMBITOS

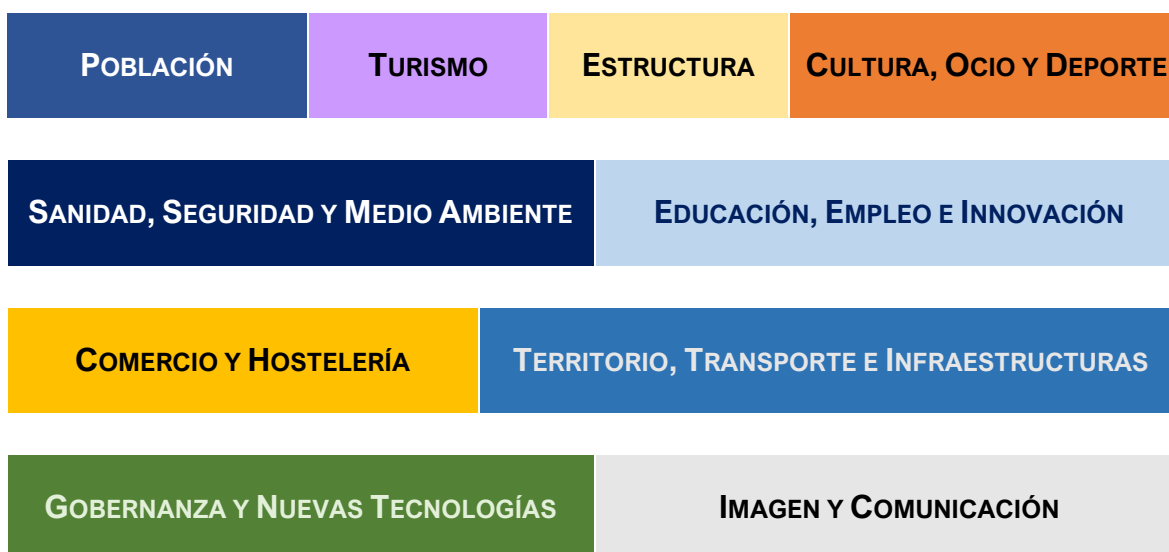
TALAVERA 2025



#### 4. Diagnóstico socioeconómico de la ciudad por ámbitos

En el presente epígrafe se presentan las principales **conclusiones obtenidas en el diagnóstico de situación de la ciudad de Talavera de la Reina** realizado en la primera fase de este proyecto y en el que participó de manera directa gran parte de la sociedad civil talaverana, a través de cuestionarios, entrevistas personales y mesas de trabajo. La información se estructura en base a un **análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)** y tiene por objetivo definir la situación real de la ciudad y sobre la que se apoyará el modelo definido.

La información se ha dividido en función de los **diez ámbitos de competitividad definidos inicialmente:**





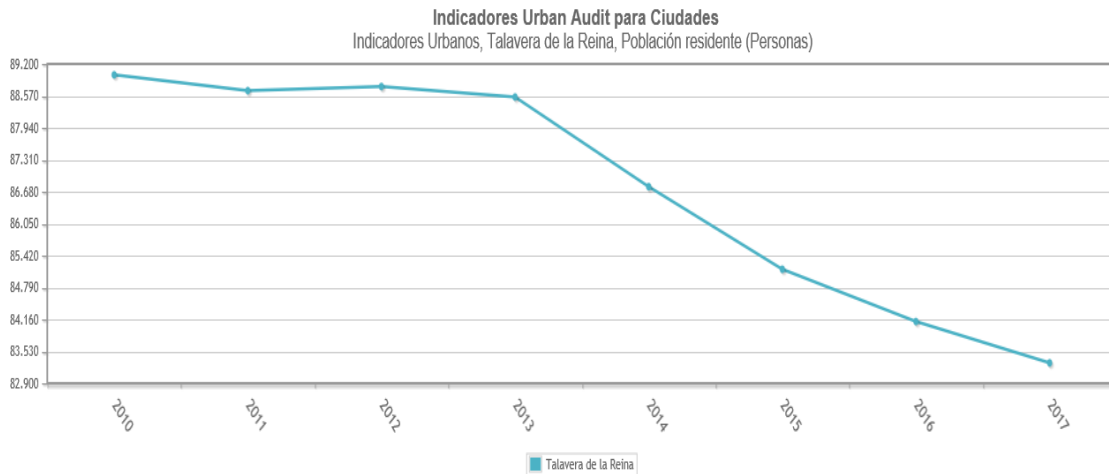
## 4.1 Análisis por factores de competitividad

### Población

Desde finales de los años setenta hasta finales de los años noventa, el auge económico-financiero experimentado en la ciudad de Talavera de la Reina, la hizo posicionarse como un núcleo poblacional de referencia no sólo de la provincia de Toledo sino también a nivel regional.

Debemos señalar el elevado crecimiento demográfico en la primera década de este siglo puesto que supuso un incremento de más de 10.000 residentes, pasando de los 74.241 censados en el año 2000 a los 88.986 en el año 2010 convirtiéndose en la segunda población de Castilla La Mancha, sólo por detrás de Albacete.

Pero, es precisamente desde ese año, cuando los efectos de la crisis empiezan a pasar una notable factura a la ciudad, haciendo que el dato con respecto al número de residentes retroceda hasta niveles de 2007.



Del mismo modo debemos señalar que pesar de la complejidad de la situación y de las dificultades y coyunturas derivadas de la situación económica y del



desempleo, desde el pasado año 2017, la ciudad de Talavera de la Reina ha logrado mantener su población real.

En cuanto a sus debilidades, existe una falta de dinamismo poblacional en detrimento de otros municipios ya que presenta unos **niveles de riqueza en los hogares** por debajo de la media (provincial y regional), lo que condiciona fuertemente la capacidad económica de las familias y, en su conjunto, a la propia ciudad.

Como oportunidades, debemos poner en valor la conexión entre municipios, sobretodo en el “**La Comarca**”, permitiendo que existan importantes flujos de población entre las diferentes poblaciones y la propia ciudad de Talavera de la Reina.

Por último, se hace necesario atender a una de las amenazas a las que se enfrenta Talavera de la Reina en el factor poblacional como es la **fuga de las generaciones más jóvenes** formadas en el municipio, debido a la falta de un modelo de ciudad que ofrezca suficientes oportunidades a este sector de la población. Este factor determina a su vez el envejecimiento de la propia población talaverana y un decremento de ésta.





Una de las **mayores fortalezas** de Talavera de la Reina radica en la posición como centro poblacional de referencia para La Comarca de Talavera. La ciudad posee una consolidada posición en sectores económicos como son el comercio, el turismo, la salud y la tecnología, sobre una base empresarial constituida principalmente por **trabajadores autónomos y micropymes**.

Atendiendo a los puntos débiles del municipio, destaca la **alta dependencia de la economía talaverana con respecto al sector servicios**. La industria, y en especial el sector agropecuario, no posee el peso específico en la economía talavera que tuvieron anteriormente, aún se está restableciendo el tan abatido sector de la construcción que sí suponía un importante generador de riqueza para la ciudad y el turismo aún está en sus primeras fases de desarrollo.

Se ha detectado también un **bajo nivel en la formación y profesionalización** de la población talaverana, lo que limita la oferta de capital humano que desde la ciudad se puede realizar a las empresas de la provincia. Existe además una demanda de actividades de formación para la recualificación profesional demandada por las empresas de la ciudad.

Una de las mayores amenazas detectadas gira en torno a la **alarmante tasa de desempleo en la ciudad**, así como a la situación que indica la lenta salida de la **crisis** y la reducción del gasto e inversión pública de las administraciones supra-municipales; estos factores provocan un ahogo de posibles iniciativas empresariales al recibirse un menor apoyo por parte de las administraciones públicas.

De entre las oportunidades que se presentan en Talavera de la Reina para impulsar el desarrollo económico, figura la generación de un **modelo económico** basado en la colaboración con los centros de **conocimiento**, de carácter transversal y focalizado en la promoción de sectores emergentes.



### Educación, Empleo e Innovación

La ciudad ejerce la **capitalidad de La Comarca de Talavera en términos de educación**, atrayendo alumnado procedente de otros municipios de la zona, a pesar de la escasa oferta formativa y educacional es bastante limitada. Así mismo, debemos resaltar como una **evidente debilidad, la mínima inversión** por parte de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha, en cuanto a la dotación que la universidad tiene en la ciudad de Talavera de la Reina.

Basta hacer un simple cuadro comparativo de la implantación de grados universitarios en la comunidad, para darnos cuenta de que, dentro de nuestro territorio, existen **grandes desigualdades de muy difícil justificación** y que deben ser **reclamadas por toda** la ciudadanía, entidades y organizaciones de Talavera de la Reina:

CIUDAD	Nº HABITANTES	Nº GRADOS UNIVERSITARIOS	REPERCUSIÓN POR HABITANTE
ALMADÉN	6.000 HAB.	3 GRADOS.	1 GRADO X CADA 2000 HABITANTES
CIUDAD REAL	74.000 HAB.	25 GRADOS	1 GRADO X CADA 3.000 HABITANTES
CUENCA	55.000 HAB.	14 GRADOS	1 GRADO X CADA 4.000 HABITANTES
TOLEDO	84.000 HAB.	14 GRADOS	1 GRADO X CADA 6.000 HABITANTES
ALBACETE	172.000 HAB.	18 GRADOS	1 GRADO X CADA 9.500 HABITANTES
<b>TALAVERA</b>	<b>84.000 HAB.</b>	<b>6 GRADOS</b>	<b>1 GRADO X CADA 14.000 HABABITANTES</b>

*Fuente: J. Antona del Val*



Esto, sin querer entrar en que no es lo mismo implantar en una ciudad un Grado en Medicina, ampliamente demandado por gran número de estudiantes que aportarían riqueza y recursos a la ciudad, que otros grados universitarios con mucha menor demanda entre los estudiantes

Así mismo, se registran **altos índices de fracaso escolar** en la ciudad, siendo la calidad de la enseñanza y el absentismo escolar algunas de las causas de este problema. Este aspecto reduce sustancialmente la capacidad competitiva de Talavera de la Reina, ya que el perfil medio de cualificación de la población es medio-bajo.



Por otro lado, si se analizan los principales **indicadores de innovación**, pueden apreciarse déficits muy significativos especialmente dentro de la estructura productiva de la ciudad, como es la **tasa de desempleo** de la ciudad de Talavera de la Reina es mayor que la media nacional y uno de los grandes problemas que sufren los ciudadanos; además, la mayoría de los contratos celebrados son temporales y estacionales, debido al fuerte peso del sector servicios.

No obstante, Talavera de la Reina tiene la **oportunidad y la capacidad de congregarse capital humano de alto valor**, debido a la capacidad emprendedora del colectivo empresarial, poniendo en valor en términos de productividad y empleo, los activos de que dispone.



Como **amenazas**, debemos mencionar el freno de los procesos de innovación, principalmente por la falta de una base poblacional formada que no sólo los apoye y acrecenté, sino que **los considere esenciales** para su desarrollo. Como oportunidad deberíamos valorar la aplicación de nuevos criterios empleados como los conocidos como “**innovaciones disruptivas**”.

El ejemplo más claro de **innovación disruptiva** de las últimas décadas ha sido el desarrollo de **internet** que todavía seguimos viviendo a día de hoy. Este hecho ha revolucionado, entre muchos otros, sectores tan diferentes como:

- Las telecomunicaciones.
- La venta de algunas mercancías y servicios.
- Los medios de comunicación.
- La educación.
- La fotografía.
- Los videojuegos.

De hecho, muchas empresas que no han conseguido adaptar sus productos o servicios tras la irrupción de internet en la sociedad han acabado desapareciendo o afrontando una grave crisis empresarial. Aunque pueden suponer una **amenaza** para las empresas asentadas en un determinado sector y que no sean capaces de adaptarse a la nueva situación es una oportunidad. (por ejemplo, caso British Airways, caso Kinder o caso Alíbab).







### Sanidad, Seguridad y Medio ambiente

La ciudad de Talavera de la Reina dispone de una amplia dotación sanitaria, si lo comparamos con el resto de municipios de La Comarca, pero no ocurre lo mismo si se contrasta la ciudad con otras de la provincia, puesto que se sitúa en una posición más baja. Aparece en este ámbito como una amenaza la progresiva **reducción de la inversión en sanidad** que está produciéndose desde hace varios años.

En cuanto al medio ambiente, supone una de las **mayores fortalezas** y, que también es una de sus principales debilidades, estriba en la preservación y explotación de sus recursos naturales y, especialmente, el río Tajo.

Se debe entender como una gran oportunidad **poner en valor la recuperación del río Tajo a su paso por la ciudad**, como fuente de riqueza y calidad de vida, con la reordenación de la vegetación de ribera o la a rehabilitación de elementos patrimoniales del río, la creación de un Centro de Interpretación del Tajo o un Aula de la Naturaleza que ponga en valor la riqueza del río, así como su obligatoria preservación.

### Cultura, Ocio y Deporte

En este apartado encontramos como se han conjugado al mismo tiempo como **debilidad y amenaza**, algo que debe convertirse en una de las grandes **fortalezas** de la ciudad, como es su notable **dotación cultural**.

Históricamente, la ciudad de Talavera de la Reina siempre se ha visto relegada a un segundo plano en cuanto a la dotación cultural por su proximidad con Toledo. Si bien, este trabajo no entra a valorar la extraordinaria dotación cultural de Toledo, si entra en profundidad a valorar como **oportunidad y una de sus mayores fortalezas** la excelente dotación cultural de la ciudad de Talavera de la Reina, así como su gran desconocimiento empezando por los propios talaveranos.



Es obligatorio señalar que, aunque el patrimonio cultural de la ciudad especialmente el Primer Recinto Amurallado, donde se ubica el Casco Antiguo de Talavera, empieza a ser mucho más conocido por la ciudadanía, debemos afrontar como una **oportunidad** todas las posibilidades que ofrece disponer de tal potencial cultural.



En la provincia de Toledo, así como en toda la región castellano-manchega, Talavera de la Reina es una de las ciudades peor posicionadas y **no consigue transmitir una imagen de ciudad cultural**, a pesar de ofrecer una amplia oferta de alto valor histórico y religioso, como la Basílica de Nuestra Señora del Prado, La Colegiata de Santa María La Mayor (La Colegial) o la Iglesia de Santiago en Nuevo.

En cuanto al ocio, la ciudad de Talavera de la Reina cuenta con una buena dotación de **restauración** como principal alternativa al ocio. Aun así, la oferta de la ciudad es escasa en comparación a otras ciudades con clara orientación a los servicios.



### Talavera: Ciudad de los Deportistas

Otra de las fortalezas de la ciudad reside en su **ámbito deportivo**, siendo ésta una actividad de gran volumen, por lo que aparece como una oportunidad real la posibilidad de crear una **industria del deporte**, atraer competiciones de carácter nacional e internacional de muy diversas modalidades, en las que los deportistas de la ciudad son claros referentes.

En el aspecto deportivo hay que tener en cuenta la **relevancia que tiene la celebración** de la prueba puntuable del **mundial de motocross en el circuito del "Cerro Negro"**, términos de prestigio, promoción, posicionamiento, imagen marca y rentabilidad económica para la ciudad.



Se trata de un **evento de repercusión internacional, un icono de la ciudad** en el ámbito deportivo que le garantiza la promoción a lo largo de todo el año. Además, atrae a multitud de deportistas, asistentes, medios de comunicación y diversas autoridades que, durante unos días, tienen la posibilidad de conocer y **disfrutar de la oferta de servicios** que posee la ciudad.



Es por esto que la actuación de la ciudad ante este evento, debe ser global, ya que la imagen no la ofrecen sólo las infraestructuras de la prueba, si no el municipio en su conjunto.

Como contrapartida, se encuentra la amenaza de la captación por parte de otros municipios de la provincia del turismo de carácter cultural, o incluso gastronómico, debido a la **falta de especialización** que presenta la ciudad de Talavera de la Reina y una relativa baja calidad de los servicios auxiliares asociados como es, principalmente, la capacidad hotelera de la ciudad.

### **Territorio, Transporte e Infraestructuras**

Es en este punto en el que encontramos una de las **mayores debilidades** de la ciudad de Talavera de la Reina, ya que las vías de acceso por carretera desde la autovía del Suroeste o A-5 a la ciudad, son realmente insuficientes para una población de estas características dado el flujo de tráfico que soportan.

La principal vía de acceso a la ciudad por la salida del punto kilométrico 106-107 (Cazalegas) de la A-5, obliga a acceder a la ciudad por una vía interurbana de doble sentido, con un único carril, durante más de 11 km, atravesando el polígono industrial de Cazalegas y el puente sobre el Río Alberche, también de un solo carril.

Igualmente ocurre con los accesos a la ciudad en sentido Madrid desde Extremadura con los polígonos industriales ubicados en esa zona, que requieren el desdoblamiento de la calzada.

Del mismo modo, se debe fomentar el uso del transporte público, así como la creación de nuevos ramales que comuniquen con el carril bici actual, aprovechando la calzada donde sea posible, para que la ciudad esté comunicada para fomentar el uso de la bicicleta.



Del Programa de Ayudas a la Implantación de Infraestructuras de Recarga de Vehículos Eléctricos (Plan MOVALT Infraestructuras Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital)

Del mismo modo, uno de los puntos débiles en cuanto a la conectividad de la ciudad es la ausencia de la Línea de Alta Velocidad, de la cual, aún no se tiene fecha de ejecución. Como aspectos negativos destacados por la ciudadanía, aparecen la poca regularidad del transporte por autobús con La Comarca y la baja calidad del servicio de tren, así como del resto de infraestructuras correspondientes, con un servicio de ferrocarril acorde una ciudad de la magnitud de Talavera de la Reina.



Una de las amenazas más importantes para el municipio es la posible **migración de empresas** hacia otras ciudades con mayor accesibilidad y facilidades. Es más, la falta de un modelo de ciudad multipolar y conectada hace que se pierda ventaja frente a otras ciudades o regiones competidoras.

### **Comercio y Hostelería**

Uno de los **principales ejes económicos** tractores de la ciudad de Talavera de la Reina son el **comercio y la restauración**, puesto que gran parte de su base empresarial se sustenta en este tipo de establecimientos. Pese a la presencia



de grandes superficies en la ciudad, el tamaño medio de las empresas es reducido por lo que se limita su poder de atracción.

**La calidad en el servicio de la hostelería y la restauración** debe ser una marca una de las **fortalezas** de Talavera de la Reina, ya que, en los últimos tiempos, ofrece una amplia oferta en este tipo de servicios, aunque no deben descuidarse en ningún momento estos estándares de calidad para no perder ese factor competitivo diferencial de vanguardia para La Comarca y el turismo; por ello, **las escuelas de hostelería son un factor determinante.**



Por otro lado, el **comercio** (principalmente el considerado como tradicional) **si se posiciona como una debilidad** ya que debería disponer de una **oferta más diversificada y adaptada a las nuevas demandas** de los usuarios, para alcanzar un mayor grado de diferenciación y menos estacionalizado.

La ciudad de Talavera de la Reina debe volver a posicionarse como **centro urbano proveedor de servicios** al resto de municipios de La Comarca, pero para ello debe mejorar la calidad y atención al cliente, adaptarse a las nuevas necesidades y hábitos de consumo -como puede ser el horario de atención al



público o los canales de venta on-line- así como incrementar más la tipología de la oferta.

Si no se enfoca de manera correcta, Talavera de la Reina puede verse amenazada por la desviación del turismo hacia otras ciudades con una mayor dotación y en términos de mejor calidad, tanto en comercio como en hostelería. En este sentido, **el exceso de oferta no es señal de calidad**, es más, produce una pérdida de la rentabilidad del sector.



### Gobernanza y Nuevas Tecnologías

El gasto público por habitante se ha reducido en los últimos años y, de media, es menor que **el resto de los ayuntamientos comparados. Se debe señalar que tanto el gasto, la recaudación y la inversión por habitante son de media menores que el resto de provincias castellano-manchegas.** Todo ello ha permitido que se disminuya la deuda pública del Ayuntamiento en los últimos años, pero también a que se reduzca la inversión y por tanto el apoyo en la generación de conocimiento o de servicios avanzados.



Si se mide el grado de **transparencia** del Ayuntamiento de Talavera de la Reina resulta elevado en comparación con otras ciudades, siendo necesario seguir en la misma senda, aplicando la filosofía del gobierno abierto para una mayor satisfacción de la población.

El sector de **nuevas tecnologías** no está suficientemente desarrollado, lo que se manifiesta en parte a partir de las bajas tasas de penetración de fibra y teléfono móvil, menores que la media nacional.

Sin embargo, el Ayuntamiento está bien posicionado en cuanto a **tramitación telemática**, ya que posee sede electrónica y la mayoría de servicios son ofertados con una tramitación completa del procedimiento.

Aparece la ciudad de Toledo como el principal competidor de la ciudad debido a su red de I+D+i más desarrollada, con convenios entre la Universidad y las empresas, por lo que los potenciales emprendedores vinculados con la tecnología talaveranos, pueden migrar hacia ella en busca de oportunidades.

Por ello, de bene apostar por la creación y consolidación de una **Red Universidad-Empresa** podría atraer negocios de base tecnológica, con la posibilidad de originar un nicho de mercado en la ciudad que consolide el potencial ya existente además de atraer nuevo talento, y más aun siendo la ciudad de Talavera de la Reina, una de las dos ciudades de España, elegida para el desarrollo de la tecnología 5G.







## Turismo

La ciudad de Talavera de la Reina, por su excelente ubicación como puerta de Extremadura, centro de La Comarca y la proximidad con Madrid, y su oferta turística en claro desarrollo, debe posicionarse como uno de los **destinos prioritarios de turistas nacionales e internacionales**.

La principal **oportunidad** de la ciudad es su capacidad para ofrecer al turista un turismo de calidad durante todo el año, consiguiendo así **desestacionalizar la oferta** y hacer que los meses de verano sean óptimos.

La ciudad puede y debe desarrollarse en torno al **turismo cultural, gastronómico y deportivo**, así como al turismo ligado a **eventos multitudinarios (ferias o conciertos)** puesto que tiene los activos potenciales para la consolidación de este tipo de ofertas.

La oferta de **establecimientos hoteleros es una de las debilidades** de la ciudad puesto que se ha ido reduciendo paulatinamente a lo largo de los últimos años, siendo una de las ciudades donde más se ha contraído la oferta, en búsqueda de un **equilibrio del mercado**.

También se ha registrado una importante reducción en el número de pernoctaciones de los visitantes nacionales a Talavera de la Reina. Unido a esto, el bajo precio de los establecimientos hoteleros está ocasionando **una pérdida importante de rentabilidad**.

Actualmente se está llevando a cabo **un proceso paulatino de aumento de plazas hoteleras y establecimientos** en la ciudad, lo que repercute en la capacidad competidora de Talavera de la Reina con respecto a otros municipios de su entorno, capacitados para absorber el desequilibrio generado en la demanda turística, todavía muy lejos de las necesidades acorde a una ciudad del tamaño de Talavera de la Reina.



### Imagen y Comunicación

Talavera de la Reina es una ciudad conocida a nivel internacional por su cerámica y, sin embargo, **no tiene un suficiente reconocimiento exterior**, siendo más popular en la provincia, la ciudad de Toledo.

Ello se debe a que, durante años, Talavera de la Reina no ha tenido una **marca de ciudad que estuviera respaldada por todos los talaveranos, por lo que se ha trasladado una imagen de marca muy débil y, sobre todo, muy mal percibida** tanto interna como externamente, ya que ni siquiera los propios ciudadanos son capaces de identificar la ciudad de manera correcta con una marca.

Es decir, existe una diferencia de percepción entre los criterios objetivos y los activos de ciudad y lo que se encuentra en la mente de ciudadanos y visitantes. Talavera de la Reina **tiene que ser percibida como una ciudad para visitar**, pero también una ciudad para **vivir y para trabajar**, una ciudad para invertir, **conceptos clave como indicadores** de la competitividad de una ciudad.

Se presenta por tanto el reto de conseguir definir el modelo de ciudad para Talavera de la Reina, así como su **marca distintiva**, que permita que todos los ciudadanos se identifiquen con ella y puedan promocionarla correctamente, un paraguas donde se puedan recoger todas las **iniciativas y proyectos de mejora de la ciudad, bajo un mismo lema**.





## 4.2 Conclusiones del análisis y diagnóstico competitivo.

En términos demográficos, Talavera de la Reina es el segundo municipio con más población de la provincia de Toledo y el cuarto de Castilla La Mancha, según las cifras oficiales del Instituto Nacional de Estadística (INE) publicadas a fecha 1 de enero de 2017.

En el año 2017, habían registrados 83.303 habitantes, de los cuales, el 10,80% unos 9.000 aproximadamente, son de procedencia extranjera, siendo desde el inicio de la crisis, el año de menor pérdida poblacional relativa, con un total acumulado de más de 6.000 residentes desde el año 2009.

Así mismo, y como hemos detallado anteriormente, referirse a la ciudad de Talavera es hacerlo también a los más de 70 municipios de la zona que constituyen su área metropolitana, **sumando en total 159.053 habitantes**, según las cifras oficiales del publicadas por el Instituto Nacional de Estadística (INE) de enero de 2017.

Esta situación, unida a la exposición a un constante envejecimiento (por la fuga de población joven), le confiere una debilidad estructural a la hora de competir con otras ciudades. Sin embargo, no podemos dejar de lado que es la segunda ciudad más poblada de la provincia (anteriormente la primera) por lo que las nuevas vías de desarrollo de la ciudad deben de ir encaminadas a ejercer de “metrópoli” dentro de su área inmediata de influencia como es “La Comarca”.

Si se consigue **reorientar el modelo productivo** de la ciudad, se conseguirá fijar a la población joven y altamente cualificada. De esta manera, podremos **situar** a Talavera de la Reina en el **mapa de decisiones** de empresas y organismos, que pueden ver en la ciudad una **oportunidad para el desarrollo** de su vida profesional y familiar.



La economía talaverana está **basada en el sector servicios**, especialmente en aquellas actividades relacionadas directamente con el comercio, aunque en ningún momento debemos perder de vista que **el gran tractor económico es el Sector Primario**.

En cuanto al tejido empresarial, debemos referirnos como un conglomerado empresarial que, pese a tener una importancia estratégica, en un número elevado de casos, muestra símbolos de obsolescencia que no le permiten crecer, competir y diferenciarse de ciudades análogas en la oferta de servicios, de una forma adecuada.

Obviamente, **existen numerosos casos de éxito tanto en empresas y pymes** como en autónomos y nuevos emprendedores, así como aquellas compañías que, tras los complejos años de la crisis, han conseguido continuar con sus actividades de una forma mucho más sólida y consolidada.

Uno de los grandes retos de Talavera de la Reina es conseguir **reconvertir su estructura productiva, impulsando los sectores estratégicos del comercio y el turismo** a una **diferenciación clara**, aumentando la calidad de los servicios ofrecidos y aprovechar los nuevos sectores emergentes que están floreciendo en la ciudad, así como **fortalecer e incentivar** de manera constante, clara y continuada en el tiempo, el **gran motor económico de la ciudad** como es el **sector primario y la actividad agropecuaria**, todo ello, debe sustentarse en el apoyo a las pymes y a los emprendedores.

**La formación en el sector servicios** contribuye a la mejora de la calidad y por ende a conseguir una diferenciación clara en el mercado. Del mismo modo, **augmentar la cualificación del capital humano** permitirá a las empresas de Talavera de la Reina vender más y mejor alcanzando los niveles necesarios de productividad.



Si se consigue **reorientar el modelo productivo** de la ciudad, se conseguirá fijar a la población joven y altamente cualificada. Esta captación de talento no debe limitarse simplemente a la población local, sino que también debe de aprovecharse de los importantes activos que tiene como son sus empresas y la universidad.

No se puede perder la visión actual de la ciudad y el lugar que ocupa geoestratégicamente. Talavera de la Reina es un importante nodo de comunicaciones que, enclavada en una zona indispensable entre Madrid y Extremadura, le brinda importantes oportunidades de desarrollo económico. Sin embargo, no es una ciudad accesible, presenta importantes déficits de movilidad interna que limitan su funcionamiento eficaz.

La **reconversión hacia un nuevo modelo de ciudad** debe girar sobre un concepto de **ciudad productiva y competitiva**. Dentro de este contexto las administraciones y concretamente el **Ayuntamiento de Talavera de la Reina**, tienen un papel fundamental, como agente público principal y administración más cercana a las necesidades del ciudadano. Debe apostar por la coordinación en la **modernización de sus estructuras** haciendo a la ciudad y sus empresas más competitivas, **eliminando trabas burocráticas, simplificando procedimientos e impulsando el tejido empresarial**.

Por último, no se puede olvidar que “**lo que no se conoce no existe**” y que la mejora del posicionamiento de la **marca Talavera de la Reina** es un activo que beneficiará a todos los talaveranos.



Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina



# 5. REFLEXIÓN ESTRATÉGICA

TALAVERA 2025



## 5. Reflexión estratégica

La verdadera esencia de la **definición estratégica territorial** radica en la **definición de un modelo de urbe ideal y deseado por la ciudadanía y por los diferentes agentes que intervienen en la gestión urbana, quienes participan de forma activa y se comprometen en la acción para conseguir el desarrollo de un proyecto ilusionante de ciudad.**

Por tanto, el principal reto al que se enfrenta Talavera de la Reina y que condicionará este Plan de Competitividad, es la definición de un nuevo modelo de ciudad, construido con un **horizonte temporal 2025.**





## 5.1 Talavera de la Reina 2025: nuevo modelo de ciudad.

Un **nuevo modelo de ciudad**, hace referencia a la **ciudad como una realidad viva**, es decir, se propone un nuevo modelo de **desarrollo urbanístico**, de **interrelación** con otros territorios o agentes y un nuevo modelo de **organización de la sociedad civil y su proyección futura**. Este nuevo modelo tiene que velar por el **sostenimiento y mejora de la calidad de vida**, por la puesta en valor de los activos materiales que componen el entramado urbano, así como por generar un espacio en el que se creen oportunidades de desarrollo personal y económico.

La ciudad de Talavera de la Reina, a través del desarrollo del nuevo modelo, pretende configurarse como **un referente dentro de la provincia**, bien sea por su calidad de vida, por las posibilidades para generar negocios o por su atractivo turístico con productos diferenciadores respecto a la oferta de la provincia.

En definitiva, un **modelo de ciudad** supone la definición de una misión, unos retos y la necesidad de unos ejes estratégicos que ayuden a conseguir el ideal de ciudad previsto. Esta idea de ciudad es una **apuesta por el futuro**, por el posicionamiento en el espacio económico y por una calidad de vida en mejora continua.



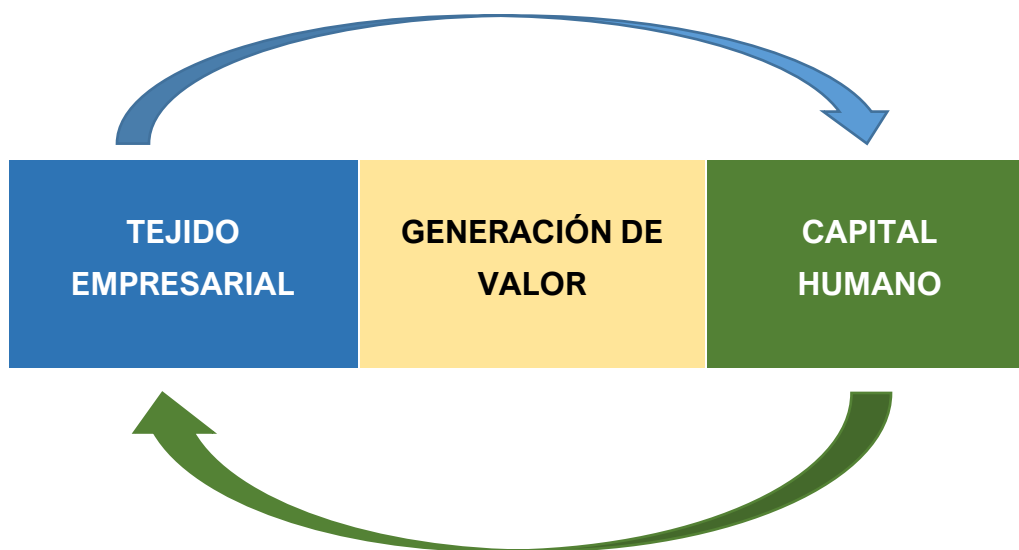




El éxito de la puesta en marcha de este modelo depende no solo de las estrategias definidas si no del firme **compromiso de su aplicación**. De esta forma, los diferentes **agentes económicos y sociales, públicos y privados**, deben, no sólo comprometerse con el modelo creado para que la ciudad progrese y avance, sino también velar por su cumplimiento en años venideros.

En este caso, la implicación se exige ya desde la propia determinación de la necesidad del modelo. En el caso de Talavera de la Reina, el modelo planteado es el que ha sido **demandado por la propia ciudadanía** y por los agentes que la gobiernan, donde todos ellos han formado parte de un proceso de participación muy amplio, tal y como se ha descrito en la metodología, con el objetivo de lograr un modelo que se ajustara perfectamente a los requerimientos de la ciudad y que le permitiera **especializarse dentro del panorama actual de ciudades**.

Hay que concebir el modelo obtenido como una herramienta para conseguir un objetivo en el largo plazo; así, **Talavera de la Reina 2025** es un **proyecto de futuro**, que se asentará sobre unos pilares o ejes estratégicos básicos y que tendrá como resultado la transformación y la renovación de la ciudad, de acuerdo con sus ciudadanos.





Este modelo **Talavera de la Reina 2025**, se ha estructurado en torno a un **núcleo esencial, la generación de valor que aparece de la combinación entre la sociedad civil y el tejido industrial.**

Estas dos realidades son las que construyen la base de la **ciudad como ente vivo**, a partir de aquí ya es posible generar oportunidades que den sostenibilidad al modelo y aseguren su coherencia con la ciudadanía. Esta distinción en base a **dos pilares fundamentales**, tiene también el objetivo de poder hacer un modelo consciente de la realidad de la ciudad, pero también de **las necesidades de los ciudadanos y autoridades** que son los que van a tener que comprometerse en su desarrollo.

La ciudad de Talavera de la Reina **es de sus ciudadanos y de sus empresas**. Son los talaveranos y los agentes económicos del municipio los que hacen ciudad, la construyen y definen sus valores. **Este acercamiento** a los ciudadanos se percibe en el hecho de que **cada uno de los ejes** estratégicos que se han definido, nace de las necesidades que estos dos grupos tienen a la hora de generar nuevas oportunidades.

A partir de aquí se han analizado cuáles son las necesidades que estos dos grupos presentan en la generación de valor. Estas áreas son las que se presentan en el ilustrativo siguiente, como **ejes estratégicos**. A partir de aquí se han definido **28 líneas de actuación** que vienen a concretar en mayor medida la configuración del modelo y cubren aquellos aspectos que se consideran de mayor importancia y que motivarán los proyectos resultantes.



## EJE 1: CIUDAD

EJES	LINEAS DE ACTUACIÓN		PROGRAMAS DE DESARROLLO
CIUDAD	1.1	PLANIFICACIÓN URBANA	MODIFICACIÓN INTEGRAL DEL POM ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO
	1.2	RECURSOS NATURALES	
	1.3	NUEVO PARADIGMA CIUDAD PROVINCIA	PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO DE TALAVERA EN EL EXTERIOR
	1.4	IMAGEN	
	1.5	PROMOCIÓN	

## EJE 2. SECTORES ECONÓMICOS

EJES	LINEAS DE ACTUACIÓN		PROGRAMAS DE DESARROLLO
SECTORES ECONÓMICOS	2.1	TURISMO	CIUDAD TURÍSTICA DE REFERENCIA
	2.2	COMERCIO	
	2.3	DEPORTE	CIUDAD DE LOS DEPORTISTAS
	2.4	LOGÍSTICA	INNOVACIÓN INDUSTRIAL NUEVOS SECTORES ESTRATÉGICOS
	2.5	TECNOLOGÍA	



### EJE 3. INSTITUCIONAL

EJES	LINEAS DE ACTUACIÓN		PROGRAMAS DE DESARROLLO
INSTITUCIONAL	3.1	COLABORACIÓN INSTITUCIONAL	ADMINISTRACION CERCANA, ACCESIBLE Y EFICIENTE
	3.3	TRANSPARENCIA	
	3.4	COLABORACION PÚBLICO-PRIVADA	
	3.5	ADMINISTRACIÓN FACILITADORA	

### EJE 4. CAPITAL HUMANO

EJES	LINEAS DE ACTUACIÓN		PROGRAMAS DE DESARROLLO	
CAPITAL HUMANO	4.1	EDUCACIÓN CÍVICA	MEJORA DE LA CUALIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	
	4.2	RE-CAPACITACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS		
	4.3	ACCIÓN UNIVERSITARIA	TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO AL TEJIDO EMPRESARIAL	
		4.4		EXCELENCIA EDUCATIVA
		4.5		RETENCIÓN DEL TALENTO



## EJE 5. ACCIÓN EXTERIOR

EJES	LINEAS DE ACTUACIÓN		PROGRAMAS DE DESARROLLO
ACCIÓN EXTERIOR	5.1	ATRACCIÓN DE VISITANTES	ORIENTACIÓN DE LA CIUDAD A MERCADOS EXTERIORES
	5.2	ATRACCIÓN DE EMPRESAS	
	5.3	ATRACCIÓN DE SEDES Y EVENTOS	GENERACIÓN DE RIQUEZA A PARTIR DE OTROS MERCADOS
	5.4	FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES	
	5.5	ATRACCIÓN DE NUEVOS CIUDADANOS	

## EJE 6. CONECTIVIDAD

EJES	LINEAS DE ACTUACIÓN		PROGRAMAS DE DESARROLLO
CONECTIVIDAD	6.1	FERROCARRIL	MEJORA DE LA CONECTIVIDAD EXTERNA
	6.2	RED VIARIA	
	6.3	DIGITAL	INCREMENTO DE LAS CONEXIONES CON EL EXTERIOR



1

Ciudad

El primer eje obedece a la **ciudad como espacio** en el que se desarrolla la **actividad urbana** y que es el marco en el que se generan las oportunidades, es por esto por lo que resulta vital su ordenación, su sostenibilidad y su correcto posicionamiento en términos de urbanismo, imagen y marca, ya que así será como se perciba el desempeño de los talaveranos.

2

Sectores  
económicos

El segundo eje hace referencia a los **sectores económicos**, en este punto aparecen varias necesidades en la definición tanto de las líneas estratégicas como del eje en sí; por un lado, la exigencia de **revitalizar los sectores industriales** talaveranos, por otro la necesidad de especialización y todo ello combinado con la obligación de incorporar la innovación y la tecnología de una manera transversal.

3

Institucional

En tercer lugar, se acomete un eje destinado a la **Administración**, entendiéndola como la **herramienta que pondrá en marcha el modelo y que será la responsable de su correcta aplicación y sostenibilidad**. La Administración juega un papel fundamental, ya que ella será la responsable de la ordenación y fomento de las oportunidades que surjan de los ciudadanos y los sectores industriales. La Administración debe entrar en el ciclo de generación de valor como una **entidad facilitadora y transparente** que vele por la correcta ordenación de la sociedad talaverana.

4

Capital  
Humano

El Capital Humano es el protagonista del cuarto eje, en este caso la necesidad que aparece detrás de este eje es la de **re cualificar a la sociedad** por **tres vías** fundamentalmente: por un lado a través de la **educación básica** ya que el diagnóstico demostró la alta tasa de abandono escolar que padecía la ciudad, por otro permitiendo el desarrollo de aquel capital más cualificado a través de la **Formación Profesional de calidad** adaptada a las necesidades reales de las empresas de la ciudad que demandan empleo, y por último, mediante el fomento de una **educación excelente** que permita superar los niveles mínimos y así consolidarse como un centro educador de referencia. Por otro lado, se hace



evidente la ejecución de acciones de educación cívica, que impriman a la población un mayor respeto y aprecio por su ciudad.

5

Acción  
exterior

El quinto eje hace referencia a las **oportunidades que otros mercados o ámbitos geográficos presentan** a la ciudad de Talavera de la Reina. En el contexto actual es imprescindible que la ciudad sea capaz de **mostrarse como un agente competitivo** en el contexto que le rodea, es por esto por lo que tiene que aplicar una estrategia que le permita la captación de nuevas oportunidades tales como empresas, visitantes, eventos, residentes o inversiones entre otros.

6

Conectividad

Por último, aparece la **conectividad** como una necesidad que posibilita en parte la satisfacción de muchas de las necesidades anteriores. Una **ciudad bien conectada es aquella que genera oportunidades y conocimientos** y es capaz de trasladarlas más allá de sus fronteras.

A partir de aquí se han definido **30 líneas de actuación** que vienen a concretar en mayor medida la configuración del modelo y cubren aquellos aspectos que se consideran de mayor importancia y que motivarán los proyectos resultantes.

Estas líneas, así como los proyectos definidos se caracterizan por afrontar las necesidades de una manera transversal. La ciudad es una realidad entrelazada en la que interactúan multitud de agentes y en la que cualquier transformación tiene repercusión más allá de su alcance, es por esto por lo que los proyectos se han definido buscando un alcance global y no parcial.

Una vez más se hace de nuevo referencia a la filosofía de configurar un modelo de ciudad que tratara a Talavera de la Reina como una **realidad completa**, un ente vivo que compite en la liga de ciudades buscando la **competitividad y el posicionamiento como referente**.



## 5.2 Talavera 2025: ejes y líneas estratégicas

1

Ciudad

La necesidad que ha motivado el desarrollo de este Plan ha sido la de la configuración de un **modelo de ciudad que se adaptara tanto a los requerimientos de la coyuntura actual como a las necesidades de los propios talaveranos**. Por una parte, hay que conseguir que la ciudad se posicione en un ámbito más allá de sus fronteras, obteniendo reconocimiento y así apareciendo como un agente competitivo.

Además, es necesario configurar una ciudad estructurada y organizada en base a la calidad de vida de los ciudadanos actuales y potenciales. Así pues, el objetivo de este eje estratégico es el de **configurar una ciudad que sea percibida como atractiva tanto por los visitantes como por los residentes**.

Es necesario definir una ciudad habitable y acogedora que sea **disfrutada por sus residentes y así percibida en el exterior**. Por este motivo, las líneas de actuación que aquí se recogen cubren tanto la parte más urbanística como la más inmaterial, porque la ciudad la componen tanto sus calles y su entorno como la imagen con la que es percibida. Trabajando sobre estos ámbitos, se conseguirá una concepción de Talavera de la Reina en la que verdaderamente **se ponga en valor la ciudad y se convierta en un activo fundamental** para los distintos agentes que la componen: ciudadanos, visitantes, inversores, empresas, trabajadores, etc.

### Planificación Urbana

Actualmente nos encontramos con una ciudad que **no se ha desarrollado de manera coordinada** puesto que, por ejemplo, los accesos no se ajustan a la





vocación de ciudad conectada, ni el centro urbano facilita el ejercicio de la actividad comercial. Se plantea una reflexión sobre el modelo de ciudad hacia el que se está tendiendo con el objetivo de **adaptar la infraestructura disponible a la generación de riqueza.**

La estrategia que aquí se desarrolle procurará la **puesta en valor de los activos tanto materiales como inmateriales**, un correcto desarrollo urbanístico fomenta el comercio, las conexiones, la atracción de visitantes, la seguridad ciudadana y la imagen en sí de la ciudad.

Así pues, en base a las **nuevas necesidades ciudadanas**, se plantean diversas iniciativas que den solución a los problemas actuales tales como la **modificación integral del actual Plan de Ordenación Municipal, POM**, el **desdoblamiento de los accesos** a la ciudad desde las diferentes salidas de la A-5 o la **reactivación del comercio** en el centro urbano valorando las distintas posibilidades de peatonalización del primer recinto amurallado.

Del mismo modo, se aborda la problemática del aparcamiento en la zona centro, así como el **rediseño de la fachada fluvial** como una manera de poner en valor un activo exclusivo y diferenciador de la ciudad, no explotado suficientemente en la actualidad.

El río Tajo es un recurso que actualmente no está siendo aprovechado en todo su potencial, lo que se pretende con esta línea es la de **integrar los márgenes del río en la ciudad**, consiguiendo que sea un punto para la realización de deportes, ocio y que constituya un atractivo turístico diferenciador y característico de la ciudad.

### **Recursos Naturales**

Por su ubicación, Talavera de la Reina tiene la posibilidad de incorporar en su modelo de ciudad tanto actividades pluviales como actividades de montaña, lo que le permite ofrecer **multitud de posibilidades turísticas, de ocio o industriales**, a partir de la explotación de estos recursos, siempre desde un



punto de vista sostenible. La correcta incorporación de estos elementos en el modelo de ciudad fomentará la **calidad de vida ciudadana**, así como aportarán al destino un carácter más saludable, **aspecto innovador y diferenciador respecto a otros núcleos urbanos**.

La incorporación se plantea desde el punto de vista efectivo, es decir, no solo disponer de los recursos si no también **facilitando el acceso de los ciudadanos**. La **habilitación de puntos verdes**, supone una ventaja ecológica pero también un activo para los ciudadanos, los recursos naturales, igual que el mar, tienen que formar parte de la realidad de Talavera de la Reina y de sus ciudadanos para de este modo conseguir un modelo de ciudad efectivamente saludable.

### Imagen

Uno de los principales problemas con los que se ha encontrado la ciudad de Talavera de la Reina es la **falta de identificación o asociación como núcleo urbano**, ya que normalmente ha sido relegada a un segundo plano y tiene un menor nivel de conocimiento que otros núcleos urbanos como puede ser Toledo, en el aspecto turístico.

Por este motivo, con el presente modelo se pretende dotar a Talavera de la Reina de una imagen diferenciada que permita su reconocimiento individual, así como su asociación a una marca que sea un verdadero activo para la ciudad.

Esta imagen estará compuesta por:

- La **identidad de la ciudad** y su capacidad para diferenciarse de otros núcleos urbanos.
- **La estructura** sobre la que se asienta, ya que la imagen para ser sostenible tiene que ser acorde a la realidad.
- **Significado:** qué es lo que le aporta la ciudad al que percibe la imagen, en este punto, la imagen de la ciudad transmitirá una serie de valores que la definan y generen en los agentes una serie de sensaciones únicas.



Talavera de la Reina tiene que ser percibida como la **ciudad referente en la provincia**, esta imagen estará configurada por el resultado del nuevo modelo de ciudad, pero **es un reto que deberá empezar a ser trabajado desde el corto plazo**.

### **Nuevo paradigma Ciudad- La Comarca**

La provincia de Toledo, es la decimoséptima provincia española por Producto Interior Bruto. Es necesario que Talavera de la Reina se posicione, como ya lo hizo en años pasados, como un **ente esencial para la provincia**, un líder reconocido por **todos los municipios** a nivel provincial y regional.

Con el presente modelo, se pretende constituir **una ciudad flexible y colaboradora** que brinde apoyo a la provincia, prestando un servicio que ningún otro municipio pueda prestar, precisamente por su capitalidad con respecto a La Comarca.

Aparece en este punto el papel de Talavera de la Reina como **centro proveedor de servicios a La Comarca**, servicios de alto valor añadido, apoyados sobre el sector primario, el comercio, la universidad y el conocimiento, logísticos o de coordinación y representación empresarial.

### **Promoción**

Este **nuevo modelo supone un cambio, una solución a una necesidad que desde la ciudad se venía manifestando**. Este trabajo ha tenido como resultado la aparición de **un nuevo concepto de ciudad, un nuevo concepto de destino turístico, un nuevo lugar en el que formarse o por qué no un nuevo lugar en el que vivir**.



Es el momento por tanto de realizar una intensa labor de promoción que consiga transmitir los valores que constituyen el nuevo modelo, informando a los potenciales agentes interesados en la ciudad de cuál es la nueva realidad.

Dicho esto, se planteará una **promoción tanto interna como externa**, por un lado externamente, **captando la atención** de nuevos inversores, residentes, turistas, visitantes, trabajadores, cualquier agente que pueda constituir un activo para la ciudad.

Desde el punto de vista interno, la promoción será informadora en su mayor parte, haciendo partícipes a los ciudadanos de la forma en la que se han solventado las necesidades planteadas, así como las **nuevas funcionalidades** que ofrece la ciudad.





El entorno económico se erige como uno de los **principales factores a abordar en un Plan de Competitividad**, ya que representa el principal **motor de desarrollo** de una ciudad, así como el espacio en el que interactúa el Capital Humano y el tejido empresarial, antes designados como el núcleo del modelo.

Además, con la llegada de la **globalización** y el tráfico constante de información, las ciudades se han implicado más en la **generación de sectores productivos y riqueza en su entorno económico**, como una manera de mejorar su competitividad y especialización, a partir de la **innovación, la creatividad y la aplicación del conocimiento como denominador común**.

Como consecuencia de ello, los sectores económicos se definen como **ámbitos transformadores y generadores de valor** que deben dinamizarse, adaptarse a los cambios que sobrevengan y renovarse, para conseguir una mayor eficiencia y rendimiento. Sólo a través de estas acciones se conseguirá aumentar la competitividad de la ciudad.

La ciudad de Talavera de la Reina necesita una redefinición completa de su economía tradicional para hacer frente a la crisis global. Así, este Plan tratará de impulsar actuaciones sobre aquellos sectores en los que pueda crear una **ventaja competitiva** y generar riqueza, como son el **sector primario, el turismo, el comercio, la organización de eventos y la tecnología**.

### Turismo

En los últimos tiempos, el turismo ha impulsado la generación de significativos retornos a la ciudad de Talavera de la Reina y sigue siendo uno de los **principales vectores de desarrollo** ya que representa prácticamente la mitad



de la actividad económica; sin embargo, la ciudad aún no ha apostado por un modelo turístico que **se apoye sobre una ventaja competitiva** lo que ha generado escasas rentabilidades y una falta de estrategia en el sector.

En el horizonte 2025 se pretende que Talavera de la Reina sea reconocida como un **destino turístico de referencia**, un nuevo modelo de desarrollo turístico construido sobre la base de la **especialización** y el posicionamiento como punto de **turismo cultural, gastronómico o deportivo**, en el que otros municipios de la provincia, ya tienen una posición más aventajada.

Un nuevo modelo de desarrollo turístico en el que se promuevan actividades relacionadas el deporte, la salud, la cocina de autor, la música de cámara, la celebración de eventos o el turismo deportivo y en el que **la ciudad se encuentre realmente involucrada**.

### Comercio

Dentro de este sector a nivel mundial, se están generando nuevas fórmulas comerciales, en las que las **tecnologías de la información y la comunicación** toman el protagonismo, desbancando de esta manera a los modelos tradicionales de negocio. En esta línea, la ciudad de Talavera de la Reina no debe quedarse atrás, por lo que las acciones que se proponen en la presente línea estarán destinadas a la **actualización del comercio como industria y su adaptación a un modelo más eficiente y competitivo**.

No hay que olvidar que la provincia de Toledo presenta una importante producción de bienes de consumo, fundamentalmente ropa y calzado, agroalimentación, muebles, y otros productos; por lo que aparece una posibilidad de especialización en base a estos productos locales.

Del mismo modo se presenta otra oportunidad en el entorno, la captación de nuevos clientes y fidelización de los existentes mediante la **adaptación a la demanda y a los usos comerciales** de estos.



Por lo tanto, lo que se pretende en este ámbito es, manteniendo la distribución del comercio actual, en su mayor parte tradicional, **actualizar el modelo** recuperando del entorno aquellos factores que pueden proporcionar una **ventaja competitiva y por tanto la generación de riqueza** con la creación de una plataforma digital común para todo el sector, lo que se conoce como “**Market-Place**”, en el cual, la fuerza de todos hará que la marca **TALAVERA SHOPPING**, sea reconocida y goce del prestigio que le corresponde, obteniendo, por tanto, los resultados deseados.

### Tecnología

Esta línea de acción, pretende posicionar los **servicios intensivos en tecnología** como una de las tendencias predominantes en el tejido industrial talaverano. El objetivo que se persigue es **potenciar empresas capaces de absorber eficientemente las tecnologías de la información y de las comunicaciones**, así como de generar nuevos desarrollos.

Además, en este propósito aparecen tanto la **universidad (en un futuro cuasi inmediato) como la actual formación profesional de grado superior de informática**, como agentes activos y generadores de desarrollos de las nuevas tecnologías, ya que, en la actualidad, los alumnos de formación profesional del grado superior de informática tienen unos **ratios de contratación muy elevados**, pero, en la mayoría de los casos, su talento no se queda en la ciudad puesto que reciben **ofertas de empresas de fuera de Talavera de la Reina**.



En este modelo planteado sobre el horizonte 2025 aparece la aspiración de la ciudad a convertirse en la **capital proveedora de servicios de tecnología avanzados**, que daría respuesta a las necesidades del sector primario y secundario existentes en la ciudad y en la comarca.

Además, la ciudad debe aprovechar la oportunidad que tiene como **sede del primer despliegue de capacidades 5G** en colaboración con las multinacionales Ericsson y Nokia, y no sólo para posicionarse como referente nacional tecnológico con el 5G, sino para atraer empresas e inversión.

Debemos ser conscientes que un despliegue de tecnología así conlleva un movimiento económico-financiero para el cual, la ciudad debe estar preparada, con una oferta de servicios de valor añadido.

**TALAVERA**  
**5G**

Por ello debemos concebir **la llegada de la tecnología 5G** como un punto de inflexión para sentar las bases que den a la creación de una entidad local cuyas funciones, aparte de las de atraer empresas de base tecnológica e industria anexa, sean **ofrecerles todos aquellos servicios** que van a ser demandados, desde co-working hasta residencial, servicio de intérpretes o asesoramiento fiscal.

Es una ocasión en una **coyuntura sin precedentes** para posicionar la ciudad a un **nivel internacional** de tal magnitud que, conseguirlo de otro modo, sería muy complejo y económicamente inviable.





El Plan de Competitividad Urbana de Talavera de la Reina **no puede ser abordado sin el apoyo y la implicación institucional**. La administración local ha trazado tradicionalmente los modelos de ciudad, su estrategia y, además, es la actual proveedora de servicios básicos, cubriendo, en muchas ocasiones, las necesidades más inmediatas de la población.

Su reto es el de **proporcionar soluciones locales a problemas globales y anticiparse a las cuestiones que los ciudadanos plantean**; en definitiva, convertirse en una administración que facilite la vida al ciudadano y proteja la calidad de vida.

Con este nuevo modelo de ciudad, se pretende crear **un nuevo liderazgo**, articular un sistema que permita al resto de municipios e instituciones, colaborar por hacer de La Comarca, un núcleo de cooperación más cohesionado, colaborador y eficiente.

No obstante, este Plan pretende transgredir las fronteras de lo meramente político, y **ser llevado a cabo independientemente del partido gobernante en la ciudad**, ya que con este objetivo se planteó un proceso de participación tan amplio. Se dio parte activa a todos los grupos políticos para que participaran en la confección del presente modelo para asegurar que éste **partía desde el consenso** y que por tanto se dotaba de una garantía de estabilidad.

Para conseguir una imagen adecuada, obtener la confianza de los inversores, así como el posicionamiento deseado, es **fundamental el papel de la Administración, la transparencia en la gestión, la eficiencia en las acciones, así como la eficacia en las decisiones**.



### Colaboración Institucional

Lo que se pretende en esta línea es establecer un mecanismo estable de **colaboración público-público**, hasta ahora se ha venido trabajando con intensidad la colaboración público-privada, con el objetivo de **involucrar a nuevos agentes**, reducir los recursos expuestos y conseguir un nuevo enfoque en las iniciativas públicas, pero ha llegado el momento de conseguir alianzas dentro del propio sistema público, buscando sinergias, especialización y mejora de la eficiencia en la gestión. De este modo, **la administración local se posicionará** de manera aún más clara como un **órgano que facilite la realización** de los proyectos, proveyendo de todos los recursos y servicios necesarios en la medida de lo posible.

Así, el papel de las instituciones públicas en esta línea de actuación será el de **promover las relaciones entre las distintas entidades**, agruparlas y crear debate entre ellas, para la puesta en marcha conjunta de las acciones incluidas en el Plan.

Por otro lado, desde esta línea se pretende que existan herramientas efectivas de comunicación, que no se plantee únicamente como una declaración de intenciones si no que se manifieste en una efectiva mejora de la **agilidad en las decisiones**, especialmente en aquellas que involucren **diversas competencias territoriales o jerárquicas**.

### Smart Talavera

Un modelo de “**ciudad inteligente o Smart City**” como es conocido actualmente, es aquella en la que se dan las siguientes circunstancias:

- **Opera una administración** centrada en ofrecer de manera continua, nuevos y mejores servicios.
- **Los ciudadanos** se convierten en la pieza fundamental en el desarrollo de la ciudad.



- Se aplican directrices de **eficiencia energética y sostenibilidad** tanto en los recursos naturales como en las viviendas y otras infraestructuras.
- **Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones** son el soporte y la herramienta facilitadora sobre la que se construye la provisión de servicios a los ciudadanos.

Por tanto, la constitución de “**Smart Talavera**” comprenderá un conjunto de actuaciones encaminadas a **mejorar la gestión y consumir menos recursos** en todas las competencias y servicios públicos municipales, mediante la incorporación de las **nuevas tecnologías**; todo ello puesto **al servicio de los ciudadanos**.

Esta línea de actuación será aplicada igualmente a otras instituciones más allá de los servicios municipales como, por ejemplo:

- **Smart Mobility**: aplicaciones en las que se pone a disposición de todos los usuarios la posibilidad de conocer a tiempo real el estado del tráfico, así como proporcionar información sobre los usuarios del transporte urbano, la idoneidad de la configuración de los semáforos para la correcta circulación de los vehículos o los mismos flujos de vehículos en situaciones concretas.
- **Smart Governance**: administración electrónica, portal de transparencia, web oficial del ayuntamiento.
- **Smart Economy**: aplicaciones con acceso al ámbito cultural, al comercio, a guías sobre información turística, al portal de información económico-financiera del Ayuntamiento o al Market Place de Talavera SHOPPING.
- **Smart People**: aplicaciones en las que se permite a los ciudadanos la posibilidad de desarrollar nuevas iniciativas o servicios enfocados a la inclusión digital de mayores o población en riesgo de exclusión social.
- **Smart Living**: aplicaciones destinadas a la notificación de incidencias en la ciudad como el pavimento, el mobiliario urbano, fugas de agua, etc., así como conocer en tiempo real, el estado del trámite o la incidencia notificada.



## Transparencia

Una de las asignaturas pendientes en las **administraciones locales** es la **apertura de éstas al ciudadano, su interrelación y comunicación**. Poco a poco se están generalizando en España las prácticas de Gobierno Abierto una nueva manera de comunicar que consigue involucrar a los ciudadanos en el gobierno de las ciudades a través de un mayor flujo de información, la comunicación de las últimas novedades en las redes, la publicación de las cuentas y la generación de foros de debate sobre las iniciativas o consultas públicas.

En este sentido, **el Ayuntamiento de Talavera de la Reina es consciente de que debe comprometerse firmemente a aumentar la transparencia** en el ejercicio de sus funciones, así como mejorar el servicio que presta a sus ciudadanos, haciéndoles partícipes de las decisiones que se toman en el consistorio.

Es por ello por lo que se ha definido esta línea de actuación, que promoverá la apertura y la cesión de información del gobierno en todos los niveles y la **participación de los ciudadanos talaveranos en la función pública diaria**. La información comunicada girará en torno a diferentes ámbitos tales como la agenda, la gestión presupuestaria, la participación ciudadana o la publicación de informes específicos.

## Colaboración Público-Privada

La actual situación económica, en la que la financiación pública se ha reducido notablemente, lleva a buscar **nuevas soluciones** como la **colaboración público-privada**, es decir, **la corresponsabilidad**, de forma que tanto las entidades públicas como privadas se vean involucradas en la misma medida por el futuro de la ciudad, **y se sientan vinculadas** tanto por un **mismo modelo de ciudad** como en las estrategias de futuro.



La gestión de la ciudad debe ser renovada y acercarse más hacia un modelo empresarial, siempre en términos de **optimización de recursos y eficiencia**, buscando no solo retornos económicos, sino **también sociales**.

La inversión privada en la ciudad, supondrá que el sector privado confía en el **nuevo modelo de ciudad** y percibe a la ciudad de Talavera de la Reina como un punto apropiado para la **atracción de inversiones y financiación**. Pero este proceso no depende sólo del modelo de ciudad, también del espacio y posibilidades que se otorgan a la iniciativa privada.

**Un compromiso de inversión requiere un Win & Win**, es decir deben ser dos los ganadores por lo que, a la inversión y colaboración con la ciudad, debe ser correspondida con un marco institucional apropiado para el desarrollo y la generación de nuevas oportunidades, así como con una sostenibilidad y coherencia en las políticas públicas.

### **Administración facilitadora**

La **Administración municipal**, tal y como ya se anunció en la presentación del presente eje estratégico, debe concebirse como una **herramienta al servicio de los ciudadanos**, que sea garante e impulsora de una mejor calidad de vida.

A través de esta línea de actuación se fomentará la libertad de empresa, la **reducción de trámites burocráticos** y se apostará por la simplificación mediante la implementación de la **administración electrónica**, minimizando así la interferencia de las instituciones públicas.

La administración tiene que ser el **garante del cumplimiento del marco legal** en todas las facetas de la vida: sanidad, educación, ocio y tiempo libre, transporte, etc. procurando la flexibilización de cuantos trámites sea posible, así como la reducción de las trabas burocráticas y las cargas administrativas.



Hay que tener en cuenta que **la recuperación económica** que hay que acometer en el momento actual **debe partir del sector privado** ya que es ahí donde surgen las oportunidades de generación de riqueza, **pero es deber de las administraciones promover todas aquellas iniciativas** que animen al sector privado a participar así cómo faciliten el acceso y apoyo en los mercados.





4

Capital  
Humano

El capital humano es la capacidad de la población para generar valor a partir de su conocimiento. En este sentido, la existencia de un **capital humano** joven, emprendedor, innovador y eficiente es el **principal activo en una ciudad**, ya que redundará en la mejora de la productividad y la competitividad frente al resto de territorios.

La estrategia más importante que puede tomarse en este eje estratégico es la de plantear un **escenario de crecimiento** en el que se genere **conocimiento**, innovación y progreso tecnológico, es decir en el que se plantee el crecimiento sobre un capital humano cualificado.

Teniendo en cuenta la importancia de este factor en el éxito económico de las ciudades, el Plan de Competitividad se ha decidido abordar un eje completo, para la mejora de **las competencias básicas en educación** así como por los **Ciclos Formativos**, tanto de **Formación Profesional** como de **Enseñanzas Artísticas** y la implementación de acciones destinadas a obtener una **excelencia en la capacitación y profesionalización** de los ciudadanos talaveranos, todo ello con el fin último de la generación de talento y la **retención de este capital humano cualificado**, ofreciéndoles un entorno en el que poder desarrollarse.

La **implantación de programas específicos** de formación profesional **adecuados a necesidades especiales**, constituyen una medida extraordinaria de ajuste educativo para dar respuesta a las **necesidades formativas** de toda la juventud, especialmente a aquellos **jóvenes en riesgo de exclusión educativa** por **condiciones personales de discapacidad**.



No solo se pretende una capacitación profesional, sino **también incidir sobre la propia educación de ciudad**, es decir, el **civismo y el respeto** por todos los recursos públicos, ya que el éxito en la conversión de Talavera de la Reina hacia una ciudad competitiva, atractiva y abierta, pasa indudablemente por el cuidado y el respeto de ésta por parte de todos los ciudadanos.

### Educación Cívica

La Educación Cívica, como ya se ha comentado, pretende fortalecer la convivencia entre los ciudadanos de Talavera de la Reina, además de fomenta el respeto y conservación de todos los recursos de la ciudad y conseguir crear una ciudad más amable con el visitante. Con esta línea de actuación se quiere infundir el **respeto y sentido de pertenencia a la ciudad de Talavera de la Reina**.

Con esta intención, se procurarán acciones en favor de la **defensa y promoción activa** por parte de la ciudadanía de su cultura, valores y activos, además del incremento de la hospitalidad hacia aquellos que visiten la ciudad. Es un hecho constatado que aquellas ciudades que más invierten en educación cívica resultan más atractivas, admiradas, además de más respetadas por sus ciudadanos y visitantes.

En este apartado, cobra especial relevancia el fomento del estado de bienestar en cuanto **a la atención integral a personas mayores y colectivos con necesidades especiales** y, la ciudad de Talavera de la Reina debe ser un referente en la prestación de servicios hacia ellos.

### Recualificación de los Recursos Humanos

Dentro de esta línea de actuación se persigue una **mejora en la formación y en la capacitación** de aquellos jóvenes que no han tenido acceso a una educación básica, así como de aquellos **grupos vulnerables** y otras personas con dificultades a la hora de adaptarse al contexto urbano. Para ello, se





emprenderán una batería de acciones de **reconversión formativa** hacia actividades emergentes y nuevos nichos de negocio. Se promoverán actuaciones que tengan como objetivo una **formación práctica**, además de una adaptación de la oferta educativa actual (formación profesional, ciclos formativos, certificados de profesionalidad y otros cursos de profesionalización) a las **demandas empresariales** que en la actualidad tiene la ciudad.

La educación escolar, a partir desde los últimos cursos de educación secundaria, estará orientada además hacia el **espíritu emprendedor**, hacia las posibilidades que la sociedad ofrece de emprender y generar autoempleo desarrollando una idea propia.

Debemos tener en cuenta que las empresas talaveranas, en su mayor parte son micropymes y autónomos, es decir que existe una **cultura de la pequeña empresa muy consolidada**, por lo que un emprendedor contará con las herramientas necesarias para su desarrollo, incluso al establecerse como autónomo.

### **Acción Universitaria**

La educación superior es uno de los factores clave en la competitividad de una ciudad, jugando un papel fundamental en la economía. A través, no solo de la generación de egresados con alta cualificación, sino también con la provisión de nuevos desarrollos intensivos en conocimiento e innovación, **la formación universitaria contribuye a la mejora y renovación del tejido empresarial y por tanto al aumento de la competitividad.**

Aparece aquí la **universidad** como un **agente clave en la transformación hacia un nuevo modelo, la educación, formación y gestión del cambio** ya que tiene dos capacidades difícilmente asociables a otro ente, como son la de **generar y a la vez retener talento.**



La ciudad de Talavera de la Reina **debería contar** con una universidad que constituyese un **activo fundamental para la ciudad** y no como una fuente **permanente de conflicto y de agravio comparativo** para con el resto de ciudades de Castilla La Mancha, donde la tipología y el número de grados, son mucho mayores, ya que, se debe **reclamar y reivindicar** ante todos los organismos y administraciones implicados, **el mismo trato que a otras ciudades** y por lo tanto, contar un **número mínimo de grados universitarios** como correspondería; no debemos perder de vista como los **14 grados** universitarios impartidos en **Cuenca** o los **25 grados** universitarios impartidos en **Ciudad Real**, así como **integrar** el campus de la ciudad en el **circuito de Erasmus**.



Por ello, dentro del Plan se contempla un nuevo **impulso a la formación universitaria**, mediante la promoción del emprendimiento en las carreras y la focalización en el negocio y puesta en práctica del conocimiento adquirido.

La **trasferencia del conocimiento** será más eficaz en la medida en la que la Universidad esté en contacto con los empresarios y con las tendencias del mercado, definiéndose como un agente indispensable para los diferentes sectores productivos con los que interactúe.



La Universidad capitaliza la generación de conocimiento y tiene el poder de articularlo hacia oportunidades empresariales a través de la creación de un **Parque Científico que crezca gracias al potencial humano universitario.**

Hay que saber aprovechar este potencial ya que de esta manera también estaremos **aprovechando el talento** de la ciudad. Además, se enfatizará la creación y desarrollo de **nuevas disciplinas** universitarias, apostando por los sectores emergentes además de aquellos que representen una ventaja competitiva por su especialización.

### **Excelencia educativa**

Esta línea de actuación se centrará en la **formación de excelencia** destinada solo a aquellos sectores que pretendan la especialización en áreas concretas, con la que se conseguirá un tejido **altamente cualificado y profesionalizado** que permitirá a la ciudad competir en cualificación de su capital humano y por tanto ganar competitividad.

De este modo, se pretende que las familias, los profesores y los poderes públicos trabajen por la impartición de una **formación profesional de mayor calidad**, apostando por nuevas disciplinas, fomentando los intercambios, la cultura de la mejora continua y la investigación e innovación. **El objetivo final es la constitución de una ciudad de Talavera de la Reina posicionada como referente en educación.**

Esta línea estratégica, tiene un doble objetivo, por un lado, posicionar a Talavera de la Reina como un **referente en educación** y por otro, solventar **la altas tasa de fracaso escolar** que fue evidenciada en el diagnóstico de la ciudad. Se trata de definir un modelo de ciudad educadora tanto dentro como fuera de los centros, en la que se definan herramientas que contribuyan a fomentar una cultura de educación y formación como herramientas básicas para el desarrollo personal.



## Retención del Talento

La baja tasa de empleabilidad durante la crisis económica de muchas ciudades de España, ha tenido como principal consecuencia la atomización del talento hacia otros países donde las salidas laborales eran mayores, dando como resultado una creciente competencia por atraer talento y población joven.

Debemos tener en cuenta que esta competencia contribuye en muchos casos no sólo a la fuga de talento sino también a la **pérdida de población y a la falta de relevo generacional**. En particular, Talavera de la Reina presenta este problema, por lo que el objetivo de esta línea es el de concretar actuaciones encaminadas al **fomento de la existencia y retención del capital humano cualificado en Talavera de la Reina**.

Se trata por tanto de conseguir que la ciudad sea un lugar en el que los profesionales puedan **desarrollar su proyecto profesional, personal y familiar** ya que cuentan con una **administración y un sistema productivo** que así se lo permite.





5

Acción  
exterior

Actualmente, las ciudades deben estar presentes en el mundo, salir al exterior, venderse y posicionarse, con el objetivo de aumentar su **competitividad económica y social** además de poder ser conocidas y reconocidas.

Talavera de la Reina tiene un potencial muy alto en este sentido ya que ofrece **factores diferenciales** que no se encuentran en otras ciudades tanto en los meses de invierno por su proximidad con la Sierra de Gredos como instalaciones al aire libre para poder practicar deporte o cualquier actividad de ocio y **disfrutar del río Tajo y otros recursos naturales**. Además, Talavera de la Reina cuenta con las instalaciones de **Talavera Ferial**, en las que realizar todo tipo de eventos, así como hacer las veces de Centro de Negocios.

Pero para poder ocupar un lugar en la liga de ciudades nacionales o internacionales, se exige una acción exterior ambiciosa por parte de la ciudad de Talavera de la Reina, en la que se refuerce la presencia de ésta en **organismos nacionales e internacionales**, donde se incrementen las **exportaciones** como fruto del amplio sistema productivo con el que cuenta y, en definitiva, donde la propia ciudad represente un lugar atractivo no sólo de los propios españoles, sino también de aquellos ciudadanos, fuera de nuestras fronteras, que buscan un lugar de residencia, inversión, trabajo u ocio.

### Atracción de visitantes

El contexto económico internacional, con un escenario de desaceleración e incertidumbre económica mundial, ha provocado que sea necesario plantear una **estrategia orientada a consolidar los niveles de turismo alcanzados, reforzar y fidelizar la visita de residentes o turistas extranjeros**, buscando líneas de comunicación con estos países.



El presente modelo de ciudad persigue **conseguir un turismo menos estacional y sensible a la coyuntura económica**, un turismo que se quede más tiempo y cuyo gasto sea mayor, para ello se reforzará la oferta específica para cada segmento de turismo y se estimulará el turismo de negocio.

Para afrontar la creciente diversidad de intereses de los visitantes y el mayor número de competidores, la acción exterior debe ser focalizada hacia la **segmentación, la especialización del producto y, en definitiva, a la adaptación de éste para cubrir las demandas del visitante.**

En la coyuntura actual, toda vez superada la crisis, el mercado nacional debe ser una de las grandes apuestas, dirigiendo los esfuerzos para aumentar tanto las pernoctaciones como el gasto durante su estancia.

Esta circunstancia abre una **oportunidad para Talavera de la Reina como destino de viajeros (nacionales e internacionales)** que mantienen el nivel de gasto en sus estancias, pero que sin embargo están mostrando un interés creciente por nuestro país, especialmente por los destinos del centro peninsular.

Es por esto por lo que resultan de vital importancia las medidas que se puedan desarrollar para acercarse a nuevos mercados, así como definir una **ciudad amable con los visitantes internacionales.**

Según las tendencias mundiales marcadas por la OMT, **el turismo se consolida como la industria más importante y que menos se ve afectada por la difícil situación económica actual**, previendo un crecimiento de los turistas internacionales hasta 43 millones al año hasta 2030. Esta tendencia tiene que ser aprovechada por la ciudad de Talavera de la Reina como una **oportunidad para atraer turistas y residentes** y posicionarse como destino clave del turismo internacional de nuestro país.



### Atracción de Inversión

Talavera de la Reina debe apostar por una política de **captación activa de inversiones productivas nacionales y extranjeras**, que incluirá, entre otras, acciones encaminadas al análisis de los mercados y países que tradicionalmente han destinado inversiones en Talavera de la Reina, además de otros nuevos emergentes y con interés en depositar inversiones en nuestro país.

Se deben detectar estas **oportunidades** por medio también del establecimiento de acuerdos, la presencia en redes internacionales empresariales o el aprovechamiento de los hermanamientos. De esta manera, podrá realizarse una **renovación del tejido económico** de la ciudad, se generará mayor valor añadido y aumentará la competitividad del sistema socioeconómico, poniendo en valor los activos diferenciales de la ciudad.

Otro punto importante en la renovación, es la **captación de empresas nacionales o internacionales**, bien a través del ofrecimiento de incentivos para el traslado de su sede, o por medio de la atracción de filiales para su instalación en Talavera de la Reina. En este punto Talavera de la Reina tiene que asumir que la modificación del actual Plan de Ordenación Municipal, POM, así como otras medidas planteadas en cuanto a la planeación urbanística de la ciudad serán claves para lograr este objetivo.

### Atracción de Sedes y Eventos

Un elemento que caracteriza a una ciudad abierta al exterior es su capacidad de atracción de sedes e instituciones nacionales e internacionales; en este sentido, resulta absolutamente realizar un esfuerzo para lograr la atracción de organismos en el municipio y su apoyo como **palanca de impulso para la atracción de otros organismos**.



En esta línea de actuación se pretende favorecer, por tanto, la **proyección de la ciudad como un entorno atractivo** para la localización de las sedes de importantes organismos y entidades internacionales, llevando a cabo medidas que proporcionen una serie de incentivos y facilidades para la instalación física de estas sedes.

Otra vía de desarrollo es la de atracción de eventos multitudinarios en los que Talavera de la Reina presenta un poder de atracción importante ya que resulta una **ciudad apropiada para la realización tanto de eventos de ocio, culturales, deporte, congresos o negocios.**

**Para ello**, Talavera de la Reina debe poner en valor el recinto conocido como “**Talavera Ferial**” que ha de convertirse en el icono de la ciudad con respecto a la celebración de ferias y eventos de mediano alcance.

Toda vez que el Talavera Ferial se haya consolidado, se deberá abordar la construcción de infraestructuras fundamentales para una población como la de Talavera de la Reina: **El Palacio de Congresos de Talavera y el Talavera Sports Center o Centro de Tecnificación de Talavera.**

Así mismo, debemos destacar que, **en el corto plazo**, la ciudad posee una **infraestructura destacable e importante como es el “Talavera Ferial”**, y que será capaz de atraer eventos con altos niveles de concurrencia que sin duda alguna constituirán una palanca para la promoción y reconocimiento de la ciudad.

Esta es la senda que la ciudad tiene que seguir, **fomentando la celebración periódica de eventos multitudinarios** que den a conocer a Talavera de la Reina, así como las bondades de su cultura y gastronomía, su comercio y su calidad de vida y que, a su vez, **generen el impacto económico** tan necesario actualmente.





### Fomento de las Exportaciones

La globalización de los mercados y la competencia entre ciudades está provocando que muchas empresas, además de los nuevos emprendedores, vean en la internacionalización y **exportación una nueva vía para alcanzar nuevos consumidores y aumentar así su productividad.**

A través de esta línea se pretende conseguir que las empresas talaveranas puedan operar en los mercados exteriores con la misma capacidad de competir que en los mercados locales. Para ello, **resulta vital facilitar el acceso a los canales**, fomentar el contacto con diversos clientes o la presentación de la oferta a través de la elaboración de un **documento fundamental** como es el **“Cuaderno de Venta de Talavera de la Reina”**.

Este documento permite a **exponer a inversores, instituciones, organismos y empresas** las **ventajas competitivas que ofrece la ciudad** de Talavera de la Reina de modo ordenado y organizado, poniendo en valor los mayores activos de la ciudad y que servirá para **posicionar a la ciudad** como destino nacional e internacional. Además, se diseñarán acciones que permitan el conocimiento de nuevos mercados con economías emergentes.

### Atracción de Nuevos Ciudadanos

La población extranjera de Talavera de la Reina ha disminuido sustancialmente en los últimos ocho años, aunque se ha estabilizado en la actualidad, unido a este hecho, se ha constatado que la población extranjera, ahora ciudadana talaverana, ha contribuido a la economía talaverana, cubriendo huecos del mercado laboral, al tratarse fundamentalmente de población activa. Es importante trabajar en la atracción de nuevo ciudadanos, con **el fin de favorecer el crecimiento económico de la ciudad** y, al mismo tiempo, mejorar la calidad de vida de la sociedad talaverana, cada vez más diversa culturalmente.



Talavera de la Reina cuenta con una **posición geoestratégica privilegiada**, por su proximidad con Madrid, así como con Extremadura y el sur de la provincia de Ávila, por lo que **aparece como la principal urbe** de una zona que actualmente es percibida como una oportunidad de desarrollo económico.

No obstante, es imprescindible **la mejora de las infraestructuras** de comunicación terrestres de la ciudad de Talavera de la Reina, que se han venido retrasando durante años y que aún no tiene fecha de ejecución como la línea de Alta Velocidad con Madrid o la mejora de las conexiones con los enlaces a la A-5.

El **eje estratégico** se plantea por un **doble motivo**, por un lado, el **aprovechamiento de las infraestructuras que deben llegar** a Talavera de la Reina, asegurando su máxima explotación y repercusión, y por otro la **mejora de las infraestructuras ya instaladas**.

En este caso resulta imprescindible plantear un nuevo modelo urbanístico de ciudad en el que participe la línea de alta velocidad, pero **en ningún caso**, como **eje vertebrador principal del futuro de la ciudad**; debemos recordar que el actual Plan de Ordenación Municipal se concibió partiendo de la premisa según las estimaciones de impacto de la línea de alta velocidad y las necesidades urbanísticas que ello conllevaba, ya que convertiría a la ciudad en una urbe dormitorio de Madrid (tiempo de duración del viaje: 52 minutos), y por ello, la necesidad anteriormente manifestada de **modificar en profundidad el POM**.

El planteamiento de un **sistema global intermodal** en el que su **punto de referencia** sea la **Plataforma Logística Intermodal**, permitirá en el futuro la constitución de Talavera de la Reina como un **gran nodo logístico del centro peninsular**.



Además, este sistema logístico avanzado aumentaría significativamente la conectividad eficiente con La Comarca de Talavera y demás municipios, permitiendo la **integración funcional** con éstos en el ámbito primario, de servicios e industrial.

### Fundación Talavera Ferial

La ciudad de Talavera de la Reina posee una **ventaja competitiva** sobre otros municipios tanto provinciales como nacionales debido a la estela, **profundamente marcada y aún vivida**, en cuanto a la relación de la ciudad de Talavera de la Reina con el **extinto Mercado Nacional de Ganados**, ya sea en los ciudadanos como en los profesionales del ámbito agropecuario.



Si bien es cierto que la tipología de las transacciones que se realizaban con anterioridad han sido modificadas en los últimos años, tanto por nuevas normativas sanitarias como por la propia economía digital, debe erigirse como un pilar fundamental del nuevo desarrollo económico de la ciudad, **el aprovechamiento** de las instalaciones existentes en la **Fundación Talavera Ferial**.



A pesar de las constantes y reiteradas alusiones en la práctica totalidad de las Mesas Sectoriales de Trabajo por sus participantes, la realidad es que, a día de hoy, no se ha tenido en cuenta ni se ha puesto en valor **el verdadero potencial y la importancia que debe adquirir el recinto ferial** en el desarrollo económico de la ciudad en un horizonte inmediato.

Es por ello que, dentro del Plan de Competitividad de la Ciudad de Talavera de la Reina, se tratará de **integrar el Talavera Ferial en el nuevo modelo de ciudad y aprovechar todos los beneficios que conlleva**, haciendo de estas instalaciones uno de los mayores polos de atracción turística de la ciudad.

El **objetivo**, por tanto, de esta línea de actuación, es el de **generar sinergias entre el modelo de desarrollo de la ciudad y la operativa de Talavera Ferial, que tengan como resultado el aumento de la competitividad y la generación de riqueza**, ya que la eficiencia de esta infraestructura resulta esencial, no sólo por la importancia económica de la misma, sino también por la incidencia directa sobre el consumo, el turismo, el comercio, las reservas hoteleras, la restauración y sobre todo, en la imagen de la ciudad.

A través de una **mejora en eficiencia de las instalaciones**, con el resto de infraestructuras de transporte, el **impulso de las actividades de ocio** o el **aprovechamiento de los recursos deportivos y fluviales**, se conseguirá la necesaria integración de todas estas actividades en el día a día de los ciudadanos.

### Ferrocarril

La conexión mediante una línea de alta velocidad que una a la ciudad de Talavera de la Reina con Madrid es **la mayor reivindicación llevada a cabo** por la ciudadanía en la historia reciente. Las posibilidades que ofrece esta conexión, más allá de la reducción del tiempo de viaje entre las dos ciudades, suponen una **mejora en las relaciones empresariales entre Madrid y Talavera de la Reina**, que conllevará una mejora en el posicionamiento de la ciudad en el



panorama europeo, ya que se acerca a los viajeros internacionales que acceden a España a través de Madrid, ya que se tendrá una conexión rápida, ágil y de calidad con los grandes centros de producción como la universidad, el aeropuerto o IFEMA.

### Red Viaria

La ciudad de Talavera de la Reina registra una importante red viaria que contribuye al elevado tráfico provincial, pero también al nacional. En términos de accesibilidad, **la conexión por carretera de la ciudad Talavera de la Reina a través de la A-5 es óptimo**, sin embargo, internamente, las vías de acceso principales desde las salidas de la A-5, discurren por carreteras interurbanas que no se corresponden con las necesidades con respecto al flujo de tráfico que soporta una ciudad con las características de Talavera de la Reina, ya que en algunos casos, el tiempo requerido para llegar a la ciudad desde la salida de la autovía es mayor el tiempo completo de todo el desplazamiento.

Estas vías interurbanas de acceso sufren una **congestión diaria y constante, por lo que disminuye por la calidad de vida y el disfrute del entorno de la ciudad.**

Por lo tanto, las actuaciones que se desarrollarán en esta línea irán encaminadas hacia una **mejora en la accesibilidad y una reducción de la congestión en los accesos a la ciudad, optimizando la red viaria existente y reordenando el tráfico urbano**, con el objetivo último de que ciudadanos y visitantes puedan disfrutar de la ciudad, incluyendo la **Infraestructura Verde**, conectando las grandes áreas de valor natural y cultural del territorio, a través de un sistema de corredores verdes.

### Digital: Conectividad y 5G

El objetivo dentro de esta línea es el de **promover la conectividad digital de la ciudad**, convirtiéndola en un **nodo clave** de las infraestructuras digitales en la



provincia. Esta intención se traduce en la habilitación de espacios abiertos conectados de negocio, cultura, servicios sociales y otros lugares destinados al servicio del ciudadano como, por ejemplo, los hospitales, las oficinas de la administración o las bibliotecas. Se pretende además **extender la conectividad digital existente**, hasta ahora disponible solo en el centro de la ciudad, al resto del municipio, consiguiendo así una **conexión completa y eliminando las desigualdades entre los barrios**.

Así mismo, es **obligatorio aprovechar la magnífica oportunidad** que en la actualidad tiene la ciudad de Talavera habiendo sido seleccionada por Telefónica para liderar el camino a la **tecnología 5G en España**, con el primer despliegue de capacidades 5G en colaboración con las multinacionales Ericsson y Nokia, para posicionar a la ciudad como referente nacional tecnológico.

Puesto que la tecnología 5G es un tipo de conexión inalámbrica diseñada para la conectividad total, lo que es conocido como IoT (Internet de las Cosas) y las predicciones estiman que para 2020, habrán más de 20 mil millones de dispositivos de este tipo, conectados a internet.

Por ello debemos estar preparados para explotar esta oportunidad, y no sólo por el posicionamiento de ciudad internacional sino para la atracción de empresas y talento a nivel mundial, la creación de Hub's o Clusters, laboratorios tecnológico o centros de co-working. Para ello recomendamos la creación de un **Observatorio Tecnológico Talavera** que esté a la vanguardia y haga posible la recepción y facilitación de las empresas que quieran beneficiarse de esa tecnología.





Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina



# 6. RETOS DEL PLAN

## VISIÓN 2025-2050

TALAVERA 2025



## 6. Retos del modelo: Visión 2025-2050

El nuevo modelo propuesto en el Plan Estratégico de Competitividad Urbana para la ciudad de Talavera de la Reina, está planteado sobre un **horizonte temporal 2025**, este alcance tiene el objetivo de enmarcar temporalmente los proyectos específicos que se han definido en cada uno de los ejes y que se explican con detalle en el epígrafe siguiente, pero el objetivo real del proyecto es el de dotar a la ciudad de un **nuevo modelo de desarrollo** y por tanto de proporcionarle **una visión de futuro** distinta a la que tiene actualmente.

Este proyecto plantea que, en el año **2050**, la realidad de la ciudad de Talavera de la Reina sea la de una **ciudad competitiva, innovadora, dinámica, productiva, eficiente, atractiva, especializada y generadora de talento**. Esta realidad puede resultar excesivamente ambiciosa, pero **es posible** ya que Talavera de la Reina posee los recursos necesarios sobre los que construir una ciudad de estas características. Para conseguirlo hay que **prestar atención a las necesidades de la ciudad, a las nuevas tendencias y trabajar por conseguir la financiación necesaria, pública o privada**, para conseguir poner en marcha estos proyectos y por supuesto y lo **más importante, tener claro el objetivo a conseguir en la gestión de la ciudad**.

Lo que se pretende en este punto es precisamente esto, marcar la **hoja de ruta de cuál debe ser la proyección de la ciudad en un horizonte a largo plazo, como es el 2050**. Este horizonte es la visión que los participantes en el Plan consideraban posible en la ciudad de Talavera de la Reina, es decir, **no es una utopía sino una necesidad así percibida y este Plan Estratégico de Competitividad Urbana, pretende ser la herramienta** que permita alcanzarla.

El diseño y la configuración de un **nuevo modelo de ciudad** nace como una necesidad ciudadana, la necesidad de tener un **referente** de cuál va a ser la evolución futura de su ciudad y cómo va a posicionarse en el largo plazo. Esta visión es la que ha condicionado la definición de los ejes del Plan, cada uno de





ellos dan respuesta a una necesidad y tras su cumplimiento aparece un reto de ciudad, **estos retos serán los que marquen la vigencia del nuevo modelo.**

- **Ciudad de referencia:** Talavera de la Reina es el centro económico y de servicios para una población aproximada de 160.000 habitantes, por lo cual, el nuevo modelo se pretende lograr un sistema productivo que, por un lado, aproveche y apueste por aquellos sectores en los que presenta una **ventaja competitiva**, así como una **especialización real** y por otro que se apoye en La Comarca para la generación de riqueza.

Otra novedad que presenta la propuesta de modelo sobre el sistema productivo es la **internacionalización** y la **apuesta clara por el conocimiento**; esto quiere decir que la economía no solo se diferenciará a partir de los servicios de alto valor añadido, sino que además optará a nuevos mercados hasta ahora no explotados.

En un horizonte lejano y poniendo en práctica las nuevas herramientas de comercialización tanto de la ciudad en sí como de sus sectores productivos, debería ser capaz de conseguir aportar a la provincia lo mismo que aporta ésta, en términos económicos y de generación de empleo.

- **Destino turístico de referencia:** Talavera de la Reina está trabajando ya en constituir una oferta consolidada de productos diferenciales dentro del marco de “cultura-deporte-gastronomía-ocio” que tradicionalmente se ha venido ofreciendo en la Comunidad Castellano-manchega. Con este modelo se pretende posicionar como enclave turístico de referencia en la provincia, diferenciándose del resto de municipios.

Esta diferenciación la va a construir en base no solo a una oferta diferenciada, también por medio de la **creación de una verdadera ciudad turística**. La especialización en este sector irá asociada al **concepto de calidad en cualquiera de los ámbitos** sobre los que se



consolide: planta hotelera, oferta gastronómica, formación turística, atracción de nuevos mercados, consolidación de la oferta cultural, promoción de actividades saludables y deportivas o la comercialización del destino: **Talavera Shopping**.

Se trata de generar una **acción transversal** de revisión de la actual planificación turística, **que sea palpable desde la información del destino y la comercialización online**, con ofertas consolidadas e innovadoras construidas por agentes especializados.

La mayor diferencia que presenta este modelo turístico respecto al que actualmente se está desarrollando, es la diferenciación respecto al resto de la provincia al aplicar un **modelo apoyado sobre los activos reales, adecuado a las tendencias actuales y del que forma parte la ciudad al completo, no solamente en acciones puntuales de colectivos y organizaciones como se venía realizando hasta el momento actual**.

Este posicionamiento tendrá un doble efecto, ya que por un lado permitirá recibir un importante **número de turistas** atraídos por una oferta sostenible y única lo que contribuirá a la desestacionalización de la demanda y por otro, sirve como **plataforma de promoción del destino**, así como para el mantenimiento de la infraestructura turística que es necesaria en los momentos de mayor demanda.

- **Integración real Talavera-La Comarca:** La nueva competencia de ciudades en un mundo globalizado e interconectado, hace que sea imprescindible la **configuración y articulación de territorios** más allá de las fronteras del término municipal. Con esto lo que se pretende es la búsqueda de sinergias entre espacios, especialmente en lo que se refiere a las infraestructuras y el conocimiento.

En base a esto, la ciudad de **Talavera de la Reina debe incorporar a la red de municipios que integran La Comarca como el motor impulsor**



**y proveedor de servicios especializados.** Este planteamiento implica que la ciudad mantenga una relación fluida con los municipios, con el objetivo de poder conocer tanto sus necesidades como sus expectativas sobre la labor de la ciudad de referencia.

Esta nueva práctica, hasta ahora escasa, supondrá una mejora tanto en los resultados como en los esfuerzos necesarios para el desarrollo económico e industrial de la provincia. Talavera de la Reina dispone de infraestructuras y recursos de los que el resto de municipios carecen y lo que se pretende es la **puesta en común de estos activos para lograr un mayor aprovechamiento y mejores rendimientos.**

Estas infraestructuras aportarán a la provincia **activos tanto tangibles como intangibles**, tales como el conocimiento, la innovación, la formación, etc. consolidando una relación de dependencia y abriendo la posibilidad de que la provincia avance en su posición actual en términos de generación de PIB a nivel provincial.

- **Gestión en beneficio de los ciudadanos y empresas de sus recursos naturales:** La ciudad de Talavera de la Reina se posiciona en una evolución hacia un modelo urbano saludable, apoyado sobre las condiciones naturales de la ciudad: el clima, el río Tajo, los productos naturales y los espacios verdes.

Una ciudad saludable es aquella que da una alta prioridad a la salud en todas sus actuaciones, **entendiendo la salud como un entorno en el que los ciudadanos disponen de unas condiciones óptimas de calidad de vida.** Un modelo urbano en el que **conviven sostenibilidad, medio ambiente, salubridad, desarrollo económico** y social, equidad y por supuesto salud. Esto hace que el propio territorio acoja al visitante ofreciéndole un entorno óptimo para disfrutar de la naturaleza y del ecosistema propios.



- **Conexión Universidad-Empresa:** en el horizonte 2025 la Universidad de Talavera de la Reina debe aparecer como un **agente generador de riqueza, una palanca para la implementación del conocimiento en el sistema productivo** y por tanto impulsor del cambio y la transformación de Talavera de la Reina en una ciudad efectivamente competitiva. Actualmente desde la Administración Local se está trabajando para que la Universidad amplíe su presencia en la ciudad, pero además hace falta la integración con el sector empresarial para conseguir la efectiva transformación del conocimiento en oportunidades.

Una vez construido un sistema productivo especializado y orientado, es necesario establecer un **flujo de comunicación entre las empresas y la Universidad** para que el potencial de ambas repercuta en un mayor éxito global.

La base para conseguirlo es el establecimiento de **canales de comunicación entre la Universidad y los sectores económicos**, tanto los consolidados como los emergentes para la puesta en común de necesidades y retos, necesidades formativas, de empleabilidad, tendencias de investigación y la adecuada capacitación de los recursos humanos.

**La Universidad se convertirá, por tanto, en la principal vía de acceso a un capital humano altamente cualificado y capacitado para contribuir al desarrollo e innovación del sistema productivo de Talavera de la Reina** y como tal deberá estar presente en el desarrollo económico de la ciudad en su conjunto, no únicamente en el ámbito educativo, ya que el conocimiento y el talento generado es un activo muy valioso para la ciudad y tendrá que ser aprovechado en su máximo rendimiento.

- **Internacionalización ciudad y empresa:** la internacionalización de los territorios supone, el acceso a nuevos mercados y con ello la posibilidad



- de interactuar con nuevos colaboradores y competidores, pero también la integración de nuevas culturas y tradiciones.

Este doble enfoque es el que se ha incluido en el nuevo modelo con el objetivo de que una vez alcanzado el horizonte 2025, la ciudad esté **preparada para competir en un mundo realmente globalizado**. Una ciudad competitiva, obtiene beneficios en el acceso a nuevos mercados porque conoce su potencial y es **capaz de exportarlo y explotarlo de una manera correcta**, obteniendo así sinergias con los nuevos agentes y generando un beneficio recíproco.

En cualquier caso, para garantizar una apertura coherente, en el presente Plan se han definido herramientas que contribuyan a la internacionalización de ciudad, ciudadanos y tejido empresarial, orientando y guiando esta apertura, en el largo plazo.

- **Captación de Capital Humano y Financiero del exterior:** en línea con el reto anterior, los objetivos que residen tras la apertura a nuevos mercados son los de hacer que la ciudad aparezca en el panorama tanto nacional como internacional, como un **territorio competitivo y socialmente sostenible**.

Es decir, la **consolidación de Talavera de la Reina como una ciudad con gran calidad de vida, capacidad de atracción de personas, sedes de entidades y empresas**. Esto dependerá de dos factores principalmente, de la capacidad de generación de empleo para la atracción de capital humano y a su vez de la generación de confianza para la atracción de empresas e inversiones privadas.

Hay que destacar un factor indudable en este punto y que sin duda alguna afectará el desarrollo futuro de la ciudad y son las **condiciones naturales** que avalan el hecho de que Talavera de la Reina pueda configurarse como un punto de atracción de inversión y personas.



Talavera de la Reina presenta un entorno muy favorable, por su cercanía a la capital de España, la cultura, la gastronomía y otras tradiciones, para la atracción de nuevos ciudadanos, además, el nuevo modelo previsto hará de Talavera de la Reina una ciudad segura y moderna y conectada física y telemáticamente.

- **Plataforma Logística:** En primer lugar, hay que destacar que, por su ubicación geoestratégica, así como por las tradicionales relaciones con otros mercados, Talavera de la Reina está naturalmente expuesta al contacto con otros territorios, lo que hace que presente ventajas competitivas para acceder a mercados.

Al margen de las posibles inversiones que puedan llegar en un futuro próximo, hay que plantearse **qué modelo de crecimiento es el que se apoya sobre el funcionamiento de todas estas infraestructuras.** Talavera de la Reina como centro económico de La Comarca, pone al servicio de ésta todas aquellas infraestructuras que sean necesarias para la creación de un territorio más cohesionado y próspero desde el punto de vista económico.

- **Una ciudad donde querer vivir y trabajar:** en este punto hay que recordar que **este modelo está construido sobre las necesidades de los ciudadanos** y que como tal es consciente de que **la calidad de vida,** serán la que condicione el lugar de residencia y las condiciones económicas serán las que marquen el lugar de trabajo. A partir de aquí, el reto que se propone el modelo es que la ciudad de Talavera de la Reina, en el largo plazo, cumpla los requisitos que los ciudadanos reclaman para vivir y trabajar.

Esto implica la necesidad de construir un **sistema formativo de calidad,** lo que se ve cumplido por el modelo propuesto, en el que se aspira a configurar una oferta educativa excelente y diferenciada, orientada a la vida laboral, a la confluencia con las empresas y a la internacionalización.



Es prioritario en una ciudad como Talavera de la Reina, el **acceso al empleo**, en este punto es donde entra en juego el concepto de ciudad competitiva que se construye en este Plan Estratégico de Competitividad Urbana y que tendrá como resultado una **reactivación de la economía talaverana** y por tanto una **dinamización de la oferta laboral**.

Del mismo modo hay que garantizar el acceso al **autoempleo**, a través de la **creación de nuevas empresas**, para lo cual se está trabajando en la definición de una red de agentes especializados que faciliten y apoyen la formación e internacionalización de las empresas que se generen.

Otro punto clave es lo relacionado con la **habitabilidad de la ciudad**, en este aspecto Talavera de la Reina presenta unas condiciones óptimas ya que ofrece vivienda disponible, un ambiente saludable, infraestructuras culturales y de ocio así como abanico gastronómico de reconocido prestigio, calidad y variedad.

La conclusión que se obtiene de esta descripción es que Talavera de la Reina tiene capacidades suficientes para posicionarse como un **centro de atracción de nuevos ciudadanos clave en el centro peninsular**. A partir de aquí se consolida un **nuevo concepto de ciudad**, una ciudad **competitiva y dinámica** que tiene que seguir mirando al futuro y planteando nuevos retos que en cualquier caso repercutan en la mejora de la calidad de vida y el desarrollo económico.

Estos retos planteados en un **horizonte 2050** deberán construirse como una **evolución de los ya alcanzados** en el horizonte 2025, es decir manteniendo el núcleo sobre el ciudadano y marcando metas más ambiciosas.

En otras palabras, se realizará un ejercicio de consolidación de su posicionamiento como ciudad clave en el centro de la península en base a la detección de nuevas necesidades u oportunidades. Para esta meta es necesario que se **cree una efectiva orientación hacia el desarrollo del turismo especializado**, mediante la construcción, con vistas al largo plazo (esto es, al



año 2050) de un **palacio de congresos** y, más a corto plazo, con la **consolidación de la oferta hotelera**. Esta propuesta cubriría además la demanda insatisfecha de organización de un mayor número de eventos durante la temporada invernal.

Otro punto relacionado con el posicionamiento de Talavera de la Reina como eje vertebrador del territorio será la **Plataforma Logística**, en la que se permita el acceso y distribución de todo tipo de mercancías por vía terrestre, con esto se consolidará la **logística como un sector económico generador de riqueza**.

Como se observa, **el futuro de la ciudad se ve proyectado hacia un escenario internacional**, procurando la atracción de personas, así como posicionándose como un agente de relevancia en el tráfico internacional; esto tendrá, como consecuencia, la adaptación de la ciudad, concretamente, la adaptación del capital humano a los mercados extranjeros, incluyendo una mejora de la formación lingüística de la población, de cara a su capacitación para acceder a los mercados internacionales, con la suficiente capacitación para mantener un **desarrollo profesional plurilingüe**.

**En el horizonte 2050** se plantea una **ciudad competitiva y especializada** en ámbitos concretos en los que la ciudad tiene una ventaja competitiva sobre otros territorios y en los que es capaz de generar alto valor añadido, siendo el **eje vertebrador de la provincia de Toledo y de La Comarca de Talavera**, y ofreciendo a potenciales inversores y residentes el mejor lugar para **desarrollar su proyecto con garantía de éxito**.





Ayuntamiento de  
Talavera de la Reina



# 7. PROGRAMAS Y PROYECTOS

TALAVERA 2025



A continuación, se incluyen los **61 proyectos** que derivan de los ejes y líneas estratégicas descritas anteriormente. **Los proyectos se han dividido en 12 programas** atendiendo a la tipología de los proyectos y la línea estratégica a la que hacen referencia:

Cada uno de los proyectos se diferenciará a su vez en función del calendario de ejecución y del tipo y rango de presupuesto necesario para su puesta en marcha:

Calendario de Ejecución		Presupuesto	
Corto Plazo	2018-2020	Bajo	< 100.000 €
Medio Plazo	2021-2023	Medio	100.000 € - 1M. €
Largo Plazo	2024-2025	Alto	>1M. €

De acuerdo con estos criterios, nos encontraríamos con un mapa de proyectos definido en base a las necesidades y recursos de la ciudad de Talavera de la Reina y de los cuales, un 66% podrían ser puestos en marcha en el corto plazo, y a su vez el 85% de los proyectos a corto plazo tienen un coste asociado inferior a los 100.000 euros.

Únicamente se prevén 6 proyectos a realizar en el largo plazo, esta clasificación se deriva de la necesidad de definiciones urbanísticas o de captación de financiación que requieren procesos prolongados de coordinación de agentes o adaptación de infraestructuras.

En cuanto a la **responsabilidad en la ejecución de los proyectos**, tal y como se ha venido recalcando, el Plan es impulsado por el Ayuntamiento de Talavera de la Reina, pero es un proyecto de toda la ciudad y en el que han participado multitud de agentes de manera directa por lo que la responsabilidad se deriva



entre cada uno de ellos buscando sinergias, así como el aprovechamiento de aquellos conocimientos más especializados.

Así la distribución de los proyectos se ha realizado, tal y como se recoge en el gráfico que sigue a continuación. En el caso de los proyectos liderados por el Ayuntamiento de la ciudad, los responsables se asignarán entre las concejalías y los órganos municipales, en función de la especialización por áreas.

En cualquier caso, hay que tener en cuenta que en los proyectos colaboran multitud de agentes con la finalidad de poder contrastar perspectivas y mantener el espíritu de colaboración e implicación con el que se ha definido el modelo.



## Eje 1. Ciudad

EJES	LINEAS DE ACTUACIÓN		PROGRAMAS DE DESARROLLO	PROYECTOS	
<b>CIUDAD</b>	1.1	PLANIFICACIÓN URBANA	ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO	1	MODIFICACIÓN INTEGRAL DEL ACTUAL POM
				2	REHABILITACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO: LA MURALLA
				3	REHABILITACIÓN DEL PATRIMONIO URBANO: JARDINES DEL PRADO.
				4	PEATONALIZACIÓN PRIMER RECINTO AMURALLADO
				5	NUEVO ALUMBRADO EFICIENTE DE EDIFICIOS EMBLEMÁTICOS
				6	MUSEO DE LA CIUDAD
				7	MODIFICACIÓN DE ACCESOS DESDE LA A-5
				8	IDENTIFICACIÓN Y SEÑALÉTICA DE LAS ZONAS COMERCIALES
				9	CENTRO DE DIVULGACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ARTESANÍA
				10	USO DE LA CERÁMICA EN LAS FACHADAS DEL COMERCIO
				11	TALAVERA 100% ACCESIBLE:PROYECTO VISION TALAVERA 2030
				12	FORO TALAVERA 2025
				13	CASA DE LA CELESTINA
	1.2	RECURSOS NATURALES		14	CREACIÓN DEL ANILLO VERDE
				15	MAT MUSEO DEL AGUA DE TALAVERA
				16	FOMENTO DEL TRANSPORTE SOSTENIBLE BICICLETA, PEATÓN Y VEHÍCULO ELÉCTRICO
	1.3	NUEVO PARADIGMA TALAVERA Y LA COMARCA	PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO DE TALAVERA EN EL EXTERIOR	17	PLAN DE MODERNIZACIÓN DE LAS 9.000 HECTÁREAS DE REGADÍO
				18	RECALIFICACIÓN URBANÍSTICA DE LAS ACTIVIDADES AGROPECUARIAS
	1.4	IMAGEN		19	PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO ARTÍSTICO Y DE LA NATURALEZA DE LA COMARCA
				20	REDES DE CIUDADES
				21	MARKETING DE CIUDAD
				22	MARCA TALAVERA
				23	CUADERNO DE VENTA DE LA CIUDAD



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.

#### PLANIFICACIÓN URBANA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 1. MODIFICACIÓN INTEGRAL ACTUAL POM

##### OBJETIVOS:

- Modificación integral del actual Plan de Ordenación Municipal (POM).
- Adecuación urbanística a las necesidades actuales.
- Resolución de conflictos existentes.
- Proyección de la ciudad.
- Atracción de inversión y empresas.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

- El Plan de Ordenación Municipal de Talavera de la Reina inicia su andadura en el año 2011, con el objetivo de adecuar urbanísticamente la ciudad a una realidad que, a día de hoy, es inviable.
- La actual situación socio-económica y de los mercados, obliga irremediabilmente a plantear una modificación integral del mismo que pueda resolver la problemática urbanística que dicho modelo actual está generando.

#### 1. Análisis y diagnóstico:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se puede constatar objetivamente que la programación del Plan de Ordenación Municipal de Talavera de la Reina, POM, establece la disposición de suelo urbano para la construcción de un parque aproximado de 54.00 viviendas.

Si tenemos en cuenta que lo correcto sería añadir a esta cifra las 11.000 viviendas pendientes de construcción del anterior Plan General de Ordenación Urbana (del año 1997), nos situamos ante cifra próxima a la construcción 65.000 viviendas. Si tenemos en cuenta que, en la actualidad, el censo asciende a 84.000 ciudadanos aproximadamente, carece de sentido este planeamiento urbanístico.

Por todo ello, la ciudad **debe replantearse un nuevo modelo** de desarrollo urbano, económica y medioambientalmente sostenible y adecuado a la realidad actual.



#### ACTUACIONES PRIORITARIAS

- Acuerdo del Pleno del Ayuntamiento para su oportuna modificación.
- Redacción, elaboración y publicación del pliego de condiciones de contratación.
- Elaboración de informes.
- Reuniones y sesiones de trabajo informativas y sectoriales con los colectivos implicados.
- Ronda de consultas y acciones de participación de la ciudadanía.
- Presentación de informes.
- Redacción del nuevo POM.
- Exposición pública.

#### RESPONSABLE DEL PROYECTO:

- Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.

#### AGENTES IMPLICADOS:

- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Comisión de Patrimonio.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

#### INDICADORES DE SEGUIMIENTO:

- Aprobación del proyecto.
- Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.
- Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.
- Impacto en medios de comunicación.
- Grado de satisfacción de los participantes y de la ciudadanía.
- Grado de satisfacción del tejido empresarial.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.

#### PLANIFICACIÓN URBANA

### NOMBRE DEL PROYECTO: 2. REHABILITACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO: LA MURALLA DE TALAVERA

#### OBJETIVOS:

- Rehabilitación de la Muralla de Talavera, así como de las siguientes zonas contiguas, con interés Histórico y Patrimonial:
  - EntreTorres.
  - El Charcón.
  - El Salvador.
  - Calle Palenque.
  - La Corredera del Cristo.
  - Calle Carnicerías.
  - La Alcazaba.
  - Ronda del Cañillo.
- Puesta en valor del Patrimonio de la ciudad.
- Mejora del patrimonio cultural para un mayor reclamo turístico.
- Imagen de la ciudad.
- Posicionamiento estratégico y dinamismo de ciudad.

#### DESCRIPCIÓN:

- La “Muralla de Talavera” siempre ha sido una seña de identidad para los talaveranos, formando parte de la fachada fluvial, convirtiéndose un verdadero símbolo de la ciudad.
- En los últimos años, no se han llevado a cabo todas las actuaciones necesarias para preservar su integridad y es bastante apreciable su deterioro en algunos tramos de la misma y se hace necesaria una actuación integral.
- La rehabilitación de la Muralla de Talavera, así como de las zonas adyacentes con un alto interés Histórico y Patrimonial, es una demanda recurrente por toda la ciudadanía.
- La “Muralla de Talavera” debe convertirse en uno de los grandes polos de atracción de visitantes, un **icono turístico**, para todas aquellas personas que visitan la ciudad.



#### ANÁLISIS:

Dada la situación económica actual de la Administración Local, este tipo de inversiones sólo son financieramente posibles de ejecutar si están co-financiadas con otros organismos. En este caso, el 80% de la financiación necesaria para la realización, parten de los fondos otorgados en el Programa Europeo de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI) al Ayuntamiento de Talavera de la Reina.

#### ACTUACIONES PRIORITARIAS:

- Análisis de la situación actual: estudios e informes de situación.
- Redacción, elaboración y publicación del pliego de condiciones de contratación.
- Ejecución de las obras.

#### RESPONSABLES DEL PROYECTO:

- Ayuntamiento de Talavera.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Programa Europeo de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI).

#### AGENTES IMPLICADOS:

- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Comisión de Patrimonio.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: MEDIO PLAZO**

**PRESUPUESTO: ALTO**

#### INDICADORES DE SEGUIMIENTO:

- Publicación y adjudicación de las obras.
- Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.
- Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.
- Impacto en medios de comunicación.





<b>EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD</b>
<b>PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.</b>
<b>PLANIFICACIÓN URBANA</b>
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 3. REHABILITACIÓN DEL PATRIMONIO URBANO: JARDINES DEL PRADO</b>
<b>OBJETIVOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Rehabilitación de los Jardines del Prado.</li><li>→ Adecuación paisajística.</li><li>→ Puesta en valor de los recursos medioambientales de la ciudad.</li><li>→ Imagen de la ciudad.</li><li>→ Posicionamiento estratégico y dinamismo de ciudad.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ El entorno de los Jardines del Prado, una parte fundamental del corazón verde de la ciudad, ha sufrido en los últimos años una degradación que requiere una importante rehabilitación a todos los niveles.</li><li>→ El nuevo modelo de ciudad reclamado por los ciudadanos en el Plan de Competitividad, que pone en valor los recursos patrimoniales de la ciudad, hace necesario una actuación con la suficiente envergadura que revierta el esplendor de otros tiempos a una zona referente para los talaveranos y para los visitantes.</li></ul> <p><b>1. Análisis y diagnóstico:</b></p> <p>La dimensión de los trabajos a desarrollar para llevar a cabo la rehabilitación necesaria para los Jardines del Prado, requieren una importante inversión.</p> <p>Dada la situación económica actual de la Administración Local, este tipo de inversiones sólo son financieramente posibles de ejecutar si están co-financiadas con otros organismos. En este caso, el 80% de la financiación necesaria para la realización, parten de los fondos otorgados en el Programa Europeo de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI) al Ayuntamiento de Talavera de la Reina.</p>
<b>ACTUACIONES PRIORITARIAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Análisis de la situación actual: estudios e informes de situación.</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>→ Redacción, elaboración y publicación del pliego de condiciones de contratación.</li><li>→ Ejecución de las obras.</li></ul>	
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Ayuntamiento de Talavera de la Reina.</li><li>→ Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.</li><li>→ Programa Europeo de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI).</li></ul>	
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.</li><li>→ Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.</li></ul>	
<b>CALENDARIO: CORTO PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO: MEDIO</b>
<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Aprobación del proyecto.</li><li>→ Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.</li><li>→ Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.</li><li>→ Impacto en medios de comunicación.</li><li>→ Grado de satisfacción de los participantes y de la ciudadanía.</li><li>→ Grado de satisfacción del tejido empresarial.</li></ul>	



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.

#### PLANIFICACIÓN URBANA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 4. PEATONALIZACIÓN PRIMER RECINTO AMURALLADO

##### OBJETIVOS:

- Aplicación del nuevo modelo de ciudad sostenible.
- Reducción de la contaminación acústica y ambiental en el casco antiguo.
- Fomento de la actividad comercial.
- Puesta en valor del Patrimonio de la ciudad.
- Imagen de la ciudad.
- Posicionamiento estratégico y dinamismo de ciudad.

##### DESCRIPCIÓN:

- De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el marco del Plan de Competitividad, se puede constatar, objetivamente que la ciudad da prioridad al vehículo privado sobre el peatón, a pesar de ser una ciudad con un enclave ideal para ello puesto que Talavera de la Reina es una ciudad llana muy manejable para el peatón.  
Debemos tener en cuenta que la extensión de la ciudad, si trazamos un eje desde el barrio de Patrocinio de San José hasta el Centro Comercial Los Alfares, es de 6 km, y que en sentido norte-sur, no alcanza los 1,5 km.
- La peatonalización del Primer Recinto Amurallado supone un aumento en la calidad de vida de los ciudadanos y de los vecinos de la zona, al disminuir el ruido y la contaminación acústica.
- Conllevará una mayor atracción de visitantes y ciudadanos.
- Incrementará el dinamismo comercial en los locales situados en este entorno.

Para llevar a cabo este proyecto, **se recomienda promover una serie de actuaciones** previas como, por ejemplo:

1. Un estudio de viabilidad en el que se analizase el impacto sobre las actividades llevadas a cabo en la zona objetivo, además en los edificios residenciales y emblemáticos, así como los retornos de la inversión, y por último, pero no menos importante, el grado de accesibilidad futura una vez realizado el cambio.
2. También se recomienda realizar un Estudio de Evaluación de Impacto Ambiental.



3. Analizar las calles más susceptibles de peatonalizar, en base a los accesos o la movilidad.
4. Analizar la nueva situación de los vecinos de la zona con respecto al acceso a sus viviendas.
5. Evaluar y decidir con carácter previo, el tipo de peatonalización requerida (total, restringida por horarios, con afecciones de velocidad).
6. Si bien, en este tipo de situaciones siempre se recomienda establecer un *proceso de consulta y participación pública*, la aparición de este proyecto dentro del Plan de Competitividad, se debe a una reclamación de los propios ciudadanos.
7. Por último y de acuerdo con los análisis realizados, se elaborará un **plan de peatonalización**, en el que se dividirá el primer recinto y se irá completando por tramos, con el objeto de la reordenación correcta del tráfico, la situación de las plazas de aparcamiento accesibles y disponibles

#### **ACTUACIONES PRIORITARIAS:**

- Estudio de viabilidad
- Análisis del Casco Histórico: accesibilidad de suministros, accesibilidad de los residentes, calles a peatonalizar, supresión de aparcamientos, reordenación del tráfico.
- Proceso de comunicación y participación ciudadana.
- Redacción del plan de peatonalización.
- Puesta en marcha de las obras.
- Evaluación y seguimiento.

#### **RESPONSABLES DEL PROYECTO:**

- Ayuntamiento de Talavera.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de Servicios Generales, Limpieza Viaria y Mantenimiento Urbano y Accesibilidad.
- Concejalía de Artesanía, Festejos y Turismo.

#### **AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Comisión de Patrimonio.
- Empresas afectadas.
- Asociaciones y Colectivos.



**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Volúmenes de las ventas en los comercios.
- Volumen de afluencia a establecimientos hosteleros.
- Nº de establecimientos de nueva apertura en la zona.
- Volumen de paso de visitantes.
- Nivel de contaminación acústica
- Nivel de contaminación ambiental.
- Volumen de compra-venta de viviendas en la zona.
- Nivel de ocupación de los locales comerciales.



<b>EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD</b>
<b>PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.</b>
<b>PLANIFICACIÓN URBANA</b>
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 5. NUEVO ALUMBRADO EFICIENTE DE EDIFICIOS EMBLEMÁTICOS</b>
<b>OBJETIVOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Reducción del consumo del gasto energético en aplicación del nuevo modelo de ciudad sostenible.</li><li>→ Puesta en valor del Patrimonio de la ciudad.</li><li>→ Imagen de la ciudad.</li><li>→ Posicionamiento estratégico y dinamismo de ciudad.</li><li>→ Reducción de la contaminación lumínica.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el marco del Plan de Competitividad, es necesario abordar el correcto y eficiente alumbramiento de los edificios puesto que el consumo del alumbrado supera en un 74% al consumo de las instalaciones municipales.</li><li>→ En este sentido, tenemos un amplio margen de mejora en eficiencia energética en los edificios emblemáticos del Casco Histórico, así como del alumbrado público.</li><li>→ Una mejora en la iluminación y visibilidad de los edificios, conllevará una mayor atracción de visitantes y ciudadanos.</li><li>→ Incrementará el dinamismo comercial en los locales situados en este entorno.</li></ul> <p>Para llevar a cabo este proyecto, se recomienda promover una serie de actuaciones previas como, por ejemplo:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Un informe de situación que entrase a valorar, en profundidad la situación y que priorice las actuaciones a ejecutar.</li><li>2. Evaluación con carácter previo, el tipo de iluminación necesaria en cada caso.</li><li>3. Por último y de acuerdo con los análisis realizados, se elaborará un <b>plan de iluminación</b>, en el que se priorizará en función de la valoración realizada</li></ol>
<b>ACTUACIONES PRIORITARIAS:</b>



- Informe de situación.
- Análisis de viabilidad.
- Redacción del plan de iluminación.
- Puesta en marcha de las obras.
- Evaluación y seguimiento.

**RESPONSABLES DEL PROYECTO:**

- Ayuntamiento de Talavera.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Programa Europeo de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI).

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Concejalía de Servicios Generales, Limpieza Viaria y Mantenimiento Urbano y Accesibilidad.
- Comisión de Patrimonio.
- Empresas afectadas.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Volúmenes de las ventas en los comercios.
- Volumen de afluencia a establecimientos hosteleros.
- Nº de establecimientos de nueva apertura en la zona.
- Volumen de paso de visitantes.
- Nivel de contaminación acústica
- Nivel de contaminación ambiental.
- Volumen de compra-venta de viviendas en la zona.
- Nivel de ocupación de los locales comerciales.



<b>EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD</b>
<b>PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO. PLANIFICACIÓN URBANA</b>
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 6. MUSEO DE LA CIUDAD</b>
<b>OBJETIVOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Creación del Museo de la ciudad de Talavera de la Reina.</li><li>→ Puesta en valor del Patrimonio de la ciudad.</li><li>→ Posicionamiento estratégico y ciudad.</li><li>→ Turismo cultural.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Los museos son una parte fundamental para la conservación y protección del patrimonio, a la vez que promueven la diversidad cultural y la interacción tan necesaria entre patrimonio y desarrollo cultural.</li><li>→ Así mismo, los museos son los lugares indicados para promover el turismo local, así como para la atracción de visitantes. Debemos destacar que los museos, además de ayudar a la conservación y divulgación del patrimonio, son agentes de recuperación del mismo.</li><li>→ De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el marco del Plan de Competitividad y, en función de las aportaciones realizadas por los participantes en la Mesa Sectorial de Patrimonio y Casco Histórico, se aborda por unanimidad la creación de un Museo de la Ciudad.</li><li>→ El modelo de ciudad pretendido y al que debe aspirar una ciudad como Talavera de la Reina, debe contener en su oferta cultura un museo que aglutine toda la historia, cultura y evolución de la ciudad.</li><li>→ Así mismo, es unánime la opinión que este museo viene a complementar de forma extraordinaria, el posicionamiento de la ciudad, puesto que toda ciudad que se precie, tiene un museo representativo.</li></ul>
<b>ACTUACIONES PRIORITARIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Informe de situación.</li><li>▪ Redacción del Plan Museístico.</li><li>▪ Puesta en marcha de las obras.</li><li>▪ Evaluación y seguimiento.</li></ul>





#### RESPONSABLES DEL PROYECTO:

- Ayuntamiento de Talavera.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda, Ferias y Mercados.
- Financiación privada.

#### AGENTES IMPLICADOS:

- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Comisión de Patrimonio.
- Empresas y Fundaciones.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: MEDIO PLAZO**

**PRESUPUESTO: ALTO**

#### INDICADORES DE SEGUIMIENTO:

- Aprobación del proyecto museístico.
- Aprobación del proyecto de obras y acondicionamiento.
- Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.
- Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.
- Impacto en medios de comunicación.
- Grado de satisfacción de los participantes y de la ciudadanía.
- Grado de satisfacción de los colaboradores privados.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.

#### PLANIFICACIÓN URBANA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 7. MODIFICACIÓN DE ACCESOS DESDE LA A-5

##### OBJETIVOS:

- Modificación de los actuales accesos a la ciudad desde la A-5.
- Adecuación urbanística a las necesidades actuales.
- Resolución de conflictos existentes.
- Proyección de la ciudad.
- Atracción de inversión y empresas.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

- Los accesos a la ciudad desde las salidas de la A-5 suponen un foco de estrangulamiento del tráfico en las comunicaciones por carretera debido a que no tienen la capacidad necesaria para soportar el flujo de vehículos que genera la ciudad.

##### 1. Análisis y diagnóstico:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, y de las opiniones manifestadas por una mayoría de asistentes, y especialmente por aquellos colectivos más directamente afectados como, por ejemplo, la ASEIP de Torrehierro.

En este sentido podemos constatar objetivamente la necesidad de llevar a cabo el desdoblamiento de la calzada tanto en el acceso a la ciudad desde Cazalegas, incluyendo el desdoblamiento del puente sobre el río Alberche, la misma necesidad en los accesos a la ciudad desde el Polígono Industrial de Torrehierro.

Para ello se debe llevar a cabo la elaboración de un documento técnico que exponga todas las necesidades y acciones a ejecutar para su desarrollo.

##### ACTUACIONES PRIORITARIAS

- Aquellas contempladas en el documento técnico del proyecto.



**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Consejería de Fomento de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.
- Dirección General de Carreteras y Transportes.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética del Ayuntamiento de Talavera.
- Ayuntamiento de Cazalegas.
- Ayuntamiento de Pepino.
- Asociaciones y Colectivos implicados.

**CALENDARIO: MEDIO PLAZO**

**PRESUPUESTO: ALTO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Aprobación del proyecto.
- Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.
- Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.
- Impacto en medios de comunicación.
- Grado de satisfacción del tejido empresarial.



<b>EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD</b>
<b>PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.</b>
<b>PLANIFICACIÓN URBANA</b>
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 8. IDENTIFICACIÓN Y SEÑALÉTICA DE LAS ZONAS COMERCIALES DE LA CIUDAD</b>
<b>OBJETIVOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Identificación de las zonas comerciales de la ciudad, así como de los servicios complementarios.</li><li>→ Puesta en valor del Comercio de la ciudad.</li><li>→ Imagen de la ciudad.</li><li>→ Posicionamiento estratégico y dinamismo de ciudad.</li><li>→ Reducción en la contaminación de vehículos.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el marco del Plan de Competitividad, es fundamental desarrollar un paquete de medidas dirigidas a poner en valor el Comercio de la ciudad.</li><li>→ Así mismo se ha detectado una importante falta de información visual que reciben los visitantes de la ciudad, en comparación con otras ciudades con un claro sesgo comercial.</li><li>→ Por ello es necesario mejorar sustancialmente la identificación y señalética de las zonas comerciales de la ciudad, así como de aquellos servicios complementarios de interés para el turista.</li><li>→ Con ello se incrementará la eficiencia en la actividad comercial.</li></ul>
<b>ACTUACIONES PRIORITARIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Informe de situación.</li><li>▪ Análisis de viabilidad.</li></ul>
<b>RESPONSABLES DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Ayuntamiento de Talavera.</li><li>→ Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.</li></ul>



- Concejalía de Servicios Generales, Limpieza Viaria y Mantenimiento Urbano y Accesibilidad.
- Programa Europeo de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI).

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Concejalía de Servicios Generales, Limpieza Viaria y Mantenimiento Urbano y Accesibilidad.
- Empresas afectadas.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Volúmenes de las ventas en los comercios.
- Volumen de afluencia a establecimientos hosteleros.
- Volumen de paso de visitantes.
- Volumen de compra-venta de viviendas en la zona.
- Nivel de ocupación de los locales comerciales.



<b>EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD</b>	
<b>PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.</b>	
<b>PLANIFICACIÓN URBANA</b>	
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 9. CENTRO DE DIVULGACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ARTESANÍA</b>	
<b>OBJETIVOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Creación del primer Centro de Divulgación y Promoción de la artesanía talaverana.</li><li>→ Puesta en valor de la artesanía de la ciudad, la cerámica, como verdadero símbolo de la ciudad.</li><li>→ Posicionamiento estratégico y ciudad.</li><li>→ Turismo cultural.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el marco del Plan de Competitividad, en la actualidad, el sector cerámico está atravesando uno de sus peores momentos debido a la conjunción de una serie de factores desencadenados a partir de la crisis socio-económica. Estos factores, unidos a la escasa inversión y financiación autonómica, así como a la falta de autocrítica y modernización de los ceramistas, identifican fielmente la situación.</li><li>→ Así mismo, no se debe olvidar que esta tesitura puede conducir a la desaparición de la MARCA de la ciudad, reconocida mundialmente desde hace más de 400 años.</li></ul>
<b>ACTUACIONES PRIORITARIAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Informe de situación.</li><li>▪ Redacción del itinerario de desarrollo de actividades y contenido.</li><li>▪ Puesta en marcha de las obras.</li><li>▪ Evaluación y seguimiento.</li></ul>
<b>RESPONSABLES DEL PROYECTO:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Ayuntamiento de Talavera.</li></ul>



- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de Artesanía, Festejos, Turismo.
- Concejalía de Promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda, Ferias y Mercados.
- Financiación privada.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de Artesanía, Festejos, Turismo.
- Concejalía de Promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda, Ferias y Mercados.
- Escuela de Arte Talavera.
- Ceramistas.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Aprobación del proyecto.
- Determinación del itinerario de desarrollo de actividades y contenido
- Aprobación del proyecto de obras y acondicionamiento.
- Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.
- Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.
- Impacto en medios de comunicación.
- Grado de satisfacción de los participantes y de la ciudadanía.



<b>EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD</b>
<b>PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.</b>
<b>PLANIFICACIÓN URBANA</b>
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 10. USO DE LA CERÁMICA EN LAS FACHADAS</b>
<b>OBJETIVOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Uso de elementos cerámicos en las fachadas de los comercial de la ciudad.</li><li>→ Puesta en valor del Comercio de la ciudad.</li><li>→ Imagen de la ciudad.</li><li>→ Posicionamiento estratégico y dinamismo de ciudad.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el marco del Plan de Competitividad, es fundamental desarrollar un paquete de medidas dirigidas a poner en valor el Comercio de la ciudad.</li><li>→ Así mismo se ha detectado el uso de la cerámica en la apertura de nuevos establecimientos, principalmente en la zona del Primer Recinto Amurallado.</li><li>→ Este programa nace con el propósito de poner en valor la seña de identidad de la ciudad, la cerámica, estableciendo una serie de parámetros en cuanto a la unificación criterios correspondientes a los formatos, colores y diseños.</li></ul>
<b>ACTUACIONES PRIORITARIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Informe de situación.</li><li>▪ Análisis de viabilidad.</li></ul>
<b>RESPONSABLES DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Ayuntamiento de Talavera.</li><li>→ Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.</li><li>→ Concejalía de Cultura.</li><li>→ Programa Europeo de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI).</li></ul>
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b>





- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Concejalía de Cultura.
- Comisión de Patrimonio.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Nº acciones ejecutadas.
- Nº de aperturas de nuevos establecimientos.
- Volúmenes de las ventas en los comercios.
- Volumen de afluencia a establecimientos hosteleros.
- Volumen de paso de visitantes.
- Nivel de ocupación de los locales comerciales.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.

#### PLANIFICACIÓN URBANA

### NOMBRE DEL PROYECTO: 11. PROYECTO VISION TALAVERA 2030

### 100% ACCESBLE: SUPRESIÓN DE BARRERAS ARQUITECTÓNICAS

#### OBJETIVOS:

- Adaptación de infraestructuras y servicios a las personas con movilidad reducida.
- Adecuación urbanística a las necesidades actuales.
- Resolución de conflictos existentes.
- Proyección de la ciudad.
- Atracción de inversión y empresas.

#### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

- Cada vez son más las ciudades que trabajan en adaptar sus infraestructuras y servicios a las personas con movilidad reducida. Cuestiones como el entorno construido y los espacios públicos, el transporte y sus infraestructuras relacionadas, la información y comunicación son clave a la hora de catalogar a una ciudad como accesible, un reto significativo para la inclusión social.
- Existe un galardón conocido como Access City Award, premio que la Unión Europea entrega cada año a la urbe que más se esfuerza en adaptar sus infraestructuras a las personas con movilidad reducida, que ha sido otorgado a ciudades como Berlín, Denver, Tel Aviv, Milán, Estocolmo o Pamplona.
- La ciudad de Talavera de la Reina debe asumir el compromiso de ofrecer a el mayor abanico de actividades lúdicas y culturales para personas con discapacidad, como por ejemplo en el transporte público, taxis adaptados, aceras, atracciones turísticas y hoteles.

#### 1. Análisis y diagnóstico:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se puede constatar objetivamente que el grado de accesibilidad de la ciudad es reducido.



#### ACTUACIONES PRIORITARIAS

- Realización de un estudio sobre la accesibilidad de la ciudad, tomando como referencia los parámetros descritos por la Comisión Europea que otorga desde 2010 el **Access City Award** (Premio a las Ciudades Accesibles):
  - El entorno construido y el espacio público.
  - El transporte y sus infraestructuras relacionadas.
  - Información y comunicación, incluidas las nuevas tecnologías (TIC).
  - Instalaciones públicas y servicios.

#### RESPONSABLE DEL PROYECTO:

- Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de Servicios Sociales e Igualdad.

#### AGENTES IMPLICADOS:

- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Comisión de Patrimonio.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

#### INDICADORES DE SEGUIMIENTO:

- Aprobación del proyecto.
- Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.
- Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.
- Impacto en medios de comunicación.
- Grado de satisfacción de los participantes y de la ciudadanía.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.

#### PLANIFICACIÓN URBANA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 12. FORO TALAVERA 2025

##### OBJETIVOS:

- Promoción de la ciudad de Talavera de la Reina mediante la creación de un **lobby** o agrupación de empresarios y personalidades relevantes talaveranas, que refuerce el posicionamiento de la ciudad en el ámbito provincial, autonómico, nacional e internacional.
- Impulso de la competitividad y el crecimiento de la economía talaverana, además de la mejora de la imagen y la confianza del tejido socio-económico.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

- El **lobby**, es definido por la RAE como “grupo de personas influyentes, organizado para presionar en favor de determinados intereses”. En este sentido, el lobby se configura como una poderosa arma de negociación, ya que estará conformado por personas que ejercen influencia en foros importantes, en diferentes campos: culturales, económicos, turísticos o empresariales.
- La creación de un **lobby** supone una herramienta de difusión, negociación y respaldo de intereses más efectiva que las herramientas tradicionales.

##### 1. Análisis y diagnóstico:

Las actuaciones enmarcadas en el Plan de Competitividad Urbana en materia de participación, han establecido una serie de acercamientos entre los principales agentes socio-económicos de la ciudad y de la comarca; así, de los grupos de trabajo podrían identificarse los representantes de la ciudad, en función de los ámbitos de actuación correspondientes.

##### ACTUACIONES PRIORITARIAS

- Contacto con los potenciales integrantes del lobby.
- Constitución del lobby: definición de la misión, visión y objetivos.
- Redacción de los estatutos de la Organización.
- Definición del Plan de Acción y líneas de actuación.
- Ejecución del Plan de Acción.



**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de Servicios Sociales e Igualdad.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Empresarios de la ciudad de Talavera de la Reina.
- Empresarios de La Comarca.
- Representantes de la sociedad talaverana: cultura, comercio, ámbito deportivo; estas personas también formarán parte de la agrupación.
- Promoción Económica del ayuntamiento: será quien coordine las distintas actuaciones incluidas la constitución del **lobby**, así como de representar al ayuntamiento e interactuar con los agentes implicados. Liderará la iniciativa.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Consecución de los objetivos propuestos en el Plan de Acción.
- N° de publicaciones.
- N° de encuentros, reuniones, conferencias realizadas.
- N° de convenios de colaboración suscritos.
- Impacto en medios de comunicación.
- N° de socios.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO.

#### PLANIFICACIÓN URBANA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 13. CASA DE LA CELESTINA

##### OBJETIVOS:

- Creación de la casa-museo de la Celestina.
- Puesta en valor del Patrimonio Histórico de la ciudad.
- Puesta en valor de la figura de D. Fernando de Rojas.
- Posicionamiento estratégico y ciudad.
- Turismo cultural.

##### DESCRIPCIÓN:

- Los museos son una parte fundamental para la conservación y protección del patrimonio, a la vez que promueven la diversidad cultural y la interacción tan necesaria entre patrimonio y desarrollo cultural.
- Así mismo, los museos son los lugares indicados para promover el turismo local, así como para la atracción de visitantes. Debemos destacar que los museos, además de ayudar a la conservación y divulgación del patrimonio, son agentes de recuperación del mismo.
- De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el marco del Plan de Competitividad y, en función de las aportaciones realizadas por los participantes en la Mesa Sectorial de Patrimonio y Casco Histórico, se aborda por unanimidad la creación de la Casa-Museo de la Celestina.
- El modelo de ciudad pretendido y al que debe aspirar una ciudad como Talavera de la Reina, debe contener en su oferta cultura un museo que aglutine toda la historia, cultura y evolución de la ciudad.
- Así mismo, es unánime la opinión que este museo viene a complementar de forma extraordinaria, el posicionamiento de la ciudad, puesto que toda ciudad que se precie, tiene un museo representativo.

##### ACTUACIONES PRIORITARIAS:

- Informe de situación.
- Redacción del Plan Museístico.
- Puesta en marcha de las obras.



- Evaluación y seguimiento.

**RESPONSABLES DEL PROYECTO:**

- Ayuntamiento de Talavera.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda, Ferias y Mercados.
- Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE).
- Financiación privada.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Comisión de Patrimonio.
- Empresas y Fundaciones.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: MEDIO PLAZO**

**PRESUPUESTO: ALTO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Aprobación del proyecto museístico.
- Aprobación del proyecto de obras y acondicionamiento.
- Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.
- Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.
- Impacto en medios de comunicación.
- Grado de satisfacción de los participantes y de la ciudadanía.
- Grado de satisfacción de los colaboradores privados.
- Nº de visitantes.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO

#### RECURSOS NATURALES

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 14. CREACIÓN DEL ANILLO VERDE

##### OBJETIVOS:

- Aprovechamiento, conservación y promoción de la eficiencia de los recursos naturales que dispone la ciudad:
  - Los Jardines del Prado.
  - El parque de la Alameda.
  - El parque de los Sifones.
  - El parque de El Vivero.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

- Zonas 100% accesibles.
- Uso integrador, interactivo y participativo.
- Espacio de formación: Aula de la Naturaleza.
- Paneles de recorrido e informativos.
- Muestrario de biodiversidad.
- Actividades culturales al aire libre.
- Mayor aprovechamiento del templete de la música.
- Concienciación, promoción y conservación del medio ambiente y de la eficiencia de los recursos naturales.
- Creación de recorridos e itinerarios.

##### 1. Análisis y diagnóstico:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el marco del Plan de Competitividad, así como de las manifestaciones de los participantes en cuanto al aprovechamiento de las zonas verdes de la ciudad, se recomienda la **creación de una entidad local de gestión** de todos los espacios de forma única y conjunta, que estructure toda la actividad alrededor del “**Anillo Verde**”.

##### ACTUACIONES PRIORITARIAS

- Estudios e informes de situación.





<ul style="list-style-type: none"><li>→ Definición del Plan de Acción y líneas de actuación.</li><li>→ Creación de la entidad de gestión.</li><li>→ Ejecución del Plan de Acción.</li></ul>	
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Ayuntamiento de Talavera de la Reina.</li><li>→ Concejalía de Medio Ambiente.</li><li>→ Concejalía de Servicios Sociales e Igualdad.</li><li>→ Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.</li></ul>	
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Medio Ambiente.</li><li>→ Concejalía de Servicios Sociales e Igualdad.</li><li>→ Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.</li><li>→ Asociaciones y Colectivos.</li></ul>	
<b>CALENDARIO: CORTO PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO: BAJO</b>
<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Consecución de los objetivos propuestos en el Plan de Acción.</li><li>→ Nº de publicaciones.</li><li>→ Nº de encuentros, reuniones, conferencias realizadas.</li><li>→ Nº de convenios de colaboración suscritos.</li><li>→ Impacto en medios de comunicación.</li><li>→ Nº de usuarios.</li></ul>	



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO

#### RECURSOS NATURALES

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 15. MAT - MUSEO DEL AGUA DE TALAVERA

##### OBJETIVOS:

- Creación del Museo del Agua de Talavera de la Reina.
- Puesta en valor del río Tajo a su paso por la ciudad.
- Posicionamiento estratégico y ciudad.
- Turismo cultural.

##### DESCRIPCIÓN:

- Los museos son una parte fundamental para la conservación y protección del patrimonio, a la vez que promueven la diversidad cultural y la interacción tan necesaria entre patrimonio y desarrollo cultural.
- Así mismo, los museos son los lugares indicados para promover el turismo local, así como para la atracción de visitantes. Debemos destacar que los museos, además de ayudar a la conservación y divulgación del patrimonio, son agentes de recuperación del mismo.
- De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el marco del Plan de Competitividad y, en base a las aportaciones realizadas por los participantes en la **Mesa Sectorial del Agua y Medio Ambiente**, se toma en consideración la creación del Museo del Agua, en las instalaciones del “**Molino de Iberdrola**”.
- El modelo de ciudad pretendido y al que debe aspirar una ciudad como Talavera de la Reina, debe contener en su oferta cultura un museo que aglutine toda la historia, cultura y evolución de la ciudad, y el agua, es decir, el Río Tajo, forma parte de la historia de la ciudad.

##### ACTUACIONES PRIORITARIAS:

- Estudios e informes de situación.
- Definición del Plan de Acción y líneas de actuación.
- Creación de la entidad de gestión.
- Ejecución del Plan de Acción.

##### RESPONSABLE DEL PROYECTO:



- Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Concejalía de Medio Ambiente.
- Concejalía de Servicios Sociales e Igualdad.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Medio Ambiente.
- Concejalía de Servicios Sociales e Igualdad.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Consecución de los objetivos propuestos en el Plan de Acción.
- Nº de publicaciones.
- Nº de encuentros, reuniones, conferencias realizadas.
- Nº de convenios de colaboración suscritos.
- Impacto en medios de comunicación.
- Nº de visitantes.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO

#### RECURSOS NATURALES

### NOMBRE DEL PROYECTO: 16. FOMENTO DEL TRANSPORTE SOSTENIBLE BICICLETA, PEATÓN Y VEHÍCULO ELÉCTRICO

#### OBJETIVOS:

- Fomento de la movilidad como estrategia: Plan de Movilidad Urbana Sostenible
- Hacer del uso de medios de transporte sostenibles sean una enseña de referencia de la ciudad.
- Incentivar este tipo de transporte como una ventaja competitiva.
- Realización de inversiones que impulsen la movilidad sostenible.
- Proyección de la ciudad.
- Atracción de inversión y empresas.

#### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

- Cada vez son más las ciudades que tratan de fomentar la movilidad sostenible como parte de su estrategia de dinamización del entorno.
- Para ello, se requiere trazar una estrategia conjunta entre los medios de transporte públicos y la concienciación ciudadana como, por ejemplo, la incorporaron de portabicicletas a los autobuses públicos con el objetivo de fomentar el uso combinado de estos dos medios de transporte.
- Debemos tener en cuenta que para que el ciudadano escoja el transporte público para ir a trabajar, un desplazamiento diario y exigente, la puntualidad es vital. Por ello, las frecuencias de paso de los autobuses es un paso fundamental.

#### 1. Análisis y diagnóstico:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se puede constatar objetivamente que el **grado de movilidad sostenible en la ciudad de Talavera de la Reina, es bajo.**

#### ACTUACIONES PRIORITARIAS



- Realización de un estudio sobre la sostenibilidad del transporte tomando como referencias:
  - El uso de transporte público.
  - El uso de otros transportes alternativos.
  - Distancia media en los recorridos diarios de los ciudadanos.
  - Flujos y recorridos principales.
  - Información y comunicación de los servicios de transporte público.
  - Incidencia de las nuevas tecnologías (TIC).

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Colegios e Institutos.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Aprobación del proyecto.
- Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.
- Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.
- Impacto en medios de comunicación.
- Grado de satisfacción de los participantes y de la ciudadanía.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO

### NUEVO PARADIGMA DE TALAVERA Y LA COMARCA

### NOMBRE DEL PROYECTO: 17. PLAN DE MODERNIZACIÓN DE LAS 8.980 HECTÁREAS DE REGADÍO

#### OBJETIVOS:

- Modernización del sistema de regadío de las 8.980 ha. de superficie regable.
- Aumento de la competitividad.
- Mayor eficiencia en el consumo de recursos hídricos.
- Atracción de inversión y empresas.

#### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

- La modernización del sistema de regadíos supone un elemento clave y diferenciador, así como un importante beneficio económico para la ciudad de Talavera y La Comarca, ya que permitiría cultivar productos con un mayor valor añadido y atraería la implantación de industrias de transformación agroalimentaria, así como de empresas relacionadas con el sector primario.
- Por ello, se debe garantizar el agua para riego, así como la promoción de la producción agrícola con fines de alcanzar los estándares sanitarios más exigentes y, por ende, más competitivos en el mercado actual.
- Es de vital importancia el nuevo paradigma Talavera y La comarca, puesto que será la fuerza en la unión de todos los agentes e instituciones implicadas, lo que haga posible la ejecución del proyecto.

#### 1. Análisis y diagnóstico:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se puede constatar la necesidad de modernizar los cultivos por dos motivos fundamentales, la escasez de agua y la falta de capacidad competitiva en los cultivos de regadío de la zona.

#### ACTUACIONES PRIORITARIAS

- Realización de un informe-diagnóstico sobre la situación actual.



**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Comunidad General de Regantes del Canal bajo del Alberche.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Comunidad General de Regantes del Canal bajo del Alberche.
- Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.
- Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.
- Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Ayuntamiento de San Román de los Montes.
- Ayuntamiento de Pepino.
- Ayuntamiento de Calera y Chozas.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Realización del proyecto.
- Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.
- Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.
- Impacto en medios de comunicación.
- Grado de satisfacción de los participantes y de la ciudadanía.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO

### NUEVO PARADIGMA DE TALAVERA Y LA COMARCA

### NOMBRE DEL PROYECTO: 18. RECALIFICACIÓN URBANÍSTICA DE LAS ACTIVIDADES AGROPECUARIAS

#### OBJETIVOS:

- Recalificación urbanística de actividades agropecuarias.
- Aumento de la competitividad.
- Atracción de inversión y empresas.

#### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

- Las modificaciones en la Regulación y Ordenación de la Normativa Autonómica en relación con las explotaciones ganaderas, unido a la actual situación urbanística de la ciudad, suponen poner en peligro la continuidad del sector.
- Se deben adoptar las medidas necesarias para garantizar la continuidad de que estas actividades, que suponen un importante estímulo financiero para la ciudad de Talavera y La Comarca, incluyendo la normativa local, ha supuesto

#### 1. Análisis y diagnóstico:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se puede constatar la evaluar la situación en pro de ofrecer al sector una viabilidad satisfactoria.

No debemos olvidar que, en la propia concepción del Plan Estratégico de Competitividad Urbana, el Sector Primario está considerado como el “Motor Económico”, y por ello, se deben hacer cuantos esfuerzos sean requeridos con el fin de preservar, valorar, mejorar y garantizar el futuro del sector.

#### ACTUACIONES PRIORITARIAS

- Realización de un informe-diagnóstico sobre la situación actual que determine las acciones a llevar a cabo.
- Adecuación a la nueva normativa.





**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Medio Ambiente e Impulso al Sector Primario.
- Concejalía de Promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda, Ferias y Mercados.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.
- Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.
- Diputación de Toledo.
- Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Empresarios del sector.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Realización del proyecto.
- Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.
- Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.
- Impacto en medios de comunicación.
- Grado de satisfacción de los participantes y de la ciudadanía.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO

#### NUEVO PARADIGMA DE TALAVERA Y LA COMARCA

### NOMBRE DEL PROYECTO: 19. PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO ARTÍSTICO Y DE LA NATURALEZA DE TALAVERA Y LA COMARCA

#### OBJETIVOS:

- Fomento real del turismo en Talavera y La Comarca.
- Atracción de visitantes.
- Puesta en valor de la cultura y las tradiciones locales.
- Repercusión económica.

#### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

- Se debe fomentar como un **conjunto** y poner en valor del turismo en toda La Comarca. Para ello, es muy significativo la creación de una **marca turística propia** de Talavera y La Comarca que englobase todo el patrimonio artístico y de la naturaleza.
- Debemos destacar, el yacimiento de la Ciudad de Vascos, la Vía Verde de la Jara, Las Mondas de Talavera de la Reina, jornadas Medievales y el Castillo de Oropesa, los bordados de Lagartera, la cerámica de Talavera y Puente del Arzobispo, las zonas ZEPAS y LIC, o la magnífica gastronomía de la zona.

#### 1. Análisis y diagnóstico:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se puede constatar la necesidad de **instar a la Diputación de Toledo** a que **reactive a la mayor brevedad posible, las inversiones paralizadas** en la Ciudad de Vascos.

Este yacimiento es de vital importancia, tanto económica como culturalmente, ya que se erige como principal reclamo turístico para el lanzamiento zona, y por ende, de la marca turística a establecer.

#### ACTUACIONES PRIORITARIAS



<ul style="list-style-type: none"><li>→ Presentación ante la Diputación de Toledo un informe-diagnóstico sobre la situación actual y las consecuencias socio-económicas y culturales derivadas de la paralización de la inversión.</li></ul>	
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Diputación de Toledo.</li></ul>	
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Diputación de Toledo.</li><li>→ Ayuntamientos de La Comarca.</li><li>→ Empresas y empresarios de la zona.</li><li>→ Asociaciones y Colectivos.</li></ul>	
<b>CALENDARIO: CORTO PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO: BAJO</b>
<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Realización del proyecto.</li><li>→ Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.</li><li>→ Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.</li><li>→ Impacto en medios de comunicación.</li><li>→ Grado de satisfacción de los participantes y de la ciudadanía.</li></ul>	



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO DE TALAVERA EN EL EXTERIOR

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 20. REDES DE CIUDADES

##### OBJETIVOS:

- Incrementar la influencia de Talavera de la Reina en el entorno internacional.
- Mejorar la competitividad e imagen de la ciudad, a través de la generación de vínculos y lazos con los miembros de distintas redes de ciudades.
- Puesta en valor de la cultura y las tradiciones locales.
- Repercusión económica.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

- La capacidad de influencia internacional de una ciudad en el ámbito político, económico e incluso tecnológico, como es el caso de Talavera de la Reina por haber sido seleccionada como ciudad piloto para las pruebas de la tecnología 5G, resulta esencial a la hora de posicionarla a nivel internacional.
- Las redes de ciudades están conformadas por municipios y ciudades, provincias o estados federados reguladas por un conjunto de normas propias, con unos fines comunes.
- Este proyecto tiene como objetivo prioritario promover la influencia en el ámbito internacional de Talavera de la Reina, a través de redes y alianzas estratégicas con ciudades internacionales y la colaboración con otras instituciones y organismos con proyección internacional.
- Algunas de las redes más importantes de las que podría formar parte la ciudad son:
  - Eurocities.
  - European cities marketing.
  - Ciudades educadoras.
  - Red de ciudades creativas.
  - Red de Ciudades por la Agroecología.

#### 2. Análisis y diagnóstico:

Se definirá inicialmente un Plan de Acción para la optimización y racionalización de la presencia de la ciudad de Talavera de la Reina en redes y acuerdos,



seleccionando aquellas redes de ciudades más atractivas y que resulten más útiles para los intereses del tejido empresarial de la ciudad.

A continuación, se consultarán las bases para convertir a Talavera de la Reina en miembro activo y, una vez aceptada la candidatura, se realizará una labor de coordinación y gestión con los empresarios de la ciudad para fijar los objetivos a conseguir, así como la asistencia a aquellos encuentros, foros y reuniones de trabajo que se convoquen.

#### ACTUACIONES PRIORITARIAS

- Identificación de Redes de interés.
- Definición y ejecución del Plan de Acción.
- Elaboración de la candidatura y toda aquella documentación necesaria.
- Asistencia y participación en las Redes.
- Firma de convenios y visitas periódicas a las ciudades convenidas y/o hermanadas.
- Presentación y exposición del **Cuaderno de Ventas** de la ciudad, así como de aquellas empresas que manifiesten su interés como mercado potencial.

#### RESPONSABLE DEL PROYECTO:

- Concejal de Servicios Sociales e Igualdad, Coordinación del Gabinete de Presidencia y Relaciones Institucionales.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.

#### AGENTES IMPLICADOS:

- Ayuntamientos de Talavera de la Reina.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Empresas y empresarios de Talavera y La Comarca.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**



- N° Redes miembro.
- Frecuencia de asistencia a eventos.
- N° participantes en los eventos de las Redes.
- N° de acuerdos de colaboración suscritos, nacionales e internacionales.
- Frecuencia de visitas a ciudades hermanadas.
- Grado de satisfacción de los participantes y de la ciudadanía.
- N° de proyectos desarrollados con motivo de la participación en la Red.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO DE TALAVERA EN EL EXTERIOR

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 21. MARKETING DE CIUDAD

##### OBJETIVOS:

- Propuesta de una estrategia de Marketing de Talavera de la Reina con el objetivo de promocionar la ciudad, sus recursos y sus potencialidades.
- Mejora de la imagen y reconocimiento de la ciudad, tanto en el ámbito provincial como en el regional, nacional e internacional.
- Puesta en valor de la ciudad.
- Acompañamiento Institucional a empresas y empresarios de la ciudad.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

Las estrategias de marketing de las ciudades son instrumentos clave para la mejora de la proyección de las mismas, ya que muestran a los distintos mercados y los entornos, los atractivos y los recursos que se disponen en los diversos ámbitos: educativo, empresariales, sociales, turísticos..., haciéndolo de forma especializada adecuándose al público objetivo.

Talavera de la Reina debe contar con una estrategia de marketing solvente, que establezca las medidas promocionales apropiadas por sus destinatarios potenciales, lógica y coherente en su desarrollo, ahora más que nunca dada la compleja situación que atraviesa.

En primer lugar, se planteará una fase de reflexión con respecto a cuál es posicionamiento que se desea alcanzar, en que sectores y contando con qué medios. A continuación, planteamos las fases que se deberían ejecutar en el **Plan de Marketing**:

#### 1. Análisis de la situación actual:

- Análisis en materia promocional: análisis de las acciones realizadas hasta el momento y valoración tangible de los retornos obtenidos.
- Análisis de la demanda potencial de la ciudad: valoración e los resultados obtenidos tras el análisis de los mercados prioritarios para los intereses de la ciudad y su tejido empresarial.



**2. Diagnóstico** de la información recopilada, estableciendo una priorización de mercados, las medidas más adecuadas para su acceso, así como la captación de potenciales clientes para la ciudad y el tejido empresarial.

**3. Estrategia de Marketing:**

Según los objetivos de posicionamiento, y una vez identificadas las herramientas idóneas en cada caso, se elaborará un mapa de actuaciones, consensado entre todos los agentes interesados, por ámbitos y mercados.

Como ejemplo de dos acciones específicas para el correcto desarrollo del Plan de Marketing, será la confección de la **marca Talavera** y la creación del **Cuaderno de Venta** de Talavera de la Reina.

**4. Ejecución del plan:**

La ejecución del plan contempla el desarrollo de las actuaciones concretadas en la estrategia, siendo una de ellas a modo de ejemplo, las distintas misiones comerciales que se realicen a los países y mercados identificados previamente, como objetivo para la ciudad y sus empresarios.

**5. Evaluación y seguimiento:**

Cobra especial importancia en esta fase el desarrollo de un mecanismo de **Valoración del Retorno de Inversión** de cada acción de marketing.

**6. Promoción y difusión:**

Para el éxito del plan de marketing, una de las acciones imprescindibles es la promoción del mismo entre todos los agentes clave de la ciudad, además de entre los ciudadanos. El Cuaderno de **Venta de la Ciudad debe** ser un documento **indispensable y recurrente para empresas y empresarios** de la ciudad.

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Imagen Urbana.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Ayuntamientos de Talavera de la Reina.





- Concejalía de Promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda, Ferias y Mercados.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Concejalía de Medio Ambiente e Impulso al Sector Primario.
- Cámara de Comercio.
- Empresas y empresarios de Talavera y La Comarca.
- Asociaciones y Colectivos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Nº actuaciones promocionales llevadas a cabo.
- Impacto en los medios de comunicación.
- Nº de visitantes por año y nacionalidad.
- Nº alumnos de intercambio / Erasmus.
- Nº de inversiones nacionales y extranjeras desde el inicio del plan.
- Nº de empresas creadas.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO DE TALAVERA EN EL EXTERIOR

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 22. MARCA TALAVERA

##### OBJETIVOS:

- Diferenciación de la ciudad.
- Creación de un símbolo asociado a los valores de garantía y calidad en destino.
- Puesta en marcha de una herramienta para facilitar el posicionamiento de la ciudad en la mente de sus habitantes.

##### OBJETIVOS:

La marca de la ciudad es un instrumento vital en la estrategia de diferenciación respecto de otras ciudades o territorios, que permite defenderse de un mundo cada vez más globalizado y posicionarse externa e internamente, de acuerdo a unos valores asociados a la marca.

Actualmente, Talavera de la Reina no dispone de una imagen de manera diferenciada, tal y como se recoge en la primera fase del Plan Estratégico. Así, Talavera de la Reina se encuentra ante una gran oportunidad de definirse y dar a conocer su nueva imagen, su marca exclusiva, sustentada en su personalidad y valores talaveranos, así como en los activos más representativos de la ciudad.

La creación y desarrollo de la marca deberá iniciarse con las acciones contempladas en el Plan de Marketing de la ciudad, con el objetivo de mantener una estrategia proporcional acorde con la estrategia de marca.

El proceso de establecimiento de la “marca Talavera”, constará de dos partes: por un lado, un concurso de ideas para la creación de la imagen, y por otro, el plan de comunicación de la marca resultante.

#### 1. Concurso de ideas y votación por los talaveranos:

Como en el resto de actuaciones del Plan de Competitividad Urbana Talavera 2025, resulta imprescindible la participación e implicación de todos los agentes clave de la ciudad, además de los propios ciudadanos, para poder crear una marca competitiva que se corresponda realmente con Talavera de la Reina, promoviendo sus activos y sentimientos.



Por ello, en esta fase se identificarán los valores, atributos, objetivos, misión y visión de la ciudad, que sentarán las bases para el concurso: todo ello, partiendo de ideas y sensaciones de los talaveranos. Así mismo, se llevará a cabo un concurso para la confección de la marca.

- Se realizará en primer lugar, la identificación de atributos de la ciudad. Se creará un acceso desde la página web del Ayuntamiento de Talavera de la Reina para que todas las personas que lo deseen, puedan opinar y expresar sus ideas.
- Seguidamente, y tras un periodo no superior a dos meses, se seleccionarán 10 atributos que coincidirán con las 10 ideas mayoritarias.
- Con ello, se desarrollará un “**manual de marca**” en cual se expliquen cuáles son los valores que debe presentar la marca, así como el objetivo con el que se define.
- Finalmente habrá un proceso de presentación pública de las marcas finalistas y posterior votación. (el sistema de votación estará anunciado en la página web del ayuntamiento).

## 2. Elaboración de un plan de comunicación de la Marca.

Se recomienda que el “plan de comunicación de la marca” se lleve a cabo por la misma empresa o entidad que haya elaborado la imagen final de la misma, constando de dos partes diferenciadas:

- **Desarrollo de la comunicación de la marca:** este punto tendrá dos fases: por una parte, se definirán cuáles son los valores atribuidos a la marca, que aporta la marca a la ciudad de Talavera de la Reina y a los talaveranos: por otra parte, se detallarán cuáles son los objetivos que se pretenden alcanzar con la promoción de la marca, que volumen de impacto y cuáles serán los grupos definidos como público objetivo.
- **Manual de uso de la marca:** esta es la parte más estética de la marca; en ella se definirá el correcto uso gráfico de la marca, combinaciones de colores, correcta ubicación, tamaño, etc. Este manual será distribuido entre los agentes implicados en modo on-line, y estará disponible en la página web del ayuntamiento.

### ACCIONES PRIORITARIAS:

- Establecimiento de los atributos, valores y sentimientos que evoca la ciudad de Talavera de la Reina.



- Concurso de ideas-votación.
- Elección de la marca.
- Plan de comunicación de la marca.
- Evaluación y seguimiento.

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Imagen Urbana.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Concejalía de Imagen Urbana.
- Colegios e Institutos.
- Agentes clave y ciudadanos talaveranos: participarán en la votación de los atributos de la marca y harán las veces de jurado, toda vez se hayan seleccionado, al menos 10 marcas, para su votación

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Nº actuaciones promocionales con relación a la marca creada.
- Grado de asociación de la marca a la ciudad.
- Nº de marcas presentas.
- Nº de ciudadanos involucrados.



## EJE ESTRATÉGICO 1: CIUDAD

### PROGRAMA: ADAPTACIÓN DE LA CIUDAD AL NUEVO MODELO

### PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO DE TALAVERA EN EL EXTERIOR

### NOMBRE DEL PROYECTO: 23. CUADERNO DE VENTA DE TALAVERA

#### OBJETIVOS:

- Elaboración de un Cuaderno de Venta para la ciudad de Talavera de la Reina, que se constituya como un instrumento de promoción fundamental para la ciudad.
- En él se recogerán de forma gráfica, las bondades, capacidades y virtudes de la ciudad y tendrá por objetivo la promoción de Talavera de la Reina en términos turísticos, de promoción industrial, comercial y económica, así como el correspondiente posicionamiento con respecto a empresas e inversores.

#### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

Para la elaboración de un “**Cuaderno de Venta**” se realizarán una serie de reflexiones sobre el modelo socioeconómico en el panorama municipal y a nivel general, de tal forma que presenta la ciudad como un territorio atractivo, que ofrece ventajas y oportunidades respecto a otras posibles ubicaciones para realizar una inversión, identificando posibles nichos de mercado.

El cuaderno de venta resultará fundamental para favorecer la toma de decisiones de inversores locales provinciales, nacionales o internacionales en la ciudad y la diferenciación sobre otros posibles destinos competidores.

Además, el desarrollo del cuaderno de venta conllevará una serie de beneficios colaterales:

- Se seleccionarán los factores competitivos y sectores estratégicos que serán promocionados e identificados para la captación de inversiones por parte de los agentes económicos de la ciudad.
- Se contará finalmente con un instrumento de promoción y venta de la ciudad que podrá ser difundido a través de multitud de canales de comunicación.
- Se diseñará un modelo de seguimiento de la efectividad e impacto del cuaderno de venta dentro de las acciones de promoción y apoyo a la inversión que se realice.



En definitiva, con este primer paso ejecutado, podrá comenzarse un plan orientado a los mercados potencialmente atractivos para la ciudad, para la mejora de la competitividad económica, empleabilidad y calidad de vida de los talaveranos.

### **Análisis de los factores de competitividad y sectores estratégicos de la ciudad.**

Este análisis se realizará tomando como referencia 5 ámbitos de valor:

1. El entorno económico de la ciudad.
2. Las infraestructuras disponibles.
3. El capital humano.
4. La calidad de vida.
5. La imagen del territorio.

El resultado será la elaboración de una matriz de factores de competitividad para la captación de inversores que configurará el “**patrón**” del cuaderno de venta.

Dicha matriz deberá establecer los principales factores que deben ser promocionados y organizados, según diferentes dimensiones de interés: ámbito de competitividad, área territorial, interés sectorial, factor diferencial con otros territorios, etc.

### **Elaboración del cuaderno de venta**

En la propuesta de contenido, consideramos fundamental resaltar los siguientes aspectos:

1. Factores de interés competitivo de la ciudad.
2. Oportunidades de inversión.
3. Catálogo de Inversiones.
4. Invertir en la ciudad “paso a paso”.

### **ACCIONES PRIORITARIAS:**

- Análisis de los factores de competitividad y sectores estratégicos de la ciudad de Talavera de la Reina.
- Diseño y elaboración del Cuaderno de Venta.
- Impresión gráfica y electrónica.
- Distribución entre los principales agentes implicados en la atracción de inversiones y empresas.
- Difusión.

### **RESPONSABLE DEL PROYECTO:**



- Concejalía de Promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda, Ferias y Mercados.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Ayuntamientos de Talavera de la Reina.
- Concejalía de Imagen Urbana.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Colegios e Institutos.
- Agentes clave y ciudadanos talaveranos: participarán en la votación de los atributos de la marca y harán las veces de jurado, toda vez se hayan seleccionado, al menos 10 marcas, para su votación

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Nº actuaciones promocionales con relación a la marca creada.
- Grado de asociación de la marca a la ciudad.
- Nº de marcas presentas.
- Nº de ciudadanos involucrados.



## Eje 2. Sectores Económicos

EJES	LINEAS DE ACTUACIÓN		PROGRAMAS DE DESARROLLO	PROYECTOS	
<b>SECTORES ECONÓMICOS</b>	2.1	TURISMO	CIUDAD TURÍSTICA DE REFERENCIA	24	ICONO
				25	BIOSPHERE DESTINATION
				26	PLAN DE ACOGIDA AL TURISTA
				27	DESTINOTALAVERA.COM
				28	DIFERENCIACION DEL PRODUCTO TURÍSTICO
				29	TALAVERA TASTE EXPERIENCE
				30	FESTIVAL INTERNACIONAL DE MÚSICA DE CÁMARA
				31	TALAVERA SHOPPING
				32	MARKET PLACE
				33	TARJETA DEL COMERCIO
	2.2	COMERCIO	CIUDAD DE LOS DEPORTISTAS	34	PLAN DE TECNIFICACIÓN DEPORTIVA LOCAL
				35	FOMENTO DEL DEPORTE BASE
				36	HOMOLOGACION PISTAS DE ATLETISMO
				37	CONTRUCCION CIRCUITO BMX
				38	APP PARA RESERVA DE INSTALACIONES
	2.3	DEPORTE Y SALUD	CIUDAD DE LOS DEPORTISTAS	39	1ª OLIMPIADA DEPORTE PARA TODOS
				40	NODO LOGÍSTICO
	2.4	LOGÍSTICA	INNOVACIÓN INDUSTRIAL	41	VIVERO INDUSTRIAL DE EMPRESAS
				42	CLUSTER TALAVERA TECH
	2.5	TECNOLOGÍA	NUEVOS SECTORES ESTRATÉGICOS		





## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: CIUDAD TURÍSTICA DE REFERENCIA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 24. ICONO

##### OBJETIVOS:

- Crear un elemento, un icono, de diferenciación de la ciudad sobre otros municipios susceptible de ser explotado junto con la nueva marca que será creada.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

Hoy en día, las ciudades son conocidas y reconocidas no sólo por las relaciones con el resto de economías, sino también por la existencia de iconos que las diferencian del resto; este es el caso, por ejemplo, del Guggenheim de Bilbao.

La razón principal de este proyecto responde a la petición por parte de la población talaverana y de los agentes socioeconómicos, de crear un icono de Talavera de la Reina que permita mostrar los valores, la esencia de la ciudad, tan altamente ligada a la cerámica y al río Tajo. De este modo, junto a la marca podría exhibirse también el icono, como una estrategia más de reconocimiento, marketing y atracción de turistas.

Para poder llevar a cabo este proyecto, se parte de dos premisas ya conocidas anteriormente: el concurso de ideas y el proceso de valoración por parte de la ciudadanía de los iconos definidos.

Los requisitos para aquellas entidades que quisieran acceder al concurso serían:

- Originalidad del proyecto en el ámbito internacional.
- Asociación con los valores y realidad de la ciudad: historia, tradiciones, la cerámica y el río Tajo.
- Impacto visual, sostenibilidad, austeridad en los costes y financiación.

Finalmente, una vez escogidos los proyectos de icono por parte de la población talaverana, máximo de 3, se llevará a cabo un proceso ulterior de evaluación por un jurado, en el que estarán presentes, los representantes de la masa crítica de la ciudad.

La presentación de los proyectos llevará asociada la elaboración de un estudio de viabilidad económico-financiera y normativo:

1. Estudio del diseño del icono: propiedades de la construcción, evaluación vida útil, factores del lugar, etc.
2. Factores legales de la construcción.



3. Presupuesto de ejecución material.
4. Otros aspectos incluidos por el Responsable de la elaboración.

La adjudicación final del proyecto se realizará mediante la convocatoria de concurso público sujeto a los valores y ponderaciones técnicas que defina el equipo técnico municipal.

**ACCIONES PRIORITARIAS:**

- Apertura del concurso de ideas.
- Votación por parte de la ciudadanía.
- Estudio de viabilidad económico-financiera.
- Planificación de la construcción.
- Creación del icono.

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Imagen Urbana.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Imagen Urbana.
- Colegios e Institutos.
- Agentes clave y ciudadanos talaveranos.
- Guía Oficial profesional de turismo.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Nº actuaciones promocionales con relación a la marca creada.
- Grado de asociación de la marca a la ciudad.
- Nº de marcas presentas.
- Nº de ciudadanos involucrados.



## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: CIUDAD TURÍSTICA DE REFERENCIA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 25. CERTIFICACIÓN BIOSPHERE DESTINATION

##### OBJETIVOS:

- Atraer a la ciudad un turismo de mayor calidad, en que los visitantes estén dispuestos a pagar más por un destino sostenible y respetuosos con el medioambiente, además de conservador con su patrimonio social y cultural.
- Posicionar competitivamente a la ciudad, ya que hasta ahora, muy pocas.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

El sello BIOSPHERE Destination es una certificación voluntaria que la otorga el Instituto de Turismo Responsable (ITR), un organismo independiente creado en 1995 con el objetivo de impulsar acciones y programas de desarrollo sostenible en destinos y empresas turísticas. También es miembro afiliado de la Organización Mundial de Turismo (UNWTO), y es miembro fundador del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) auspiciado por la Fundación de la Naciones Unidas.

La certificación Biosphere Destination garantiza un equilibrio adecuado a largo plazo entre las dimensiones económica, socio-cultural y medioambiental de un destino, reportando beneficios significativos para la propia entidad, la sociedad y el medio ambiente.

Aparte de otros, los requisitos básicos para aquellas entidades que quieran solicitar la acreditación son:

- La conservación del patrimonio natural, cultural y paisajístico.
- Desarrollo sostenible económico y social de la ciudad.
- La contribución a la calidad de vida de los ciudadanos.
- La conservación del medio ambiente.
- La satisfacción del turista en cuanto la calidad del servicio.

##### ACCIONES PRIORITARIAS:

- Constitución de un equipo de trabajo.
- Elaboración del diagnóstico según los criterios marcados por el ITR.
- Elaboración de un plan de acción de cumplimiento.
- Implantación de los requisitos en la ciudad.



**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Medio Ambiente e Impulso al Sector Primario.
- Concejalía de Promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda, Ferias y Mercados.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Ayuntamientos de Talavera de la Reina.
- Concejalía de Imagen Urbana.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Colegios e Institutos.
- Agentes clave y ciudadanos talaveranos.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Obtención del certificado.
- Evaluación periódica de resultados.
- Grado de asociación de la marca a la ciudad.
- Nº de impactos en prensa.
- Nº de turistas que acuden anualmente y por estaciones.



## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: CIUDAD TURÍSTICA DE REFERENCIA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 26. PLAN DE ACOGIDA AL TURISTA

##### OBJETIVOS:

- Aumentar la satisfacción, comodidad y sensación de acogida amable al visitante de la ciudad de Talavera de la Reina y, desde modo, incrementar la afluencia de visitantes.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

La economía de Talavera de la Reina está fuertemente terciada, es decir, en ella prima la rama de servicios orientada al comercio; no debemos perder de vista la influencia y el peso que, en este sector, siempre ha tenido La Comarca.

Esta preponderancia hace que la apuesta por la diferenciación de los servicios ofertados a los visitantes, garantice una experiencia agradable en todos los aspectos que puedan afectarles.

En los últimos años, el sector turístico (cultural, deportivo y gastronómico) está ganando peso en cuanto la incidencia en la economía de la ciudad, y por ello, es ahora cuando se debe trabajar en fortalecer esta incipiente economía.

Por ello, se debe diseñar un Plan de Acogida al Turista, que mejore la sensación que recibe el visitante cuando se informa o visita la ciudad, haciéndola más cercana y amigable, estando destinado a cualquier visitante de la ciudad, independientemente del motivo que le haya llevado a Talavera de la Reina.

Así mismo, el plan estará dividido en tres segmentos:

- **A nivel Institucional:** dirigido a aquellos visitantes de turismo idiomático, negocios, turismo senior. (Se debe valorar la formación de un Comité de acogida de Inversores).
- **A nivel informativo:** refuerzo de los puntos de información existentes, ofreciendo más recursos a los visitantes a través de la descarga de aplicaciones gratuitas, visitas virtuales a espacios o monumentos, descargas de contenidos, etc. También se debe incluir la información en otros formatos para visitantes con discapacidades.
- **A nivel idiomático:** Adaptación de la ciudad al inglés, procurando que el visitante se sienta cómodo y comprendido.
- La conservación del medio ambiente.



- La satisfacción del turista en cuanto la calidad del servicio.

Debemos recordar que este Plan también será de gran utilidad para poder **obtener información sobre** la tipología de los visitantes, edades, ciudades de origen, duración de la estancia, tipología del turismo a disfrutar: cultural, deportivo, gastronómico, el índice de rentabilidad hotelera, etc., con los que poder medir y evaluar tanto la calidad ofrecida como el impacto económico que en la ciudad tiene el sector.

#### ACCIONES PRIORITARIAS:

- Reunión con los principales agentes implicados en la puesta en marcha del Plan de Acogida al Turista: concejalía de Turismo, agencias de viaje, guías oficiales, hoteleros, restauradores, comerciantes, etc. (Fijación de roles, responsabilidades y actuaciones).
- Elaboración de los recursos necesarios para la correcta información al turista: aplicaciones móviles, flyers, plano de la ciudad, guías y rutas, horarios, etc.
- Puesta en marcha del Plan: exposición pública, jornadas formativas.
- Promoción y difusión entre los agentes turísticos.

#### RESPONSABLE DEL PROYECTO:

- Concejalía de Artesanía, Festejos y Turismo.

#### AGENTES IMPLICADOS:

- Concejalía de Artesanía, Festejos y Turismo.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Guía Oficial profesional de turismo.
- Agentes clave.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

#### INDICADORES DE SEGUIMIENTO:

- Material distribuido.
- N° de visitantes.
- N° de impactos en prensa.
- N° de turistas que acuden anualmente y por estaciones.



## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: CIUDAD TURÍSTICA DE REFERENCIA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 27. DESTINO TALAVERA.COM

##### OBJETIVOS:

- Diseño de la página web “destinotalavera.com” dirigida exclusivamente para la interacción con el visitante, en la que podrá descargarse de aplicaciones de geolocalización, mapas, fotos, información sobre los edificios y monumentos singulares, explicaciones de itinerarios y horarios de visitas o realizar visitas virtuales en 3D, antes de su llegada.
- Igualmente, en ella el visitante tendrá la opción de conocer en su totalidad la oferta de servicios gastronómicos, hosteleros y de ocio, los hoteles y apartamentos turísticos o los lugares que no deben dejar de visitar, con sus recomendaciones y opiniones, así como las diferentes ofertas y descuentos que estén vigentes en casa momento.
- Así mismo, uno de los puntos fuertes de este proyecto es permitir la comercialización de todas las opciones turísticas que ofrece la ciudad, no sólo en cuanto a alojamientos o reservas en restaurantes, sino también, espectáculos, entradas a los museos, alquiler de vehículos, compra de billetes de transporte, excursiones, así como de otras actividades complementarias.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

- Interacción en una sola web de todos los portales que, en la actualidad, tiene que ver con el destino Talavera.
- Creación de aplicaciones que permitan al consumidor final organizar y contratar todos los recursos de su visita.
- Lanzamiento de un blog turístico.
- Habilitación de un espacio para profesionales.

##### ACCIONES PRIORITARIAS:

- Contacto con agentes clave para la puesta en marcha.
- Definición de funcionalidades que deberán estar disponibles.
- Desarrollo de las App's.
- Desarrollo del blog turístico.

##### RESPONSABLE DEL PROYECTO:



- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Artesanía, Festejos y Turismo.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Agentes clave.
- Guía Oficial profesional de turismo.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- N° de servicios o productos turísticos reservados o enlazados a través de la plataforma.
- N° de servicios o productos turísticos comercializados a través de la plataforma
- N° de usuarios registrados.
- N° de visitas a la web.
- Profesionales registrados.
- N° de descargas de aplicaciones.
- N° de impactos en canales de comunicación.





## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: CIUDAD TURÍSTICA DE REFERENCIA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 28. NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

##### OBJETIVOS:

- Construir una oferta turística de la ciudad más completa y accesible a una mayor cantidad de clientes y mercados.
- Diferenciar la oferta turística de Talavera y La Comarca de la ofrecida por la provincia en su conjunto.
- Puesta en valor de los recursos turísticos de la ciudad, así como el posicionamiento de Talavera de la Reina como destino de referencia.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

Creación de productos turísticos que ayuden a consolidar la oferta turística de la ciudad de Talavera de la Reina, enriqueciéndola y diferenciándola de la existente en la provincia. El diseño y puesta en marcha de nuevos productos que pongan en valor los recursos turísticos de la ciudad, supondrá una oportunidad para el destino que será capaz no sólo de atraer a nuevos clientes, si no a fidelizar a los ya conocedores de la ciudad, así como de acercarse a nuevos mercados como el congresual, el deportivo o el religioso.

Además, estos nuevos productos, pondrán en valor los atractivos de la ciudad ya que les darán la repercusión y el soporte necesarios para poder disfrutarlos en su máximo esplendor; un claro ejemplo de ello es el turismo religioso, como la Semana Santa de Talavera, que ven minimizado su impacto en la ciudad, debido a una organización que no está claramente orientada a la puesta en valor de estas oportunidades turísticas.

Dadas las características de Talavera de la Reina, así como de sus posibilidades e infraestructuras, se plantea una oferta turística construida sobre los siguientes productos:

1. **Turismo deportivo.**
2. **Turismo cultural.**
3. **Turismo religioso.**
4. **Turismo de salud.**
5. **Turismo de conciertos / festivales.**
6. **Turismo ferial y congresual.**

##### ACCIONES PRIORITARIAS:



- Planificación de cuáles van a ser los productos turísticos por los que se va a apostar **de manera coordinada en la oferta turística anual de la ciudad**, para ello deberá realizarse un estudio en el que participen tanto las autoridades turísticas municipales como las principales asociaciones de agentes de la ciudad (Hosteleros, restauradores, hoteleros, etc.)
- Elaboración de cuadernos de venta de cada uno de los productos en los que se delimite concretamente cual es el concepto que se está ofreciendo.
- Organización de jornadas de información a los turoperadores y otros agentes de comercialización con el objetivo de conseguir el mayor impacto posible.
- Inclusión de los nuevos productos turísticos en la página web “destinotalavera.com”

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Artesanía, Festejos y Turismo.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Artesanía, Festejos y Turismo.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Agentes clave y profesionales del sector.
- Guía oficial profesional de turismo.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- N° de visitantes.
- Grado de penetración de los nuevos productos.
- N° de impactos en prensa.
- N° de turistas que acuden anualmente y por estaciones.



## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: CIUDAD TURÍSTICA DE REFERENCIA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 29. TALAVERA “TASTE EXPERIENCE” FESTIVAL

##### OBJETIVOS:

- Posicionar a Talavera de la Reina como un punto de referencia nacional en materia gastronómica.
- Celebrar un evento en la ciudad, un Festival gastronómico en el que los mejores chefs exhiban durante un fin de semana, sus mejores platos y tapas.
- Realizar una labor de promoción y difusión de la ciudad de Talavera de la Reina como destino turístico de calidad.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

La finalidad de este proyecto es la celebración de un evento gastronómico de primer nivel que jugará un importante papel en la introducción y promoción de los productos talaveranos, entre profesionales de contrastado prestigio.

La estructura del acto se apoya en otros eventos celebrados en Europa y que se han constituido como buenas prácticas en el ámbito gastronómico, buscando que el festival congregue a chefs de reconocido prestigio estableciendo acuerdo con cocineros y restaurantes locales que decidan colaborar.

Previamente, y con el objeto de saber si la ciudad tiene capacidad para realizar un evento de tal magnitud, deberá realizarse un estudio de viabilidad. En él, se valorará la capacidad de la ciudad para albergar un evento de tales características (capacidad hotelera, capacidad de atracción de turismo, costes, ingresos directos e indirectos, etc.)

Así mismo, si el estudio resulta favorable, deberán reunirse a las principales personalidades representantes de la ciudad en el ámbito de la gastronomía, se designará una Dirección General que subcontratará una consultora para el diseño, desarrollo y ejecución de todas las necesidades de marketing, comerciales, RR.HH., financiero, legal, comunicación y relaciones públicas.

El programa ejecutivo del desarrollo del festival será:

1. Participantes.
2. Restaurantes implicados.
3. Concurso.
4. Jurado calificador.



<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Público objetivo.</li> <li>6. Calendario.</li> <li>7. Patrocinadores.</li> <li>8. Colaboradores.</li> <li>9. Financiación.</li> <li>10. Plan de comunicación.</li> </ol>	
<p><b>ACCIONES PRIORITARIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estudio de viabilidad.</li> <li>▪ Reunión con los principales agentes que definirán y trabajarán en el festival.</li> <li>▪ Elaboración del programa ejecutivo.</li> <li>▪ Cierre de contrato con participantes, jurado y restaurantes.</li> <li>▪ Ejecución del plan de comunicación.</li> <li>▪ Puesta en marcha del Festival.</li> <li>▪ Seguimiento y planificación anual.</li> </ul>	
<p><b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Concejalía de Artesanía, Festejos y Turismo.</li> <li>→ Concejal de Servicios Sociales e Igualdad, Coordinación del Gabinete de Presidencia y Relaciones Institucionales.</li> </ul>	
<p><b>AGENTES IMPLICADOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Concejalía de Artesanía, Festejos y Turismo.</li> <li>→ Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.</li> <li>→ Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.</li> <li>→ Agentes clave y profesionales del sector.</li> <li>→ Guía Oficial profesional de turismo.</li> </ul>	
<b>CALENDARIO: CORTO PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO: MEDIO</b>
<p><b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Público asistente.</li> <li>→ Importe total de financiación.</li> <li>→ Balance: ingresos y gastos.</li> <li>→ Nº de impactos en los medios de comunicación.</li> </ul>	



## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: CIUDAD TURÍSTICA DE REFERENCIA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 30. FESTIVAL INTERNACIONAL DE MÚSICA DE CÁMARA

##### OBJETIVOS:

- Consolidar a Talavera de la Reina como destino cultural de referencia durante el otoño y el invierno, en el ámbito de la música clásica.
- Crear un evento cultural que tenga repercusión nacional e internacional.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

Se entiende por Festival de Música de Cámara, aquel acontecimiento que reúne a los mejores profesionales de la música de Cámara y los articula en un calendario de jornadas musicales de la más alta calidad.

Debemos tener en cuenta que la singularidad de los Festivales albergados en ciudades europeas radica en que son estacionales, es decir, se celebran en épocas benignas y con clima favorable. Por ello, la oferta de festivales europeos se reduce a cero durante este periodo del año.

La constitución del Festival Internacional generará beneficios económicos y sociales, no sólo para la ciudad, sino también para La Comarca. Entre los beneficios concretos, se detallan los siguientes:

1. Consolidación de la marca Talavera.
2. Diversificación de la oferta turística.
3. Reconocimiento de la ciudad como destino clave en la oferta musical.
4. Desestacionalización del turismo.
5. Mejora de la oferta de ocio.
6. Aprovechamiento de los recursos capaces de acoger eventos culturales.
7. Atracción de un segmento turístico con un gasto medio más elevado que el habitual.
8. Posicionamiento en nuevos mercados estratégicos.

Previamente, y con el objeto de saber si la ciudad tiene capacidad para realizar un evento de tal magnitud, deberá realizarse un estudio de viabilidad. En él, se valorará la capacidad de la ciudad para albergar un evento de tales características (capacidad hotelera, capacidad de atracción de turismo, costes, ingresos directos e indirectos, etc.).



Así mismo, si el estudio resulta favorable, deberán reunirse a las principales personalidades representantes de la ciudad en el ámbito de la gastronomía, se designará una Dirección General que subcontratará una consultora para el diseño, desarrollo y ejecución de todas las necesidades de marketing, comerciales, RR.HH., financiero, legal, comunicación y relaciones públicas.

**ACCIONES PRIORITARIAS:**

- Público objetivo.
- Ubicación del festival.
- Artistas.
- Contenidos y cronogramas.
- Gestión y publicidad.
- Puesta en marcha del Festival.
- Seguimiento y planificación anual.

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- OAL de Cultura.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Artesanía, Festejos y Turismo.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Agentes clave y profesionales del sector.
- Guía Oficial profesional de turismo.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Público asistente.
- Importe total de financiación.
- Balance: ingresos y gastos.
- Nº de impactos en los medios de comunicación.



## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: COMERCIO

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 31. TALAVERA SHOPPING

##### OBJETIVOS:

- Consolidar a Talavera de la Reina como destino comercial de referencia implementando nuevas tecnologías y una experiencia de compra única.
- Crear una marca comercial de referencia que tenga repercusión nacional e internacional.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

Uno de los objetivos fundamentales en la realización de Plan Estratégico de Competitividad Urbana Talavera 2025, es la revitalización del comercio de la ciudad, especialmente, el considerado “comercio tradicional”.

Esta revitalización, tan demandada durante las diferentes reuniones de las Mesas Sectoriales, ha sido debidamente analizada y entendemos que obliga a implementar medidas extraordinarias que lleven al comercio de la ciudad a posicionarse al nivel que le corresponde.

- Para ello, son varias las líneas de acción a ejecutar; una de ellas, es introducir nuevas formas de interpretación de conceptos que actualmente, son totalmente necesarios para lograr los estándares de competitividad y, por ende, de rentabilidad y especialización.
- Se debe entender que, en la actualidad, ofrecer a los clientes la posibilidad de compra on-line, la interacción permanente con el establecimiento o la comunicación cuasi diaria en el envío de news o links de interés, se entiende por el comprador como un recurso de mínimos.
- Debemos tener en cuenta que el consumidor ya no acude a la tienda únicamente a comprar un producto, eso lo puede hacer de forma online desde el sofá de su casa, sino que, cada vez más, se desplaza al punto de venta para poder disfrutar de una experiencia única de compra.
- Esta experiencia de compra o **SHOPPING EXPERIENCE** es uno de los puntos en los que el comercio tradicional de la ciudad debe convertirse en referente.
- Las grandes empresas invierten cada vez más en entrenar y formar a sus trabajadores de tienda para que sepan ofrecer una atención al cliente personalizada y única. Al final, un cliente puede agradecer que se le sirva una café o un refresco, apreciar que se perfume la tienda con un olor que lo estimule



o disfrutar de una buena decoración o música, **pero si no recibe un trato amable y personal de alguien bien informado sobre el comercio oportuno y sus productos**, será muy difícil que vuelva a la tienda o, incluso, que compre.

En este sentido, se recomienda al comercio de Talavera de la Reina identificarse con estos nuevos conceptos, **TALAVERA SHOPPING**, entendiendo que la experiencia de compra (SHOPPING EXPERIENCE) va a determinar su capacidad de competir en los nuevos mercados, así como buscar dar un valor añadido al mero hecho de comprar.

Se debe proporcionar una experiencia inolvidable, que añada valor al hecho de comprar un producto y que haga que el cliente quiera volver y repetir. Los clientes que disfruten de los comercios de Talavera Shopping, además de sus compras se llevarán un intangible más importante que la misma compra: **“Algo que les haga sentir especial”**.

#### ACCIONES PRIORITARIAS:

- Formación a los Gerentes de los comercios en:
  - a. Visual Merchandiser.
  - b. Detección de nuevos nichos de mercado.
  - c. Evaluación del cliente objetivo-cliente tradicional.
  - d. Canales de compra-venta on-line.
  - e. Visitas virtuales a los establecimientos.
- Formación al personal en atención al cliente.
- Estudio de viabilidad en el servicio de entrega de las compras.
- Probadores interactivos inteligentes.
- Catálogos virtuales 3D.

#### RESPONSABLE DEL PROYECTO:

- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.

#### AGENTES IMPLICADOS:

- Concejalía de Artesanía, Festejos y Turismo.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Agentes clave y profesionales del sector.





**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Aumento objetivo de ventas.
- Aumento de visitantes en los comercios.
- Mejora reputacional.
- Nº de impactos en los medios de comunicación.



## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: COMERCIO

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 32. TALAVERA MARKET PLACE

##### OBJETIVOS:

- Consolidar a Talavera de la Reina como destino comercial on-line de referencia implementando nuevas tecnologías.
- Crear un espacio comercial virtual de referencia que tenga representación de todo el comercio de la ciudad, repercusión nacional e internacional.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

Uno de los objetivos fundamentales en la realización de Plan Estratégico de Competitividad Urbana Talavera 2025, es la revitalización del comercio de la ciudad, especialmente, el considerado “comercio tradicional”.

Esta revitalización, tan demandada durante las diferentes reuniones de las Mesas Sectoriales, ha sido debidamente analizada y entendemos que obliga a implementar medidas extraordinarias que lleven al comercio de la ciudad a posicionarse al nivel que le corresponde.

- Para ello, se deben introducir nuevas formas de interpretación de conceptos que actualmente, son totalmente necesarios para lograr los estándares de competitividad y, por ende, de rentabilidad y especialización.
- Se debe ofrecer a los clientes la posibilidad de compra on-line, la interacción permanente con el establecimiento o la comunicación cuasi diaria en el envío de ofertas o información que pudiera ser relevante para el cliente.

Un Market Place es una tienda de tiendas. Es decir, una web de e-commerce que proporciona espacio a otros vendedores para mostrar sus productos, exactamente igual que un centro comercial lo hace con las tiendas físicas (por ejemplo: eBay, Aliexpress o Amazon).

Somos conscientes que este tipo de circunstancias, no están al alcance de todas las empresas, especialmente si han desarrollado toda su actividad en el mercado tradicional u offline. Por ello, este programa se configura como la solución al comercio tradicional con la que tener presencia on-line sin invertir el tiempo, esfuerzo, dedicación y conocimientos de cómo funciona el mercado on-line, requiere; por ello, entendemos que estas son las ventajas:



- Ahorro de costes de estructura digital.
- Gestión directa de los pagos.
- Posicionamiento ventajoso.
- Sinergias con productos de otros vendedores.
- Posibilidad de dropshipping (envío de la compra del comercio al domicilio del cliente).

**ACCIONES PRIORITARIAS:**

- Formación a los Gerentes.
- Detección de nichos de mercado.
- Evaluación del cliente objetivo.
- Compra-venta on-line.
- Visitas virtuales.

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Artesanía, Festejos y Turismo.
- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Agentes clave y profesionales del sector.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Aumento objetivo de ventas.
- Aumento de visitantes en los comercios.
- Mejora reputacional.
- Nº de impactos en los medios de comunicación.



<b>EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS</b>
<b>PROGRAMA: COMERCIO</b>
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 33. TARJERA DEL COMERCIO DE TALAVERA</b>
<p><b>OBJETIVOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Aumentar la competitividad del comercio de Talavera de la Reina mediante la puesta a disposición de los clientes de una tarjeta de crédito con la que realizar sus compras.</li> </ul>
<p><b>DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:</b></p> <p>Uno de los objetivos fundamentales en la realización de Plan Estratégico de Competitividad Urbana Talavera 2025, es la revitalización del comercio de la ciudad, especialmente, el considerado “comercio tradicional”.</p> <p>Esta revitalización, tan demandada durante las diferentes reuniones de las Mesas Sectoriales, ha sido debidamente analizada y entendemos que obliga a implementar medidas extraordinarias que lleven al comercio de la ciudad a posicionarse al nivel que le corresponde.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Para ello, se deben introducir nuevas formas de competir que evite la fuga a otro tipo de comercios que si ofrecen la posibilidad de pago a crédito o pago aplazado de sus compras.</li> <li>▪ Se debe ofrecer a los clientes la posibilidad de beneficiarse de la compra a crédito sin intereses que ello les suponga ningún tipo de quebranto financiero.</li> </ul>
<p><b>ACCIONES PRIORITARIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Negociación con entidades bancarias.</li> <li>▪ Evaluación de las condiciones económicas.</li> <li>▪ Evaluación del impacto en el cliente objetivo.</li> <li>▪ Incorporación del mayor número de establecimientos comerciales a la iniciativa.</li> </ul>
<p><b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.</li> </ul>
<p><b>AGENTES IMPLICADOS:</b></p>



<ul style="list-style-type: none"><li>→ Comerciantes.</li><li>→ Entidades bancarias.</li></ul>	
<b>CALENDARIO: CORTO PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO: MEDIO</b>
<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Aumento objetivo de ventas.</li><li>→ Aumento de visitantes en los comercios.</li><li>→ Mejora reputacional.</li><li>→ Nº de impactos en los medios de comunicación.</li></ul>	



## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: DEPORTE Y SALUD

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 34. PLAN DE TECNIFICACIÓN DEPORTIVA LOCAL

##### Objetivos:

- Crear un Plan de Tecnificación Deportiva Local (PTDL) de apoyo a los deportistas consolidados con resultados contrastados, así como a sus entrenadores.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

La ciudad de Talavera de la Reina cuenta a día de hoy con multitud de excelentes deportistas en el seno de sus Clubes y Asociaciones Deportivas.

En cuanto al nivel de resultados obtenido, encontramos un número importante de deportistas de gran nivel de rendimiento y resultados como Fernando Alarza, los hermanos Cubelos, Manu Trigueros, Javier Espinosa, David Arroyo, Sandra Sánchez, Beatriz Burcio o Isabel Rico, entre otros. La mayoría de deportistas corresponden con disciplinas individuales.

Debemos partir de la premisa que, en España los únicos deportes considerados profesionales son el fútbol, el baloncesto y el balonmano, haciendo que la práctica de otros deportes, a pesar del altísimo nivel, son considerados amateur, cuya consecuencia primera es la imposibilidad de dedicarse a su deporte y vivir de él.

##### Análisis y diagnóstico:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se debe replantear el apoyo que la ciudad presta a sus deportistas de élite, mediante la creación de un Plan de Tecnificación o Plan de Apoyo Económico al deportista talaverano por parte del Ayuntamiento.

##### ACCIONES PRIORITARIAS:

- Estudio y evaluación de las diferentes situaciones.
- Estudio y evaluación de las condiciones de acceso a las ayudas.
- Detección de objetivos.
- Evaluación del desempeño y obtención de resultados.
- Análisis de viabilidad presupuestaria.



**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Deportes.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Deportes.
- Agentes clave y profesionales del sector.
- Clubes y Asociaciones.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Obtención de logros.
- Detección de nuevos talentos.
- Mejora reputacional.
- Nº de impactos en los medios de comunicación.



## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: DEPORTE Y SALUD

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 35. FOMENTO DEL DEPORTE BASE

##### Objetivos:

- Fomento del Deporte Base en Talavera de la Reina.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

La ciudad de Talavera de la Reina cuenta a día de hoy con multitud de deportistas en el seno de sus Clubes y Asociaciones Deportivas.

Este proyecto intenta generar acciones innovadoras y facilitadoras para lograr la adhesión de más y mejores deportistas jóvenes, despertando el interés y apoyo económico del sector empresarial, bajo los siguientes parámetros:

1. Incrementar la práctica de actividad física y deportiva en la población en edad escolar.
2. Desarrollar campañas de promoción de modalidades deportivas entre la población en edad escolar.
3. Establecer proyectos de detección de talentos en diferentes deportes y su incorporación a programas de Tecnificación.
4. Incorporar acciones específicas de promoción de los deportes en la población en edad escolar, principalmente en centros escolares, así como en clubes, asociaciones deportivas, etc.
5. Implementar de campañas que pongan de manifiesto los valores del deporte: compañerismo – comunicación – convivencia – deportividad - disciplina generosidad – humildad – paciencia – responsabilidad – sinceridad – tolerancia trabajo en equipo

##### Análisis y diagnóstico:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se deben evaluar las medias actuales de apoyo al Deporte Base talaverano por parte del Ayuntamiento.

##### ACCIONES PRIORITARIAS:

- Estudio y evaluación de la situación actual.
- Evaluación de necesidades de entidades y organizaciones.





- Desarrollo de programas educacionales en valores.
- Evaluación del apoyo prestado a entidades y organizaciones.
- Análisis de viabilidad presupuestaria.

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Deportes.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Deportes.
- Agentes clave y profesionales del sector.
- Clubes y Asociaciones.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- N° de participantes.
- Detección de nuevos talentos.
- Mejora reputacional.
- N° de impactos en los medios de comunicación.



<b>EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS</b>
<b>PROGRAMA: DEPORTE Y SALUD</b>
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 36. HOMOLOGACIÓN PISTA DE ATLETISMO</b>
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Adecuación de la pista de atletismo y zonas anexas para su homologación.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <p>El atletismo en la ciudad de Talavera de la Reina cuenta a día de hoy con multitud de deportistas en el seno de sus clubes deportivos. Este proyecto nace con el propósito de sentar las bases con respecto al proyecto de adecuación la pista de atletismo, así como de las instalaciones anexas para su oportuna homologación.</p> <p>Esta inversión hará viable la celebración de campeonatos y actividades con un elevado impacto económico y mediático para la ciudad.</p>
<b>ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO:</b> <p>De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se deben evaluar las acciones a acometer para adecuar las instalaciones para su correcto uso.</p>
<b>ACCIONES PRIORITARIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Evaluación de la situación actual.</li><li>▪ Valoración de las obras a realizar.</li><li>▪ Análisis de viabilidad presupuestaria.</li><li>▪ Solicitud de homologación.</li></ul>
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Deportes.</li></ul>
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Deportes.</li><li>→ Agentes clave y profesionales del sector.</li><li>→ Clubes y Asociaciones.</li></ul>



**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Fecha de inicio de las obras.
- Realización de pruebas deportivas.
- Mejora reputacional.
- Nº de impactos en los medios de comunicación.



<b>EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS</b>
<b>PROGRAMA: DEPORTE Y SALUD</b>
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 37. CONSTRUCCION CIRCUITO BMX</b>
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Construcción de un circuito para la práctica del BMX.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <p>La práctica del deporte del BMX en la ciudad de Talavera de la Reina cuenta, a día de hoy, con multitud de deportistas en el seno de sus clubes deportivos, compitiendo al más alto nivel, como lo demuestran las diferentes clasificaciones de los pilotos talaveranos, en los últimos ocho años.</p> <p>Este proyecto nace con el propósito de llevar a cabo la construcción de un circuito de BMX con todas las características necesarias para la ejecución de competiciones al más alto nivel.</p> <p>Esta inversión hará viable la celebración de campeonatos y actividades con un elevado impacto económico y mediático para la ciudad.</p>
<b>ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO:</b> <p>De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se deben evaluar las acciones a acometer para la construcción de las instalaciones para su correcto uso.</p>
<b>ACCIONES PRIORITARIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Evaluación de la situación actual.</li><li>▪ Valoración de las obras a realizar.</li><li>▪ Análisis de viabilidad presupuestaria.</li><li>▪ Valoración de la ubicación idónea.</li></ul>
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Deportes.</li></ul>
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Deportes.</li></ul>



- Agentes clave y profesionales del sector.
- Clubes y Asociaciones.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Fecha de inicio de las obras.
- Realización de pruebas deportivas.
- Mejora reputacional.
- Nº de impactos en los medios de comunicación.



<b>EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS</b>
<b>PROGRAMA: DEPORTE Y SALUD</b>
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 38. DESARROLLO DE APP'S PARA LA RESERVA DE INSTALACIONES DEPORTIVAS</b>
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Desarrollo de aplicaciones (App's) para realizar la reserva en las diferentes instalaciones deportivas de la ciudad.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <p>La práctica del deporte en la ciudad de Talavera de la Reina cuenta a día de hoy con multitud de deportistas en el seno de sus clubes y organizaciones deportivas, integrando una importante variedad de disciplinas deportivas.</p> <p>Este proyecto nace con el propósito de llevar a cabo el desarrollo de app's para que los usuarios de las instalaciones deportivas puedan realizar la reserva de las mismas directamente desde sus dispositivos móviles, al contrario de lo que ocurre en la actualidad, que deben desplazarse hasta las zonas habilitadas a tal efecto e inscribirse personalmente.</p>
<b>ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO:</b> <p>De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se deben evaluar las acciones a realizar para el desarrollo de app's que permitan la reserva de las instalaciones municipales para su correcto uso.</p>
<b>ACCIONES PRIORITARIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Evaluación de la situación actual.</li><li>▪ Valoración de las obras a realizar.</li><li>▪ Análisis de viabilidad presupuestaria.</li><li>▪ Valoración de la ubicación idónea.</li></ul>
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Deportes.</li></ul>
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b>



- Concejalía de Deportes.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Agentes clave y profesionales del sector.
- Clubes y Asociaciones.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Fecha de inicio de las obras.
- Realización de pruebas deportivas.
- Mejora reputacional.
- Nº de impactos en los medios de comunicación.



<b>EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS</b>
<b>PROGRAMA: DEPORTE Y SALUD</b>
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 39. I JUEGOS INCLUSIVOS DE TALAVERA “DEPORTE PARA TODOS”</b>
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Diseño y organización de los primeros juegos 100% inclusivos de la ciudad.</li><li>– Este evento está dirigido para todo tipo de participantes.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <p>La práctica del deporte en la ciudad de Talavera de la Reina cuenta a día de hoy con multitud de deportistas en el seno de sus clubes y organizaciones deportivas, integrando una importante variedad de disciplinas deportivas.</p> <p>Este proyecto nace con el propósito de llevar a cabo la organización de unas jornadas deportivas en las que se practiquen tanto deportes adaptados como deportes no adaptados. Lo novedoso de este evento será que se practicarán todo tipo de disciplinas, adaptadas o no, por todos los participantes.</p>
<b>ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO:</b> <p>De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se deben evaluar las acciones a realizar para la organización de los I Juegos Inclusivos de la ciudad de Talavera de la Reina.</p>
<b>ACCIONES PRIORITARIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Evaluación de las disciplinas deportivas a practicar.</li><li>▪ Valoración de las necesidades de instalaciones.</li><li>▪ Análisis de requisitos específicos.</li><li>▪ Valoración de la ubicación/es idónea/s.</li></ul>
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Concejalía de Deportes.</li></ul>
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b>





- Concejalía de Deportes.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Clubes y Asociaciones.
- Organización Nacional de Ciegos Españoles ONCE.
- Consejo Superior de Deportes.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- N° de participantes inscritos.
- Tipología de las pruebas deportivas.
- Mejora reputacional.
- N° de impactos en los medios de comunicación.



## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: LOGISTICA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 40. NODO LOGÍSTICO

##### OBJETIVOS:

- Convertir a la ciudad de Talavera de la Reina en un enclave estratégico de referencia en el transporte, almacenamiento y distribución de mercancías en el centro de España.

##### DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:

La Comisión Europea presentó una actualización del Libro Blanco del Transporte en 2011, después de su primera publicación en 2001 y actualización en 2006. Se trata de una “Hoja de ruta hacia un espacio único europeo de transporte” que servirá para proponer futuras legislaciones europeas empleadas por la Comisión

Como consecuencia, se crea la Red Transeuropea de Transporte, TEN-T (Trans European Transport Networks), un plan de política de transporte que ya emergió en los años 90 y que pretende en la actualidad, actualizar y unificar todas las redes de comunicación de personas y transporte de mercancías de tal forma que desempeñen su función con elocuencia y preste un servicio eficiente y sostenible a los distintos modos de transporte.

El sector del transporte es realmente diverso, pues se encuentra vinculado con la edificación, el comercio, las tecnologías de la información, entre otros. Está conformado por diversos partícipes que se estructuran en diferentes modos de transporte, siendo la intermodalidad una idea actual que aún no ha conseguido alcanzar su máximo desarrollo dado que no ha sido asimilada por las empresas, debido a que la ideología que siguen manteniendo es la del transporte por carretera.

No obstante, la política europea, desde hace años, ha tratado de integrar los distintos modos de transporte con la finalidad de lograr la intermodalidad en todos los Estados miembros, por lo que consecuentemente se están manifestando proyectos sobre este aspecto. España, en pleno auge de reestructuración de las infraestructuras del transporte, también considera la intermodalidad como factor condicionante para un avance socioeconómico.

España, según recoge el último Informe Anual del Observatorio del Transporte y la Logística (OTLE) en 2017, presenta un incremento de la movilidad en 2016. Se puede



considerar un aumento en casi todos los modos y segmentos de la movilidad exceptuando el transporte de viajeros en autobús debido a un cambio de metodología en los aforos de vehículos pesados y los aforos manuales.

En este sentido, un Nodo Logístico no es sino es un punto de referencia para el almacenamiento y distribución de mercancías, con una capacidad enorme de generar sinergias entre empresas para aprovechar las economías de escala que ofrecen este tipo de infraestructuras. Así mismo, este tipo de infraestructuras, están concebidas para disminuir las brechas tecnológicas y de buenas prácticas entre compañías, mediante la ejecución de actividades tendientes a la profesionalización, uso de nuevas tecnologías y mejores prácticas de la industria logística

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Ministerio de Fomento.
- Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.
- SEPES

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Ministerio de Fomento.
- Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.
- SEPES.
- Concejalía de Urbanismo.
- Agentes clave y ciudadanos talaveranos.

**CALENDARIO: MEDIO PLAZO**

**PRESUPUESTO: ALTO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Nº actuaciones promocionales con relación a la marca creada.
- Grado de asociación de la marca a la ciudad.
- Nº de marcas presentas.
- Nº de ciudadanos involucrados.



<b>EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS</b>
<b>PROGRAMA: LOGÍSTICA</b>
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 41. VIVERO INDUSTRIAL DE EMPRESAS</b>
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Creación e implantación de un Vivero de Industrias en el Polígono de Torrehierro.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <p>Desde el año 2011, la situación del polígono industrial de Torrehierro ha ido deteriorándose debido al cierre de empresas que allí tenían instaladas sus sedes. Esta situación ha derivado en que, en la actualidad, haya un número importante de naves vacías, en desuso y sin apenas perspectivas de que puedan albergar algún tipo de actividad industrial en el corto plazo de tiempo.</p>
<b>ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO:</b> <p>De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se deben evaluar las acciones a realizar para, mediante convenios entre la propiedad y el ayuntamiento de Talavera de la Reina, se consiga llevar a cabo la implantación de un Vivero de Industrias, para el fomento de la actividad, así como la revitalización del polígono y su entorno.</p>
<b>ACCIONES PRIORITARIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Negociaciones con los diferentes propietarios.</li><li>▪ Valoración de las obras a realizar.</li><li>▪ Análisis de viabilidad presupuestaria.</li><li>▪ Valoración de la ubicación idónea.</li><li>▪ Previsión de solicitudes.</li></ul>
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.</li><li>→ Concejalía de Servicios Generales, Limpieza Viaria y Mantenimiento Urbano y Accesibilidad.</li></ul>
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.</li></ul>



- Concejalía de Servicios Generales, Limpieza Viaria y Mantenimiento Urbano y Accesibilidad.
- ASEIP Torrehierro.
- Agentes clave y profesionales del sector.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Firma de convenios de colaboración.
- Fecha de inicio de las obras.
- Solicitudes de alquiler.
- Mejora reputacional.
- Nº de impactos en los medios de comunicación.



## EJE ESTRATÉGICO 2: SECTORES ECONÓMICOS

### PROGRAMA: TECNOLOGÍA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 42. CLUSTER TALAVERA TECH

##### Objetivos:

- Creación de un Cluster Tecnológico de Empresas como consecuencia de la llegada de la tecnología 5G a la ciudad de Talavera de la Reina.

##### DESCRIPCIÓN:

Desde que Telefónica presentó en la ciudad de Talavera de la Reina, el primer caso de desarrollo de la tecnología 5G, en colaboración con Ericsson España, aplicado a un minibús de conducción autónoma, el sector tecnológico de la ciudad está sufriendo un proceso de revolución y concentración en pro de beneficiarse del uso privilegiado de esta nueva tecnología.

##### ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se deben evaluar las acciones a realizar para fomentar el establecimiento de empresas de base tecnológica que quieran tener presencia en la ciudad; de igual modo, se tiene que actuar como vector común para todas aquellas que quieran constituirse como agrupaciones, clúster, hub tecnológico o asociaciones empresariales.

##### ACCIONES PRIORITARIAS:

- Creación de un mapa de empresas de base tecnológica de la ciudad.
- Identificación de necesidades comunes y particulares.
- Análisis de viabilidad del formato de unión pretendido.
- Valoración de la ubicación idónea.
- Previsión de solicitudes.

##### RESPONSABLE DEL PROYECTO:

- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.



**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Agentes clave y profesionales del sector.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Creación de asociaciones empresariales.
- Presentación del Cluster tecnológico.
- Mejora reputacional.
- Nº de impactos en los medios de comunicación.



### Eje 3. Institucional

<b>EJES</b>	<b>LINEAS DE ACTUACIÓN</b>		<b>PROGRAMAS DE DESARROLLO</b>	<b>PROYECTOS</b>	
<b>INSTITUCIONAL</b>	3.1	COLABORACIÓN INSTITUCIONAL	<b>ADMINISTRACION CERCANA, ACCESIBLE Y EFICIENTE</b>	43	<b>ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA</b>
	3.3	TRANSPARENCIA		44	<b>OBSERVATORIO URBANO</b>
	3.4	COLABORACION PÚBLICO-PRIVADA		45	<b>REDUCCIÓN DE CARGAS ADMINISTRATIVAS</b>
				46	<b>IDENTIFICACIÓN DE ESPACIOS PRODUCTIVOS DISPONIBLES</b>
	3.5	ADMINISTRACIÓN FACILITADORA		47	<b>PLAN DE AYUDAS FISCALES PARA JUBILADOS Y PENSIONISTAS</b>





### EJE ESTRATÉGICO 3: INSTITUCIONAL

#### PROGRAMA: COLABORACIÓN INSTITUCIONAL

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 43. ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA

##### Objetivos:

- Continuar con desarrollo completo de la administración electrónica en el Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Crear nuevas herramientas punteras que otorgarán prestigio al Ayuntamiento de Talavera de la Reina en el ámbito de la administración electrónica.
- Facilitar las relaciones del ciudadano con el Ayuntamiento, aumentar su conocimiento sobre ellos y mejorar la capacidad de empleabilidad de los servicios públicos.
- Promoción de los servicios ofrecidos.

##### DESCRIPCIÓN:

En la actualidad, la sede electrónica del Ayuntamiento permite realizar varios trámites on-line como la recaudación de ciertos tributos y otros ingresos municipales, a través de la pasarela de pago, desde el área de Tecnologías de la Información y la Comunicación, se está trabajando para ofrecer una gama más variada y mejores servicios al ciudadano.

##### ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, se deben evaluar las acciones a realizar para fomentar la posibilidad su traducción integra al inglés, la inclusión o la inclusión de un enlace denominado “gestiones y trámites” para una mayor interacción con el ciudadano.

##### ACCIONES PRIORITARIAS:

- Promoción y difusión de los servicios telemáticos entre la ciudadanía.
- Traducción de la sede, formularios, etc., al inglés.
- Plan de formación interna a los empleados de la Administración.
- Elaboración de un cuadro de mando de indicadores de desempeño.

##### RESPONSABLE DEL PROYECTO:

- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.



**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Empleados de la administración local.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Nivel real de uso de la Sede Electrónica
- Grado de satisfacción de los servicios prestados.
- Mejora en los tiempos de tramitación de expedientes.
- Otros indicadores específicos (a determinar).



### EJE ESTRATÉGICO 3: INSTITUCIONAL

#### PROGRAMA: TRANSPARENCIA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 44. OBSERVATORIO URBANO DIGITAL

##### Objetivos:

- Desarrollar un instrumento de seguimiento y monitorización de los principales indicadores de competitividad territorial en la ciudad, que sirvan de apoyo para la publicación de estudios, indicadores e informes periódicos que puedan servir para el conocimiento de la realizada social y económica de la ciudad y, por tanto, una excelente herramienta de ayuda a inversores locales, nacionales e internacionales, así como herramienta de información y planificación para las administraciones públicas.

##### DESCRIPCIÓN:

En proyecto incluirá la definición, creación y puesta en marcha del Observatorio Urbano Digital de Talavera, el cual se constituirá con la pretensión de facilitar información municipal de manera agrupada, rápida y ágil, ofreciendo una visión global que permita ajustar las distintas actuaciones que se puedan desarrollar a las necesidades existentes.

La información estará a disposición a través de la página web del Ayuntamiento a través de un link.

La creación del Observatorio Urbano de Talavera incluye las siguientes actividades a realizar, en base a la siguiente propuesta de indicadores

##### 1.- Territorio y medio ambiente:

Superficie - Altitud - Extensión - Energía - Agua - Gas - Zonas verdes - Residuos - Transporte y movilidad

##### 2.- Entorno Social:

Población y demografía – Urbanismo y Vivienda – Educación y Formación – Equipamiento educativo – Equipamiento sanitario – Equipamiento deportivo / recreo – Equipamiento cultural – Equipamiento tecnológico – Equipamiento de transporte – Equipamiento de los Centros Sociales – Protección Social (servicios sociales)

##### 3.- Economía y competitividad:

Mercado de trabajo – Siniestralidad laboral – Actividad Empresarial – Sector público y Cuentas Económicas – Turismo – barrios de Tavera (en cifras)



**ACCIONES PRIORITARIAS:**

- Propuesta de indicadores.
- Definición de indicadores que serán publicados.
- Recopilación de información y bases de datos.
- Apertura del concurso de licitación pública para la realización del proyecto.
- Puesta en marcha.
- Actualización y seguimiento.

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Empleados de la administración local.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- N° de indicadores.
- N° de consultas.
- N° de actualizaciones.
- N° de agentes involucrados.



### EJE ESTRATÉGICO 3: INSTITUCIONAL

#### PROGRAMA: COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 45. REDUCCIÓN DE CARGAS ADMINISTRATIVAS

##### Objetivos:

- Identificar y medir las cargas administrativas y proponer un conjunto de propuestas de mejora que, permitan eliminar o reducir las cargas asociadas a un conjunto de obligaciones existentes.
- Reducir las cargas administrativas soportadas por empresas y autónomos, y por lo tanto, disminuir los costes de constitución mejorando así la productividad y la competencia de la economía talaverana.

##### DESCRIPCIÓN:

Las Cargas Administrativas son aquellas actividades de naturaleza administrativa que deben llevar a cabo las empresas y ciudadanos para cumplir con las obligaciones derivadas de la normativa vigente.

En el caso de las empresas, las cargas administrativas son los costes que deben soportar para cumplir con las obligaciones de facilitar, conservar o generar información sobre sus actividades o su producción, para su puesta a disposición y aprobación, en su caso, por parte de autoridades públicas o terceros.

Constituyen un subconjunto de los costes administrativos de las empresas, ya que, estos órganos también, además de las cargas, las actividades administrativas que las empresas continuarían realizando si no se aplicase la normativa.

Una vez recopilada la información necesaria para la ejecución de este proyecto, el impacto vendría a tener lugar sobre las siguientes acciones: solicitud y renovación de autorizaciones, licencias y permisos (incluidas exenciones), comunicación de datos y presentación de documentos, conservación de documentos, inscripción, baja o modificación en un registro; seguimiento y cumplimiento de libros, elaboración de documentos, cuentas, declaraciones.

De esta forma, los beneficios perseguidos al ejecutar este proyecto serían:

- Simplificación administrativa y reducción de la burocracia para los ciudadanos y empresas.
- Impacto económico en términos de reducción de costes.
- Eficiencia en el ejercicio de las funciones,
- Reducción significativa de los plazos de tramitación.



<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Servicio de Asesoría Jurídica.</li></ul>	
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Servicio de Asesoría Jurídica.</li><li>– Concejalía de Promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda.</li></ul>	
<b>CALENDARIO: CORTO PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO: BAJO</b>
<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Nº de acciones propuestas.</li><li>– Nº de consultas.</li><li>– Nº de acciones ejecutadas.</li><li>– Volumen de trámites reducidos.</li></ul>	



### EJE ESTRATÉGICO 3: INSTITUCIONAL

#### PROGRAMA: COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 46. IDENTIFICACIÓN DE ESPACIOS PRODUCTIVOS DIPOSINIBLES

##### Objetivos:

- Facilitar el acceso y conocimiento de la existencia de locales comerciales, parcelas, naves, suelo industrial y urbanizable disponible, en el término de Talavera de la Reina, con el objetivo último de generar riqueza en la ciudad y aumentar el empleo.

##### DESCRIPCIÓN:

La disponibilidad de inmuebles y parcelas en el término municipal de Talavera de la Reina y la inexistencia de una base de datos para su consulta, que ponga a la disposición toda esa información, es una iniciativa única para la colocación de toda la oferta disponible.

Para ello se requiere una importante labor de actualización del inventario de bienes inmuebles de la ciudad, así como su identificación según su naturaleza: locales comerciales, naves industriales, parcelas, suelo industrial u otros tipos de suelo.

La elaboración del inventario comprenderá la puesta en contacto del Ayuntamiento con los agentes propietarios de cada activo, en la cual, además de definir la situación para cada uno de ellos en cuanto a superficie, posibles dotaciones, régimen (alquiler, venta, cesión o permuta) años de construcción (si aplica), se incluirán otras características técnicas específicas para una correcta identificación.

Se realizará una solicitud por parte del Ayuntamiento a los propietarios para la cesión de la información procedente de sus activos y su posterior publicación en la página web del Ayuntamiento de Talavera o bien, la proporción de información a aquellos particulares o empresas que lo soliciten.

La puesta en marcha de la base de datos será colgada en el Observatorio Urbano Digital (véase P. 43) para poder ser consultados.

##### ACTUACIONES PRIORITARIAS:

- Contacto con los propietarios de los activos y establecimiento de relaciones contractuales para la cesión de la información e intermediación,
- Elaboración del inventario de activos disponibles.
- Subida de información recopilada a las páginas web descritas.



<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Puesta en marcha del servicio,</li><li>▪ Promoción y difusión.</li></ul>	
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética.</li></ul>	
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Servicio de Asesoría Jurídica.</li><li>→ Concejalía de Promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda.</li></ul>	
<b>CALENDARIO: CORTO PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO: BAJO</b>
<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ N° de acciones propuestas.</li><li>→ N° de visitas a las páginas web.</li><li>→ N° de acciones ejecutadas.</li><li>→ Volumen de trámites realizados.</li><li>→ N° de contratos firmados.</li><li>→ Impacto en medios de comunicación.</li></ul>	





<b>EJE ESTRATÉGICO 3: INSTITUCIONAL</b>	
<b>PROGRAMA: ADMINISTRACION FACILITADORA</b>	
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 47. CREACIÓN DE UN PLAN DE AYUDAS FISCALES PARA JUBILADOS Y PENSIONISTAS</b>	
<b>OBJETIVOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Evitar la continua pérdida de poder adquisitivo y, por ende, calidad de vida, de los jubilados y pensionistas de la ciudad de Talavera de la Reina, mediante el desarrollo de un paquete de medidas fiscales que supongan una exención o bien, una reducción, en el pago de ciertos tributos locales.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	<p>La continua pérdida de poder adquisitivo del sector poblacional correspondiente a los jubilados y pensionistas de la ciudad de Talavera de la Reina, debido a la baja o nula revalorización de las pensiones frente al aumento del IPC, o lo que es lo mismo, el coste de la vida, hacen que esta parte de la población de la ciudad, sufra una situación cada vez más delicada y cuyo quebranto financiero es insostenible.</p> <p>Por ello, y conscientes que el desarrollo de un Plan de Competitividad Urbana como este, afecta a toda la ciudadanía, consideramos necesario plantear, estudiar y evaluar las posibilidades con respecto a una exención o bien, una reducción, del pago de los tributos locales correspondientes al Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI) o con respecto a la Tasa por recogida domiciliaria de basura.</p>
<b>ACTUACIONES PRIORITARIAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Informe de los Servicios Económicos del Ayuntamiento de Talavera.</li><li>▪ Informe de los requisitos obligatorios para acogerse a las medidas.</li><li>▪ Aprobación en el Pleno municipal la ordenanza fiscal correspondiente.</li></ul>
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda, Ferias y Mercados.</li></ul>
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b>	



- Concejalía de Promoción Económica y Empleo, Economía y Hacienda, Ferias y Mercados.
- Concejalía de Cultura, Personal y Servicios Jurídicos.
- Informe del Servicio de Intervención Municipal del Ayuntamiento de Talavera.
- Informe del Servicio de Tesorería Municipal del Ayuntamiento de Talavera.
- 

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- N° de acciones propuestas.
- N° de visitas a las páginas web.
- N° de acciones ejecutadas.
- Volumen de trámites realizados.
- N° de contratos firmados.
- Impacto en medios de comunicación.



### Eje 4.- Capital Humano

EJES	LINEAS DE ACTUACIÓN		PROGRAMAS DE DESARROLLO	PROYECTOS	
<b>CAPITAL HUMANO</b>	4.1	EDUCACIÓN CÍVICA	MEJORA DE LA CUALIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	48	INSTITUTO DE CERTIFICACIÓN PROFESIONAL
	4.2	RE-CAPACITACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS		49	CULTURA DE INTERCAMBIOS
	4.3	ACCIÓN UNIVERSITARIA	TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO AL TEJIDO EMPRESARIAL	50	GRADOS UNIVERSITARIOS
	4.4	EXCELENCIA EDUCATIVA		51	PREMIO MEJOR EXPEDIENTE ACADÉMICO
	4.5	PARTICIPACIÓN	REPRESENTACIÓN PÚBLICA	52	CONSEJO SOCIAL DE LA CIUDAD



## EJE ESTRATÉGICO 4: INSTITUCIONAL

### PROGRAMA: MEJORA DE LA CUALIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 48. INSTITUTO DE CERTIFICACIÓN PROFESIONAL

##### OBJETIVOS:

- Crear un centro con un programa formativo completo, focalizado en la impartición de certificados de profesionalidad y dirigido a todos los públicos (jóvenes, mediana edad y mayores de 45 años) que necesitan una recualificación profesional para poder ingresar por primera vez o, volver al mercado laboral.
- Dar respuesta a la situación de escaso nivel de formación de un gran número de talaveranos.

##### DESCRIPCIÓN:

Uno de los mayores problemas existentes en la ciudad es la elevada tasa de paro y para tratar de dar una respuesta a esta situación, se debe plantear la creación de un Instituto de Certificación Profesional con el objetivo de proporcionar a las personas interesadas la formación requerida por el sistema productivo actual.

La problemática de llevar a cabo acciones formativas se centra en la no existencia de la financiación necesaria para ejecutarlas. Para ello, y con la finalidad que la mayoría de acciones formativas puedan ser financiadas, se confeccionará un Programa Formativo cumpliendo con los objetivos y actuaciones definidos en el Programa Operativo del Fondo Social Europeo 2014-2020.

Estas acciones formativas están dirigidas a:

- Personas en situación de desempleo.
- Diferenciadas por el perfil del alumno: grupo de edad, vulnerabilidad, riesgo de exclusión.
- Empadronamiento.

Dentro del programa se especificarán una serie Especialidades para la obtención de los correspondientes certificados (véase Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales) y las particularidades relativas a la aplicación, estructura, contenido y contenidos del Certificado, serán acordes a las recogidas en el Real Decreto 34/2008, de 18 de enero, por el que se regulan los Certificados de Profesionalidad.

En este sentido, y sin perjuicio de otras que se estime oportunas, se programarán acciones formativas de las siguientes familias profesionales:

Administración y gestión / Artes gráficas / Electricidad – Electrónica / Imagen y sonido /



Instalación y mantenimientos / Servicios a la tercera edad / Mantenimiento de edificio

**ACTUACIONES PRIORITARIAS:**

- Búsqueda de financiación.
- Acreditación por el Servicio Estatal de Empleo la Impartición de certificados de profesionalidad.
- Elaboración de un programa formativo.
- Dotación física de las aulas para la impartir la formación.
- Promoción y difusión.

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Concejalía de Servicios Sociales e Igualdad, Coordinación del Gabinete de Presidencia y Relaciones Institucionales.
- Directores de Colegios e Institutos.
- Consejo Escolar.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Nº de acciones propuestas.
- Tipo y nombre de la acción formativa.
- Tramos de edad (menor de 25 años, de 25-54 años, mayor de 54 años).
- Distinción hombre-mujer.
- Nivel de estudios.
- Antigüedad en situación de desempleo.



<b>EJE ESTRATÉGICO 4: INSTITUCIONAL</b>	
<b>PROGRAMA: MEJORA DE LA CUALIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN</b>	
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 49. PROGRAMA DE INTERCAMBIOS</b>	
<b>OBJETIVOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Impulsar el intercambio de alumnos de las distintas etapas educativas con otros centros educativos no nacionales.</li><li>→ Aumentar la calidad de la enseñanza del alumnado talaverano, mediante el conocimiento de otras culturas y el aprendizaje de otros idiomas.</li><li>→ Capacitar al futuro capital humano con el objetivo que sea más competitivo en el futuro, no sólo en el plano laboral, sino también en el plano social y cultural.</li></ul>
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	<p>Este proyecto busca ser, no sólo una mejora de la cualificación de la población, sino también en la apertura al exterior, el intercambio de experiencias con otras culturas y, en definitiva, la internacionalización y el aumento de la competitividad de la ciudad, desde todos los ámbitos posibles.</p>
<b>ACTUACIONES PRIORITARIAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Identificación y análisis de los principales recursos en materia de intercambio escolar.</li><li>▪ Identificación de centros capacitados para el intercambio.</li><li>▪ Establecimiento de contactos con los organismos pertinentes.</li><li>▪ Fijación de estrategias y convenios.</li><li>▪ Planificación.</li><li>▪ Ejecución del programa de intercambios.</li></ul>
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.</li></ul>
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.</li><li>→ Concejalía de Servicios Sociales e Igualdad, Coordinación del Gabinete de Presidencia y Relaciones Institucionales.</li></ul>



- Directores de Colegios e Institutos.
- Consejo Escolar.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Nº de centros adscritos al Programa de Intercambios.
- Nº de acuerdos con entidades privadas para el Programa de Intercambios.
- Nº de alumnos enviados/recibidos por países y por centros.
- Impacto en medios de comunicación.



## EJE ESTRATÉGICO 4: INSTITUCIONAL

### PROGRAMA: TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO AL TEJIDO EMPRESARIAL

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 50. GRADOS UNIVERSITARIOS

##### OBJETIVOS:

- Establecimiento de un paquete de medidas encaminadas a la colaboración activa y permanente con la Universidad de Castilla La Mancha, con el fin de la obtención de un mínimo de ocho grados universitarios para el campus de la ciudad de Talavera de la Reina, en los próximos cinco años.

##### DESCRIPCIÓN:

Como ya hemos indicado anteriormente, la ciudad ejerce la capitalidad de La Comarca de Talavera en términos de educación, atrayendo alumnado procedente de otros municipios de la zona, a pesar de la escasa oferta formativa y educacional es bastante limitada. Así mismo, debemos resaltar como una evidente debilidad, la mínima inversión por parte de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha, en cuanto a la dotación que la universidad tiene en la ciudad de Talavera de la Reina.

Basta hacer un simple cuadro comparativo de la implantación de grados universitarios en la comunidad, para darnos cuenta de que, dentro de nuestro territorio, existen grandes desigualdades de muy difícil justificación y que deben ser reclamadas por toda la ciudadanía, entidades y organizaciones de Talavera de la Reina:

CIUDAD	Nº HABITANTES	Nº GRADOS UNIVERSITARIOS	REPERCUSIÓN POR HABITANTE
ALMADÉN	6.000 HAB.	3 GRADOS.	1 GRADO X CADA 2000 HABITANTES
CIUDAD REAL	74.000 HAB.	25 GRADOS	1 GRADO X CADA 3.000 HABITANTES
CUENCA	55.000 HAB.	14 GRADOS	1 GRADO X CADA 4.000 HABITANTES
TOLEDO	84.000 HAB.	14 GRADOS	1 GRADO X CADA 6.000 HABITANTES
ALBACETE	172.000 HAB.	18 GRADOS	1 GRADO X CADA 9.500 HABITANTES
<b>TALAVERA</b>	<b>84.000 HAB.</b>	<b>6 GRADOS</b>	<b>1 GRADO X CADA 14.000 HABABITANTES</b>

##### RESPONSABLE DEL PROYECTO:





→ Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Participación Ciudadana y Educación.
- Concejalía de Servicios Sociales e Igualdad, Coordinación del Gabinete de Presidencia y Relaciones Institucionales.
- Directores de Colegios e Institutos.
- Consejo Escolar.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**



<b>EJE ESTRATÉGICO 4: INSTITUCIONAL</b>	
<b>PROGRAMA: TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO AL TEJIDO EMPRESARIAL</b>	
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 51. BECA AL MEJOR EXPEDIENTE ACADÉMICO</b>	
<b>OBJETIVOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Premiar el esfuerzo y el talento mediante la concesión de una beca al mejor expediente académico de la ciudad de Talavera de la Reina, en su acceso a la universidad.</li></ul>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <p>Tras unos años tan complejos y con la percepción de cierto pesimismo en la sociedad talavera, obtenida tras las diferentes reuniones de las Mesas Sectoriales, se consideró necesario trasladar un mensaje, en especial a los jóvenes, el cual ponga en valor que, la cultura de esfuerzo y el trabajo, tienen su merecida recompensa.</p>	
<b>ACTUACIONES PRIORITARIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Identificación del Patrocinador de la beca: El Corte Inglés.</li></ul>	
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.</li></ul>	
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.</li><li>→ Directores de Colegios e Institutos.</li><li>→ Consejo Social de la ciudad.</li><li>→ El Corte Inglés.</li></ul>	
<b>CALENDARIO: CORTO PLAZO</b>	
<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Nota media del expediente galardonado.</li></ul>	



## EJE ESTRATÉGICO 4: INSTITUCIONAL

### PROGRAMA: TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO AL TEJIDO EMPRESARIAL

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 52. CONSEJO SOCIAL DE LA CIUDAD

##### OBJETIVOS:

- Creación de un ente representativo de toda la ciudadanía, agentes y sectores principales que sirva como máxima representación social ante el Ayuntamiento, ya que es el órgano receptor por excelencia en el que convergen los grandes diagnósticos, propuestas y análisis prospectivos que afectarán al desarrollo futuro de la ciudad de Talavera de la Reina.
- El Consejo Social de la Ciudad es un órgano consultivo, de carácter necesario y de composición amplia y plural, que tiene como finalidad servir de escenario de participación institucionalizada de las organizaciones económicas, sociales, profesionales y de vecinos más representativas, para impulsar su colaboración en temas y ámbitos de interés general.

##### DESCRIPCIÓN:

##### Funciones (entre otras):

- Coordinar las propuestas de planificación estratégica de la ciudad, los grandes proyectos urbanos y de desarrollo socio-económico.
- Todas aquellas que le sean encomendadas por los órganos del Ayuntamiento.

##### Facultades:

- Elaborar dictámenes e informes sobre acciones y asuntos orientados a la mejora y al desarrollo de la ciudad, especialmente en los temas que sean competencia del sector público municipal, por iniciativa propia o a petición de los órganos de gobierno del Ayuntamiento.
- Canalizar demandas y propuestas socio-económicas procedentes de Asociaciones e Instituciones con actividad económica y social en el ámbito de la Ciudad sin representación en el Consejo Social.
- Actuar como cauce de participación y diálogo de los distintos interlocutores sociales en el análisis y propuestas sobre asuntos de carácter socio-económico.

##### ACTUACIONES PRIORITARIAS:



- Informe de los servicios jurídicos del Ayuntamiento con respecto a lo dispuesto en el artículo 131 de la Ley Reguladora de Bases de Régimen Local, modificada por la Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de medidas para la modernización del gobierno local.
- Aprobación Inicial del Reglamento Orgánico del Consejo Social de La Ciudad

**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Servicios Sociales e Igualdad, Coordinación del Gabinete de Presidencia y Relaciones Institucionales.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Servicios Sociales e Igualdad, Coordinación del Gabinete de Presidencia y Relaciones Institucionales.
- Directores de Colegios e Institutos.
- Consejo Social de la ciudad.
- El Corte Inglés.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Nota media del expediente galardonado.



**Eje 5.- Acción Exterior.**

<b>EJES</b>	<b>LINEAS DE ACTUACIÓN</b>		<b>PROGRAMAS DE DESARROLLO</b>	<b>PROYECTOS</b>	
<b>ACCIÓN EXTERIOR</b>	5.1	ATRACCIÓN DE VISITANTES	ORIENTACIÓN DE LA CIUDAD A LOS MERCADOS EXTERIORES	53	TALAVERA JAZZ
	5.2	ATRACCIÓN DE EMPRESAS		54	ANÁLISIS Y ESPECIALIZACIÓN POR MERCADOS PRIORITARIOS
	5.3	ATRACCIÓN DE SEDES Y EVENTOS	GENERACIÓN DE RIQUEZA A PARTIR DE OTROS MERCADOS	55	COMITÉ DE BÚSQUEDA Y ACOGIDA DE INVERSIONES
	5.4	FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES		56	ATRACCIÓN DE SEDES Y ORGANISMOS NACIONALES E INTERNACIONALES
	5.5	ATRACCIÓN DE NUEVOS CIUDADANOS		57	TALAVERA FERIA
58			CENTRO AGROPECUARIO DE TRATOS		



<b>EJE ESTRATÉGICO 5 ACCIÓN EXTERIOR</b>	
<b>PROGRAMA: ORIENTACIÓN DE LA CIUDAD A LOS MERCADOS EXTERIORES</b>	
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 53. TALAVERA JAZZ</b>	
<b>OBJETIVOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Implementar y dotar de una mayor repercusión y visibilidad al Festival Internacional de Jazz de la ciudad, dentro de las acciones de marketing y posicionamiento estratégico.</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	
El pasado mes de julio, ha tenido lugar la celebración del XVI edición del Festival Internacional de Jazz ciudad de Talavera.	
<b>ACTUACIONES PRIORITARIAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Posicionamiento en la estrategia global de marketing de ciudad.</li> <li>▪ Empleo de la marca Talavera.</li> <li>▪ Identificación de mercados objetivos.</li> <li>▪ Identificación de visitantes objetivos.</li> <li>▪ Estrategia de servicios complementarios.</li> </ul>	
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Concejalía de Cultura.</li> </ul>	
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Concejalía de Cultura.</li> </ul>	
<b>CALENDARIO: CORTO PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO: BAJO</b>
<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ N° de participantes.</li> <li>→ Repercusión económica.</li> <li>→ N° de impactos en medios.</li> </ul>	



## EJE ESTRATÉGICO 5: ACCION EXTERIOR

### PROGRAMA: ORIENTACIÓN DE LA CIUDAD A LOS MERCADOS EXTERIORES

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 54. ANÁLISIS Y ESPECIALIZACIÓN POR MERCADOS PRIORITARIOS

##### OBJETIVOS:

- Realizar un estudio de mercado de las principales economías objetivo, tanto para la captación de inversiones como para la exportación.
- Aumentar la competitividad de la economía local a través de la implementación de actuaciones encaminadas a un mejor conocimiento de los mercados prioritarios.

##### DESCRIPCIÓN:

Cada vez cobra mayor relevancia la apertura de las ciudades al mercado exterior, la internacionalización y la atracción de inversiones de países emergentes, ya que estas actuaciones permiten aumentar la competitividad de la economía local.

Por la tanto, la ciudad debe realizar un esfuerzo por lograr un posicionamiento, ya sean mercados tradicionales o potenciales, para lo cual es necesario realizar un análisis previo de estos posibles mercados.

##### ACTUACIONES PRIORITARIAS:

- Definición de los roles de cada uno de los agentes implicados.
- Identificación de mercados.
- Recopilación de información relevante.
- Análisis individualizado de mercados.
- Priorización.
- Detección de oportunidades de negocio.
- Difusión de resultados.

##### RESPONSABLE DEL PROYECTO:

- Concejalía de Promoción Económica.

##### AGENTES IMPLICADOS:



- Concejalía de promoción económica.
- Cámara de Comercio.
- ICEX.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Nº de mercados analizados.
- Oportunidades de negocio detectadas.
- Nº de empresas que solicitan la realización de un estudio.
- Nº de agentes colaboradores.





## EJE ESTRATÉGICO 5: ACCIÓN EXTERIOR

### PROGRAMA: GENERACIÓN DE RIQUEZA A PARTIR DE OTROS MERCADOS

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 55. COMITÉ DE BÚSQUEDA Y ACOGIDA DE INVERSIONES

##### OBJETIVOS:

- Acogida y ayuda al inversor que desea emprender un negocio, reinvertir o establecer sus operaciones desde la ciudad de Talavera de la Reina, a través de la puesta en contacto con los principales agentes clave en asesoramiento en inversiones, la proposición de soluciones legales o económicas, o la puesta a disposición de la información que necesite para su correcto asesoramiento en la ciudad.

##### DESCRIPCIÓN:

El “Comité de acogida de inversiones” estará compuesto por los principales agentes representativos del ámbito profesional, que ofrecerá un servicio de información y planificación de reúnnes de trabajo con otros agentes, tanto públicos como privados.

En la reunión inicial, el Comité, aparte de discutir sobre temas inherentes a la naturaleza de la inversión, se le informará de ciertos temas de interés, tales como:

- a. La economía talavera y sus ventajas.
- b. Sectores emergentes y futuros para la inversión.
- c. Bienes naturales de la ciudad.
- d. Sistema educativo.
- e. Vivienda.
- f. Cualquier otro tema que solicite el inversor.

##### ACTUACIONES PRIORITARIAS:

- Establecimiento de convenios de colaboración entre los principales agentes que formará parte o ayudarán puntualmente al comité.
- Creación del Comité.
- Establecimiento de las funciones.
- Agenda de reuniones con posibles inversores.
- Comunicación y difusión.



**RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Promoción Económica.

**AGENTES IMPLICADOS:**

- Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Asesores, abogados, economistas.
- Asociaciones empresariales.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: MEDIO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Acuerdos alcanzados con agentes relevantes para la colaboración con el Comité de Acogida.
- Solicitudes a través de la página web.
- Nº de Inversores.
- Inversión dedicada.
- Impacto en medios de comunicación.



## EJE ESTRATÉGICO 5: ACCIÓN EXTERIOR

### PROGRAMA: GENERACIÓN DE RIQUEZA A PARTIR DE OTROS MERCADOS

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 56. ATRACCIÓN DE SEDES Y ORGANISMOS NACIONALES E INTERNACIONALES

##### OBJETIVOS:

- Diseñar un Plan de Atracción de sedes de grandes empresas y otros organismos exteriores, preferentemente internacionales, para consolidar la ciudad de Talavera de la Reina, como un destino preferente para su establecimiento y desarrollo.
- Dinamizar la economía de la ciudad y su competitividad económica, creando empleo y riqueza.
- Construir una Talavera más intermodal, intercultural y abierta al exterior.

##### DESCRIPCIÓN:

Con esta acción se pretende favorecer la proyección de la ciudad como un entorno atractivo para la localización de actividad e inversión económica, creando y promoviendo recursos y servicios, además de aquellos que ya estén disponibles, con el fin de que resulten atractivos para potenciales clientes.

##### ACTUACIONES PRIORITARIAS:

- Elaboración de un diagnóstico exhaustivo de los recursos disponibles para las instalaciones de sedes de empresas en la ciudad: locales, solares y oficinas disponibles, volumen de suelo industrial, subvenciones en la inversión, financiación, dotaciones necesarias y su estado (en el caso de polígonos industriales).
- Designación de principales mercados objetivos.
- Aprovechamiento del marketing de ciudad.
- Uso de la Marca de la ciudad.
- Empleo del Cuaderno de Ventas de la ciudad.

##### RESPONSABLE DEL PROYECTO:

- Concejalía de Promoción Económica.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.



**AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Promoción Económica.
- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Agentes implicados.

**CALENDARIO: CORTO PLAZO**

**PRESUPUESTO: BAJO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- N1 de sedes de organismos y empresas que se instalan en la ciudad.
- Nº de empleos creados.
- Nº de egresados que entran a formar parte de esas plantillas.
- Grado de ocupación de naves, locales, suelo industrial.
- Impacto en medios de comunicación.



## EJE ESTRATÉGICO 5: ACCIÓN EXTERIOR

### PROGRAMA: GENERACIÓN DE RIQUEZA A PARTIR DE OTROS MERCADOS

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 57. FUNDACIÓN TALAVERA FERIAL

##### OBJETIVOS:

- Incrementar la presencia e influencia de la ciudad, haciendo de la Fundación Ferial de Talavera un espacio de referencia nacional e internacional.
- Mejora de la competitividad e impulso del desarrollo económico de la ciudad.
- Crear una oferta de eventos que permita atraer flujos de visitantes en distintas temporadas.

##### DESCRIPCIÓN:

- Las instalaciones de la Fundación Talavera Ferial, deben convertirse en el epicentro de acciones multitudinarias de la ciudad de Talavera de la Reina, ya que la realización de eventos de relevancia, son una acción clave en la visibilidad de la ciudad, aparte de un beneficio económico.
- Una de las herramientas más efectivas para el impulso económico de la ciudad de Talavera es, por tanto, la realización de todo tipo de eventos, culturales, deportivos, musicales, durante todo el año.
- Dada su especial configuración y diseño, en las instalaciones de la Fundación Talavera Ferial se pueden realizar y organizar todo tipo de actos, durante todo el año.

##### ACTUACIONES PRIORITARIAS:

- Concienciación y sensibilización de los ciudadanos y sectores productivos de la importancia de atraer grandes eventos.
- Ejecución de iniciativas que tengan como objetivo la orientación por parte de los sectores económicos hacia la atracción de eventos.

##### RESPONSABLE DEL PROYECTO:

- Concejalía de Promoción Económica.

##### AGENTES IMPLICADOS:

- Concejalía de Promoción Económica.
- Consejo Social de la ciudad.



→ Agentes implicados	
<b>CALENDARIO: CORTO PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO: MEDIO</b>
<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO:</b>	
→ N° de eventos realizados.	
→ N° de visitantes.	
→ N° de impactos en los medios de comunicación.	



<b>EJE ESTRATÉGICO 5: ACCIÓN EXTERIOR</b>	
<b>PROGRAMA: GENERACIÓN DE RIQUEZA A PARTIR DE OTROS MERCADOS</b>	
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 58. CENTRO AGROPECUARIO DE TRATOS</b>	
<b>OBJETIVOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Creación de un punto de encuentro local, provincial y regional para el sector agropecuario, en el que la formación, la transmisión de conocimiento y la participación, sean as bases.</li></ul>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Crear un espacio de reunión e intercambio de ideas de los profesionales del sector, realización de conferencias, foros, reuniones y acciones formativas como:<ul style="list-style-type: none"><li>a. Uso de las nuevas tecnologías en el sector.</li><li>b. El procesado y la biotecnología.</li><li>c. Marketing aplicado al sector agrario.</li><li>d. Formación para la mejora de la cualificación agraria.</li><li>e. Actuaciones de difusión y promoción agrícola.</li></ul></li></ul>	
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Medio Ambiente e Impulso al Sector Primario.</li></ul>	
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Concejalía de Medio Ambiente e Impulso al Sector Primario.</li><li>→</li><li>→ Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.</li><li>→ Fundación Talavera Ferial</li><li>→ Sector agropecuario.</li></ul>	
<b>CALENDARIO: CORTO PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO: MEDIO</b>



**Eje 6.- Acción Exterior.**

EJES	LINEAS DE ACTUACIÓN		PROGRAMAS DE DESARROLLO	PROYECTOS
<b>CONCETIVIDAD</b>	6.1	FERROCARRIL	<b>MEJORA DE LA CONCETIVIDAD EXTERNA</b>	59 <b>AVE MADRID-LISBOA</b>
	6.2	RED VIARIA		60 <b>DESDOBLAMIENTO DE LOS ACCESOS A LA A-5</b>
	6.3	SERVICIOS MUNICIPALES		61 <b>GESTIÓN INTEGRAL DE EMERGENCIAS TALAVERA Y ÁREA METROPOLITANA</b>





<b>EJE ESTRATÉGICO 6: CONECTIVIDAD</b>	
<b>PROGRAMA: MEJORA DE LA CONECTIVIDAD EXTERNA</b>	
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 59. AVE MADRID - LISBOA</b>	
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Una ciudad de las características de Talavera de la Reina debe tener un ferrocarril acorde a las necesidades demandadas por la ciudadanía.</li> <li>→ En este contexto no resulta asumible la situación actual.</li> </ul>	
<b>RESPONSABLE DEL PROYECTO:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ministerio de Fomento.</li> </ul>	
<b>AGENTES IMPLICADOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ayuntamiento de Talavera de la Reina.</li> <li>→ Diputación de Toledo.</li> <li>→ Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.</li> </ul>	
<b>CALENDARIO: LARGO PLAZO</b>	<b>PRESUPUESTO: ALTO</b>

<b>EJE ESTRATÉGICO 6: CONECTIVIDAD</b>	
<b>PROGRAMA: MEJORA DE LA CONECTIVIDAD EXTERNA</b>	
<b>NOMBRE DEL PROYECTO: 60. DESDOBLAMIENTO DE LOS ACCESOS A-5</b>	
<b>OBJETIVOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Modificación de los actuales accesos a la ciudad desde la A-5.</li> <li>→ Adecuación urbanística a las necesidades actuales.</li> <li>→ Resolución de conflictos existentes.</li> <li>→ Proyección de la ciudad.</li> <li>→ Atracción de inversión y empresas.</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES:</b>	



- Los accesos a la ciudad desde las salidas de la A-5 suponen un foco de estrangulamiento del tráfico en las comunicaciones por carretera debido a que no tienen la capacidad necesaria para soportar el flujo de vehículos que genera la ciudad.

## 2. Análisis y diagnóstico:

De acuerdo con el diagnóstico previo realizado en el Plan de Competitividad, y de las opiniones manifestadas por una mayoría de asistentes, y especialmente por aquellos colectivos más directamente afectados como, por ejemplo, la ASEIP de Torrehierro.

En este sentido podemos constatar objetivamente la necesidad de llevar a cabo el desdoblamiento de la calzada tanto en el acceso a la ciudad desde Cazalegas, incluyendo el desdoblamiento del puente sobre el río Alberche, la misma necesidad en los accesos a la ciudad desde el Polígono Industrial de Torrehierro.

Para ello se debe llevar a cabo la elaboración de un documento técnico que exponga todas las necesidades y acciones a ejecutar para su desarrollo.

### ACTUACIONES PRIORITARIAS

- Aquellas contempladas en el documento técnico del proyecto.

### RESPONSABLE DEL PROYECTO:

- Dirección General de Carreteras y Transportes.
- Consejería de Fomento de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.

### AGENTES IMPLICADOS:

- Consejería de Fomento de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.
- Dirección General de Carreteras y Transportes.
- Concejalía de Urbanismo, Obras, Patrimonio y Eficiencia Energética del Ayuntamiento de Talavera.
- Ayuntamiento de Cazalegas.
- Ayuntamiento de Pepino.
- Asociaciones y Colectivos implicados.



**CALENDARIO: MEDIO PLAZO**

**CALENDARIO: MEDIO PLAZO**

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO:**

- Aprobación del proyecto.
- Fecha de puesta en marcha de los trabajos licitados.
- Periodo comprendido desde el estudio hasta la ejecución.
- Impacto en medios de comunicación.
- Grado de satisfacción del tejido empresarial.



## EJE ESTRATÉGICO 6: ACCIÓN EXTERIOR

### PROGRAMA: GENERACIÓN DE RIQUEZA A PARTIR DE OTROS MERCADOS

#### NOMBRE DEL PROYECTO: 61. GESTIÓN INTEGRAL DE EMERGENCIAS TALAVERA Y ÁREA METROPOLITANA

##### OBJETIVOS:

- Actualización de la gestión actual de emergencia, para ofrecer un Servicio Integral de Emergencias que englobe a Bomberos, Policía Local y Protección Civil, ubicados en las mismas instalaciones.

##### DESCRIPCIÓN:

- El informe anual del Ministerio del Interior de Estrategia Nacional de Seguridad de 2017, establece como riesgos potenciales para España los riesgos antrópicos, es decir, los derivados de la acción del hombre (aumento de población, aumento de industrias), así como los incendios forestales el cambio climático.
- Es necesaria una actuación sobre el Servicio de Prevención, Extinción de Incendios y Salvamento, en instalaciones, así como con respecto al relevo generacional; se plantea la necesidad de llevar a cabo una reorganización completa del Servicio de Extinción de Incendios.

##### LÍNEA ESTRATÉGICA DE ACTUACIÓN I: GESTIÓN INTEGRAL DE EMERGENCIAS

- Mejora de la comunicación entre los distintos servicios de emergencia.
- Mayor diligencia para establecer dispositivos.
- Liberar espacio del Ayuntamiento al trasladar a la Policía Local.
- Cesión a Servicios Generales del espacio ocupado por Bomberos, lo que redundaría en un mejor aprovechamiento de las instalaciones municipales y actualización del propio Servicio General.
- Mejora de la percepción de seguridad por parte de los ciudadanos.
- Además, mayor facilidad para el acceso de los ciudadanos a las instalaciones de Policía Local, Bomberos y Protección Civil para la gestión de documentos.
- Dotar de instalaciones de emergencias actuales al municipio, como pueden ser salas de crisis, salas de reuniones, salas de formación, museos de los distintos servicios.
- Protocolización de visitas de colegios a las dependencias, pudiendo desarrollar talleres de medidas de autoprotección para los alumnos.



#### **LÍNEA ESTRATÉGICA DE ACTUACIÓN II: ÁREA METROPOLITANA.**

- El área de influencia incluye a un total de 37.246 habitantes pertenecientes a 25 poblaciones en un radio aproximado de 25 km: Talavera la Nueva, Casar de Talavera, Pepino, Mejorada, Segurilla, Gamonal, Cervera de los Montes, Alberche, Velada, Las Herencias, Calera y Chozas, San Román de los Montes, Marrupe, Cazalegas, Montearagón, San Bartolomé de las Abiertas, Sotillo de las Palomas, Hinojosa de San Vicente, La Pueblanueva, Lucillos, Castillo de Bayuela, Alcaudete de la Jara, Montesclaros, Cebolla y Navamorcuende.

#### **LÍNEA ESTRATÉGICA DE ACTUACIÓN III: MODERNIZACIÓN DEL SPEIS**

- Especialización de la plantilla.
- Actualización del Reglamento.
- Reestructuración de Recursos Humanos.
- Normativa de Protección contra Incendios Municipal.

#### **RESPONSABLE DEL PROYECTO:**

- Concejalía de Medio Ambiente e Impulso al Sector Primario.
- Concejalía de Cultura, Personal, Servicios Jurídicos.
- Concejal De Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías De La Información Y La Comunicación

#### **AGENTES IMPLICADOS:**

- Concejalía de Acción Comarcal, Fondos Europeos, Régimen Interior, Transparencia, Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Directores de Colegios e Institutos.
- Consejo Social de la ciudad.
- El Corte Inglés.

**CALENDARIO: MEDIO PLAZO**

**PRESUPUESTO: ALTO**



### **Agradecimientos:**

D. Carlos Martín González.  
D. Jesús Antona.  
D. Juan Pedro Ayuso.  
Dña. Carmen Aceituno.  
D. José Manuel de la Lastra.  
D. José Manuel Sanz.  
D. Fernando Bielsa.  
D. Manuel Cáceres.  
D. J. Carlos Otero.  
D. Félix Enrique Gándara.  
D. Santiago Rodríguez Gimeno.  
D. Emiliano Mayoral.  
D. Ángel Mariano García Loarte.  
D. Fernando Fontes.  
D. Ignacio Rosa.  
D. Felipe García Díaz Guerra.  
Club UDAT Talavera.  
D. Ángel Monterrubio.  
Dña. Elena Rueda.  
Federación de Vecinos Vegas del Tajo.



### Planes estratégicos y de movilidad.

- Plan Estratégico de Posicionamiento Internacional de la Ciudad de Madrid 2012 - 2015. Ayuntamiento de Madrid.
- Plan Estratégico de deportes de invierno en Cataluña 2012-2022. Generalitat de Cataluña.
- Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona 2025. Ayuntamiento de Barcelona.
- Plan Integral Nacional de Turismo 2012-2015. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- Plan Japón de la ciudad de Madrid 2005-2008. Ayuntamiento de Madrid.
- Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza 2010-2013. Junta de Andalucía.
- Plan Estratégico Puerto de Castellón 2009-2011. Autoridad Portuaria de Castellón.
- Plan Propio de Internacionalización de la Universidad de Granada 2012. Universidad de Granada.
- Plan de Marketing Turístico de Benidorm 2011-2015. Fundación Turismo de Benidorm.
- Plan de Marketing Turístico 2012. 2012. Comunitat Valenciana.
- Plan de Movilidad Urbana Sostenible del municipio de Majadahonda. Ayuntamiento de Majadahonda.
- Plan de Movilidad Sostenible. Universidad de Sevilla.
- Plan de Movilidad Urbana Sostenible del Municipio de Oviedo. Ayuntamiento de Oviedo.

### Otros documentos

- Estrategias de investigación e innovación para la especialización inteligente. Política de Cohesión 2014-2025. Comisión Europea.
- Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible. 2011. BOE.



- Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales. 2004. BOE.
- Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.1985. BOE.
- Ley 11/2007 de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos. 2007. BOE.
- Ley reguladora del Fondo de Compensación Interterritorial (Ley 7/1984, de 31 de marzo).
- Marco Estratégico de Castilla-La Mancha para la aplicación de Fondos Estructurales 2007-2013 (para los fondos FEDER y FSE).
- Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha.
- Programa de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha 2007-2013 (FEADER).
- Sentencia del Tribunal Constitucional 61/1997.
- Ley 2/1998, de 4 de junio, de Ordenación del Territorio y la Actividad Urbanística (LOTAU).
- Ley 4/2007 de Evaluación del Impacto Ambiental de Castilla-La Mancha.
- Ley 2/2009, de 14/05/2009, de Medidas Urgentes en Materia de Vivienda y Suelo.
- Ley 12/2002 reguladora del ciclo del agua de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.
- Decreto Legislativo 1/2010, de 18/05/2010, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Ordenación del Territorio y de la Actividad Urbanística.
- Decreto 178/2010, de 01/07/2010, por el que se aprueba la Norma Técnica de Planeamiento para homogeneizar el contenido de la documentación de los planes municipales.
- Decreto 235/2010, de 30/11/2010, de regulación de competencias y de fomento de la transparencia en la actividad urbanística de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.
- Ley de Conservación de la Naturaleza (Ley 9/1999).





- Ley de Patrimonio Histórico de Castilla-La Mancha (Ley 4/1990).
- Ley 7/2006, de 20/12/2006, de Ordenación de la Ruta de Don Quijote
- Libro Verde sobre la Cohesión Territorial.
- Convenio Europeo del Paisaje.
- Directiva 2001/42/CE de Evaluación Ambiental Estratégica.
- Directiva 2011/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 9 de marzo de 2011 relativa a la aplicación de los derechos de los pacientes en la asistencia sanitaria transfronteriza. 2011. Comisión Europea.
- Proyecto de implantación del ancho UIC en el Corredor Ferroviario Mediterráneo. Diciembre de 2012. Ministerio de Fomento.
- Tablas para la medición del coste directo de las cargas administrativas. Ministerio de la Presidencia.
- Catálogo Campus de Excelencia Internacional. 2011. Ministerio de Educación.
- Plan de Estrategias de Actuación: Propuestas para la Generación de Empleo. 2011. Fundación Globalia.
- Red de Ciudades para la Ciencia y la Innovación. Ministerio de Economía y Competitividad.
- Resumen de la candidatura de Madrid 2011 a Ciudad de la Ciencia y la Innovación. Ayuntamiento de Madrid. Memoria 2011.
- Instituto Español de Comercio Exterior.
- Normas UNE 167000.
- Sistema europeo de transferencia de créditos ECTS. Espacio Europeo de Educación Superior. Universidad Miguel Hernández.
- Estrategia Regional para la Sociedad Digital del Conocimiento de Castilla y León 2007-2013. Junta de Castilla y León.
- Candidaturas a Exposiciones Internacionales y Universales. Página web del Bureau International des Expositions (BIE).
- Candidatura a los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro. Gobierno de Río de Janeiro.
- Cuaderno de venta “Madrid, una ciudad para invertir”. Ayuntamiento de Madrid.



- Guide to Investing in Spain. 2013. BNP Paribas Real State.
- Memoria Food & Fun Festival. Islandia.
- Perfiles Profesionales más demandados en el ámbito de los Contenidos Digitales en España 2012 – 2017. Fundación Tecnologías de la Información.
- Innovación y Empresa: Una Oportunidad para España. 2011. McKinsey & Company.
- Acreditación EQUIS. European foundation for management Development.
- Acreditación AACSB. The Association to advance collegiate schools and business. Máster en Dirección de Negocios de Turismo. Universidad Pontificia de Comillas.
- Smart Cities: un primer paso hacia el internet de las cosas. 2011. Fundación Telefónica.
- Hernández Soria, M. A.: Informe, Urbanismo y depredación del territorio en Castilla La Mancha. Ecologistas en Acción Castilla-La Mancha. Toledo. Disponible en: [http://www.ecologistasenaccion.org/IMG/pdf\\_Informe\\_urbanismo\\_C-LM\\_2007.pdf](http://www.ecologistasenaccion.org/IMG/pdf_Informe_urbanismo_C-LM_2007.pdf)
- Servicio de Atención al turista extranjero. Ayuntamiento de Madrid.
- The Museum Network. Departamento de educación. Reino Unido.
- ESPANIX. Nodo neutro de comunicaciones a nivel nacional.
- Proyecto Living Costa del Sol. 2012. Patronato de Turismo de Málaga.
- Programa Empresas Tractoras de Castilla y León. Exportaciones de Castilla y León (EXCAL).
- La Ordenación del territorio en Castilla-La Mancha: estado de la cuestión y estudio de casos por Julio Plaza Tabasco, Héctor Samuel Martínez Sánchez-Mateos y Rafael Ubaldo Gosálvez Rey.
- Gobierno Abierto. 10 ideas para hacer tu ayuntamiento abierto. Junta de Castilla y León.
- La Estrategia de Marketing Internacional en Mercados Emergentes: Importancia del Análisis de los Factores de Entorno. Universidad Autónoma de Madrid.



- Hafen City Hamburg der Master Plan. 2006. Hafen City.

### **Páginas web generales**

- Ayuntamiento de Talavera de la Reina.
- Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.
- Ministerio de Fomento: Plan Estratégico de Infraestructuras y Transporte (PEIT).
- Turismo y gastronomía. Situación actual y tendencias. Consulta de información general. Página web de la Organización Mundial del Turismo.
- Casa de América. Consulta de información general. Página web.
- Casa Asia. Consulta de información general. Página web.
- Gobierno Responsable. Consulta de información general. Página web del Ayuntamiento de Alcobendas.
- Observatorio Urbano de Bilbao. Consulta de información general. Página web del Ayuntamiento de Bilbao.
- Basque Culinary Center. Consulta de información general. Página web.
- Asociación de Parques científicos y Tecnológicos de España (APTE). Consulta de información general. Página web.
- Culinary Institute of America. Estados Unidos. Consulta de información general. Página web.
- Hattori Nutrition College. Japón. Consulta de información general. Página web.
- Le Cordon Bleu. Francia. Consulta de información general. Página web.
- Sociedad AVANT. Consulta de información general. Página web.
- Ente Gestor de la Red de Transporte y de Puertos de la Generalitat (GTP). Consulta de información general. Página web.
- Entidad de Infraestructuras de la Generalitat (EIGE). Consulta de información general.
- Reglamento de Organización y Funcionamiento de la Entidad de Infraestructuras de la Generalitat (EIGE). Página web.



- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Consulta de información general. Página web.
- Ministerio de Economía y Competitividad. Consulta de información general. Página web.
- Education First. Consulta de información general. Página web.
- Puerto de Algeciras. Consulta de información general. Página web.
- Port de Barcelona. Consulta de información general. Página web.
- Puerto de Vigo. Consulta de información general. Página web.
- Agencias descentralizadas de la Unión Europea. Consulta de información general.
- Página web de la Unión Europea.
- Emprende Rioja. Consulta de información general. Página web. del Ayuntamiento de La Rioja.
- Certificados de Profesionalidad. Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE). Consulta de información general. Página web.
- European Youth Capital. Consulta de información general. Página web.
- Capital Española de la Gastronomía. Consulta de información general. Página web.
- Asociación Mediterranean Health Care. Consulta de información general. Página web.
- Invest in Quebec. Consulta de información general. Página web del Gobierno de Quebec.
- Club Cambra. Consulta de información general. Página web del Club de Cámaras Comercio de Barcelona.
- Dolceta. Consulta de información general sobre educación para el consumo. Página web.
- Certificación Biosphere Destination UNESCO. Consulta de información general. Página web.
- Convalidación de Títulos Universitarios. Consulta de información general. Página web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Países y Regiones. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Consulta de información general. Página web.



- World Heritage Centre. Página web de la UNESCO sobre la candidatura al Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.
- Entidad Estatal del Suelo (SEPES). Consulta de información general. Página web. Apartado “Gestiones y Trámites” de la Comunidad de Madrid. Consulta de información general. Página web de la Comunidad de Madrid.
- Sede electrónica del Ayuntamiento de Madrid. Consulta de información general. Página web de la Comunidad de Madrid.
- OBSAE. Consejo Superior de Administración Electrónica. Consulta de información general. Página web. Gobierno de España.
- Invest in Spain. Consulta de información general. Página web. Gobierno de España.
- American Chamber of Spain. Consulta de información general. Página web. Embajada Americana en España.
- Fondo Monetario Internacional (FMI). Consulta de información general. Página web: Informe sobre las perspectivas de crecimiento mundial 20018.



Si desea información adicional, por favor, visite [www.asymat.es](http://www.asymat.es)

Asymat presta servicios de auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y asesoramiento en transacciones corporativas a entidades que operan en un elevado ámbito de sectores y actividades empresariales. Asymat aporta su experiencia, compromiso y profesionalidad con el objetivo de acompañar y guiar a sus clientes, a alcanzar sus objetivos empresariales en cualquier lugar del mundo.

Esta publicación contiene exclusivamente información de carácter general, y no pretenden, por medio de esta publicación, prestar servicios o asesoramiento en materia contable, de negocios, financiera, de inversiones, legal, fiscal u otro tipo de servicio o asesoramiento profesional.

Esta publicación en ningún caso podrá sustituir a dicho asesoramiento y/o servicios profesionales, ni será utilizada como base para la toma de decisiones que puedan afectar a su situación financiera o mercantil.

Antes de tomar cualquier decisión o adoptar cualquier medida que pueda afectar a su situación financiera o a su compañía, debe consultar con un asesor profesional cualificado.

Ninguna entidad de la Red Asymat se hace responsable de las pérdidas sufridas por cualquier persona que actúe basándose en esta publicación.

© Asymat Advisory, S.L. 2018

Asymat Asociados, S.L