

**PLAN ESTRATÉGICO para el
DESARROLLO SOSTENIBLE de la
COMARCA de L'HORTA SUD
2013 - 2015**

ÍNDICE

• INTRODUCCIÓN	4
• OBJETIVO GENERAL – MISIÓN	4
• METODOLOGÍA	4
• RESULTADOS ESPERADOS	6
• ÁMBITO GEOGRÁFICO DE ACTUACIÓN	8
○ Descripción geográfica, municipios y global	8
• DIAGNÓSTICO	10
○ Aspectos medioambientales	10
▪ Medio Natural:	
• Clima y meteorología	10
• Geología, Geomorfología y edafología	11
• Hidrología e hidrogeología	12
▪ Espacios naturales	13
▪ Energía	14
▪ Residuos	16
• Residuos urbanos	
• Residuos industriales	
• Gestión de los residuos de la comarca	
▪ Agricultura	20
• Historia de la agricultura	
• Agricultura en el S.XX	
• Actualidad	
▪ Movilidad	23
• Red de carreteras	
• Hábitos de desplazamiento	
• Transporte público	
▪ Transporte a pie o en bicicleta	25
▪ DAFO aspectos medioambientales	28
○ Aspectos sociales	30
▪ Datos demográficos	30
▪ Mercado laboral	32
▪ Percepción de lo local	35
▪ DAFO Aspectos sociales	37
○ Aspectos económicos	38
▪ Renta familiar y nivel económico	38
▪ Economía por sectores productivos	39
▪ Sectores destacados	41
▪ Crédito y empresa	46
▪ Recursos para la formación y asesoramiento empresarial	
• Asesoramiento a emprendedores y promoción de empresas	
• Ferias de promoción empresarial	
▪ Empresas y medio ambiente	48
▪ DAFO Aspectos económicos	

○ Formación	52
▪ Formación en Nuevas Tecnologías	
▪ La Escuela de Emprendedores Sostenibles	
▪ Formación en la Empresa	
▪ Programa de Formación para la Inserción en la Empresa	
▪ Formación para Emprendedores “Emprender con Talento”	
▪ Organización de encuentro profesionales e intercambios de experiencias de conocimiento	
▪ DAFO formación	
● TABLA DAFO GENERAL	54
● ESTRATEGIAS PARA EL CAMBIO Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS	56
● LÍNEAS ESTRATÉGICAS, PROGRAMAS Y ACCIONES	75
● EVALUACIÓN E INDICADORES	102
● BIBLIOGRAFÍA, WEBS Y ESTUDIOS	102
● ANEXOS (FICHAS)	103

INTRODUCCIÓN

La evolución social de la última década, los cambios en el sistema productivo, la globalización y la crisis actual han incidido de forma significativa en el entorno local. En este nuevo marco se identifican diversos problemas que afectan a nuestra comarca: socio-económicos, culturales, naturales... La búsqueda de soluciones que conduzcan a una mejora de la calidad de vida de la ciudadanía requiere de una planificación orientada a la “fertilización local”, al crecimiento económico, la recuperación ambiental y su mantenimiento, la cohesión y la justicia social y, en especial, a lo que podríamos denominar *lealtad local*. En definitiva la aplicación del, muy nombrado y poco implementado, desarrollo sostenible, que persigue el equilibrio entre la economía, la sociedad y el entorno natural y cultural de un territorio.

La Mancomunidad de L’Horta Sud, como elemento aglutinador de los municipios de la comarca, y en base a su experiencia para la mejora social y económica y, en definitiva, para la calidad de vida de la ciudadanía, sería la entidad idónea para impulsar estas acciones y el modelo de desarrollo sostenible que aquí proponemos.

OBJETIVO GENERAL – MISIÓN

Para la elaboración del Plan Estratégico de la Comarca de L’Horta Sud (PECHS) se precisa definir la filosofía de partida (Misión) que orientará el resto del trabajo, esta es:

“Mejorar la calidad de vida de la ciudadanía”

La coyuntura actual obliga a buscar un nuevo modelo más adecuado para conseguir este objetivo y mantenerlo para nuestras generaciones futuras, como es el de plantear estrategias de desarrollo basadas en la sostenibilidad, en su sentido sistémico. El desarrollo sostenible trata de conseguir el equilibrio entre la economía, la justicia social y la conservación y mejora de los recursos naturales y la cultura de la comarca. Por otra parte, debe partirse del impulso de los valores sociales y, en particular, de despertar el valor de lo local.

METODOLOGÍA

Para la elaboración de este plan estratégico se ha contado con equipo humano con experiencia en:

- Formación a desempleados de la comarca, acompañamiento a nuevos emprendedores y apoyo a las empresas ya constituídas,
- Realización de diagnósticos ambientales locales y territoriales para la puesta en marcha de planes de acción orientados a la sostenibilidad,

- Desarrollo de programas de gestión, recuperación y uso público de los recursos naturales y culturales,
- Diseño y puesta en marcha de programas para turismo sostenible, así como la realización de actividades de ocio-recreo y educación para la sostenibilidad.

La empresa y los técnicos que han participantes tienen, por otra parte, amplia experiencia en: ferias, eventos y actos de promoción local, participación ciudadana, promoción del comercio, asesoramiento y apoyo a emprendedores, formación a desempleados, fomento del networking,..., habiendo trabajado durante años en municipios tanto de la comarca como fuera de ella.

En cuanto al equipo multidisciplinar, conocedor del territorio y del contexto local, está formado por especialistas con el siguiente perfil técnico:

- Formación en la empresa y atención a personas desempleadas para facilitar su inserción en el mercado laboral (psicólogo y pedagogo)
- Asesoramiento a emprendedores y en la creación y tutorización empresarial (economista, licenciados en ADE)
- Creación de redes sociales y plataformas informáticas para dar soporte al PECHS y para fomentar la participación ciudadana (informático)
- Diagnósticos ambientales en empresas y promoción de buenas prácticas ambientales (biólogos, ciencias ambientales, ingenieros)
- Educación para la empresa y la sostenibilidad.
- Diagnóstico de recursos turísticos, diseño de rutas y actividades de ocio-recreo (biólogos, turismo)

El PECHS se plantea, de este modo, por un equipo multidisciplinar, con experiencia en los distintos ámbitos asociados al desarrollo local y el medio ambiente. Para la redacción del documento se parte de un diagnóstico cualitativo previo de la comarca que permite definir la situación actual y orienta el Plan de Acción adaptado a la misma.

En el documento, por su finalidad y por la disponibilidad temporal, no se insiste en aspectos demográficos, laborales, del tejido productivos, etc., debido a la existencia de análisis previos en estudios comarcales y por que lo que se pretende es ofrecer una síntesis de la situación general de la comarca. Se ha considerado que este Plan Estratégico debe servir para formular propuestas de actuación y definir una estrategia de desarrollo para la comarca. Por tanto, es conveniente que incluya objetivos estratégicos y acciones viables, tanto desde el punto de vista técnico como económico. Además de fácilmente priorizables, aplicables y que generen resultados visibles en el medio plazo.

Los resultados de las acciones propuestas deben ser evaluables y medibles por lo que incluirán un sistema de indicadores, teniendo en cuenta el ROI de cada una de estas acciones que planteamos en este PECHS.

Los objetivos específicos del método de trabajo que proponemos serán:

- Impulsar el modelo de desarrollo sostenible.

- Promover la innovación.
- Impulsar la cultura del emprendimiento (constituir una sociedad activa donde la subvención sea un elemento secundario o complementario para mejorar la competitividad).
- Orientar e implementar acciones para fomentar y gestionar la sociedad del conocimiento.
- Establecer redes sociales y facilitar el surgimiento de equipos humanos.
- Facilitar la participación de agentes locales y sociales (actores claves para el desarrollo endógeno del territorio),
- Desarrollar la cultura de la participación social.

RESULTADOS ESPERADOS

A partir del diagnóstico, desarrollado por el panel de expertos, y del establecimiento de un DAFO se establece un Plan de Acción en el que se tienen en cuenta aquellos aspectos que en base a la información y al conocimiento actual de la comarca, caracterizan los recursos y las potencialidades de desarrollo coherentes con la sostenibilidad. Las líneas de trabajo que, *a priori*, se plantean:

- Dinamización del tejido productivo local.
- Orientación y modernización social, económica y tecnológica.
- Turismo fundamentado en los recursos locales (patrimonio cultural y natural, tradiciones, gastronomía, ...).
- Agricultura ecológica o "local" (productos de *L'Horta* basados en la calidad) .
- Cultura – Arte – Ocio constructivo – Salud.
- Promover empresas orientadas a la tercera edad.
- Nuevas tecnologías y sociedad de la información (redes sociales-gestión de conocimiento, canal de comunicación social y económica).
- Desarrollo de una plataforma informática que permita: el trabajo en red de los actores implicados en el desarrollo local, la comunicación con la ciudadanía y la agilización de trámites administrativos para empresas, asociaciones, y ciudadanos. ciudadanía...

En el PECHS se establecen acciones orientadas a lo local con el fin de mantener la estrategia de la sostenibilidad, entre otras podemos avanzar:

- Programa para impulsar la identidad local cuyo objetivo sea crear un vínculo de compromiso entre lo social y el territorio.
- Implementación de la Marca Territorial de *L'Horta Sud* para favorecer la lealtad local (identidad).
- Estrategias de formación para personas desempleadas acordes con los objetivos que se establezcan en el Plan Estratégico Comarcal de *L'Horta Sud*.
- Formación en gestión empresarial y fomento de la innovación, del emprendedurismo para la sostenibilidad de los actuales modelos de comunicación social y de las nuevas tecnologías. Aquí debe incluirse la idea de "fertilización local" trabajando en la formación y motivación con niños/as,

jóvenes y adultos (educar para el emprendimiento). El objeto es generar empleo y riqueza en el territorio ayudando a la creación y consolidación de empresas sostenibles.

- Fomentar la constitución de empresas (entre las que se incluye el comercio local) y establecer alianzas estrategias de colaboración entre las mismas mediante *Networking* Empresarial (lo que supondrá la aparición de sectores emergentes de modo que la competitividad y estabilidad empresarial será mayor).
- Desarrollar programas que orienten a la compra local y comarcal.
- Impulsar las líneas empresariales vinculadas al comercio verde.

Las empresas a las que se ayude a constituir deberían ser aquellas que se consideren significativas siguiendo los parámetros del desarrollo local sostenible que aquí planteamos, y apoyando a los sectores emergentes: empresas turísticas, de ocio, de industria con recursos locales, para la tercera edad y el bienestar social... y todas aquellas que precisan capacidades específicas y recursos locales).

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE ACTUACIÓN

DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA, MUNICIPIOS Y GLOBAL

La comarca de L'Horta Sud está compuesta por los municipios de Alaquàs, Albal, Alcasser, Alfafar, Aldaia, Benetússer, Beniparrell, Catarroja, Lloc Nou de la Corona, Manises, Massanassa, Mislata, Paiporta, Picanya, Picassent, Quart de Poblet, Sedaví, Silla, Torrent y Xirivella. Situada al sur de la ciudad de Valencia, y separada por el nuevo cauce del Río Turia, se incluye dentro del área metropolitana de la ciudad, limita al oeste con la Ribera Alta, al este con la Albufera y al sur con la Ribera Baja y la Ribera Alta.

Antiguamente la comarca de l'Horta incluía las actuales comarcas de l'Horta Nord, l'Horta Oest, l'Horta Sud y también la ciudad de Valencia. Debido a la gran expansión que experimentaron en el pasado siglo las citadas comarcas se dividieron en 4 comarcas configurando la actual disposición del mapa de la región.

Por tanto, la comarca de l'Horta Sud es de reciente creación, concretamente en el año 1989, y comprende parte de la antigua comarca de la Ribera Baja y también de la histórica Horta de Valencia.

Desde el punto de vista del territorio, la comarca posee aproximadamente 310 km² y una densidad poblacional de 1476 habitantes por km². Comparada con el promedio de la provincia de Valencia (238 hab/km²) y con la ciudad de Valencia (6048 hab/km²) puede decirse que es un área periurbana, con una densidad poblacional intermedia. Aunque contiene municipios con una de las mayores tasas de densidad poblacional de España como Benetússer y Mislata.

De todos estos municipios el que posee más habitantes es Torrente que ronda los 80.000 habitantes (80.610) seguido de Mislata (43.657), Manises (30.747), Aldaia (30.645), Xirivella (30.405), Alaquàs (30.235) y Catarroja (27.330). Por el lado contrario está Lloc Nou de la Corona que con sus apenas 156 habitantes es el municipio menos poblado, seguido por Beniparrell que posee unos 1.996 habitantes. (INE, 2010)

La superficie de los municipios que integran la comarca es dispar. Existen municipios con un término muy pequeño como Benetússer cuya superficie es de apenas 0,78 km², el de Sedaví con 1,83 km² y el de Mislata con 2,06 km². Y otros municipios con superficies importantes como Picassent con 86 km², Torrent con 69 km² y Silla con 25 km².



Figura - Mapa de la comarca de l'Horta Sud

	Población total	%	Varones	Mujeres
Alaquàs	30235	6,63	14952	15283
Albal	15594	3,42	7864	7730
Alcàsser	9439	2,07	4806	4633
Aldaia	30645	6,72	15357	15288
Alfafar	20728	4,54	10267	10461
Benetússer	15290	3,35	7676	7614
Beniparrell	1996	0,44	1028	968
Catarroja	27330	5,99	13577	13753
Llocnou de la Corona	156	0,03	83	73
Manises	30747	6,74	15214	15533
Massanassa	9022	1,98	4483	4539
Mislata	43657	9,57	21414	22243
Païporta	24298	5,33	12210	12088
Picanya	11261	2,47	5564	5697
Picassent	20087	4,40	10161	9926
Quart de Poblet	25449	5,58	12511	12938
Sedaví	10092	2,21	4926	5166
Silla	19213	4,21	9618	9595
Torrent	80610	17,67	40411	40199
Xirivella	30405	6,66	15230	15175
TOTAL COMARCA	456254	100,00	227352	228902

Tabla - Población total por municipios y sexo
Fuente: INE, 2010

DIAGNÓSTICO

ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES

MEDIO NATURAL, CLIMA Y METEOROLOGÍA

La descripción climatológica de una zona en concreto se realiza para determinar posibles condicionantes para el desarrollo socioeconómico del lugar. En el caso de la comarca de *l'Horta Sud* los aspectos más relevantes son los siguientes.

- La temperatura media anual se encuentra en torno a los 17,5°C.
- Los meses más calurosos son julio y agosto con temperaturas medias de aproximadamente 25°C.
- El mes más frío es el mes de enero con temperaturas medias de aproximadamente 10,5°C.
- Los riegos de heladas corresponden al mes de enero, febrero y diciembre.
- La precipitación media anual se sitúa en torno a 450 mm presentando gran irregularidad interanual.
- Las precipitaciones tienen un máximo otoñal con marcado régimen torrencial en el mes de octubre. También se observa un máximo en los meses de febrero y mayo.
- En los meses de verano se observa un periodo seco conocido como sequía estival.

Los datos climatológicos de la comarca de *l'Horta Sud* se han obtenido a partir del Atlas Climático de España de la Agencia Estatal de la Meteorología en adelante AEMET. Los datos recogidos pertenecen a un período de tiempo de 30 años, desde el 1971 al 2000. En las siguientes imágenes se observan los valores climatológicos recogidos en las estaciones meteorológicas más cercanas.

Valores climatológicos normales. Valencia

Periodo: 1971-2000 - Altitud (m): 11
Latitud: 39° 28' 50" N - Longitud: 0° 21' 59" O - Posición: [Ver localización](#)

Mes	T	TM	Tm	R	H	DR	DN	DT	DF	DH	DD	I
Enero	11.5	16.1	7.0	36	63	4	0	0	1	0	9	169
Febrero	12.6	17.2	7.9	32	61	3	0	0	2	0	6	169
Marzo	13.9	18.7	9.0	35	61	4	0	1	1	0	7	212
Abril	15.5	20.2	10.8	37	60	5	0	1	1	0	5	229
Mayo	18.4	22.8	14.1	34	65	5	0	2	1	0	5	256
Junio	22.1	26.2	17.9	23	65	3	0	2	1	0	8	271
Julio	24.9	29.1	20.8	9	66	1	0	2	0	0	13	314
Agosto	25.5	29.6	21.4	19	68	2	0	3	1	0	10	285
Septiembre	23.1	27.6	18.6	51	67	4	0	3	1	0	7	237
Octubre	19.1	23.6	14.5	74	66	5	0	2	0	0	6	201
Noviembre	14.9	19.5	10.4	51	65	4	0	1	1	0	7	167
Diciembre	12.4	16.8	8.1	52	65	5	0	0	1	0	7	150
Año	17.8	22.3	13.4	454	65	44	0	18	10	0	91	2660

Tabla - Valores meteorológicos estación Valencia

Leyenda	
T	Temperatura media mensual/anual (°C)
TM	Media mensual/anual de las temperaturas máximas diarias (°C)
Tm	Media mensual/anual de las temperaturas mínimas diarias (°C)
R	Precipitación mensual/anual media (mm)
H	Humedad relativa media (%)
DR	Número medio mensual/anual de días de precipitación superior o igual a 1 mm
DN	Número medio mensual/anual de días de nieve
DT	Número medio mensual/anual de días de tormenta
DF	Número medio mensual/anual de días de niebla
DH	Número medio mensual/anual de días de helada
DD	Número medio mensual/anual de días despejados
I	Número medio mensual/anual de horas de sol

Tabla – Leyenda valores climatológicos

La delimitación del tipo de clima en el Atlas Climático de España se ha realizado a partir de la clasificación climática de Köppen. Esta delimitación del clima se obtiene a partir de los valores medios mensuales de precipitación y temperatura.

Según la clasificación de Köppen el clima se identifica con las siglas **Csa(templado con verano seco)**. La variedad **Csa** indica que el verano es seco y caluroso. Podemos observar en las tablas que los valores de temperatura medios mensuales más altos corresponden con los meses de Julio y Agosto, donde además la precipitación media es la más baja.

GEOLOGÍA, GEOMORFOLOGÍA Y EDAFOLOGÍA

Desde el punto de vista geológico la mayor parte de la superficie de la comarca de *l'Horta Sud* se encuentra en la denominada Plana de Valencia. La Plana de Valencia es una fosa tectónica que se formó durante la distensión miocena del borde oriental de la Península Ibérica.

Los materiales que afloran en la zona pertenecen a los sistemas del Cretácico, Terciario y Cuaternario (*IGME, 1974*). Para la identificación y clasificación de los suelos, se ha utilizado la clasificación FAO-UNESCO de 1988.

Desde el punto de vista geomorfológico en la comarca de *l'Horta* el relieve es muy uniforme y de gran sencillez topográfica. Está formado por una llanura aluvial alargada que se extiende de Norte a Sur desde la ciudad de Valencia hasta la Albufera, con una anchura variable que experimenta un máximo en los márgenes del río Turia. Esta planicie se eleva lentamente desde el mar hacia el interior, con curvas de nivel paralelas a la costa y a distancias cada vez menores entre sí.

Las características del suelo le confieren una elevada fertilidad, típica de la comarca. La mayor parte de los suelos de la comarca son pardo-rojizos de vega y presentan texturas entre francoarenosas y franco-arcillo-limosas.

El valor de caliza activa no suele ser muy elevada, inferior al 8%, el carbonato cálcico no excede del 30% y suelen ser pobres en materia orgánica y ricos en potásico. Hay ocasiones en que se adolece de una baja capacidad de aireación.

De acuerdo a la publicación *El suelo como recurso natural en la Comunidad Valenciana Antolín Tomás, Carmen (COPUT, 1998)*, dentro de los límites de la comarca se distinguen zonas de acuerdo a la capacidad agrícola de los suelos. La mayor parte de los suelos presenta una capacidad muy elevada y elevada, aunque en las zonas más abruptas la capacidad del suelo es moderada y baja.

HIDROLOGÍA E HIDROGEOLOGÍA

Hidrología superficial

La comarca de *l'Horta Sud* se encuentra dentro del Sistema de Explotación Turia que comprende la cuenca del río Turia, la del barranco del Carraixet, la del barranco o rambla del Poyo y las subcuencas litorales comprendidas entre el límite norte del término municipal de Puzol y la Gola de El Saler.

Los recursos hídricos se calculan en 634 Hm³, a estos volúmenes hay que añadir los procedentes del canal Júcar-Turia. Esto supone un volumen de recursos disponibles en el sistema en torno a los 640 Hm³.

La demanda global del sistema alcanza actualmente un valor de 685 Hm³ anuales, que se destinan en su mayor parte a la agricultura (466 Hm³); al abastecimiento urbano (casi 200 Hm³) y el resto, unos 20 Hm³, al uso industrial.

Hidrología subterránea

Dentro del conjunto de recursos hidráulicos con los que cuenta la comarca de *l'Horta Sud*, los de carácter subterráneo constituyen una parte muy importante. Cabe destacar la existencia de un acuífero que da lugar a una capa freática que se encuentra a pocos metros de profundidad.

Este acuífero está sometido a impactos derivados de la actividad agrícola que producen contaminación por exceso de nitratos procedentes de la filtración de aguas de riego con fertilizantes. Las descargas de efluentes industriales es origen de otro tipo de impacto derivado de la presencia de elementos disueltos de larga pervivencia en el suelo.

Además de los nitratos, otro de los contaminantes que también comprometen la calidad de las aguas son los sulfatos (SO₄) procedentes de los plaguicidas agroquímicos.

Usos del suelo

La comarca de *l'Horta Sud* está caracterizada por encontrarse dentro del área metropolitana de Valencia, es por ello que en los últimos años ha sufrido una presión

urbanística e industrial sobre suelo rústico aparentemente sin ningún tipo de ordenación.

La ocupación de suelo agrícola y el abandono de las prácticas agrícolas son dos hechos que han modificado los usos del suelo, pasando de un uso agrícola a un uso industrial o urbano. No obstante en la actualidad una gran cantidad de suelo está calificado como rústico. Por esta razón, es necesario desarrollar estudios de ordenación del territorio que integren todos los usos que se puedan dar.

ESPACIOS NATURALES

En la comarca de *l'Horta Sud* se distinguen diferentes tipos de ambientes de gran interés desde el punto de vista ambiental y ecológico. El este de la comarca esta dentro de los límites del Parque Natural de la Albufera, la parte norte esta dentro del Parque Natural del Turia y la parte oeste aparecen las primeras estribaciones montañosas.

PAISAJE

Unidades de paisaje

Se define unidad de paisaje como una unidad espacial que se diferencia del resto por unas presentar unas características homogéneas y delimitadas. De esta manera distinguimos las siguientes unidades de paisaje:

- Unidad de paisaje 1: Paisaje agrícola
- Unidad de paisaje 2: Paisaje de barranco.
- Unidad de paisaje 3: Paisaje forestal.
- Unidad de paisaje 4: Paisaje de ribera
- Unidad de paisaje 5: Paisaje industrial.
- Unidad de paisaje 6: Paisaje urbano.

El paisaje de la comarca de *l'Horta Sud* se encuentra fuertemente alterado por el desarrollo industrial y urbano que se ha dado desde los años setenta hasta la actualidad. Bajo este punto de vista se pone de manifiesto la falta de un plan estratégico a nivel comarcal.

El medio natural o agrícola esta dividido en pequeñas parcelas, cada una de ellas destinadas a un uso particular, como es el cultivo de cítricos, el cultivo secano, el cultivo de hortalizas, el cultivo del arroz o en muchos casos el abandono. Este medio presenta un paisaje muy fragmentado y sin conexión biológica del territorio con visión supramunicipal.

La mecanización de la agricultura y el paradigma de máxima producción han hecho desaparecer los corredores naturales y/o culturales que tenían una función ecológica y visual de elevado valor paisajístico.

Elementos paisajísticos de interés

En la comarca de *l'Horta Sud*, existen numerosos elementos paisajísticos de carácter natural y cultural descritos a nivel municipal. Cada uno de estos elementos está estrechamente ligado a la historia del municipio al que pertenecen.

La existencia de estos elementos paisajísticos es el resultado del paso de distintas civilizaciones. El estudio y la revalorización de estos aspectos dan respuesta a la organización y distribución de los cascos urbanos de *l'Horta de València*, que incluye *l'Horta Sud*, *l'Horta Oest* y *l'Horta Nord*.

El aspecto más notable de la historia de *l'Horta de Valencia*, es la infraestructura fluvial desarrollada en la edad media y de origen islámico. En la actualidad todavía se utiliza esta infraestructura de acequias para el abastecimiento de agua para la agricultura.

ENERGÍA

El consumo de energía lleva implícito un impacto ambiental importante para el medio ambiente ya que la mayor parte de esta energía proviene de la utilización de combustibles fósiles no renovables. Estos combustibles emiten gases contaminantes atmosféricos, muchos de los cuales, a su vez, contribuyen al efecto invernadero y por consiguiente al cambio climático global.

En la comarca de *l'Horta Sud* no existen datos disponibles para evaluar el consumo energético de los municipios que lo conforman, por lo tanto a continuación se muestran los datos que tenemos de la Agencia Valenciana de la Energía (AVEN) del año 2010 en la Comunidad Valenciana.

El consumo de **energía primaria** en la Comunidad Valenciana en 2010, ha sido de 11.421 ktep, y la demanda de **energía final** ha sido de 8.333 ktep. La práctica totalidad de la energía proviene de fuentes no renovables como el petróleo, el gas natural y el Uranio, siendo las energías renovables (eólicas, solares o hidroeléctricas) presentes en muy baja proporción, 5,4 % del total.

ENERGÍA PRIMARIA	miles de tep	%
Petróleo	4.450	39%
Carbón	1	0%
Gas Natural	3.432	30%
Uranio	2.489	21,8%
Renovables	617	5,4%
Saldo de Energía Eléctrica	432	3,8%
Total	11.421	100%

Tabla - Consumo Cuadro resumen del Balance de Energía 2010

El sector de la Industria ha sido, tradicionalmente, el mayor consumidor de energía en España. Sin embargo, las medidas de ahorro y eficiencia que comenzaron a ponerse en práctica en los años 70 y la mejora en los procesos industriales a través de las nuevas tecnologías, unido, por otra parte, al gran aumento de la movilidad de personas y mercancías, ha hecho que el transporte desbanque en consumo a la Industria. El sector es, en definitiva, responsable del 31% del consumo de energía de nuestro país (según 9

Los datos del anuario del 2010 del AVEN del consumo por sectores en la Comunidad Valenciana destacan el transporte (41%) y la industria (30%) como los principales consumidores de energía. Juntos ocupan el 71% del consumo y el 29% restante es consumido por el sector doméstico (14%), servicios (10%) y en último lugar se encuentra la agricultura y pesca (5%). Todo esto lo podemos ver representado en la siguiente figura.

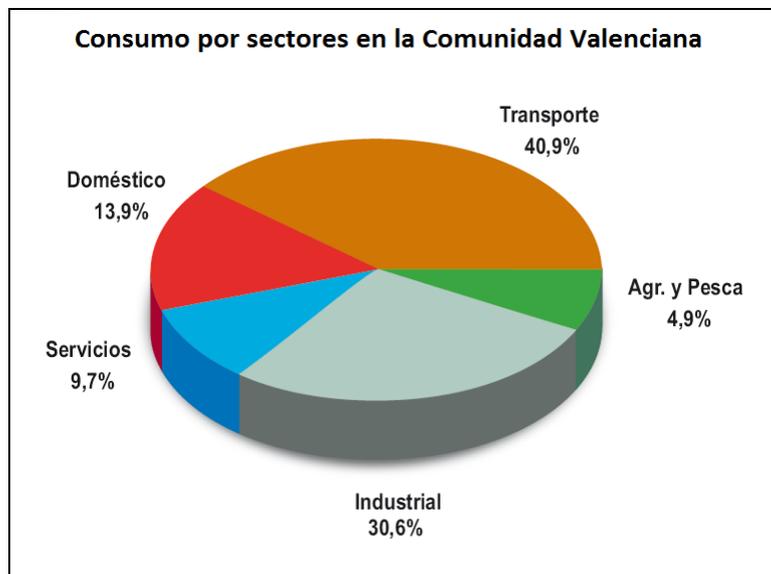


Figura - Consumo de energía por sectores en la Comunidad Valenciana (fuente: Aven)

Los datos son representativos de lo que ocurre en l´Horta Sud por lo que la distribución del consumo y las fuentes de energía primaria serán similares.

Por otro lado, existen estudios en la comarca que analizan las medidas llevadas a cabo en las empresas de la comarca, como el que realizó el Acuerdo Comarcal para la Creación de Empleo (ACCO) titulado *“diagnóstico sobre la situación medioambiental de los polígonos de la comarca de Horta sud”*.

Los resultados del estudio arrojan que actualmente no existe ningún plan de acción específico para controlar y reducir el consumo energético en l´Horta Sud. Hasta ahora se han llevado a cabo medidas aisladas en algunos municipios. No existen medidas dirigidas a la promoción del uso de energías renovables (principalmente solares en techo) ni tampoco se ha promovido medidas que reducen el gasto eléctrico como son el correcto aislamiento de las infraestructuras.

Se detecta una falta importante de concienciación al respecto siendo necesario que se extiendan y amplíen las medidas orientadas a mejorar la eficiencia energética, con ello

se reduciría tanto el consumo eléctrico como el gasto económico, lo que se traduce en un ahorro de mucho dinero a las empresas y administraciones y evitaría emitir grandes cantidades de emisiones.

Todo ello complica mucho alcanzar los objetivos 20/20/20 impuestos por Europa, es decir, alcanzar un 20% de energía de fuentes renovables y reducir la emisiones de CO₂ un 20% para el 2020. Va a ser necesario que desde los ayuntamientos y empresas se haga un esfuerzo importante ya que actualmente estamos alrededor de un 5% de uso de renovables a nivel de la Comunitat Valenciana, por lo que el margen de mejora es muy grande.

Analizando los obstáculos o barreras que dificultan este proceso de adopción de tecnologías eficientes energéticamente vemos que las primeras barreras son económicas. Estas provienen del desembolso económico por la implantación de las medidas reductoras, sin embargo, el periodo de amortización tiende a ser muy corto. Otro problema es el diseño de las zonas industriales que no favorece la introducción de energías renovables por el desorden urbanístico existente y la disparidad en los criterios de construcción.

Sin embargo la principal barrera es la falta de sensibilización y concienciación propiciada principalmente por la falta de información acerca de las ventajas de la introducción tanto de energías renovables como de medidas reductoras de consumo energético. En la medida que superemos con éxito estas barreras el futuro energético de nuestra comarca estará garantizado.

RESIDUOS

El aumento de población y el desarrollo de la industria en la comarca han activado la degradación del medio ambiente, debido, entre otros factores, a la gran cantidad y variedad de residuos generados, que han alterado el equilibrio de la naturaleza.

Comúnmente residuo se considera a aquellas materias generadas en las actividades de consumo y producción que no alcanzan, en el contexto en que son producidas, ningún valor económico; otras definiciones en cambio consideran un residuo como un recurso en el lugar y el momento equivocado, por la falta de tecnología adecuada para su aprovechamiento o a la inexistencia de mercados para los productos recuperados.

Existen diversas clasificaciones, estas son las más comunes:

- En función de su peligrosidad (peligroso, no peligroso)
- En función de su origen o de la actividad que los genera (industrial, urbana, etc.)

Gestión de los residuos de la comarca

La gestión de los residuos en nuestra comarca viene determinada por **El Plan Integral de Residuos de la Comunidad Valenciana** (PIR). Este plan busca establecer un marco estratégico para la gestión integral y coordinada de los residuos, garantizando la

protección de la salud humana, la defensa del medio ambiente y la protección de los recursos naturales.

Dentro del PIR se desarrollan los **Planes Zonales**, que son instrumentos de desarrollo y mejora que adaptan las previsiones del PIR a cada zona que delimiten.

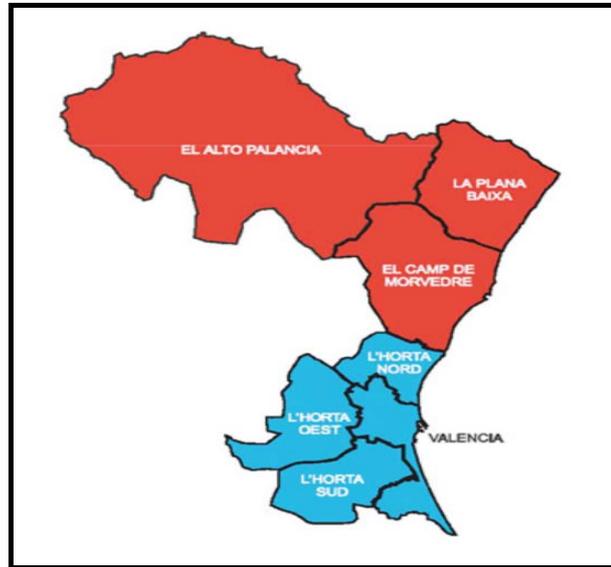


Figura - Planes Zonales (Fuente EMTRE)

El Plan Zonal determina que la comarca de l'Horta Sud se sitúa dentro de la **Zona VIII** junto con el Camp de Morvedre. A su vez, geográficamente se divide en dos áreas de gestión:

- **Área de Gestión 1:** Comarca de L'Horta
- **Área de Gestión 2:** Plana Baixa y Alto Palancia (zona III) y Camp de Morvedre (parte complementaria de la zona VIII)

A la Entidad Metropolitana para el Tratamiento de Residuos (EMTRE) corresponde la competencia sobre el Área de Gestión 1, con una vigencia del Plan Zonal de 20 años. Para tal fin existen 3 instalaciones encargadas de asumir los residuos.

- Planta de Tratamiento de Residuos y Compostaje Los Hornillos. Planta de valorización de residuos para tratar 400.000 T/año. Se encarga de la gestión de los ecoparques del ámbito territorial.
- Planta de eliminación de Dos Aguas. Vertedero donde se trasladan los rechazos de la Instalación de los Hornillos.
- Planta de tratamiento Manises. Complejo de valorización y eliminación con capacidad variable desde 247.000 T/año hasta 350.000 T/año. Unidad de tratamiento de la construcción y demolición que trata los residuos voluminosos e inertes urbanos.

Además de estos centros existen 11 ecoparques en los municipios siguientes: Alaquàs, Aldaia, Albal, Catarroja, Manises, Paiporta, Picanya, Picassent, Sedaví, Silla y Torrent. En Alcàsser se dispone de un punto limpio que hace la función de ecoparque, gestionado por la empresa Griñó.

En base a los datos extraídos por el EMTRE de la producción de residuos en el área metropolitana durante el periodo 1997 – 2010 se ha representado la figura siguiente:



Figura - Producción de basura en Valencia (Fuente EMTRE)

La media son 328.850 toneladas de basura/año. La gráfica desprende una tendencia al crecimiento hasta el año 2007. A partir de ahí, la crisis afecta al consumo y este a la producción de residuos, que decrece sensiblemente bajando de las 350.000 toneladas en 2010. Se produce alrededor de 877 toneladas de basura al día, lo que supone alrededor de **1,3 kg de basura al día/ habitante**.

Respecto a la comarca y en referencia a los **residuos industriales**, la gestión y tratamiento ha sufrido una enorme transformación en las últimas décadas. Ha habido una evolución positiva en los últimos 20 cuando no se gestionaban los residuos y generalmente se quemaban o vertían.

Sin embargo, todavía hay una gran cantidad de empresas que no conocen sus obligaciones en materia de residuos y llevan a cabo una gestión incorrecta de los mismos (mal empleo de los contenedores, etc.)

Las razones fundamentales de esta ineficaz gestión se debe a:

- La diversidad de los residuos generados, tanto peligrosos como no peligrosos.
- Falta de tecnologías limpias apropiadas para la gestión.
- Necesidad de más información y formación.
- Falta de criterios de diseño para un centro de recogida.
- Inexistencia de servicios de recogida integrada.
- Inexistencia de zonas de pre tratamiento, reciclaje o reutilización de residuos.
- Inexistencia de la figura de gestor encargado de la gestión integral de residuos.
- Entropía legislativa

- Recelo del empresariado con respecto a los temas ambientales

Es importante constatar que de forma general se desconoce cuál es el volumen de residuos producido por las empresas de las zonas industriales de nuestra comarca ni su composición.

Se observa que el sistema de recogida de residuos industriales asimilables a urbanos es deficiente. Esto propicia que exista un descontrol en la gestión de los mismos, llegando a incumplirse la normativa vigente de forma reiterada ya que o no se gestionan o se hacen de forma inadecuada. Aparecen, por ende, vertidos incontrolados de residuos en algunos polígonos ocasionados por estas deficiencias y por la poca sensibilización de los empresarios y empresarias.

Analizando razones de esta falta de equipamiento se deduce que la incompleta urbanización de algunos los polígonos comarcales complica la correcta recogida de los residuos y también la falta de medios económicos que no permite colocar el número de contenedores que sería necesario.

Por otro lado existen carencias infraestructurales en los polígonos de l'Horta Sud que causan serios problemas a la hora de cumplir con la normativa y la correcta gestión de los residuos. La falta de equipamientos (centros de transferencia) ocasiona un aumento en los costes de gestión de los residuos unido a la diversidad y dispersión de los polígonos en la comarca que complica el control y la gestión de los residuos por parte de las empresas. Por otra parte, se pierde la ventaja competitiva que aporta tener una gestión conjunta con mas polígonos (y municipios) que reduce los costes y la eficiencia. Por último, la falta de entes gestores centralizados complica promover el cambio de mentalidad así como la cooperación entre las empresas.

Concluyendo todos estos aspectos dificultan una gestión medioambientalmente correcta de los residuos industriales, por las deficiencias tanto técnicas como económicas. Esto crea unos graves problemas ambientales ya que la incorrecta gestión de los residuos deriva en impactos sobre el entorno, como por ejemplo los vertidos ilegales.

Por medio de una minimización de los residuos y una gestión más eficiente se reducirían los problemas ambientales asociados de la comarca de l'Horta Sud a la vez que se pueden lograr grandes ventajas empresariales que van desde mejora de la imagen hasta evitar las posibles sanciones por incumplimiento la normativa.

AGRICULTURA

Historia Agricultura en l'Horta Sud

Como se ha ido detallando en los apartados anteriores la comarca de l'Horta Sud dispone de suelo con una gran capacidad para la agricultura fruto de su localización (llanura aluvial del Rio Turia y Xúquer) que le aporta muchos sedimentos y nutrientes unido a un clima muy propicio para albergar esta práctica.

Históricamente las diferentes culturas que han poblado nuestra comarca han aprovechado las excelentes condiciones de nuestra tierra para cultivar, fruto de tal actividad la huerta de Valencia es uno de los paisajes históricos más complejos de las tierras valencianas, tanto por su morfología espacial como por la densidad de arquitecturas, espacios y huellas que se han ido acumulando en su seno a lo largo de los siglos.

A pesar de que la ciudad de Valencia fue una fundación romana y existió una primera construcción del paisaje rural en torno a ella, basado en grandes villas-explotaciones agrícolas, esta fue abandonada y no quedaron prácticamente restos. No fue hasta la llegada del periodo musulmán, donde Valencia fue capital del *Sharq al-Andalus*, que se produjo una larga y fecunda interrelación entre mundo urbano y mundo rural a través de las mejoras agrícolas introducidas. Especialmente importante fue la implantación del regadío (hace 1200 años) dando origen a la huerta de Valencia.

Esta reparcelación, construcción de sistemas hidráulicos (acequias), aparición de pequeños núcleos poblacionales (alquerías andalusíes) junto con el progresivo aterramiento de la laguna de la Albufera para plantar arroz fueron conformando el paisaje actual fruto del trabajo agrícola.

Con la llegada del periodo feudal y la expulsión de los musulmanes la huerta de Valencia no se paralizó. Se introdujeron algunos cambios como la contracción de los lugares de poblamiento rural, y una nueva reparcelación dirigida por los oficiales de Jaime I a causa del proceso de repartimiento de la propiedad de la tierra expropiada a los musulmanes. En base al nuevo sistema métrico de superficie de la *jovada*, *cafissada* y *fanecada*, los sogueadores dibujaron un nuevo parcelario a lo largo y ancho de la Huerta –el cual es el que en buena medida ha llegado a nuestra época.

Durante los siglos siguientes hasta el XX hubo cambios puntuales, se subdividió la propiedad y la explotación directa y, sobre todo, creció finalmente la población y las edificaciones de forma muy importante en los siglos XVIII a XIX, pero la morfología de la huerta se mantuvo.

Agricultura Siglo XX

Se extiende por la comarca de Horta una agricultura de estructura parcelaria y minifundista con gran número de propietarios. Sin embargo la calidad de los productos de la huerta y la apertura a nuevos mercados nacionales e internacionales hace que su rentabilidad fuera importante alcanzando su zénit en la década de los 60.

Hasta llegar a este periodo se produjo un aumento tanto en el número de personas que trabajaban en el campo como en nuevas técnicas para el cultivo que mejoran el rendimiento (maquinaria, riego, pesticidas, fertilizantes, etc.) logrando diversificar el producto de nuestras huertas enfocado principalmente a los frutales (especialmente cítricos: naranjas y mandarinas), hortalizas y el arroz cultivado en la albufera.

Sin embargo a partir de este momento se produce un proceso de abandono del campo de forma progresiva hasta nuestros días. La gente abandona los núcleos rurales y se traslada a la ciudad y los municipios y empiezan a aparecer nuevos nichos de trabajo que desplazan al sector primario y le hacen perder peso.

Este proceso de urbanización ha sido determinante ya que ha ido acompañado de la destrucción de suelo agrícola y su sustitución por viviendas, polígonos industriales y otro tipo de servicios cambiando la morfología de la comarca profundamente.

Esto ha ido unido a un proceso de envejecimiento de la población que vive de la agricultura, la cual no ha encontrado un relevo generacional y termina el siglo en una situación de crisis importante.

Actualidad. Agricultura ecológica

En la actualidad nos encontramos con un sector acuciado por el envejecimiento de la población activa agraria valenciana, una escasísima incorporación de jóvenes agricultores, junto con un elevado porcentaje de agricultores a tiempo parcial. Tres síntomas claros de la falta de rentabilidad del sector agrario, obligado a competir en un mercado mundial liberalizado donde países exportadores producen a precios más baratos complicando aun más la supervivencia de este sector en nuestra comarca.

Todo ello se combina con los problemas ambientales y de salud asociados a la prácticas de fumigación, empleo de pesticidas y fertilizantes que contaminan los suelos y las aguas subterráneas, que han sido llevadas a cabo en nuestra comarca durante muchas décadas.

Ante esta situación se hace necesario establecer una nueva hoja de ruta en la agricultura que permita retornar la rentabilidad del sector y ayude a conservar el valor patrimonial e histórico que l'Horta posee en nuestra comarca. Para ello se hace necesario vencer la desconfianza de integrarse en estructuras asociativas que predomina en los agricultores de la comarca, caracterizados por ser estructuras familiares con poco afán asociacionista. De esta manera se podrán aprovechar sinergias entre los productores y llevar a cabo proyectos de mayor envergadura que son imposibles a nivel individual.

La creciente preocupación por los aspectos medioambientales en la sociedad hace que la agricultura ecológica pueda ser un nicho de trabajo importante que sirva de revitalizante ya que además atrae a un nuevo perfil de agricultor joven y con formación.

Actualmente se aprecia un pequeño repunte en este sector de la agricultura que se caracteriza por ser más respetuosa con el medio ambiente, respeta los ciclos naturales

de los seres vivos, tanto de plantas como de animales, y utiliza productos naturales sin químicos.

El **CAECV**, autoridad de control de la Producción Ecológica de la Comunidad Valenciana, ya cuenta en l’Horta Sud con 18 productores y 30 empresas. Además, el sector agrícola en Valencia representa un total de 351.084 hectáreas, de las cuales 17.846 se producen de forma ecológica. Los cultivos de hortalizas, cítricos, frutales, vid, olivo y aromáticas que son los cultivos más representativos de la Comunidad Valenciana, no cesan de incrementar su superficie.

En los últimos años hemos podido constatar la puesta en marcha de “huertos urbanos”, es decir, espacios agrícolas ubicados alrededor de los núcleos poblacionales abiertos al uso público bajo diferentes fórmulas (cesión por parte de entidades municipales o particulares a través de sistemas rotatorios, sorteos, listas de espera, etc.). Esta nueva forma de explotación del suelo agrícola viene propiciada por dos razones: por una parte el abandono de los huertos tradicionales que ha incrementado el stock de suelo disponible; y por otro, la crisis actual que provoca la necesidad de conseguir, o bien, productos de primera necesidad, o bien, un espacio de ocio para desempleados/as y jubilados.



Figura - Huertos urbanos en el entorno de Barranco de Xiva (Foto: Natura y Cultura)

Por todo ello no hay que menospreciar el impacto que estas nuevas fórmulas de explotación puede suponer en la huerta de la comarca donde, además, se hace necesario una actuación urgente si no queremos que la crisis que le afecta sea perenne.

MOVILIDAD

Red de carreteras

Por el interior de la comarca discurre una importante red de comunicación a nivel comarcal, nacional y comunitario. Esta red está formada por autovías y carreteras autonómicas facilita la circulación dentro de ella y el transporte a nivel estatal y comunitario. Las principales autovías son, la A7/E-15, con dirección Barcelona, A-3/ E-901, dirección Madrid, y la V-30 y V-31, que circunvalan toda l’Horta Sud.

Además existe toda una red de carreteras autonómicas que facilita la comunicación entre los distintos núcleos urbanos y los polígonos industriales. En el siguiente cuadro se muestra una relación del tipo de vías y las poblaciones que une.

IDENTIFICACIÓN	TIPO DE VÍA	RECORRIDO	POBLACIONES
CV-33	Autovía	Une la A-3 con la V-31	Aldaia, Alaquàs, Torrent, Catarroja y Albal.
CV-36	Autovía	Une la ciudad de Valencia con la A-7	Picanya, Paiporta y Torrent
CV-400	Carretera Secundaria	Av. San Vicente de Valencia hasta la CV-33 en Albal	La Torre, Paiporta, Picanya, Sedaví, Alfafar, Benetússer, Massanassa, Catarroja y Albal
CV-401	Carretera Secundaria	Une Alfafar con el Saler	Alfafar, Saler
CV-403	Carretera Secundaria	Une Valencia con Torrent por Alaquàs.	Torrent, Alaquàs, Aldaia y Xirivella
CV-405	Carretera Secundaria	Une Torrent con Montroi	Torrent, Montserrat y Montroi
CV-406	Carretera Secundaria	Une la CV-400 con Torrent	Paiporta, Picanya y Torrent
CV-407	Carretera Secundaria	Une Picanya con Sedaví	Paiporta, Benetússer y Alfafar
CV-408	Carretera Secundaria	Une Quart de Poblet, la A-3 i Aldaia	Quart de Poblet Aldaia
CV-409	Carretera Secundaria	Une Aldaia con Xirivella	Aldaia y Xirivella
CV-415	Carretera Secundaria	Une Silla con Alborache.	Silla, Alcàsser, Picassent, Turís y Alborache.

Tabla – Vías y poblaciones conectadas (Fuente: elaboración propia)

También, existe un gran número de carreteras de carácter local que une los núcleos de población entre sí y con las principales vías de comunicación. La descripción de estas vías carece de sentido en este trabajo por el uso urbano que se le da.

En el siguiente cuadro se muestra la distancia que existe entre los municipios, el tiempo estimado y la distancia a la capital, lo que nos ofrece una imagen de la cercanía que existe entre los propios municipios de la comarca.

Distancia km/tiempo min.	Alaquàs	Albal	Alcàsser	Aldaia	Alfajar	Benetússer	Beniparrell	Catarroja	Lloc nou	Manises	Massanasa	Mislata	Paiporta	Picanya	Picassent	Quart de Poblet	Sedaví	Silla	Torrent	Xirivella	Valencia
Alaquàs	-	10,7/17	11,6/21	1,2/4	11,2/18	10,7/16	11,6/17	12,1/17	13,6/18	5,1/13	13,1/19	6,8/14	6,8/14	4,7/10	16,5/23	4,2/10	11,2/16	14,3/24	2,5/6	3,5/10	8,9/21
Albal	10,7/17	-	6,1/15	12,7/19	5,1/12	4,2/9	2,4/7	1,4/4	5,6/13	15,3/23	2,4/5	12,7/19	5,3/14	7,3/12	8,4/18	13,9/21	5,0/11	5,0/14	8,6/15	12,3/19	13,5/21
Alcàsser	11,6/21	6,1/15	-	12,7/25	12,5/18	9,0/17	5,1/12	6,6/14	11,6/17	29,3/24	7,6/14	20,8/23	8,8/18	9,4/15	2,5/8	27,0/23	12,7/19	3,9/10	9,3/17	13,6/24	17,5/24
Aldaia	1,2/4	12,7/19	12,7/25	-	10,8/18	10,3/17	13,8/18	14,3/19	13,7/18	3,7/10	11,7/19	5,4/11	8,5/15	6,0/12	25,3/26	2,8/7	10,7/17	20,3/25	5,0/10	3,2/9	9,1/19
Alfajar	11,2/18	5,1/12	12,5/18	10,8/18	-	1,4/5	9,0/13	3,2/9	1,1/3	11,8/18	2,2/7	9,2/13	4,1/11	5,5/12	13,7/21	10,4/15	0,5/2	9,8/16	8,8/17	8,8/13	8,7/17
Benetússer	10,7/16	4,2/9	9,0/17	10,3/17	1,4/5	-	5,3/12	2,7/7	2,8/7	11,6/16	1,7/4	8,9/12	2,4/8	5,3/11	13,5/20	10,1/14	1,2/4	9,6/15	8,5/15	8,5/12	8,4/16
Beniparrell	11,6/17	2,4/7	5,1/12	13,8/18	9,0/13	5,3/12	-	2,6/5	7,7/10	20,3/21	3,6/7	17,0/16	6,9/14	8,9/12	6,0/11	18,1/18	6,2/13	2,7/7	10,2/15	16,6/16	13,6/18
Catarroja	12,1/17	1,4/4	6,6/14	14,3/19	3,2/9	2,7/7	2,6/5	-	4,2/9	13,9/20	1,0/2	11,3/15	5,1/11	7,7/12	8,6/17	12,5/17	3,6/8	5,2/13	9,0/15	10,9/15	11,4/18
Lloc nou	13,6/18	5,6/13	11,6/17	13,7/18	1,1/3	2,8/7	7,7/10	4,2/9	-	14,5/17	3,2/8	11,1/13	5,0/13	10,2/13	12,1/17	12,3/15	1,1/4	8,1/12	13,5/17	10,7/13	7,7/14
Manises	5,1/13	15,3/23	29,3/24	3,7/10	11,8/18	11,6/16	20,3/21	13,9/20	14,5/17	-	12,12/15	4,2/7	10,5/15	9,4/12	30,2/25	1,4/4	11,3/14	20,2/21	9,8/15	5,1/7	9,1/19
Massanasa	13,1/19	2,4/5	7,6/14	11,7/19	2,2/7	1,7/4	3,6/7	1,0/2	3,2/8	12,12/15	-	10,3/13	3,8/10	6,6/12	11,3/18	11,5/15	2,6/6	7,4/13	10,0/16	9,9/14	10,17
Mislata	6,8/14	12,7/19	20,8/23	5,4/11	9,2/13	8,9/12	17,0/16	11,3/15	11,1/13	4,2/7	10,3/13	-	8,3/16	6,7/12	32,3/27	2,7/4	10,1/14	19,0/21	8,6/14	3,9/7	6,6/13
Paiporta	6,8/14	5,3/14	8,8/18	8,5/15	4,1/11	2,4/8	6,9/14	5,1/11	5,0/13	10,5/15	3,8/10	8,3/16	-	2,1/6	14,4/25	10,1/15	4,3/10	9,4/21	6,2/12	8,5/13	8,7/19
Picanya	4,7/10	7,3/12	9,4/15	6,0/12	5,5/12	5,3/11	8,9/12	7,7/12	10,2/13	9,4/12	6,6/12	6,7/12	2,1/6	-	11,3/21	8,4/12	5,1/10	11,8/21	3,3/8	4,9/11	7,0/16
Picassent	16,5/23	8,4/18	2,5/8	25,3/26	13,7/21	13,5/20	6,0/11	8,6/17	12,1/17	30,2/25	11,3/18	32,3/27	14,4/25	11,3/21	-	27,1/24	13,8/21	4,9/12	14,2/19	28,7/24	18,6/26
Quart de Poblet	4,2/10	13,9/21	27,0/23	2,8/7	10,4/15	10,1/14	18,1/18	12,5/17	12,3/15	1,4/4	11,5/15	2,7/4	10,1/15	8,4/12	27,1/24	-	9,5/13	18,5/20	7,4/14	3,8/14	8,2/16
Sedaví	11,2/16	5,0/11	12,7/19	10,7/17	0,5/2	1,2/4	6,2/13	3,6/8	1,1/4	11,3/14	2,6/6	10,1/14	4,3/10	5,1/10	13,8/21	9,5/13	-	9,3/14	9,3/18	9,3/14	8,5/16
Silla	14,3/24	5,0/14	3,9/10	20,3/25	9,8/16	9,6/15	2,7/7	5,2/13	8,1/12	20,2/21	7,4/13	19,0/21	9,4/21	11,8/21	4,9/12	18,5/20	9,3/14	-	13,0/21	18,9/19	13,0/21
Torrent	2,5/6	8,6/15	9,3/17	5,0/10	8,8/17	8,5/15	10,2/15	9,0/15	13,5/17	9,8/15	10,0/16	8,6/14	6,2/12	3,3/8	14,2/19	7,4/14	9,3/18	13,0/21	-	5,5/11	10,7/20
Xirivella	3,5/10	12,3/19	13,6/24	3,2/9	8,8/13	8,5/12	16,6/16	10,9/15	10,7/13	5,1/7	9,9/14	3,9/7	8,5/13	4,9/11	28,7/24	3,8/14	9,3/14	18,9/19	5,5/11	-	5,4/13
Valencia	8,9/21	13,5/21	17,5/24	9,1/19	8,7/17	8,4/16	13,6/18	11,4/18	7,7/14	9,1/19	10,17	6,6/13	8,7/19	7,0/16	18,6/26	8,2/16	8,5/16	13,0/21	10,7/20	5,4/13	-

Tabla – distancia entre los municipios de la comarca (centros), tiempo estimado en minutos y referente a Valencia (Fuente: elaboración propia)

Hábitos de desplazamiento

La existencia del área metropolitana como anillo de influencia de la ciudad de Valencia supone un destacado fenómeno denominado “commuting” o desplazamientos pendulares. Se trata del desplazamiento diario de cientos de personas desde su domicilio de algún pueblo o ciudad del área metropolitana, o incluso de más lejos a la ciudad de Valencia, ya sea por cuestiones de trabajo, como de compras u ocio. Así, hay que tener muy en cuenta la población que realiza estos desplazamientos pendulares, que radica fuera de la ciudad pero ejerce sus actividades en la misma.

Según estudios realizados sobre la movilidad en el trabajo, se pone de manifiesto que existen ciertas condicionantes que explican el uso abusivo del transporte privado y de manera individual. Estos condicionantes son la lejanía de los puntos de trabajo, la rapidez con que nos movemos y la comodidad.

De acuerdo a los estudios realizados por el ministerio de fomento sobre la movilidad en el trabajo que supone casi un tercio del total de los desplazamientos, el uso del transporte privado representa casi el 96% del total. En la siguiente gráfica podemos observar los resultados obtenidos.



Figura – Gráfica tipo de medio de desplazamiento

La situación actual en la que vivimos difiere mucho en la vida hace unos años, actualmente debido a la situación de crisis y los problemas ambientales que tenemos es necesario promover otros medios de transporte más limpios y económicos.

Transporte público

El área metropolitana de Valencia se encuentra comunicada con la ciudad mediante líneas regulares de autobús, metro y trenes de cercanías. No obstante la comunicación entre los pueblos presenta ciertas carencias que provocan que este medio de transporte sea dificultoso y en muchos casos impracticable.

TRANSPORTE A PIE O EN BICICLETA

CARRIL BICI

Actualmente en la comarca de l’Horta Sud, encontramos una infraestructura de carril bici que no tiene conexión, está construida a las afueras de la población y su uso es de ocio y esparcimiento.

Tal y como entendemos el desarrollo sostenible, se precisa de unas infraestructuras para la comunicación que potencie el uso de medios de transporte limpios como el uso de la bicicleta o a pie. Estas infraestructuras deben unir los núcleos de población con las zonas industriales o zonas de trabajo para que el uso de este tipo de medios de transporte tenga la acogida esperada en la sociedad.

En la siguiente imagen observamos los carriles bici que existen en la actualidad en la comarca de l’Horta Sud. Podemos observar que los carriles bici existentes son independientes.

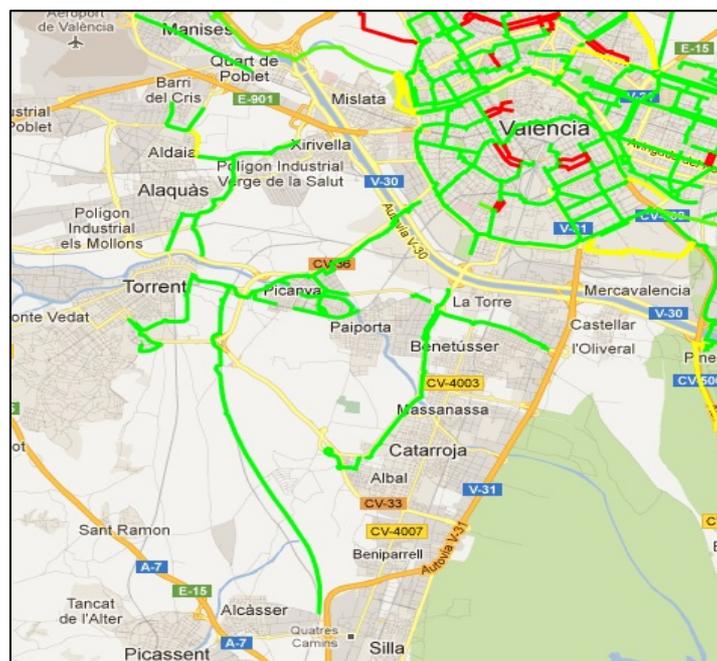


Figura – Carriles bici Comarca Horta Sud

En el siguiente cuadro se realiza una descripción de los carriles bici que encontramos en la actualidad.

IDENTIFICACIÓN	POBLACIONES	COMENTARIOS
Carril bici paralelo a la CV-400	Sedaví, Benetússer, Paiporta, Massanassa, Catarroja y Albal	Este carril bici no tiene continuidad hasta la ciudad. Transcurre por las afueras de las poblaciones.
Carril bici paralelo a la vía del AVE.	Alcàsser, Albal, Torrent, Picanya y Vara de Quart.	Este carril bici une diferentes poblaciones de l’Horta Sud con la ciudad de Valencia. Cuando llega a Valencia se termina.
Carril bici Picanya-Paiporta	Picanya, Paiporta	Este carril bici une Picanya y Paiporta con el carril bici que transcurre paralelo a la vía del AVE y que llega hasta Valencia.
Carril bici Torrent-Xirivella	Torrent, Alaquàs, Aldaia, Xirivella	Este carril bici transcurre por las afueras de las poblaciones, paralelo a la CV-410 y CV-40
Carril bici Aldaia	Aldaia	Este carril bici une el carril bici de Torrent-Xirivella con el de Aldaia-Quart de Poblet
Carril bici Aldaia-Quart de Poblet	Aldaia, Quart de Poblet	Este carril bici une Aldaia con Quart de Poblet, transcurre paralelo a la CV-408
Carril bici Manises-Quart	Manises-Quart de Poblet	Este carril bici transcurre por el interior de la población. No tiene continuidad.

Tabla – Carriles bici Comarca Horta Sud

Infraestructuras préstamo público de bicicletas

El préstamo de bicicletas para el uso de la ciudadanía, es una de las acciones que se está llevando a cabo en diferentes municipios de la comarca de l’Horta Sud. Este servicio permite trasladarte por el municipio de una manera sostenible.

Desde la Mancomunidad Intermunicipal de *l’Horta Sud*, se puso en marcha un programa denominado “Horta Sud en bici pública”, a través del cual se ofrece un servicio de transporte en bici pública, de carácter individual y gratuito. Los municipios que forman parte de este programa son Alaquàs, Aldaia, Quart de Poblet y Xirivella. Para el funcionamiento de este proyecto se instalaron estaciones de bici en los lugares más concurridos de cada población. Este programa está abierto a la inserción de aquel municipio que lo solicite.



Figura – Bicicletas públicas y columna

Por otro lado existen otros municipios de la comarca de *l'Horta Sud*, que disponen en de un servicio público de préstamo de bicis, el único inconveniente que se observa es que no existe un servicio a nivel comarcal, funcionan de manera aislada.

En el siguiente cuadro se hace una relación de todos los municipios que disponen de este servicio.

MUNICIPIO	SERVICIO PÚBLICO DE BICI	CONEXIÓN CON OTROS MUNICIPIOS	NOMBRE DEL SERVICIO
Alaquàs	Si	Si	Horta Sud en bici
Albal	No	No	
Alcàsser	No	No	
Aldaia	Si	Si	Horta Sud en bici
Alfafar	No	No	
Benetússer	No	No	
Beniparrell	No	No	
Catarroja	Si	Si	Catarroda
Lloc nou	No	No	
Manises	No	No	
Massanassa	No	No	
Mislata	No	No	
Paiporta	Si	Si	Bikepaiporta
Picanya	No	No	
Picassent	No	No	
Quart de Poblet	Si	Si	Horta Sud en bici
Sedaví	No	No	
Silla	No	No	
Torrent	Si	No	Torrentbici
Xirivella	Si	Si	Horta Sud en bici

Tabla – municipios y servicio público de bicicletas

Otras infraestructuras para el uso de la bici

Además de las infraestructuras para el uso de bicis de carácter público, existen otras infraestructuras que fomentan el uso privado de este medio de transporte limpio, como son la habilitación de parkings públicos y gratuitos, en lugares estratégicos.

Actualmente existen lugares habilitados para este uso, aunque es todavía insuficiente para formar una buena infraestructura que fomente de manera segura el uso de la bici privada.

DAFO ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES

DEBILIDADES	FORTALEZAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Medio natural <ul style="list-style-type: none"> ○ Sobreexplotación de los acuíferos. ○ Contaminación de la capa freática por el uso de e productos fitosanitarios. ○ Fragmentación del paisaje. ○ Falta de corredores verdes. ○ Medio forestal degradado. ○ Usos del medio forestal poco productivos • Energía <ul style="list-style-type: none"> ○ Poca implantación de medidas minimizadoras del consumo energético a nivel industrial y urbano ○ Desembolso económico para implantar medidas reductoras del consumo energético. ○ Falta de sensibilización y concienciación energética ○ Falta de información acerca de las ventajas de la introducción tanto de energías renovables como de ahorro energético. ○ Diseño de las zonas industriales que no favorece la introducción de energías renovables por el desorden urbanístico existente y la disparidad en los criterios de construcción. • Residuos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Falta de servicios e instalaciones para la correcta gestión de los residuos (principalmente en los polígonos industriales) ○ Poca sensibilización y concienciación para la minimización, valoración y reciclaje de residuos a nivel empresarial y de la población. ○ Falta de servicios centrales o mancomunados a nivel de polígonos para mejorar la gestión de los residuos (peligrosos/industriales/asimilables a urbanos) y reducir los gastos económicos. ○ Poco aprovechamiento de los residuos generados por las empresas como recursos para procesos productivos (bolsa de subproductos) ○ La mala planificación y la dispersión de los polígonos dificultan la gestión adecuada de los residuos industriales. • Agricultura <ul style="list-style-type: none"> ○ Envejecimiento del sector que trabaja en la agricultura. ○ Escasez de ayudas al campo ○ Sector en crisis permanente desde 1970 ○ Sobreexplotación y contaminación de los acuíferos. ○ Contaminación de la capa freática por el uso de productos fitosanitarios. ○ Falta de una planificación en los usos del suelo u ordenación del territorio. • Movilidad <ul style="list-style-type: none"> ○ Adaptación de las vías solo para vehículos a motor. ○ En horas punta existen problemas de tráfico. ○ Hábitos de circulación (utilización individual del vehículo, técnicas de conducción, etc.) ○ Falta de una red de transporte sostenible ○ Falta red que comunique directamente todos los municipios. ○ Falta conexión de núcleos urbanos y centros de producción. ○ Costos elevados del transporte público. ○ No hay continuidad entre los diferentes tramos de carril bici. ○ Carril bici discurren por exterior de municipios “vías verde” ○ No recorre los núcleos urbanos. ○ No llega a los núcleos de producción. ○ Falta de una infraestructura de aparcabici ○ Servicios públicos de préstamo heterogéneos e incompatibles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Medio natural: <ul style="list-style-type: none"> ○ Variedad de elementos paisajísticos. ○ Espacios naturales con elevado valor paisajístico y ecológico. ○ Capacidad hídrica suficiente para mantener los corredores verdes. ○ Medio forestal con elevado valor ecológico. ○ Usos del medio forestal de ocio y esparcimiento. • Energía: <ul style="list-style-type: none"> ○ Excelentes condiciones climáticas para la implantación de energías renovables (principalmente solar) ○ Creciente incremento de la concienciación ambiental y energética en la población ○ Auge de las empresas relacionadas con los servicios energéticos, energías renovables, etc. • Residuos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aumento en la sensibilización ciudadana y empresarial acerca de los problemas generados por los residuos. ○ Mayor concienciación y uso de los sistemas de reciclaje de residuos por parte de la población. ○ Incremento de la presión social contra aquellos que generan impacto ambiental por una gestión incorrecta de los residuos ○ Auge de las empresas relacionadas con los servicios energéticos, energías renovables, etc. • Agricultura: <ul style="list-style-type: none"> ○ No existen condicionantes climáticos para el desarrollo de la agricultura. ○ Capacidad de suelo alta o muy alta. ○ Calidad de los productos agrícolas. ○ Valor cultural, paisajístico y agrícola características de <i>l’Horta</i>. • Movilidad: <ul style="list-style-type: none"> ○ Existe una importante red de comunicación ○ Las distancias entre municipios y a los principales centros de mercancías son pequeñas (puerto, aeropuerto) ○ Buena conexión de los municipios con la capital ○ Infraestructuras existentes en perfecto estado 	<p>I N T E R N O</p>

AMENAZAS	OPORTUNIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Medio natural: <ul style="list-style-type: none"> ○ Intrusión marina. ○ Fragmentación del territorio. ○ Propiedades de baja rentabilidad. ○ Utilización de los barrancos como vertederos. ○ Cambio de uso del suelo. ○ Mecanización de la agricultura. ○ Sistema de riego a manta. ○ Sistema de riego poco eficiente. • Energía <ul style="list-style-type: none"> ○ Desaparición de las ayudas económicas destinadas a la instalación de energías renovables en las empresas debido a la crisis. ○ Incremento del precio de la electricidad y los carburantes • Residuos <ul style="list-style-type: none"> ○ Saturación de los vertederos y las plantas de tratamiento que operan en la comarca. ○ Incremento de las tasas de gestión de los residuos urbanos, industriales y peligrosos ○ Nuevas directivas y leyes mas restrictivas con la generación y gestión de los residuos que obligan a hacer cambios en las empresas (inversiones económicas) • Agricultura <ul style="list-style-type: none"> ○ Desaparición de las ayudas a la agricultura ○ Aparición o fortalecimiento de nuevos competidores en la exportación de productos agrícolas ○ Mecanización de la agricultura. ○ Cambio de cultivo de regadío. • Movilidad <ul style="list-style-type: none"> ○ Posible establecimiento de empresas que aumente de manera considerable la densidad del tráfico. ○ Hábito cultural de utilización del transporte privado ○ Desequilibrio en los horarios de trabajo en las mismas empresas de un polígono industrial que dificulta el uso del transporte público ○ Se utiliza el carril bici como ocio y esparcimiento ○ No se utiliza la bici como medio de transporte limpio ○ No existen carriles bici como tal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Medio natural: <ul style="list-style-type: none"> ○ Nuevos usos del medio forestal. ○ Nuevos usos para los restos vegetales. ○ Sector inmobiliario estancado. • Energía <ul style="list-style-type: none"> ○ Nuevos nichos de empleo relacionados con la eficiencia energética, energías renovables, etc. ○ La crisis fomenta el ahorro económico y energético y la gente es más receptiva a instalar medidas reductoras de consumo. ○ Gran margen de reducción del gasto energético debido a la falta de implantación de medidas ahorradoras de energía. ○ Ahorro económico a corto y medio plazo tanto para las familias como para la empresa. Posibilidad de destinar ese dinero para reinvertir en innovación, modernización de la empresa, etc. • Residuos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Introduciendo los análisis de Ciclo de Vida (ACV) y el ecodiseño en los procesos productivos contribuirá a una reducción en la generación de residuos y a ahorros en materias primas para las empresas. ○ La crisis ha incentivado el ahorro de materias primas, la minimización de residuos y su valoración tanto en empresas como en la ciudadanía. ○ Aparición de nuevos materiales fácilmente biodegradables o reutilizables que disminuyen los efectos negativos de los residuos. • Agricultura: <ul style="list-style-type: none"> ○ Reconocimiento de la calidad de los productos agrícolas. ○ Empuje de la agricultura ecológica (nuevo nicho de empleo y oportunidades) ○ Rejuvenecimiento y cambio de perfil del trabajador agrario (mayor formación y capacidad emprendedora) ○ La situación actual fomenta el desarrollo de la agricultura. • Movilidad <ul style="list-style-type: none"> ○ Baja densidad de tráfico ○ Proximidad a los principales núcleos de comunicación ○ Posibilidad de creación de una empresa destinada al transporte sostenible ○ Nuevos métodos de transporte en la situación actual ○ Situación actual de crisis que fomente el uso de transporte público. ○ Empresas con interés en el transporte público. ○ Buen clima y meteorología para el transporte a pie o en bici ○ Proximidad en los núcleos urbanos e industriales 	<p>E X T E R N O</p>

ASPECTOS SOCIALES

Una de las características que destacan de esta comarca, y que es necesario tener en cuenta a la hora de diseñar acciones para implementar de forma integrada y sistémica, es la distribución geográfica de los municipios en diferentes “islas poblacionales”, así pues, encontramos por un lado los municipios de Manises, Mislata y Quart de Poblet, que se localizan al otro lado de la A3; Alaquàs, Aldaia, Xirivella, Torrent, Picanya y Paiporta, que conformarían otro núcleo de poblaciones próximas; un tercer grupo de municipios como serían Lloc Nou de la Corona, Sedaví, Massanassa, Benetússer, Alfafar, Catarroja, Albal y Beniparrell, que conforman un núcleo continuo de población articulado en torno a la Carretera Real De Madrid y por último, otros tres municipios hacia el sur y un poco más alejados de este tercer grupo que serían Picassent, Silla y Alcàsser. Esta localización marca la idiosincrasia de la comarca, donde podemos encontrar diferentes realidades físicas y socioeconómicas, como veremos más adelante.

DATOS DEMOGRÁFICOS

En un análisis más pormenorizado de la comarca, y teniendo en cuenta los últimos estudios del observatorio comarcal de la Mancomunidad de l’Horta Sud, podemos destacar los siguientes datos referidos a la distribución de la población durante el año 2010-2011:

Localidad	Hombres	Mujeres	Total
Alaquàs	14952	15283	30235
Albal	7864	7912	15776
Alcàsser	4806	4633	9439
Aldaia	15357	15288	30645
Alfafar	10056	10461	20517
Benetússer	7676	7614	15290
Beniparrell	835	968	1803
Catarroja	10294	13753	24047
Lloc Nou de la Corona	86	73	159
Manises	15214	15533	30747
Massanassa	4483	4503	8986
Mislata	21414	22243	43657
Paiporta	12210	12088	24298
Picanya	5564	5697	11261
Picassent	10161	9926	20087
Quart de Poblet	12511	12938	25449
Sedaví	4926	5166	10092
Silla	9618	9595	19213
Torrent	40511	40199	80710
Xirivella	15230	15175	30405
Totales Comarca	223768	229048	452816

Tabla - Población comarca Horta Sud - Año 2011. Fuente: Observatorio Comarcal de l’Horta sud

Como ya habíamos adelantado en el apartado de “Ámbito Geográfico”, y según muestra la tabla, los municipios que concentran más población en la Comarca son Torrent, en primer lugar, seguido Mislata, Manises, Aldaia y Xirivella. En el otro

extremo se encuentran municipios como Lloc Nou de la Corona, con tan solo 159 habitantes y Beniparrell, que no llega a los 2.000. Este hecho la convierte en una comarca con un reparto de la población desigual, y, por tanto, con una realidad particular, tanto social como económica, que es necesario tener en cuenta a la hora de aplicar programas y acciones de desarrollo integrado.

En cuanto a las cifras de población por sexo, en el siguiente gráfico y tabla se observa que no existen grandes diferencias entre el número de mujeres y hombres en nuestra comarca, sobre todo en el grupo de edad desde los 25 años hasta los 70, si bien, también se abre una brecha a partir de esta edad, siendo mayor el número de mujeres que de hombres, lo que se explica por la mayor esperanza de vida de la mujer.

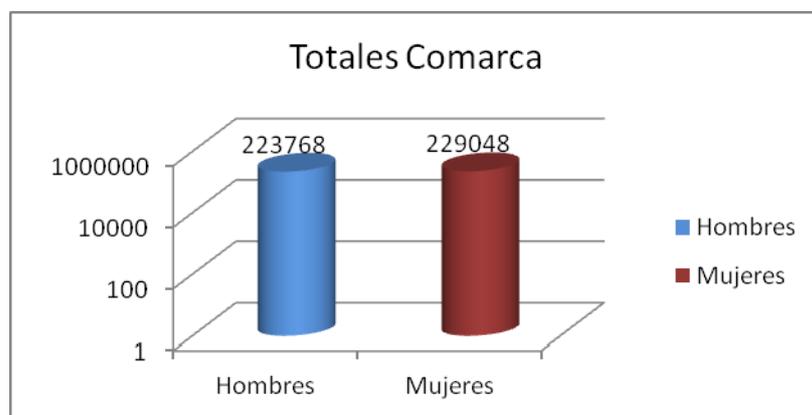


Figura – población por sexo. Fuente: Elaboración propia

Edad	00-04	05-09	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	>85
hombres	14200	12858	11190	11648	13266	16914	21392	20801	19573	16815	14641	12331	10855	8733	7020	5595	3529	2407
mujeres	13175	11946	10573	10667	12306	16449	21737	20738	18275	16287	15373	12648	11807	9810	8433	7717	5980	5127
total comarca	41575	37662	32982	33860	38528	50068	66278	64201	57530	50043	44737	37351	33532	27383	22557	18981	13133	9244

Tabla – Población edad y sexo en la comarca en el año 2011
Fuente: Observatorio Comarcal de l’Horta sud

Partiendo de la pirámide de población de l’Horta Sud, a primera vista se observa que ésta adopta una forma típica de nuestras sociedades, caracterizada por un estrechamiento progresivo en la base, mientras que los grupos de mayor edad tienen mayor importancia. Como se muestra en la figura siguiente, existe un grupo de población menor de 20 años con menos peso, frente a un grupo de mayor edad (entre los 25 y 49 años) muy significativo, con pocas diferencias entre hombres y mujeres.

Por tanto en un primer acercamiento ya que puede observar que una de las características de la población que habita en la comarca es su progresivo envejecimiento, puesto que:

- El 14% aproximadamente de la población tiene más de 65 años y un 17% tiene entre 50 y 64 años. Lo que muestra que un 31% ha superado ya el medio siglo.
- La población con edades comprendidas entre 25 y 49 años representa el 42% de la población

- Solo un 26,61% tiene menos de 24 años, que supone la población que en un futuro más o menos inmediato puede sostener la comarca.

Asimismo, el asentamiento de la población inmigrante en la comarca ha supuesto una recuperación de la tasa de natalidad, que se sitúa en torno al 12%, según datos del INE de 2011. Además es hay que subrayar que la tasa de dependencia, es decir los menores de 15 años y mayores de 64 años ronda el 40%, lo que supone una cifra muy significativa de las necesidades sociales de la comarca y que se prevé irá aumentando en los próximos años.

Es importante tener presentes estos datos para diseñar las políticas de carácter social en l'Horta Sud, si lo que pretendemos es un modelo de desarrollo que esté basado en la calidad de vida de los habitantes de la misma.

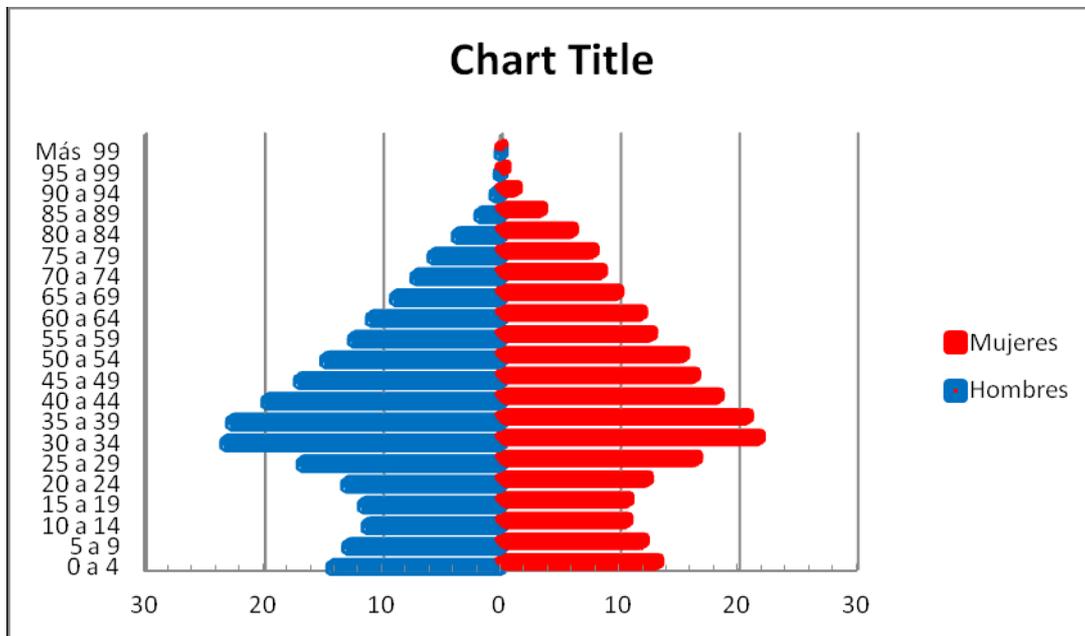


Figura – Pirámide de edad por sexos
(en miles de personas) Fuente: IVE. 2011

MERCADO LABORAL

La tasa media de desocupación de la comarca se situaba en el 16 por ciento en el año 2010. Valores muy elevados si los comparamos con los históricos de los años anteriores. Esta tasa, según los datos del SEPE, ha alcanzado el 17% en el 2011, más de dos puntos por encima de la tasa de paro de la comunidad (15,3%) y supera en más de 4 puntos a la tasa española (13,5%). En algunos casos esta cifra llega a superar el 18 por ciento (caso de Alfafar) de la población considerada activa calculado según las personas residentes entre 15 y 64 años de edad.

Según el siguiente gráfico, se observa que durante el último año, el desempleo ha ido aumentando en términos generales. Este progresivo aumento es debido a la crisis actual y al continuo cierre de empresas que está afectando no solo a la comarca sino a

todo el ámbito estatal. También es necesario aclarar que esta progresión ascendente se rompe durante los meses de junio y julio debido a las contrataciones que están ligadas al sector turístico y de hostelería, y por tanto con un carácter muy temporal.

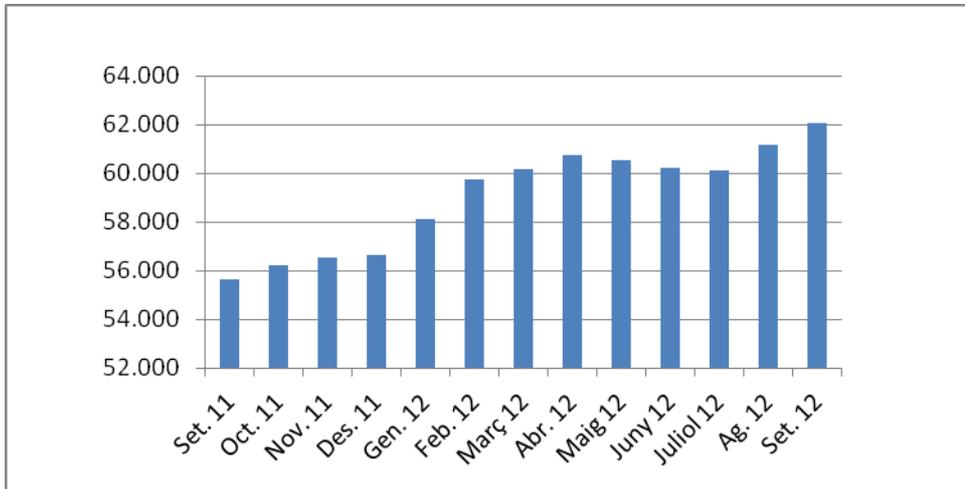


Tabla - Evolución del paro registrado en la comarca sep 2011 - sep 2012
Elaboración propia. Fuente: Gabinet Tècnic de CS CCOO PV a partir de dades de l'INEM i del SERVEF

ANÁLISIS POR SEXO

En los últimos años la brecha que diferenciaba el porcentaje de mujeres desempleadas frente a los hombres, ha descendido, por lo que podemos afirmar que el desempleo afecta con el mismo impacto en hombres y mujeres de la comarca.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Totales Comarca (hombres)	26767	27337	27769	27893	27464	27200	26983	27563	27781	28154	27990	28351
Totales Comarca (mujeres)	26119	26720	26853	26995	26917	27023	27107	27459	27878	28040	28525	28301
Totales Comarca	52886	54057	54622	54888	54381	54223	54090	55022	55659	56194	56515	56652

Tabla – Población desocupada por sexo – Evolución año 2011
Fuente: Observatorio Comarcal de l'Horta Sud

En los datos de la siguiente tabla del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) de octubre de 2012 que se muestran en la siguiente tabla vemos que la destrucción de empleo ha afectado con mayor intensidad a los hombres porque ha incidido más en los sectores masculinizados. Si bien el ajuste del empleo también lo sufren las mujeres, con menor intensidad, pero a un ritmo creciente, por el papel que ha jugado el gasto público en aquellas actividades en las que ellas tienen un peso importante, y porque la destrucción del empleo ha empezado a afectar a actividades del sector Servicios donde la participación de las mujeres es muy importante, como Comercio u Hostelería. Los cifras históricas del paro en España nos muestran que diez años atrás las diferencias en las cifras de paro de hombres y mujeres eran más evidentes, la tasa de paro de las mujeres (21,56%) duplicaba la de los hombres (10,34%). El 58% de las

personas en paro eran mujeres. En la actualidad, la mayor incidencia de la crisis entre los hombres ha incrementado sus cifras de paro en más de un 100% frente al incremento del 30% entre las mujeres, por lo que las diferencias se han acortado.

ANÁLISIS POR EDAD

En estos datos del Observatorio Comarcal de l'Horta Sud, vemos como el desempleo ha impactado en todas las franjas de edad, siendo de gran preocupación entre los jóvenes y personas mayores de 45 años, ya que encuentran mayores dificultades de acceso al mercado de trabajo. No obstante, y según los datos del SEPE de 2012 la mayor diferencia se encuentra en la franja de edad comprendida entre los 25 y 44 años, por ser este el grupo que tenía mayor índice de contratación y por tanto el más afectado por el continuo cierre de empresas de la comarca.

MUNICIPIOS	TOTAL	SEXO Y EDAD					
		HOMBRES			MUJERES		
		<25	25 - 44	>=45	<25	25 - 44	>=45
ALQUAS	4.382	226	1.067	801	181	1.177	930
ALBAL	2.182	109	565	396	85	671	356
ALCASSER	1.078	72	268	193	47	321	177
ALDAIA	4.568	254	1.204	847	220	1.203	840
ALFAFAR	3.100	164	811	600	153	799	573
BENETUSSER	2.110	100	542	444	94	500	430
BENIPARRELL	247	13	64	54	12	59	45
CATARROJA	3.516	151	896	588	146	1.069	666
LLOC NOU DE LA CORONA	19	1	6	5	1	4	2
MANISES	4.288	221	1.115	862	196	1.134	760
MASSANASSA	1.163	66	304	215	47	322	209
MISLATA	5.724	280	1.418	1.033	226	1.554	1.213
PAIPORTA	3.351	168	810	586	142	1.022	623
PICANYA	1.142	63	252	225	53	302	247
PICASSENT	2.405	134	626	445	130	685	385
QUART DE POBLET	3.636	221	886	747	182	859	741
SEDAVI	1.286	64	299	284	37	317	285
SILLA	2.736	159	697	530	125	704	521
TORRENT	10.999	666	2.821	2.066	596	2.831	2.019
XIRIVELLA	4.059	233	1.031	776	188	1.024	807
Total Comarca	61.991	3.365	15.682	11.697	2.861	16.557	11.829
% respecto a la comarca		5,43%	25,30%	18,87%	4,62%	26,71%	19,08%

Tabla - Número de desempleados por sexo, edad y municipio. Fuente: SEPE (Octubre 2012)

ANÁLISIS POR SECTORES DE ACTIVIDAD

En la tabla siguiente se aprecia que la mayor tasa de paro afecta a los servicios (58,77%), seguida por la industria, con un 18,40% y la construcción (13,97%). Esta situación se debe a la mayor orientación al sector servicios, y al gran número de empresas que cierran, sobre todo en lo que se refiere al comercio local, que está siendo azotado en mayor medida por la crisis y el descenso del consumo.

MUNICIPIOS	TOTAL	SECTORES				
		AGRICULTURA	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	SERVICIOS	SIN EMPLEO ANTERIOR
ALQUAS	4.382	58	921	572	2.496	335
ALBAL	2.182	52	551	243	1.234	102
ALCASSER	1.078	37	224	167	588	62
ALDAIA	4.568	43	1.068	674	2.481	302
ALFAFAR	3.100	62	630	331	1.903	174
BENETUSSER	2.110	29	456	255	1.264	106
BENIPARRELL	247	6	55	32	141	13
CATARROJA	3.516	56	702	373	2.212	173
LLOCNOU DE LA CORONA	19		4	3	11	1
MANISES	4.288	55	723	692	2.608	210
MASSANASSA	1.163	18	210	119	768	48
MISLATA	5.724	81	680	736	3.732	495
PAIPORTA	3.351	45	594	495	1.959	258
PICANYA	1.142	32	167	131	722	90
PICASSENT	2.405	61	465	341	1.373	165
QUART DE POBLET	3.636	66	590	576	2.171	233
SEDAVI	1.286	18	266	133	815	54
SILLA	2.736	35	630	342	1.548	181
TORRENT	10.999	244	1.775	1.820	6.033	1.127
XIRIVELLA	4.059	85	694	628	2.372	280
Totales comarca	61.991	1.083	11.405	8.663	36.431	4.409
% respecto a la comarca		1,75%	18,40%	13,97%	58,77%	7,11%

Tabla - Paro registrado por sectores de actividad. Fuente: SEPE (Octubre 2012)

PERCEPCIÓN DE LO LOCAL

En cuanto a la percepción de lo local que tienen los actores, no podemos obviar el marco social, geográfico e institucional del mapa comarcal de l'Horta Sud. En primer lugar el territorio se ubica en un espacio metropolitano que viene definido por la ciudad de Valencia, por lo que obliga a considerar este territorio como un espacio no aislado, que combina las características de comarca y de metrópoli. En segundo lugar existe una dicotomía entre la concepción unitaria de l'Horta y la configuración de diferentes "subcomarcas" en ella formadas por las poblaciones más próximas o "islas poblacionales", y que ya hemos nombrado anteriormente. Por último, las dificultades para su vertebración dado que su dispersión y escasa articulación interna resultan evidentes, tanto a nivel geográfico, como de comunicaciones, equipamientos comunes o servicios institucionales. Por poner un ejemplo que constata esta falta de integración institucional, en la comarca existen cinco oficinas del SERVEF a los que están adscritos los 20 municipios de la comarca siguiendo criterios de proximidad (Alaquàs, Catarroja, Quart de Poblet, Silla y Torrent).

Por tanto nos encontramos con un territorio con dificultades de vertebración en el marco socioinstitucional y geográfico, que dificulta también la concepción unitaria de comarca por parte de sus habitantes.

En la actualidad, en la comarca de l'Horta Sud, es posible identificar un sentimiento de pertenencia vinculado sobre todo al municipio, que toma forma a través de las numerosas asociaciones locales (culturales, festivas, deportivas, de jubilados, amas de casa, etc.). Sin embargo éste tiene poca incidencia en el ámbito supralocal, como lo demuestra la encuesta realizada por el equipo de Natura y Cultura a 150 personas de la comarca de diferentes sexo, edades y municipios. De esta consulta se extraen cuatro aspectos a subrayar:

1. La falta de conocimiento de entidades como la Mancomunitat de l'Horta Sud y los servicios que ofrece (teniendo en cuenta que es el único organismo institucional que aglutina a los 20 municipios de la comarca)
2. La desinformación que existe sobre los eventos culturales, recreativos y de ocio dentro de la propia comarca.
3. Un importante número de entrevistados/as señala sentirse poco orgulloso de pertenecer a esta comarca, y otros afirman sentirse indiferentes, porque no tienen el sentimiento de pertenecer a l'Horta Sud.
4. En el caso de que se comercializasen productos o servicios bajo el paraguas de la marca de l'Horta Sud, el 90% ha afirmado que los compraría con el fin de ayudar al desarrollo económico de la comarca.

No obstante, desde este ámbito supramunicipal han surgido en los últimos años iniciativas como son las centradas en el fomento del empleo y el emprendedurismo (Acord Comarcal per la Ocupació de l'Horta Sud y Mancomunitat de l'Horta Sud), otras

actuaciones han ido encaminadas a ofrecer servicios con el fin de paliar necesidades sociales, como las dirigidas a mayores e inmigrantes (Mancomunitat de l’Horta Sud), orientadas a fomentar la actividad turística y poner en valor los recursos culturales y naturales de nuestra comarca la guía “*La comarca de L’Horta Sud: Ecoguía d’itineraris ambientals i culturals*” (Institut d’Estudis Comarcals de l’Horta Sud) o el Museo Comarcal de l’Horta Sud Josep Ferris March, gestionado por el consorcio de la Fundació l’Horta Sud, Mancomunitat de l’Horta Sud, Ajuntament de Torrent y Caixa Rural de Torrent, que desde el año 2000 intenta profundizar en nuestra identidad como Comarca.

Si bien no podemos considerar estas iniciativas como integradoras de la población. A nuestro entender, estas, y otras iniciativas, que han aparecido en la comarca de l’Horta Sud necesitan vertebrarse en un plan que diseñe acciones para su promoción económica y la mejora de la calidad de vida, y que tenga incidencia como parte de una estrategia de desarrollo comarcal, mediante la conservación y difusión del patrimonio cultural y natural, del tejido productivo y los servicios que esta comarca es capaz de ofrecer.

Es por ello que es **necesario aprovechar la proximidad y las sinergias territoriales locales para promover el sentimiento local de comarca, es decir, aunar esfuerzos por el desarrollo de un territorio común.** Para conseguirlo es necesario crear una marca territorial que nos identifique como comarca y que esté basada en estrategias de sostenibilidad local para conjugar el desarrollo económico de l’Horta Sud con la mejora del bienestar social y la conservación de su entorno ambiental, poniendo en valor y comunicando activamente a sus ciudadanos y al mercado potencial (consumidores, inversores, turistas,...) nuestras potencialidades y calidad de vida.

TABLA DAFO: ASPECTOS SOCIALES

DEBILIDADES	FORTALEZAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Altas tasas de desempleo • Falta de objetivos comunes comarcales (liderazgo compartido) • Dispersión geográfica de grupos de municipios de la comarca (islas poblacionales) • Difícil vertebración comarcal • Falta un sentimiento de identidad comarcal • Falta una marca territorial que ayude a crear una identidad de comarca • Falta de asociacionismo empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> • Comarca en constante evolución, municipios punteros en estrategias de crecimiento, desarrollo e innovación • Situación estratégica por su localización y por ser una de las puertas de entrada a la ciudad de Valencia • cercanía a la ciudad • Importante retención de gasto en bienes de consumo diario. Un alto porcentaje del gasto se realiza en el propio municipio • Disponibilidad de numerosos espacios y centros para uso de formación en la comarca (Ej. CEIP Jaume I de Alfafar). 	I N T E R N O

AMENAZAS	OPORTUNIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Dispersión de actuaciones en el ámbito comarcal. • Impacto de las actuaciones centrales y desvirtualización de la comarca, en base a actuaciones locales focalizadas. • Agentes actuando en diferentes direcciones, con diferentes intereses. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran ventana, oportunidad de abrir nuevas puertas. • Nexo de unión (cohesión social comarcal), efecto multiplicador de las actuaciones. Mimetismo. • Territorio “en barbecho”, terreno propicio para la germinación de nuevas ideas y nuevos perfiles profesionales. • Falta de coordinación de los planeamientos municipales. 	E X T E R N O

ASPECTOS ECONÓMICOS

RENTA FAMILIAR Y NIVEL ECONÓMICO

A falta de datos concretos de la comarca de l’Horta Sud sobre la renta familiar y la tasa de ahorro, podemos extrapolar los referidos a las familias españolas en el ámbito nacional, teniendo en cuenta que existe un comportamiento muy similar.

En el segundo trimestre del 2012 la renta disponible de las familias cayó un 3,2% hasta los 172.961 millones de € en términos brutos. Este descenso, que el Instituto Nacional de Estadística atribuye principalmente a la caída de los ingresos provenientes de los salarios, ha condicionado la tasa de ahorro familiar, que cayó un 9,6% entre abril y junio, y alcanzó su nivel más bajo de los últimos 6 años. La necesidad de “echar mano a la hucha” para hacer frente al aumento de gastos corrientes (hipoteca, luz, gas, etc.) han seguido minando aún más la ya debilitada tasa de ahorro de las familias.

Como muestra el gráfico, el ahorro de las familias sufrió una importante subida a partir del 2007, alcanzando su mayor histórico en el 2009 hasta llegar al 18,8% de la renta disponible. Este repunte tuvo su origen en el desbordamiento de los problemas financieros y el comienzo de la recesión. El temor a perder el empleo por el continuo cierre de empresas contrajo el consumo de los hogares, que comenzaron a “llenar la hucha” que, hasta entonces, y por la abundancia del crédito había estado vacía.

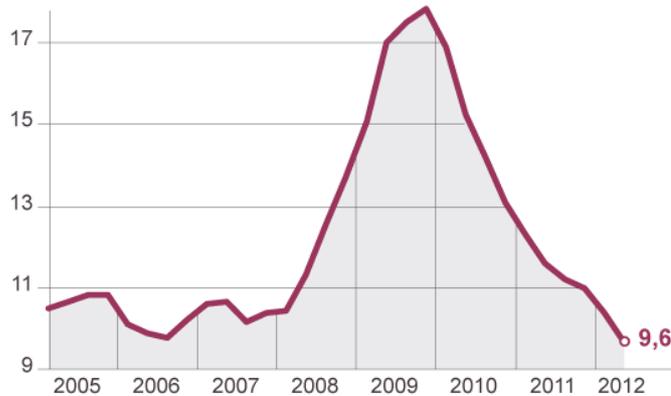
No obstante, con el paso del tiempo y el persistente deterioro de la situación económica y el mercado laboral, la crisis ha acabado por obligar a las familias a gastar las reservas. Y a esto se añade que los ingresos, bien sea por rentas, dividendos y/o los salarios, son cada vez menores.

En cuanto a la utilización de la renta disponible, las familias españolas, y por ende, las de nuestra comarca, han aumentado el consumo, sin embargo en un poco significativo 0,1%, según las estadísticas del INE del 2012.

En cuanto a la distribución secundaria de la renta, las familias han tenido que destinar una mayor parte de sus fondos a pagar impuestos por la subida del IRPF de finales del 2011 al mismo tiempo que cobraron menos por las transferencias corrientes. Así, mientras los pagos a Hacienda subieron en un 2,1%, el dinero recibido por ayudas cayó un nada despreciable 16%.

TASA DE AHORRO DE LOS HOGARES

Porcentaje sobre la Renta Disponible. Año móvil



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. / EL PAÍS

LA ECONOMÍA DE LA COMARCA SEGÚN SECTORES PRODUCTIVOS.

La perspectiva que se aborda en este apartado es fundamentalmente de carácter comarcal y no desde cada uno de sus municipios. Por esta razón, en la mayor parte de los casos, los datos y referencias municipales cobran sentido dentro de un análisis de comarca. Tal como se ha indicado en la metodología, no se ha profundizado en cada uno de los sectores productivos, sino que se ofrece un diagnóstico inicial cualitativo respecto a la realidad socioeconómica de l'Horta Sud, sus principales problemas y sus potencialidades. Esto nos ayudará, *a posteriori*, a realizar las propuestas para un cambio de modelo productivo basado en la sostenibilidad.

En términos generales, la comarca tiene una estructura productiva de fuerte potencial industrial y terciario y con un importante desarrollo de sectores productivos propios. Gran parte del tejido empresarial lo forman pequeñas y medianas empresas de carácter familiar.

En el trabajo de investigación desarrollado por el Acuerdo Comarcal por el Empleo, en colaboración con Florida Universitaria, del año 2012: "Diagnóstico de las capacidades de Innovación en las empresas de la comarca de l'Horta Sud", podemos destacar varios aspectos:

- La economía de la comarca está basada en su mayoría en el sector servicios.
- Más del 60 % de las empresas están dedicadas al sector terciario.
- La industria es el segundo sector en importancia a mucha distancia del sector servicios.
- El 20 % de las empresas están dedicadas a la industria seguido del sector de la construcción, en claro descenso en los últimos 4 años, que supone el 15 % de las empresas de la comarca.
- Solo el 2 % de las empresas se dedican ya a la agricultura. Lo que en tiempos pasados fue la labor principal de la comarca es hoy en día, una actividad prácticamente residual.

	Agricultura	Industria	Construcción	Servicios	Total
Alaquas	8	315	182	662	1167
Albal	11	171	88	334	604
Alcasser	22	115	60	152	349
Aldaia	14	339	154	756	1263
Alfafar	5	59	92	451	607
Benetusser	5	56	76	318	455
Beniparrell	3	220	33	213	469
Catarroja	17	189	149	735	1090
Lloc Nou de la Corona	0	1	1	3	5
Manises	15	281	159	792	1247
Massanassa	5	114	51	251	421
Mislata	4	72	185	680	941
Paiporta	16	138	147	413	714
Picanya	22	54	53	292	421
Picassent	69	118	108	398	693
Quart de Poblet	11	249	145	739	1144
Sedaví	4	62	51	242	359
Silla	13	253	108	474	848
Torrent	57	357	455	1542	2411
Xirivella	6	120	162	565	853
TOTAL	307	3283	2459	10012	16061
Porcentaje	1,9%	20,4%	15,3%	62,3%	100%

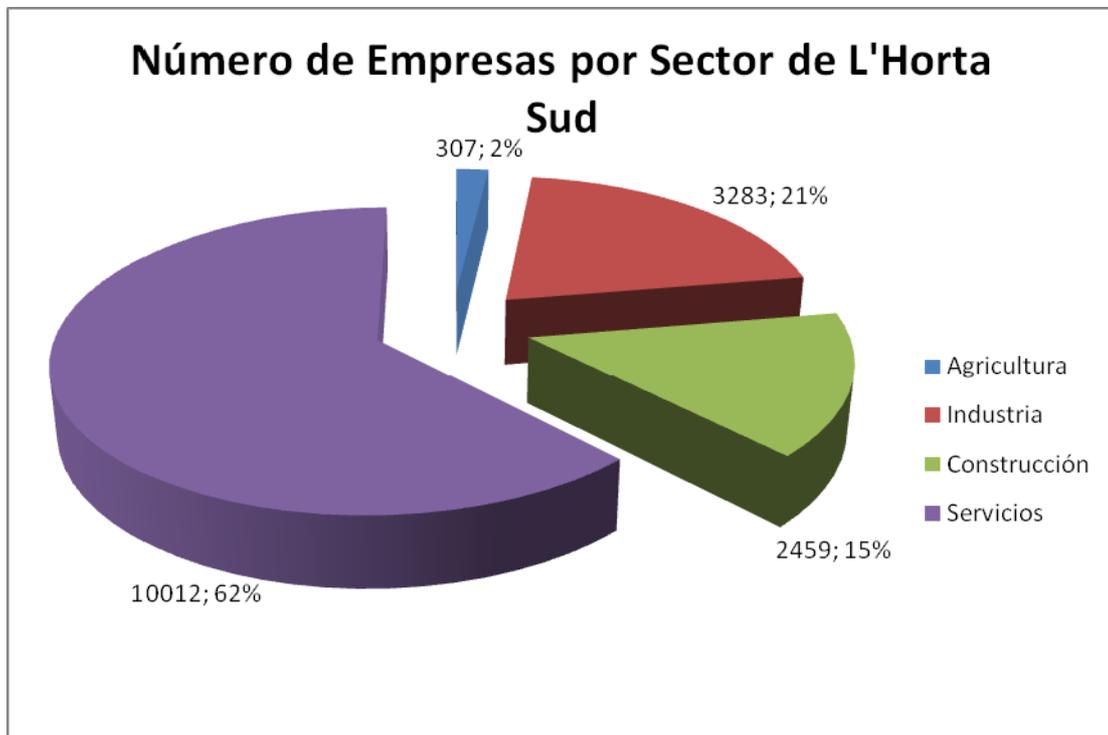


Tabla - Número de empresas por Población y Sector
Fuente: Elaboración propia desde datos de la Tesorería general de la S.S / Informe Caja España

En referencia al número de personas ocupadas, que tienen su empleo en las poblaciones de L'Horta Sud se muestra la siguiente tabla:

	Trabajadores Totales		Empresas Totales		Trabajadores Industria		Empresas Industriales	
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Alaquas	9.615	5,64	1.167	7,28	2.916	7,152	315	9,68
Albal	6.040	3,54	604	3,77	2.216	5,435	171	5,26
Alcasser	3.667	2,15	349	2,18	1.435	3,52	115	3,54
Aldaia	14.153	8,3	1263	7,88	4.207	10,32	339	10,4
Alfafar	6.521	3,82	607	3,79	486	1,192	59	1,81
Benetusser	3.295	1,93	455	2,84	430	1,055	56	1,72
Beniparrell	6.196	3,63	469	2,93	3.559	8,729	220	6,76
Catarroja	9.019	5,29	1090	6,8	2.082	5,107	189	5,81
Lloc Nou de la C.	14	0,01	5	0,03	6	0,015	1	0,03
Manises	14.563	8,54	1247	7,78	2.312	5,671	281	8,64
Massanassa	3.887	2,28	421	2,63	1.057	2,593	114	3,5
Mislata	7.779	4,56	941	5,87	788	1,933	72	2,21
Paiporta	7.309	4,28	714	4,45	1.442	3,537	138	4,24
Picanya	5.071	2,97	421	2,63	903	2,215	54	1,66
Picassent	8.271	4,85	693	4,32	2.475	6,07	118	3,63
Quart de Poblet	18.288	10,7	1144	7,14	5.347	13,11	249	7,65
Sedaví	3.447	2,02	359	2,24	581	1,425	62	1,91
Silla	12.463	7,31	818	5,1	2.851	6,993	223	6,86
Torrent	22.674	13,3	2411	15	4.354	10,68	357	11
Xirivella	8.323	4,88	853	5,32	1.324	3,247	120	3,69
TOTAL	170.595	100%	16.031	100%	40.771	100%	3253	100%

Tabla - relación trabajadores/as y empresas totales con los industriales por municipio
Fuente: Elaboración propia desde datos Tesorería general de la S.S.

A primera vista comprobamos como poblaciones con mayor número de habitantes acumulan también las mayores aglomeraciones de trabajadores en la industria como Torrent, Aldaia y Quart de Poblet. Llama la atención el caso de Quart de Poblet, que con más de 5.000 trabajadores y trabajadoras en el sector industrial es la población de la comarca con más personas empleadas en este sector a pesar de apenas llegar a los 26.000 habitantes.

También es significativo el caso de Beniparrell donde el número de trabajadores/as que acumula una población tan pequeña llega a ser muy significativo. Hay más 3.500 personas trabajando en dicha población en la cual hay censados no más de 2.000 habitantes. Eso nos muestra claramente el importante grado de actividad industrial de esta población si lo comparamos su población total.

La acumulación de zonas industriales que aglutinan entre Aldaia y Alaquàs (debido a su proximidad) es la mayor concentración de empresas industriales de la comarca. Entre las dos localidades suman más de 600 empresas dedicadas este sector.

LOS SECTORES MÁS DESTACADOS

COMERCIO

El comercio al por mayor y al detalle son actividades mayoritarias entre el empresariado comarcal, por eso entre los dos sectores representan casi el 27% de las empresas ubicadas en la zona, y presentan un crecimiento evolutivo ascendente, en el

caso de comercio de producción asiática, sobre todo en municipios como Quart de Poblet y Manises.

Es importante destacar también, la iniciativa de emprendedores/as extranjeros en los últimos años, sobre todo a través de pequeña y mediana empresa perteneciente al sector comercial. Otras actividades importantes son la hostelería, también con un alto porcentaje de población de nacionalidad extranjera, y los sectores de reparación y venta de vehículo, y del transporte. Si bien nos atrevemos a afirmar, a falta de datos concretos en la comarca, que el número de inmigrantes en los últimos años está disminuyendo por la falta de empleo y prestaciones sanitarias, que han se han endurecido en los últimos meses. En la Comunidad Valenciana respecto a la evolución de la inmigración, el número de extranjeros residentes ha descendido por primera vez desde 1996, año en el que se inició el último «boom» migratorio. En el último año la Comunidad ha pasado de 893.759 a 880.782 extranjeros, según se desprende de los datos del Observatorio Valenciano de la Inmigración elaborados a partir del Padrón a 1 de enero de 2011 del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Por otra parte, la terciarización progresiva de la economía, y a pesar de la crisis en el sector industrial de la comarca, ha atraído efectivos del campo, reduciendo la participación del sector primario en la renta regional. Esto supone un cambio también, en la composición de la población de extranjeros temporeros, que es mucho menor en los últimos años. (Estudio: *“El fenómeno de la Inmigración extranjera y sus contextos en la comarca de L’Horta Sud”*, CCSI, 2007)

INDUSTRIA

La situación de la industria en la comarca está perfectamente representada en sus dos de los sectores más importantes y de los que poseen más volumen: **El Mueble y el Metal**.

Comprobando la situación de estos dos entendemos mejor la evolución que ha sufrido en los últimos años la industria en esta zona.

Según datos de FEMEVAL (Federación Empresarial Metalúrgica Valenciana) en los últimos 4 años el empleo relacionado con el sector industrial ha descendido un 30 por ciento mientras que el número de empresas se ha reducido en un 10 por ciento. Respecto al índice de producción descendió en el peor momento de la crisis (2º semestre de 2009) hasta un 30 por ciento aunque reconoce que los valores de los últimos meses indican que está repuntando la situación, aunque a un ritmo muy lento, gracias sobretodo al Subsector de la Automoción.

Son también las empresas que se decidieron hace años a dar el paso de internacionalizarse las que están superando en mejor medida este momento. Los datos del mueble arrojan un descenso del 45 por ciento en los empleos ocupados en este sector en los últimos años. El número de empresas dedicadas al Mueble o la Madera descendió en un 18 por ciento.

El sector exporta a día de hoy valores cercanos al 30 por ciento de la producción total. Hay empresas de la comarca que llegan a exportar hasta el 70 por ciento de su producción. El destino natural de las exportaciones de muebles de L'Horta Sud ha sido siempre la Unión Europea, pero en los últimos años se busca cada vez más nuevos destinos como China, Rusia, Países Árabes y Latinoamérica.

Desde FEVAMA se apunta que se ha dado el caso en muchas empresas de que, a pesar de tener una estrategia de innovación y/o internacionalización bien consensuada y definida, a causa de los problemas de financiación no han podido llevarlas a cabo y han tenido que cesar la actividad.

Se observa en ambos sectores como la caída del empleo ha sido porcentualmente muy superior a la caída del número de empresas. Este dato nos muestra claramente como el empleo industrial ha sido uno de los mayores sacrificados dentro de la situación actual. Muchas empresas se han visto obligadas a reducir su número de empleados a cambio de no cesar la actividad y buscar una optimización futura de los recursos utilizados para la explotación.

TURISMO

La actividad turística está experimentando un continuo crecimiento en las últimas décadas, y está convirtiéndose en uno de los sectores económicos mundiales que crece con mayor rapidez. Desarrollo y turismo van de la mano, lo que está permitiendo que sea un motor clave en el progreso económico.

Por otra parte, el turismo es una actividad que adquiere sus máximos niveles de calidad y competitividad cuando se vincula a modelos de sostenibilidad, modelos especialmente apoyados por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Los beneficios de la actividad turística, desde la perspectiva de la sostenibilidad, en las entidades locales están ampliamente descritos (López *et al.*, 2005) y entre ellos se destacan la creación de empleo, la diversificación económica y la cohesión económica mediante la conservación de los recursos locales. Elementos que convierten al turismo sostenible en una plataforma sobre la que se estructuran las estrategias de desarrollo de muchos países por su capacidad de impulsar el desarrollo regional (Wearing y Neil, 2000). La creación de empleo no solo es directa en el ámbito local sino que surge de forma indirecta en otras actividades que le dan apoyo (Pérez de las Heras, 1998).

La comarca de *L'Horta Sud*, es un potencial destino turístico por ser un territorio con recursos susceptibles de la actividad turística. Pero, es importante considerar que no todos los territorios con recursos turísticos se pueden considerar destinos turísticos. Los recursos (naturales y culturales) deben de estructurarse e integrarse con un conjunto de servicios y configurar productos turísticos que sean de interés para los visitantes.

Consideremos que de entre todos los municipios de la comarca solo tres disponen de la figura de Municipio Turístico: Manises, Silla y Torrent. Manises fue el primero en conseguirlo, en el año 2000 mediante Decreto 72/2000, de 22 de mayo. Unos años

más tarde, fue Silla al que otorgaron esta declaración, Decreto 14/2011, de 18 de febrero. Torrent ha conseguido recientemente esta distinción (2012).

Por otra parte, en la comarca existen tres fiestas declaradas de Interés Turístico Autonómico: la Fiesta de la Cerámica, en Manises, y que tiene lugar desde el 28 de junio hasta el 20 de julio; la Cabalgata de la Cerámica, que forma parte de la anterior, y que se celebra el 18 de julio concretamente; y por último la Festividad de la Semana Santa de Torrent, cuya fecha varía según el año. Además, hay algunas declaradas en ámbito provincial como el *Cant de la Carxofa*, de Alaquàs, y la Semana Santa de Benetússer.

Por último, aquellas de Interés Local: la *Passejà de Sant Onofre de Quart de Poblet*; la *Baixà del Crist de los Necesitados* de Aldaia y *les Festes en honor al Santíssim Crist* de Silla.

En la comarca, como se ha indicado, existen elementos culturales, paisajísticos, patrimoniales, gastronómicos, etc., que son susceptibles de convertirse en atractivos turísticos. En el 2011 la Mancomunitat de l’Horta Sud puso en marcha el “Programa de Análisis y Fomento de los Recursos Turísticos de la Comarca de l’Horta Sud” a través de un Salari Jove. Este programa dio como resultado la creación de un inventario de los recursos turísticos de cada municipio de la comarca, y su publicación en la página Web de la Mancomunitat para su consulta y divulgación.

De este informe también se extraen que existe un total de 164 recursos catalogados, de los cuales 114 son de carácter arquitectónico, 25 recursos estarían relacionados con la cultura popular y, por último, 25 estarían relacionados con el paisaje.

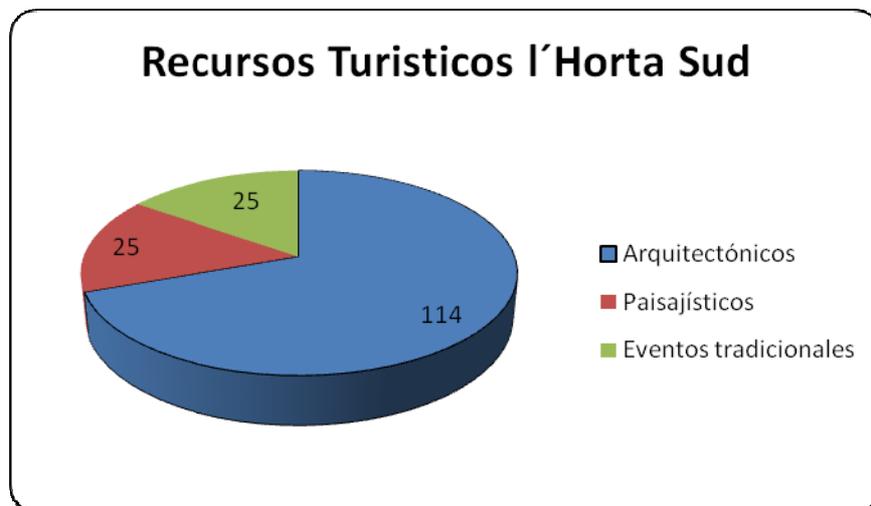


Gráfico – clasificación de los recursos turísticos

En lo relativo a la oferta de servicios asociados al turismo, en la siguiente tabla se muestra el número de plazas hoteleras que es de 2.699, además de las 424 que suman entre pensiones, hostales y apartamentos. El perfil de clientes que se aloja en la comarca es sobre todo relacionado con turismo de negocio, y turistas que no han

encontrado alojamiento en la ciudad de Valencia, y que aprovechan la comarca por la cercanía.

MUNICIPIO	HOTELES	HOSTALES	PENSIONES	APARTAMENTOS
Alaquàs	177	-	-	-
Albal	-	-	-	-
Alcàsser	-	-	-	-
Aldaia	422	-	-	-
Alfajar	577	-	-	-
Benetússer	102	-	4	-
Beniparrell	-	64	-	-
Catarroja	115	-	-	-
Lloc Nou de la Corona	-	-	-	-
Manises	540	-	14	-
Massanassa	-	-	-	-
Mislata	-	-	-	-
Païporta	-	24	-	-
Picanya	173	-	34	-
Picassent	-	-	16	-
Quart de Poblet	252	-	-	-
Sedaví	-	-	-	-
Silla	66	52	89	-
Torrent	275	33	10	22
Xirivella	-	-	6	6
Totales	2699	173	173	28

Tabla : Número plazas de alojamiento.
Elaboración propia. Fuente: IMPACTUR 2009

MUNICIPIOS	Nº RESTAURANTES	Nº AGENCIAS DE VIAJES
Alaquàs	43	6
Albal	30	4
Alcàsser	7	1
Aldaia	64	8
Alfajar	40	2
Benetússer	23	7
Beniparrell	22	1
Catarroja	56	10
Lloc Nou de la Corona	-	-
Manises	59	7
Massanassa	19	2
Mislata	46	13
Païporta	25	9
Picanya	14	1
Picassent	24	4
Quart de Poblet	50	7
Sedaví	23	6
Silla	57	2
Torrent	113	14
Xirivella	37	10
Totales	752	114

Tabla - Servicios complementarios (restaurantes y agencias de viaje)

Por ello, y en base a los recursos y capacidades locales (corredor mediterráneo, la cercanía a la ciudad de Valencia, la oferta de cruceros que atraen cada vez más turistas a Valencia, etc.) el turismo se perfila como una actividad productiva de futuro. Pero para ello es necesario plantear una estrategia de desarrollo turístico para la comarca que permita recuperar el patrimonio y la identidad comarcal, cohesionar el territorio, además de crear nuevas oportunidades de empleo.

Recientemente se ha puesto en marcha el Centro Ambiental El Vedat, con vocación de promover la sostenibilidad en la comarca. Una de sus líneas de trabajo es la promoción e impulso de la actividad turística sostenible en la comarca, tanto en la creación de productos, como en la formación de técnicos y el desarrollo de la actividad de ocio-recreo e interpretación del patrimonio natural y cultural de la comarca. Por otra parte, cuenta con 56 plazas de alojamiento y cafetería.

En base a los recursos numerosos existentes y a las características territoriales y poblacionales es viable el desarrollo de productos turísticos sostenibles específicos para la comarca, siguiendo metodologías ya establecidas (Pérez de las Heras, 1998; López, 1999 y 2002) que se fundamentan en modelos de integración de los recursos locales y de búsqueda de la excelencia para favorecer la competitividad.

En la tabla DAFO, en un apartado específico por la perspectiva de este sector, se indican los elementos más significativos que pueden ayudar a orientar las directrices para impulsar la actividad turística, recreativa y cultural y establecer los programas necesarios para su consecución:

CREDITO Y EMPRESA

Según la encuesta periódica de las Cámaras de Comercio en nuestra comunidad, tan solo un 27,7% de las pymes se decidieron a pedir dinero a un banco para poder desarrollar su actividad. Este dato se refleja en la tendencia decreciente que ya comenzó a inicios de año, de prestamos a la PYME. Muchos empresarios han tenido ya la experiencia de la denegación de pólizas de crédito y declinan acercarse a la entidad financiera. Porque de ese pequeño porcentaje que solicita créditos no todos los consiguen. Las denegaciones alcanzaron el 25,5%. El principal motivo de las negativas es que los bancos consideran insuficientes las garantías, una razón que explica el 65,7% de los rechazos.

Los bancos han reforzado las garantías para conceder créditos, a lo que se suma el recelo de los prestamistas a asumir nuevos riesgos. Para aquellos que logran conseguir financiación se imponen además costes más elevados. Según la encuesta de las Cámaras de Comercio, el 81% de las empresas advierte que se han incrementado los tipos de interés, cifra algo superior que en la anterior encuesta (81 %). Un 85,3% señala que han aumentado las exigencias de garantías y avales, y de este grupo, al 53,3% se le ha requerido garantía de carácter personal. Otro de los problemas que plantean las pymes son los gastos y comisiones, que para el 71% se han encarecido respecto al trimestre anterior.

Por otra parte la morosidad sigue siendo otro de los factores que ahogan a las pymes valencianas, y en particular a las de nuestra comarca. El sondeo de las Cámaras sobre el tercer trimestre ratifica que la problemática de la morosidad se mantiene. De las pymes que solicitaron recursos externos durante el período, el 73,5% experimentó un retraso en los pagos de sus clientes. El retraso medio de la demora se situó en torno a

los 5 meses. Además, las empresas manifiestan que los retrasos de pagos a su clientela hace seis meses y hace un año eran inferiores a las actuales.

De, las empresas proveedoras de la Administración Pública, el 55,1% ha tenido problemas a la hora de cobrar, cifra que ha bajado considerablemente respecto al trimestre anterior (75,3%). Los problemas principales para hacer efectivo el cobro se han presentado con la Administración local (29,5%), en segundo lugar con la autonómica (23,1%) y en último lugar con la Administración central (3,38%). Estos datos confirman la mejora, propiciada también por los pagos liberados a través del plan de pagos a proveedores habilitado por el Gobierno central para ayuntamientos y autonomías. No obstante, el retraso medio se sitúa en 6,5 meses para la Administración local, 6,2 meses en la autonómica y 7,1 meses en la central.

A pesar de esta situación asfixiante, el Instituto de Crédito Oficial supone un respiro a la hora de conceder. El 40,3% de las pymes demandantes de recursos externos ha solicitado líneas del ICO entre julio y septiembre. De ellas, el 78,8% obtuvo el crédito. Un 57,7% obtuvo la financiación por el importe requerido y un 21,2% en cuantía inferior.

Otras formas de financiación son las sociedades de garantía recíproca, a las que han recurrido un 2,5% de las pymes para obtener un aval. Un 11% ha usado la fórmula del «factoring» y el 17,5% el «confirming». «Un porcentaje muy reducido recurre a otros instrumentos, siendo el capital riesgo y los préstamos participativos los más empleados.

Si nos centramos en la comarca de l'Horta Sud, y según el estudio "Capacidades de innovación del tejido industrial en la Comarca de l'Horta Sud", publicado por el ACCO-Sud en el presente año, apuntan que:

- Existe una dificultad clara en la obtención de financiación de las empresas para realizar inversiones en I+D+i lo que hace que las empresas estén mas centradas en el día a día y no puedan destinar recursos para inversiones tales como maquinaria, trabajos de consultoría estratégica o la configuración de estructuras para la innovación.
- El sector industrial comienza a dar pasos en cuanto a la apertura de nuevos mercados, principalmente por al "agotamiento" del mercado nacional, pero no se atreven a dar el paso sobre todo por la ausencia de financiación por parte de las entidades financieras, que están provocándoles un estrangulamiento y una paralización de estas actividades de internacionalización.
- Desde FEVAMA se nos apunta que se ha dado el caso en muchas empresas de que, a pesar de tener una estrategia de innovación y/o internacionalización bien consensuada y definida, a causa de los problemas de financiación no han podido llevarlas a cabo y han tenido que cesar la actividad.

La situación respecto a la accesibilidad de créditos bancarios por parte de nuestras empresas es crítica, por tanto es necesario buscar alternativas de financiación que permita al tejido empresarial continuar con la actividad. Por ello es necesario poner en marcha actuaciones dirigidas a informar y asesorar a las pymes comarcales sobre otras vías de obtener liquidez, tanto a corto como a largo plazo (Business Angels, Avaales SGR, Capital Semilla, Banca ética, StartUps, Semilleros de Empresas..., etc.)

De ahí que cada vez afloran más iniciativas de apoyo a nuevas ideas y startUps, algunas de ellas las vimos en el Feracco, como fueron las presentadas por la LONJA DE INVERSIÓN del CEEI Valencia, CV. Bussiness Angels, Semilleros de Empresas, ...)

EMPRESAS Y MEDIO AMBIENTE

Toda actividad industrial y empresarial tiene como objetivo principal producir bienes y servicios para su consumo final. La industria se relaciona con el medio ambiente a través del consumo de materias primas, energía y agua, y de la producción de residuos, vertidos y emisiones a la atmosfera. Esta industrialización que nos ha permitido mejorar la calidad de vida de la población también ha generado gran cantidad de impactos negativos al medio ambiente.

Los polígonos industriales juegan un papel determinante dentro de nuestra comarca. Nos aportan puestos de trabajo y riqueza pero a su vez ocasionan importantes impactos ambientales que están deteriorando de forma importante el medio que nos rodea.

Observando los datos de la Comunitat Valenciana nos muestra que la superficie de suelo industrial es de 194.92 Km², sólo por debajo de Andalucía y por delante de Madrid, Aragón o Cataluña.

El sistema industrial valenciano está formado por unidades empresariales de pequeño tamaño (Pymes y micro-pymes en su mayoría), caracterizadas por una estructura gerencial elemental, principalmente familiar, con un nivel de desarrollo tecnológico medio-bajo.

A esta situación se le une una estructura organizacional fuertemente atomizada y una ausencia, prácticamente generalizada, de entidades de gestión y conservación de las áreas. Existe a su vez un cierto desinterés por la gestión ambiental de la empresa, que en contados casos va más allá de cumplir con las obligaciones que establece la legislación, añadido a un temor a toda lo relacionado con “ambiental” ya que piensan que va a comprometer la competitividad de la empresa, lo cual acrecienta los problemas de gestión medioambiental que las zonas industriales de l'Horta sud tiene.

La **falta de planificación y ordenación** de los polígonos industriales es la causante de muchos de los problemas que presentan hoy las áreas industriales. Un dato revelador es el siguiente: el total de la superficie industrial valenciana se divide entre 254 municipios cuando el número de parques industriales (712) es muy superior, hecho que descubre una fuerte dispersión consecuencia de una pobre planificación del suelo. En el caso de l'Horta sud la proporción es similar, 61 polígonos para 20 municipios.

Los polígonos de la comarca vienen de una situación heredada en los años 70-80. En muchos de los municipios se permitió el desarrollo de actividades sin que estuvieran planificadas para conseguir atraer actividad económica. No existía un control ambiental ni una planificación por tanto se fueron asentando empresas sin ningún tipo de control y de una forma desorganizada.

Por tanto, el modelo de desarrollo industrial ha favorecido un proceso de industrialización disperso, con áreas industriales pequeñas fuertemente dependiente de los recursos endógenos de los municipios y con un alto grado de especialización territorial. Este sin duda ha sido el inicio de otro de los graves problemas que presentan los polígonos de la comarca y es el **déficit de infraestructuras y servicios**.

Hay un importante número de áreas industriales que están desprovistas de equipamientos elementales y servicios como, por ejemplo, los transportes públicos. Además se hace muy difícil de suplir dichas carencias porque las áreas industriales son de pequeño tamaño y difícilmente pueden afrontar los costes de los servicios e infraestructuras necesarias, así como la gestión medioambiental de los mismos.

En otro orden de cosas, las deficiencias infraestructurales y urbanas del espacio industrial se agudizan aún más en el caso de los equipamientos de carácter ambiental. No existe una voluntad firme por parte de las empresas ni de las administraciones locales por suplir dichas carencias ambientales lo que denota una falta de interés por reducir el elevado impacto paisajístico y medioambiental que produce la actividad industrial y empresarial. Por consiguiente, se incrementa la dificultad de superar el retraso que tiene el tejido industrial valenciano con respecto al proceso de modernización ecológica.

La **modernización ecológica** de los sistemas de producción y, por tanto, de las empresas que conforman los polígonos industriales, se basa en compatibilizar el uso sostenible de los recursos naturales con el desarrollo económico. Esto se traduce, a la práctica, en incorporar la dimensión ambiental a la evaluación de procesos y servicios para disminuir al máximo su impacto ambiental.

Sin embargo, existen razones también para ser optimista ya que se están dando pasos dentro de nuestra comarca, cambios sobretodo en el entorno competitivo, que unidos a una mayor vocación emprendedora y exportadora de la industria valenciana son claves para reconducir la estrategia empresarial dando mayor prioridad a la calidad, innovación y al compromiso con el medio ambiente.

Este cambio de dinámica está siendo impulsado en parte por el endurecimiento de la normativa ambiental que obliga a las empresas a adoptar medidas para reducir su impacto con el medio ambiente. Asimismo, se aprecia un cambio de mentalidad hacia prácticas más sostenibles y respetuosas con nuestro entorno por parte de un cada vez mayor número de empresas.

Este responde al hecho de que aquellas empresas que quiera mejorar su competitividad deberán analizar su relación con el medio ambiente y en muchos casos reorientarla. La población exige cada vez más a las empresas mayores compromisos

con la sostenibilidad, esto se refleja en una mayor presión legislativa y también en el consumo de productos y bienes con menos impacto ambiental.

Por tanto el medio ambiente se debe entender por parte de las empresas como una **oportunidad**, no como una amenaza. Aquellas empresas que sepan adaptarse a estas nuevas exigencias serán las que se encuentren en una mejor posición competitiva en el mercado.

Actualmente las empresas han de afrontar la compleja tarea de generar beneficios en un mercado cada día más competitivo, dando trabajo estable y promoviendo el desarrollo económico y social de la región donde se ubica. A todo esto hay que sumarle la obligación de reducir los impactos que genera sus procesos productivos para poder cumplir con la legislación ambiental y la compleja situación económica por la que estamos atravesando a nivel nacional e internacional.

Ante este delicado panorama surge con fuerza otro nuevo concepto denominado **ecoeficiencia**, como principio básico para *“lograr una eficiencia económica a través de una eficiencia ecológica”*.

Se podría reducir su significado a producir más con menos recursos e impactos para el medio ambiente. Esto supone reinventarse y debe considerarse como una ocasión para hacer nuevos negocios, creando nichos de mercado sin descuidar la responsabilidad empresarial hacia el medio ambiente. Las empresas normalmente traducen el éxito en una mayor cantidad ventas, es decir más beneficio económico, pero para las empresas innovadoras el éxito van más allá, el éxito se sustenta en la mayor extensión posible de servicio otorgado, añadiendo *valor*, al producto y/o servicio ofrecido al mercado.

TABLA DAFO ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS

DEBILIDADES	FORTALEZAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Altas tasas de desempleo • Falta de capacitación profesional, tanto a nivel empresarial (altos mandos, gerencia, directivos...), como de los mandos intermedios • Falta de capacitación profesional de la población en general en sectores más profesionalizados o emergentes. • Falta de cultura emprendedora y empresarial, actitud reactiva, frente a preventiva y proactiva • Falta apoyo empresarial y de fomento del emprendedurismo • Falta un servicio de asesoramiento a emprendedores y tutorización empresarial • Tipología de empresa muy encorsetada (tradicional, familiar y sin capacidad de adaptación a los cambios) • Falta de objetivos comunes comarcales (liderazgo compartido) • Cultura de la subvención y el todo gratis muy arraigada, falta de la cultura de la inversión • Desaparición/detrimento de sectores tradicionales en la comarca (madera y mueble, construcción, ...) • Personas con baja cualificación, y experiencia en sectores obsoletos (ebanistería, albañilería, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comarca en constante evolución, municipios punteros en estrategias de crecimiento, desarrollo e innovación • Ecosistema abierto al cambio y evolución adaptativa, cultura del cambio • Gran cantidad de recursos locales potenciales (personas e infraestructuras) • Situación estratégica por su localización y por ser una de las puertas de entrada a la ciudad de Valencia • Situación estratégica en cuanto a comunicaciones terrestres, aéreas y marítimas • Buena red de carreteras comarcales • Cercanía a la ciudad • Importante retención de gasto en bienes de consumo diario. Un alto porcentaje del gasto se realiza en el propio municipio • Presencia de tejido empresarial e infraestructuras de polígonos industriales en casi todos los municipios • Elevado stock de infraestructuras industriales y suelo disponibles para atraer nuevas empresas. • Cultura exportadora arraigada en el tejido empresarial de la comarca y que ha cobrado importancia por la situación de crisis 	I N T E R N O

<ul style="list-style-type: none"> • Polígonos industriales insostenibles, de baja especialización, cierre de empresas • Falta de planificación de polígonos industriales de la comarca • Falta de comunicación entre los municipios tanto física (movilidad, transporte, accesos) como verbal • Dispersión geográfica de grupos de municipios de la comarca (islas poblacionales) • No existe una alternativa al transporte en vehículo privado • Falta una planificación global e integrada del transporte (bicis, autobuses, ...) que permita comunicar todos los pueblos de la comarca y ayude a la cohesión social • Estructura comercial centrada en la oferta de bienes de consumo cotidiano en detrimento de los bienes de consumo ocasional: oferta poco diversificada • Un tejido comercial que necesita mejorar en cuanto a imagen, calidad y servicio <p>Turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de un conjunto de productos turísticos definidos y estructurados en el ámbito de la comarca. • Falta de programas y estrategias de promoción turística. • Necesidades de formación específica de profesionales y técnicos en el sector del turismo sostenible. • El sector de la hostelería requiere adaptación e integración con el turístico. • Falta de hábitos en gran parte de la población al ocio-recreo cultural y natural. 	<p>Turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existencia de recursos naturales y culturales diversos. • Existencia de población formada en el sector del turismo. • Climatología favorable. • Buena comunicación intracomarcal y proximidad. • Existencia de numerosas empresas de servicio de transporte para grupos. • Amplia red de servicios de restauración que pueden cubrir la demanda turística local. • Red incipiente de carriles bici. 	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Dispersión de actuaciones en el ámbito comarcal. • Impacto de las actuaciones centrales y desvirtualización de la comarca, en base a actuaciones locales focalizadas. • Agentes actuando en diferentes direcciones, con diferentes intereses. • Impacto de los países asiáticos, polígonos industriales y comercios locales, totalmente colonizados por los chinos. • Los centros comerciales más próximos como el MN4 de Alfafar-Sedaví y el de Bonaire de Aldaia y el C.C. Gran Turia de Xirivella son competidores directos de los pequeños comercios. • Crisis económica que ha afectado al cierre de numerosas empresas. • Excesiva burocratización que dificulta la creación de nuevas empresas. • Actualización continua a la normativa vigente (subvenciones, carnets profesionales, colectivos de actuación, Servicio de copias de seguridad, auditoría de seguridad y gestión de los archivos de datos para cumplir la LOPD, etc.) • Falta de perspectiva a medio y largo plazo por parte de los gestores y responsables del desarrollo local, que permita planificar y ejecutar proyectos sostenibles. • Impactos ambientales de las grandes infraestructuras: ampliaciones de los Puertos Marítimos, autopistas, aeropuerto, polígonos industriales e implantaciones inmobiliarias <p>Turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia con otros programas ya en marcha, tanto en la ciudad de Valencia como en otras comarcas limítrofes. • Campañas intensivas orientadas al ocio vinculado a los espacios comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran ventana, oportunidad de abrir nuevas puertas. • Nexo de unión (cohesión social comarcal), efecto multiplicador de las actuaciones. Mimetismo. • Tierra en barbecho, terreno propicio para la germinación de nuevas ideas y nuevos perfiles profesionales. • Impulso de la Cultura del emprendimiento y la sostenibilidad • La crisis ha obligado a que las empresas sean más competitivas (mejoran la eficiencia, búsqueda de nuevos mercados, etc.) • Amplio margen de actuación para aplicar medidas de ecoeficiencia en las empresas ("terreno virgen") • Amplio margen de actuación para implementar software para el tercer sector. • Nuevas tendencias de la demanda que permiten el desarrollo de ofertas turísticas singulares en municipios preitorales, ligadas a valores culturales como la artesanía o determinados productos agropecuarios. • Falta de coordinación de los planeamientos municipales. • Excesivo individualismo y escasa coordinación municipal en iniciativas turísticas. • La ciudad de Valencia es un destino consolidado en turismo de reuniones, negocios, urbano y fiestas, lo que puede suponer un mercado potencial. <p>Turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proximidad a la ciudad de Valencia y a su atracción turística. • Buena comunicación con la ciudad de Valencia. • Área metropolitana bien poblada. • Interés por los gestores y responsables políticos. • Aumento de la sensibilidad ciudadana a ocio cultural, a la naturaleza y el deporte. • Las nuevas tecnologías y los modelos de comunicación social pueden utilizarse como elementos de difusión de la comarca como destino turístico. 	E X T E R N O

FORMACIÓN

El mayor número de personas desempleadas se encuentra en la primera etapa de educación secundaria sin título de graduado escolar o equivalente, seguido por personas que han superado esta etapa, y que sí poseen esta titulación.

Respecto a la profesionalización de las personas desempleadas cabe destacar, en base a estudios como el realizado por el Acuerdo Comarcal por el empleo, “Necesidades formativas y de contratación en la comarca de l’Horta Sud”, la necesidad existente de formación de personal cualificado, así como especializado en diferentes sectores emergentes. Esto es así porque las empresas que se han reorientado hacia sectores y actividades emergentes son las que más notan la dificultad de encontrar personal cualificado para las nuevas profesiones, tales como decoradores/as o interioristas, montadores/as de energía solar, técnicos/as de energías alternativas, monitores/as de comedor escolar, especialistas en turismo e interpretación, recepcionistas, terapeutas ocupacionales, nuevos métodos de odontología, domótica, etc....

De este estudio también se desprende que en las actividades tradicionales de la comarca sigue faltando personal cualificado en algunas de las profesiones ligadas a los sectores tradicionales, tales como soldadores/as, conductores/as, ebanistas, instaladores/as, cocineros/as, patronistas, chapistas, etc...., además de que en estos sectores aparecen nuevas demandas derivadas de las nuevas necesidades, tales como comerciales de venta, personal de atención al cliente, carretilleros/as y mozos/as de almacén, técnicos/as informáticos/as, técnicos/as de prevención de riesgos laborales y administrativos/as con dominio de idiomas.

Por otra parte, las empresas entrevistadas en los diferentes sectores apuntan que la formación impartida por el SERVEF o en los centros de FPII son insuficientes para la demanda del sector, por lo que son las propias empresas las que tienen que formar al trabajador/a en su puesto de trabajo.

En resumen, la falta de personal cualificado para los puestos que demandan las empresas de la comarca, unida a la escasa formación que se oferta en la actualidad hacen necesario el plantear un plan formativo adaptado a las necesidades empresariales de la comarca, que consiga cubrir por un lado la falta de cualificación de la que adolecen las empresas, y por otro ayuden a la inserción de los desempleados.

TABLA DAFO FORMACION

DEBILIDADES	FORTALEZAS	
<ul style="list-style-type: none"> • cambio de mentalidad en la sociedad en general, y en cada profesional en particular • falta de tiempo para la formación • Falta de información • Falta de comunicación entre las entidades que desarrollan proyectos de formación similares • Altas tasas de desempleo • Falta de capacitación profesional, tanto a nivel empresarial (altos mandos, gerencia, directivos...), como de los mandos intermedios • Falta de capacitación profesional de la población en general en sectores más profesionalizados, o emergentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de la formación permanente como un aspecto necesario en el desarrollo profesional de cualquier ciudadano • es un proceso participativo • elaboración de materiales formativos de actualidad y calidad • fomenta la promoción y el desarrollo personal de los asistentes • facilita la evaluación de los cambios • se puede apoyar en (o ser apoyo de) los programas y proyectos de formación e inserción de las entidades municipales de la comarca • las acciones formativas son avaladas por la experiencia demostrable de los técnicos docentes en los talleres y cursos a impartir • dar coherencia al curriculum • Disponibilidad de numerosos espacios y centros para uso de formación en la comarca (Ej. CEIP Jaume I de Alfafar). 	I N T E R N O
AMENAZAS	OPORTUNIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • globalización • el avance de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información • constantes reajustes en la organización de las empresas • nuevo personal cualificado • imposición de la burocracia • considerar la formación como una imposición de la administración y no como un resultado de una decisión personal • falta de apoyos • aparición de un desencanto generalizado • Falta de perspectiva a medio y largo plazo por parte de los gestores y responsables del desarrollo local, que permita planificar y ejecutar proyectos sostenibles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer acciones formativas en respuesta a las NECESIDADES DE FORMACION como “la distancia que existe entre el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que posee una persona y aquellas que le son requeridas para el desempeño del puesto de trabajo, la promoción profesional y el propio desarrollo personal y social” • Existencia de administraciones y entidades interesadas en el desarrollo de acciones formativas dirigidas a la población • Es un incentivo para la mejora de la calidad formativa en la comarca • Se pueden aprovechar los recursos cercanos y externos de los municipios • Posibilidad de que otras entidades y profesionales apoyen las acciones formativas planificadas 	E X T E R N O

TABLA DAFO GENERAL

DEBILIDADES	FORTALEZAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Altas tasas de desempleo • Falta de capacitación profesional, tanto a nivel empresarial (altos mandos, gerencia, directivos...), como de los mandos intermedios • Falta de capacitación profesional de la población en general en sectores más profesionalizados y emergentes. • Falta de cultura emprendedora y empresarial, actitud reactiva, frente a preventiva y proactiva • Falta apoyo empresarial y de fomento del emprendedurismo • Falta un servicio de asesoramiento a emprendedores y tutorización empresarial • Tipología de empresa muy encorsetada (tradicional, familiar y sin capacidad de adaptación a los cambios) • Falta de objetivos comunes comarcales (liderazgo compartido) • Cultura de la subvención y el todo gratis muy arraigada, falta de la cultura de la inversión • Desaparición/detrimento de sectores tradicionales en la comarca (madera y mueble, construcción, ...) • Polígonos industriales insostenibles, de baja especialización, cierre de empresas • Falta de planificación de los polígonos industriales de la comarca • Falta de comunicación entre los municipios tanto física (movilidad, transporte, accesos) como verbal • Dispersión geográfica de grupos de municipios de la comarca (islas poblacionales) • No existe una alternativa al transporte en vehículo privado en l'Horta Sud • Falta una planificación global e integrada del transporte (bicis, autobuses, ...) que permita comunicar todos los pueblos de la comarca y ayude a la cohesión social • Estructura comercial centrada en la oferta de bienes de consumo cotidiano en detrimento de los bienes de consumo ocasional lo que propicia la existencia de una oferta poco diversificada • Un tejido comercial que necesita mejorar en cuanto a imagen, calidad y servicio • Falta una marca territorial que ayude a crear una identidad de comarca • Escasa oferta turística en la comarca y no integrada • Escasa cultura de utilización de herramientas tecnológicas por parte de los técnicos municipales y las empresas. • Escasez de software para el tercer sector (atención a personas) • Escasa utilización de las redes sociales para la promoción de los comercios locales de la comarca • Falta de asociacionismo empresarial • Carácter individualista de las empresas (falta cultura de colaboración y compartir información). • Excesivo corporativismo municipal. • Falta de interoperabilidad entre plataformas informáticas en la comarca. • Falta de alfabetización digital generalizada en la comarca que limita la búsqueda de empleo en el entorno actual. • Nivel mejorable de adecuación a la demanda turística de determinados servicios como el comercio y el transporte público • Fuerte tradición industrial de determinados municipios que puede provocar escepticismo ante el desarrollo turístico. • Débil concienciación social en torno al turismo en los municipios prelitorales de escasa tradición turística • cambio de mentalidad en la sociedad en general, y en cada profesional en particular • falta de tiempo para la formación • Falta de información • Falta de comunicación entre las entidades que desarrollan 	<ul style="list-style-type: none"> • Comarca en constante evolución, municipios punteros en estrategias de crecimiento, desarrollo e innovación • Actitud proactiva hacia el cambio • Ecosistema abierto al cambio y evolución adaptativa, cultura del cambio • Gran cantidad de recursos locales potenciales (personas e infraestructuras) • Situación estratégica por su localización y por ser una de las puertas de entrada a la ciudad de Valencia • Situación estratégica en cuanto a comunicaciones terrestres, aéreas y marítimas • Buena red de carreteras comarcales • Cercanía a la ciudad • Importante retención de gasto en bienes de consumo diario. Un alto porcentaje del gasto se realiza en el propio municipio • Numerosos recursos turísticos para poner en valor (gastronómicos, culturales, paisajísticos, ...). • Baja producción agraria pero muy diversa y de calidad • Buen clima y orografía suave • Diversidad de paisajes (albufera, bosque, terreno agrícola, etc....) • Suelo con alta capacidad para la agricultura • Presencia de tejido empresarial e infraestructuras de polígonos industriales en casi todos los municipios • Elevado stock de infraestructuras industriales y suelo disponibles para atraer nuevas empresas • Cultura exportadora arraigada en el tejido empresarial de la comarca y que ha cobrado importancia por la situación de crisis • Promoción de la formación permanente como un aspecto necesario en el desarrollo profesional • elaboración de materiales formativos de actualidad y calidad • facilita la evaluación de los cambios • se puede apoyar en (o ser apoyo de) los programas y proyectos de formación e inserción de las entidades municipales de la comarca • las acciones formativas son avaladas por la experiencia demostrable de los técnicos docentes en los talleres y cursos a impartir • Disponibilidad de numerosos espacios y centros para uso de formación en la comarca (Ej. CEIP Jaume I de Alfafar). 	<p>I N T E R N O</p>

proyectos de formación similares		
AMENAZAS	OPORTUNIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Dispersión de actuaciones en el ámbito comarcal. • Impacto de las actuaciones centrales y desvirtualización de la comarca, en base a actuaciones locales focalizadas. • Agentes actuando en diferentes direcciones, con diferentes intereses. • Impacto de los países asiáticos, polígonos industriales y comercios locales, totalmente colonizados por los chinos. • Los centros comerciales más próximos como el MN4 de Alfafar-Sedaví y el de Bonaire de Aldaia y el C.C. Gran Turia de Xirivella son competidores directos de los pequeños comercios. • Crisis del sector agrario que cada vez es más residual • Crisis económica que ha afectado al cierre de numerosas empresas. • Excesiva burocratización que dificulta la creación de nuevas empresas. • Actualización continua a la normativa vigente (subvenciones, carnets profesionales, colectivos de actuación, Servicio de copias de seguridad, auditoría de seguridad y gestión de los archivos de datos para cumplir la LOPD, etc.) • Falta de perspectiva a medio y largo plazo por parte de los gestores y responsables del desarrollo local, que permita planificar y ejecutar proyectos sostenibles. • Impactos ambientales de las grandes infraestructuras: ampliaciones de los Puertos Marítimos, autopistas, aeropuerto, polígonos industriales e implantaciones inmobiliarias • globalización • el avance de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información • constantes reajustes en la organización de las empresas • nuevo personal cualificado • imposición de la burocracia • considerar la formación como una imposición de la administración y no como un resultado de una decisión personal • falta de apoyos • aparición de un desencanto generalizado • Falta de perspectiva a medio y largo plazo por parte de los gestores y responsables del desarrollo local, que permita planificar y ejecutar proyectos sostenibles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran ventana, oportunidad de abrir nuevas puertas. • Nexo de unión (cohesión social comarcal), efecto multiplicador de las actuaciones. Mimetismo. • Tierra en barbecho, terreno propicio para la germinación de nuevas ideas y nuevos perfiles profesionales. • Impulso de la Cultura del emprendimiento y la sostenibilidad • La crisis ha obligado a que las empresas sean más competitivas (mejoran la eficiencia, búsqueda de nuevos mercados, etc.) • Amplio margen de actuación para aplicar medidas de ecoeficiencia en las empresas (“terreno virgen”) • Amplio margen de actuación para implementar software para el tercer sector. • Incremento de las políticas de protección (l’Horta: paisaje cultural, Parque Natural del río Turia, etc.). • Nuevas tendencias de la demanda que permiten el desarrollo de ofertas turísticas singulares en municipios prelitorales, ligadas a valores culturales como la artesanía o determinados productos agropecuarios. • Presión sobre espacios naturales y culturales de interés turístico (l’Horta) • Falta de coordinación de los planeamientos municipales. • Excesivo individualismo y escasa coordinación municipal en iniciativas turísticas. • Riesgo de falta de continuidad en el desarrollo de actuaciones turísticas, fundamentalmente en los municipios prelitorales. • La ciudad de Valencia es un destino consolidado en turismo de reuniones, negocios, urbano y fiestas, lo que puede suponer un mercado potencial. • Ofrecer acciones formativas en respuesta a las NECESIDADES DE FORMACION como “la distancia que existe entre el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que posee una persona y aquellas que le son requeridas para el desempeño del puesto de trabajo, la promoción profesional y el propio desarrollo personal y social” • Existencia de administraciones y entidades interesadas en el desarrollo de acciones formativas dirigidas a la población • Es un incentivo para la mejora de la calidad formativa en la comarca • Se pueden aprovechar los recursos cercanos y externos de los municipios • Posibilidad de que otras entidades y profesionales apoyen las acciones formativas planificadas. 	<p>E X T E R N O</p>

ESTRATEGÍAS PARA EL CAMBIO Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

La propuesta de cambio que se plantean en el PECHS se fundamenta en conceptos de aplicación global que están marcando muchos modelos de desarrollo actuales.

CONCEPTOS GLOBALES PARA LA ACTUACIÓN COMARCAL Y LOCAL

- **Smart cities, o ciudades inteligentes**, en las ciudades del futuro todo estará monitorizado, controlado, y medido para una máxima optimización y eficiencia en el uso de los recursos: agua, electricidad, contaminación del aire, movilidad, los residuos... Serán las grandes compañías de servicios (agua, gas, electricidad, telecomunicaciones y constructoras), las que hagan esto, se trata de aplicar la tecnología de la que disponemos a cualquier proceso que tiene lugar en la ciudad.
- **Green cities o ciudades sostenibles**, pensadas para minimizar su huella ecológica.
- **Slow cities**, ciudades cuyo pilar básico es la recuperación de la calidad de vida perdida: tranquilidad, naturaleza, gastronomía, arte, cultura...
- **Reindustrialización, coworking, nuevos espacios de trabajo compartido** que aparecen en las ciudades, en el que diversos profesionales comparten el mismo espacio de trabajo..

Hablar de conceptos globales de futuro inmediato, nos obliga a reflexionar sobre el tipo de comarca que queremos en el futuro, a ser visionarios, y a participar en su construcción, y tener clara la respuesta a la siguiente pregunta:

¿QUÉ COMARCA QUEREMOS EN UN FUTURO?, ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS A LOS QUE SE ENFRENTA EN LA ACTUALIDAD?

La comarca que planteamos a largo plazo y sobre la que se establece el foco del Plan Estratégico es:

“Una comarca inteligente, culta, sostenible, de gran calidad y con espacios de trabajo compartidos”

Los principales problemas con los que nos hemos encontrado están recogidos en el diagnóstico anterior, pero sin lugar a dudas la peor *patología* es la percepción que muchas personas tienen del entorno: un entorno contaminado, no saludable, sin oportunidades y expectativas. Estos miedos bloquean a las personas, frenan la participación y dificultan el acceso a las oportunidades que brinda el entorno.

Los grandes proyectos de éxito, Google, Apple... han tenido una conceptualización, con el objetivo de intentar solucionar problemas muy importantes para la humanidad, es por ello por lo que la conceptualización de nuestra meta es:

“Mejora de la calidad de vida de la ciudadanía de la comarca de l’Horta Sud”

El PECHS, además de ser un mapa del sistema complejo que es la comarca, es la hoja de ruta y generará un efecto PLACEBO en el territorio, ya que se desarrolla desde el pensamiento positivo, generador de un entorno saludable, sostenible y enriquecedor. El sentimiento comarcal, debe combinar todas las emociones de sus municipios, como mejora de la calidad de vida.

La vida es más emocional que racional,
@mdiazhabilyt, #asisenace

Otro problema con el que nos encontramos es el modelo actual basado en la financiación dependiente de subvenciones y la aportación de la administración pública únicamente, un modelo insostenible.

El proceso de desarrollo sólo será sostenible si es capaz de captar de forma continua una parte del valor que genera
Optimizar la Gestión - Eduard Jiménez

Pero además es importante desde esta reflexión, conocer que es lo que quieres y hacia que modelo de desarrollo te diriges.

“Sino sabes lo que quieres (FUTURO), acabarás queriendo lo que sabes (PASADO)”

Debemos ofrecer a nuestros ciudadanos una ciudad en la que poder disfrutar de un entorno próspero y vibrante a la vez que, ambientalmente sostenible y socialmente inclusivo. Para ello, nos basaremos tanto en los activos de nuestro municipio como en la colaboración entre los agentes locales, la innovación y los proyectos colaborativos con otras ciudades. Tras el proceso, habremos reforzado la autoestima de nuestros ciudadanos y su orgullo de pertenecer a una ciudad moderna, avanzada y amable.

Alain Jordá

En el diagnóstico realizado, hemos contestado a una de las preguntas que debemos realizarnos para el desarrollo de un buen **PLAN DE ACCIÓN**, dentro de cada línea estratégica:

¿CON QUÉ ACTIVOS CONTAMOS?

Es necesario, para cada Línea Estratégica, y para cada acción contar con todos los agentes implicados, hemos querido destacar en este PECHS, la importancia de la participación de la ciudadanía, por lo que consideramos básica la implicación de los cuatro elementos (tal y como se desarrolla en los países escandinavos):

- Agentes Empresariales (productores y generadores de riqueza)
- Universidad, (I+D+i)
- Administración (government)
- **CIUDADANÍA.** Impulsado por la innovación abierta, como factor generador de cambio, dónde la ciudadanía toma un papel principal

Hasta ahora el desarrollo de los territorios se había basado en modelos de participación de tres grupos de agentes: empresariales, universidades y administración. Es el momento en que la ciudadanía toma un papel de relevante importancia, a través de la innovación abierta.

La innovación es un concepto actualmente bien difundido, aceptado y consolidado. No obstante, vale la pena decir que debemos aplicarla a cualquier ámbito de las políticas y a la actividad en la ciudad. No sólo a las empresas, la universidad o la tecnología. También debemos aplicarla a la propia administración local, al ámbito de la sostenibilidad, al del tercer sector, al urbanismo o a la relación con los ciudadanos. Estamos ante una situación de excepción en la que debemos afrontar múltiples retos nunca encontrados anteriormente. La innovación va a ser una herramienta imprescindible para encontrar las nuevas soluciones a los problemas con que nos enfrentamos.

Alain Jordá

Una vez definidas la filosofía de partida y la metodología general de actuación cabe preguntarse:

¿POR DÓNDE EMPIEZO?

Una vez plasmado el mapa del entorno en el que vamos a actuar para una buena gestión debemos responder:

A qué nos dedicamos: VER NUESTRA AGENDAS

No esperemos soluciones de ‘arriba’

“Hay que engancharse a la agenda de soluciones y apuestas locales / territoriales”

Cómo nos organizamos: TIPO DE RELACIONES

Cuidemos, primero y siempre, las personas, sus valores y comportamientos son el principal activo de la gestión, la colaboración nos conducirá al éxito

Así podemos definir u orientar el PAPEL DEL LIDER/ADMINISTRACIÓN, que debe basarse en una colaboración hacia el cambio, apostar por una cultura de la innovación y el desarrollo sostenible, a favor de las iniciativas emprendedoras.

La Mancomunidad tiene un papel fundamental como vertebradora y conectora de una comarca compacta, que debe establecer relaciones dentro y fuera del territorio.

Esta colaboración debe estar plasmada en las Acciones de cada Línea Estratégica, teniendo en cuenta que la administración es el elemento clave para impulsar la colaboración y favorecer la participación de:

- Los agentes locales, como agentes de innovación y cambio sostenible.
- Colaboración público/privada.
- La oposición, Consenso político y social.
- Colaboración con otros territorios.

Los municipios reciben directamente las consecuencias de los cambios de situación del contexto local (globalización y sociedad del conocimiento), que impacta directamente sobre su ciudadanía.

El papel principal de las autoridades locales en el desarrollo del territorio, es ser intermediarios entre la administración superior y del tejido económico y social de su territorio, impulsando y poniendo en valor todos los activos con los que cuenta, desde la gestión del conocimiento local

Alain Jordá

Recursos que tenemos: VALOR QUE GENERAMOS

“Debemos preservar los activos acumulados, sobrevivir no es lo importante, lo decisivo es ser útil y necesario”

Desde estas respuestas generaremos nuestra hoja de ruta, la puesta en marcha del PECHS (Plan Estratégico Comarcal de l’Horta Sud), en base a las LÍNEAS ESTRATÉGICAS marcadas, nos indicará nuestro PLAN DE ACCIÓN, para conseguir el objetivo marcado (Futuro Deseado), sin olvidar que el PECHS es un documento vivo en constante evolución adaptativa a los cambios e impactos producidos en el entorno tanto desde nuestras actuaciones como las de otros, que deben ser evaluadas e introducidas a los cambios y mejora del plan de actuación.

En cuanto al proceso que debe dirigir el cambio hacia la sostenibilidad local y la calidad de vida, señalar que el PECHS se fundamenta en un modelo espiral de progreso, donde cada bucle está constituido por un conjunto de estadios que se repiten del mismo modo que ocurre en el modelo científico, con procesos de mejora continua y en el que perfectamente caben programas de investigación-acción.

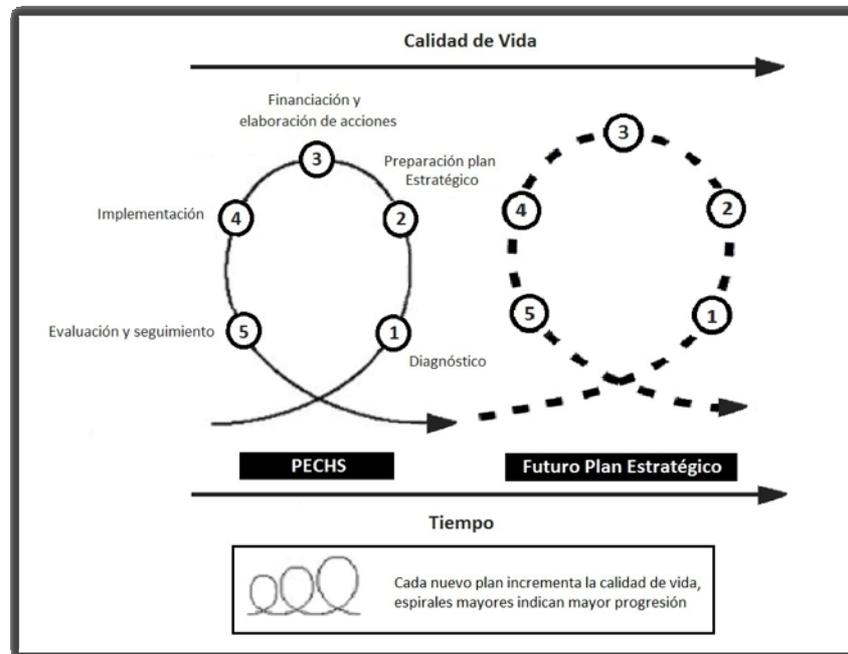


Gráfico – modelo de progreso de los Planes Estratégicos hacia la Calidad de Vida

Seguidamente se muestran, mediante tablas, las Líneas Estratégicas planteadas, nueve en total, y sus objetivos. Para alcanzarlas se plantean diferentes Programas que, mediante las Acciones concretas recomendadas, nos permitan orientar un modelo de desarrollo local sostenible basado en un modelo de **Generación de Proyectos Sostenibles (GPSi)**. Las Acciones (**PDI**) a desarrollar que se recogerán en una serie de fichas en la línea de las anexas, por considerarse prioritarias en el actual contexto, deberán ser establecidas con los representantes de la Comarca. Con lo ello se configurará el documento definitivo del PECHS para el periodo 2013-2015.

LINEAS ESTRATÉGICAS

L.E. 1 → ASESORAMIENTO, CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS

- Acompañamiento al emprendedor para la puesta en marcha de su proyecto empresarial
- Tutorización de empresas ya consolidadas
- Consultoría integral, búsqueda de oportunidades, soluciones innovadoras y sostenibles, adaptación evolutiva de la empresa al entorno
- Red Comarcal de Centros de Empresas

L.E. 2 → PROMOCIÓN DEL COMERCIO Y LAS EMPRESAS LOCALES

- Sensibilización para la compra en el comercio local y fidelización de clientes
- Visibilización de los comercios y empresas locales
- Impulso para la creación de alianzas, networking empresarial y trabajo en red
- Impulso del asociacionismo empresarial y comercial en los diferentes municipios
- Mejora de la competitividad del comercio en la comarca
- Promoción del comercio verde

L.E. 3 → FORMACIÓN PARA PROFESIONALES Y TÉCNICOS

- Capacitación y reciclaje continuo de conocimientos, aptitudes y actitudes profesionales para la adaptación de las nuevas necesidades del entorno laboral
- Promocionar, apoyar e impulso de la formación dual
- Creación y promoción de comunidades de prácticas y conocimiento a través de redes de aprendizaje , donde los técnicos ponen en común sus experiencias y su metodología
- Monográficos y píldoras de conocimiento

L.E. 4 → IMPULSO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA, RECREATIVA Y CULTURAL

- Desarrollo de productos y servicios
- Formación y actualización profesional
- Difusión y comercialización

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

L.E. 5 → DESARROLLO DE LA AGRICULTURA LOCAL Y ECOLÓGICA

- Recuperar el saber hacer agrícola de la comarca
- Desarrollador un modelo de agricultura local de calidad
- Crear estrategias y herramientas para la distribución de productos agrícolas en los diferentes ámbitos (de lo local a lo global)

L.E. 6 → FERTILIZACIÓN DE UN NUEVO MODELO DE DESARROLLO

- Promoción del emprendimiento y la innovación con el objetivo de conseguir un modelo futuro de desarrollo sostenible en la comarca
- Diseñar e implementar acciones educativas desde temprana edad dirigidas a fomentar la cultura emprendedora
- Formación para un nuevo perfil de gestor empresarial adaptado al nuevo modelo de desarrollo sostenible

L.E. 7 → COMUNICACIÓN/INFORMACIÓN VIA WEB

- Organización de eventos relacionados con: emprendimiento, innovación, formación, sensibilización, promoción, empresas, comercio, agricultura, turismo, cultura...
- Crear espacios de discusión y construcción de conocimiento
- Implementación de comunidades virtuales y redes de aprendizaje
- Fomentar entre los técnicos municipales el trabajo con herramientas tecnológicas
- Difusión de actividades a través de portales web y redes sociales

L.E. 8 → PROMOCION DE LA MARCA COMARCAL

- Crear una marca que identifique los productos , recursos, servicios... en definitiva la propia comarca
- Establecer vínculos afectivos y sentimiento de pertenencia a la comarca en la ciudadanía

L.E. 9 → CULTURIZACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOCIAL

- Conseguir una sociedad más crítica, participativa, analítica, cívica, responsable, solidaria, proactiva...cultura
- Sensibilizar a la población para hacerla participe del desarrollo sostenible de la comarca

GPSi - Generación Proyectos Sostenibles

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
<ul style="list-style-type: none"> • P.1.1. Asesoramiento al emprendedor para la puesta en marcha de su proyecto empresarial • P.1.2. Tutorización de empresas ya consolidadas: Innovación, Consolidación empresarial y apoyo a sectores estratégicos. • P.1.3. Consultoría integral, búsqueda de oportunidades, soluciones innovadoras y sostenibles, adaptación evolutiva de la empresa al entorno. 	<ul style="list-style-type: none"> • A.1.1.1.- Atención a personas emprendedoras con una idea de negocio, auto diagnósticos, viabilidad de la idea de de la idea de negocio. • A.1.1.2.- Desarrollo del plan de empresa, viabilidad técnica y económica • A.1.1.3.- Trámites de puesta en marcha, ventanilla única empresarial, puntos PAIT • A.1.1.4.- Tutelaje y acompañamiento para el inicio de la actividad • A.1.1.4.1.- Implantación de planes operativos. • A.1.1.5.- Web intermunicipal para emprendedores locales. • A.1.1.6.- Asesoramiento para la financiación de proyectos empresariales. • A.1.2.1 Consultoría integral, en las diferentes áreas de gestión empresarial, desde la atención personalizada . • A.1.2.1.1.- Cooperación emprendedora y mentorizaje. • A.1.2.1.2.- Atracción de inversores: Red Business Angels. • A.1.2.2.- Asesoramiento a empresas en materia de relocalización. (Empresas que atraviesan dificultades derivadas de la actual situación económica) • A.1.2.3.- Web intermunicipal para la consolidación de empresas. • A.1.3.1.- Asesoría sobre Gestión de Residuos 	<p>L.E. 1</p> <p>ASESORAMIENTO, CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS</p>

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
<ul style="list-style-type: none"> • P.1.4. Red comarcal de centros de empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • A.1.3.2.- Asesoría sobre Eficiencia Energética • A.1.3.3.- Asesoría sobre Gestión Ambiental • 1.3.4- Asesoría en el uso de nuevas tecnologías • A.1.3.5.- Desarrollo plan estratégico de crecimiento de base tecnológica. • A.1.3.6.- Elaboración del plan de diversificación desde la innovación. • A.1.4.- Creación Red Comarcal de Centros de Empresas: • A.1.4.1. Asesoramiento diseño y construcción de centros locales de empresas. • A.1.4.2.- Asesoramiento puesta en funcionamiento de centros locales de empresas. • A.1.4.3.- Apoyo a la gestión de Centros Locales de Empresas. 	

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
<ul style="list-style-type: none"> •P.2.1. Sensibilización para la compra en el comercio local •P.2.2. Visibilización de los comercios y empresas locales •P.2.3. Impulso para la creación de alianzas, networking empresarial y trabajo en red •P.2.4 .Impulso del asociacionismo empresarial y comercial en los diferentes municipios •P.2.5. Mejora de la competitividad del Comercio en la comarca •P.2.6.-Mejora de la competitividad del tejido empresarial: Apoyo a sectores estratégicos, Investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) 	<ul style="list-style-type: none"> • A.2.1.1. Elaborar campañas de comunicación que llegue a todos los municipios de la comarca y en soportes gráficos y de audio • A.2.2.1. Portal del comercio con directorio de empresas y comercios locales en soporte Web • A.2.2.2. Premio/reconocimiento a las empresas y comercios de la comarca sostenibles e innovadores. • A.2.2.3. Programación de ferias temáticas: Feria del Stock, Feria Medieval, mercadillo navideño, etc. • A.2.2.4. Feria comarcal del comercio • A.2.3.1. Punto de encuentros de profesionales, emprendedores y empresarios, panel de experiencias y buenas prácticas tanto de dentro como fuera de nuestra comarca, desde la innovación y el desarrollo sostenible. (FERIA COMARCA HORTA SUD-EMPREENDEDORA) • A.2.4.1. Encuentros con las diferentes asociaciones comerciales y empresariales de la comarca para promover el asociacionismo comarcal • A.2.5.1.- Se propone la implantación y obtención del Reconocimiento Comercio Excelente, valorando la gestión del servicio y la calidad ofrecida a unos 30 comercios de la comarca por año • A.2.5.2. Plan de formación para el comercio (Escaparatismo, técnicas de 	<p>L.E. 2</p> <p>PROMOCIÓN DEL COMERCIO Y LAS EMPRESAS LOCALES</p>

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
	<p>venta, nuevas tecnologías, merchandasing, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none">• A.2.5.3. Talleres formativos para mejorar la imagen del comercio• 2.5.4. Talleres formativos para mejorar la calidad del servicio	

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
<ul style="list-style-type: none"> ●P.3.1. Capacitación y reciclaje continuo de conocimientos, aptitudes y actitudes profesionales para la adaptación de las nuevas necesidades del entorno laboral ●P.3.2. Promocionar, apoyar e impulso de la formación dual ●P.3.3. Creación y promoción de comunidades de prácticas y conocimiento a través de redes de aprendizaje , donde los técnicos ponen en común sus experiencias y su metodología ●P.3.4. Monográficos y píldoras del conocimiento: “Emprender con talento” 	<ul style="list-style-type: none"> ●A.3.1.1. Formación en nuevas tecnologías y redes sociales: ●A.3.1.2.- Personas desempleadas ●A.3.1.3.- Formación a profesionales y personal técnico ●A.3.1.4.- Formación a emprendedores ●A.3.1.5.- Formación a empresarios (incluyendo comercio local) ●A.3.1.6.- Formación para la creación y gestión de empresas: ●A.3.1.7. Curso on-line de Gestión de la PYME Sostenible “GPS” para emprendedores/as. ●A.3.1.8. Formación para el autoempleo y la creación de empresas: Formador de formadores para la creación, gestión y consolidación empresarial. ●A.3.1.9. Formación en responsabilidad social en la empresa. ●A.3.1.10 Formación para dirigir a empresas hacia la sostenibilidad: ●A.3.1.11. - Curso/Taller de movilidad sostenible ●A.3.1.12. - Curso sobre Gestión de Residuos ●A.3.1.13. - Curso/taller de eficiencia energética ●A.3.1.14.- Formación en plataformas tercer sector ●A.3.2.1. – Formación y animación sociocultural ●A.3.2.2. – Formación en comercio ●A.3.2.3. – Formación en atención socio-sanitaria 	<p>L.E.3</p> <p>FORMACIÓN PARA PROFESIONALES Y TÉCNICOS</p>

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
	<ul style="list-style-type: none"> •A.3.2.4. – Formación en limpieza y mantenimiento de instalaciones industriales y empresariales •A.3.3.1. Puesta en marcha de comunidades de prácticas, comisiones de expertos y grupos de trabajo en materias que afecten al plan estratégico (PECHS). •A.3.4.1.- Creación plan de empresa •A.3.4.2.- La negociación •A.3.4.3. Jornadas, encuentros y grupos de trabajo, bajo el formato de taller, en diferentes aspectos profesionales y temáticos relacionados con el mundo de la empresa. 	

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
<ul style="list-style-type: none"> •P.4.1. Desarrollo de productos y servicios •P.4.2 Formación y actualización profesional •P.4.3. Difusión y comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> •A.4.1.1.- Catalogación de actividades, rutas y servicios turísticos en la Comarca •A.4.1.2.- Diseño de programas turísticos específicos por la comarca (realización de 6 rutas de 1 día, 4 rutas de 2 días y 2 rutas de 3 días) •A.4.1.3.- Diseño de rutas autoguiadas en formato digital. •A.4.2.1.- Curso “Proyectos para el turismo sostenible” •A.4.2.2.- Curso “Interpretación y monitoria para el turismo sostenible” •A.4.2.3.- Curso “Los recursos turísticos en la L’Horta Sud” •A.4.2.4.- Seminario “calidad y sostenibilidad en la actividad de ocio-recreo” •A.4.2.5.- Jornada “buenas prácticas ambientales en el sector hostelería” •A.4.2.6.- Jornada “buenas prácticas ambientales en el sector restauración” •A.4.3.1.-. Creación de una página web que integre “rutas, lugares y eventos” de interés en la comarca •A.4.3.2.-. Plan de difusión y apoyo a la comercialización para las empresas turísticas de la comarca •A.4.3.3.- Plan de impulso al turismo intercomarcal: programa “Conoce l’Horta” •A.4.3.4.-. Campaña de información ciudadana sobre los recursos de l’Horta. 	<p>L.E. 4</p> <p>IMPULSO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA, RECREATIVA Y CULTURAL</p>

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
<ul style="list-style-type: none"> ●P.5.1. Recuperar el saber hacer agrícola de la comarca ●P.5.2. Desarrollador un modelo de agricultura local de calidad ●P.5.3. Crear estrategias y herramientas para la distribución de productos agrícolas en los diferentes ámbitos (de lo local a lo global) 	<ul style="list-style-type: none"> ●A.5.1.1. Estudio viabilidad económica de parcelas agrícolas ●A.5.1.2.- Catálogo de suelo agrícola disponible en la comarca de l’Horta Sud y gestión de la oferta y demanda. ●A.5.2.1. Formación técnica para la mejora de la agricultura ●A.5.2.1.1.- Modelos agrícolas locales (tradicionales) ●A.5.2.1.2.- Curso Agricultura ecológica ●A.5.2.1.3.- Curso / taller mejora de la calidad de los productos agrícolas ●A.5.2.1.4.- Curso técnicas comerciales en agricultura ●A.5.3.1. Distribución de productos agrícolas en la comarca ●A.5.3.2.1-Grupos de consumo ●A.5.3.2 2.-Ferias/Mercados (itinerantes) productos agrícolas locales ●A.5.3.2.3- Introducción de productos en espacios/comercios existentes ●A.5.3.2.- Marketing ●A.5.3.2.1- Promoción de los productos locales ●A.5.3.2.2- Promoción de la Marca Horta Sud ●A.5.3.2.3- Difusión Web de puntos de venta de productos locales 	<p>L.E. 5</p> <p>DESARROLLO DE LA AGRICULTURA LOCAL Y ECOLÓGICA</p>

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
<ul style="list-style-type: none"> •P.6.1. Promoción del emprendimiento y la innovación con el objetivo de conseguir un modelo futuro de desarrollo sostenible en la comarca •P.6.2. Diseñar e implementar acciones educativas desde temprana edad dirigidas a fomentar la cultura emprendedora • P.6.3. Formación para un nuevo perfil de gestor empresarial adaptado al nuevo modelo de desarrollo sostenible. 	<ul style="list-style-type: none"> •A.6.1.1.- Talleres de motivación para el autoempleo “GENER@r cultura emprendedora ”(también relacionada con la A.1.1.1 y A.3.4.1) •A.6.1.2.- Taller de innovación para personas y organizaciones innovadoras <ul style="list-style-type: none"> • A.6.1.2.1. “Ice Break”- “Atrevete a soñar” • A.6.1.2.1. “La Regresión creativa” •A.6.2.1.- Escuela de Emprendedores Sostenibles. •A.6.3.1. Nuevos empresarios sostenibles, un nuevo modelo. 	<p>L.E. 6</p> <p>FERTILIZACIÓN DE UN NUEVO MODELO DE DESARROLLO</p>

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
<ul style="list-style-type: none"> ● P.7.1. Organización de eventos relacionados con: emprendimiento, innovación, formación, sensibilización, promoción, empresas, comercio, agricultura, turismo, cultura... ● P.7.2. Crear espacios de discusión y construcción de conocimiento ● P.7.3. Implementación de comunidades virtuales y redes de aprendizaje ● P.7.4. Fomentar entre los técnicos municipales el trabajo con herramientas tecnológicas ● P.7.5. Difusión de actividades a través de portales web y redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ● A.7.1.1 Sistema de descripción on line de eventos, talleres, jornadas, seminarios ● A.7.2.1 Implantación de plataforma on-line para gestión del conocimiento (Wiki foros) ● A.7.3.1 Creación de grupos de trabajo y/o discusión en redes sociales ● A.7.4.1 Cursos y talleres para técnicos para trabajar con herramientas colaborativas (Herramientas Google) ● A.7.5.1 Creación de paginas, blogs, foros y difusión en redes sociales de las actividades que se realicen y de los recursos generados 	<p>L.E. 7</p> <p>COMUNICACIÓN / INFORMACIÓN VIA WEB</p>

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
<ul style="list-style-type: none"> ● P.8.1. Crear una marca que identifique los productos , recursos, servicios... en definitiva la propia comarca ● P.8.2 Establecer vínculos afectivos y sentimiento de pertenencia a la comarca en la ciudadanía 	<ul style="list-style-type: none"> ●A.8.1.1. Reuniones con actores locales (asociaciones, ADL’s y población local) para buscar la participación de la población mediante ideas, propuestas y debates y encuestas. Es una oportunidad para la animación alrededor de la identidad e, incluso, para iniciar un camino hacia ella. ●A.8.1.2. Definir y publicitar una “marca” para la comarca de l’Horta Sud, que sea su identidad e imagen, fácilmente reconocible, que represente con claridad su visión y que muestre las características diferenciadoras y únicas de la comarca. ●A.8.1.3. Elaborar elementos para la comunicación y promoción de la marca. Una marca que unifique el mensaje de todos los ciudadanos, actores sociales y económicos de cara al exterior. ●A.8.1.4. Impulsar el asociacionismo empresarial y comercial local, como estructuras previas para la creación de asociaciones supralocales que puedan promover la marca de la comarca. Esto permite incrementar la capacidad del tejido empresarial, para que todas sus empresas participen de forma conjunta y eficaz en su desarrollo. ●A.8.1.5. La mejora de las prácticas de gestión, la adopción de las innovaciones tecnológicas y organizativas, la planificación y gestión de los recursos humanos, la conservación del entorno medioambiental, etc. ●A.8.1.6. Organización de ferias comarcales en el ámbito comercial, empresarial y 	<p>L.E. 8</p> <p>PROMOCION DE LA MARCA COMARCAL</p>

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
	<p>del empleo bajo el paraguas de la marca comarcal de l'Horta Sud.</p> <ul style="list-style-type: none">●A.8.1.7 Crear herramientas de gestión comunes para que tanto empresas como entidades públicas puedan utilizar (plataformas, guías de recursos, etc., y que potencien el sentimiento de pertenencia a la comarca.	

RUTA PROGRAMAS CAMINO A SEGUIR	PDI (PUNTO DE INTERÉS) ACCIONES POR DONDE VAMOS A PASAR	DESTINO LINEAS ESTRATEGICAS A DONDE QUEREMOS LLEGAR
<ul style="list-style-type: none"> ●9.1. Conseguir una sociedad más crítica, participativa, analítica, cívica, responsable, solidaria, proactiva... culta ●9.2. Sensibilizar a la población para hacerla participe del desarrollo sostenible de la comarca 	<ul style="list-style-type: none"> ● A.9.1.1. Puesta en marcha en cada municipio de un espacio mensual para el coloquio sobre diversos temas de actualidad. ● A.9.2.1. Desarrollo de un módulo de sensibilización social para asociaciones de adultos orientado a la visión global de la comarca y a promover la participación ciudadana en todas las actividades que se proponen para el desarrollo comarcal. ● A.9.2.2. Diseño, maquetación, impresión y distribución de un folleto informativo sobre los valores comarcales (distribuible también a través de las nuevas tecnologías y las redes sociales). ● A.9.2.3. Concurso de carteles “valores de l’Horta Sud” . ● A.9.2.4. Programa de promoción de la compra en el comercio local. 	<p>L.E. 9</p> <p>CULTURIZACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOCIAL</p>

La Estructura simbólica del GPSi se fundamenta en la señalética existente en los senderos con el fin de orientar al visitante.

Señalización de senderos	GR	PR	SL	SU
Tipo	Gran Recorrido	Pequeño Recorrido	Sendero Local	Sendero Urbano
Longitud	Max de 50km	Entre 10km y 50km	Menos de 100m	En la ciudad
Continuidad de sendero				
Mala dirección				
Cambio de dirección				
Cambio brusco de dirección				

Waypoint (PDI) Ver: [Punto de paso o del camino](#)

Hito o Mojón: Piedra o poste que se ubica en el límite de una propiedad.

- i-emprende ; i-educa; i-cultiva; i-forma; i-...

GPS

Abreviación de Global Position System. Es un aparato que utiliza las señales que envían los satélites artificiales para calcular e indicarnos la [posición](#) en la que nos encontramos.

Mapa

Representación convencional, generalmente plana y con posiciones relativas, gráfica de una porción de superficie terrestre o de fenómenos concretos o abstractos localizables en el espacio y que se elabora según a determinada [escala](#) y [proyección](#).

LÍNEAS ESTRATÉGICAS, PROGRAMAS Y ACCIONES

Los planes estratégicos responden a un plan de acción de distinta perspectiva temporal: 4 años (media de España), 5 años (Soviéticos) y 7 años (Franceses). Al plantear a 3 años el presente PECHS, un periodo de tiempo corto, debemos proponer las acciones a realizar, en base a la finalidad última del mismo, sin olvidar las necesidades planteadas en el contexto actual.

Por tanto, en el entorno económico actual, con altas tasas de desempleo, pérdida de profesionales del sector público de apoyo al empleo y a la inserción laboral local y comarcal, nos induce a cubrir estas necesidades. Si bien, la propuesta final del PECHS nos indica que debemos actuar tanto a corto, medio y largo plazo, no olvidando la meta final planteada: “MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA”, partiendo del modelo actual, para llegar a un nuevo modelo. En definitiva debemos aplicar la premisa de que: **“Si seguimos haciendo lo mismo de siempre no podemos esperar resultados diferentes”**.

Las Acciones (concretas) planteadas en los diferentes Programas se presentan mediante fichas que contienen el objetivo, público o sector al que se dirigen. En las mismas se muestran códigos que permiten ubicarlas dentro del Plan de Acción.

 <small>GPS.i – Gestión Proyectos Sostenibles Integrados</small>	7.04.001	FICHA ACTIVIDAD		L7
--	----------	------------------------	---	-----------

7.04.001 Indica la **LÍNEA ESTRATÉGICA . PROGRAMA . ACCIÓN** concreta, a la derecha en color se muestra, para su identificación rápida, la Línea Estratégica (cada color está asociado a una línea estratégica)



Se presentan símbolos como referencia al plazo de actuación de cada acción:

	DIFICULTAD BAJA CORTO RECORRIDO		DIFICULTAD MEDIA MEDIO RECORRIDO		DIFICULTAD ALTA LARGO RECORRIDO
---	--	---	---	---	--

El proceso a seguir a continuación, para cubrir cada una de las nueve Líneas Estratégicas, una vez realizado el diagnóstico cualitativo por el equipo de trabajo, es definir el objetivo y las medidas que orienten la situación futura. A partir de aquí se establecen los mecanismos de coordinación que posibiliten la realización de las acciones con resultado de implantación del plan.

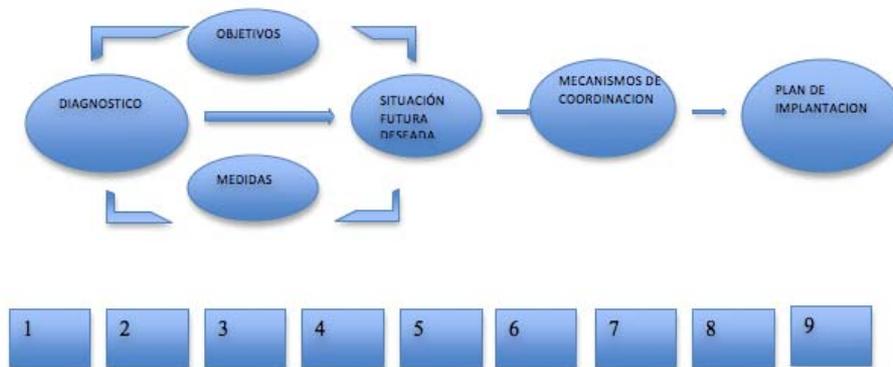


Gráfico – modelo de progreso de los Planes Estratégicos hacia la Calidad de Vida

El Plan Estratégico se ha concebido como un modelo sistémico. En él, se establecen tres conjuntos de Líneas Estratégicas. Uno interno en el sistema Horta Sud que está constituido por las siguientes:

- Línea Estratégica 1. Asesoramiento, creación y consolidación de empresas.
- Línea Estratégica 2. Promoción del comercio y las empresas locales.
- Línea Estratégica 3. Formación de profesionales y técnicos.
- Línea Estratégica 4. Impulso a la actividad turística, recreativa y cultural.
- Línea Estratégica 5. Desarrollo de la agricultura local y ecológica.

Líneas cuyos programas y acciones, con objetivos propios y definidos, pero que están íntimamente ligados y presentan importantes sinergias.

El segundo conjunto de Líneas Estratégicas, supone acciones que deben incidir sobre el conjunto de la comarca y sobre la población en general. Son acciones de reorientación social, económica y cultural, cuyos resultados se plantean con una vocación de largo recorrido (largo plazo). Las líneas estratégicas son:

- Línea Estratégica 6. Fertilización de un nuevo modelo de desarrollo.
- Línea Estratégica 9. Culturización y sensibilización social.

Y el tercer conjunto corresponde a dos Líneas Estratégicas que deben tener incidencia tanto a nivel interno en la comarca como al exterior (proyección externa al sistema) por los resultados esperados de su implementación.

- Línea Estratégica 8. Promoción de la marca Horta Sud.
- Línea Estratégica 7. Comunicación e información WEB.

En la gráfica siguiente se representa la estructura de la “Célula comarcal” y la incidencia – relaciones de las distintas Líneas Estratégicas propuestas.

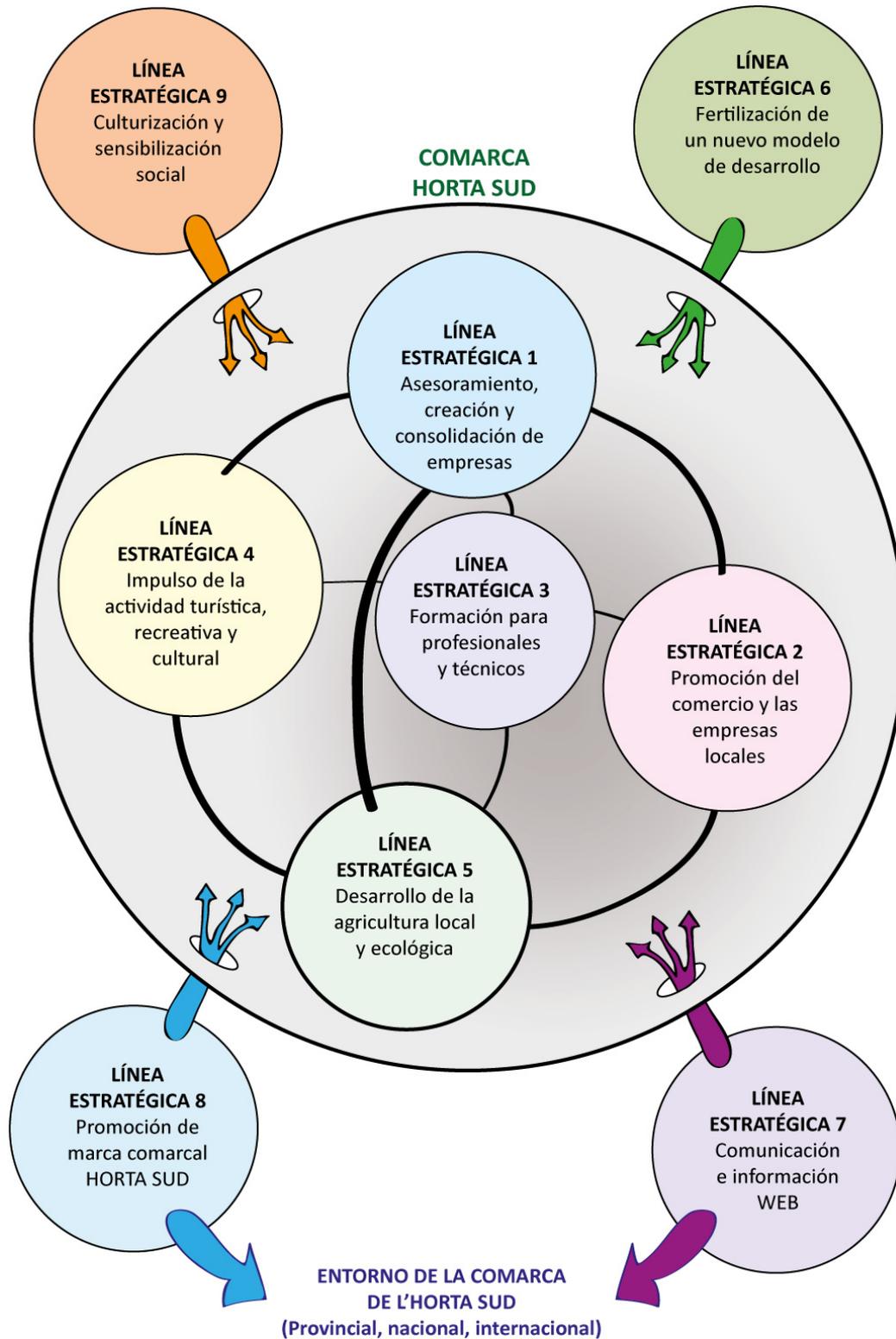


Gráfico – Estructura de la “Célula comarcal” y Líneas Estratégicas (Naturaleza y Cultura)

Una vez establecidos los vínculos entre las distintas Líneas Estratégicas pasamos a describirlas y a comentar las implicaciones existentes entre las mismas.

L.E.1.- ASESORAMIENTO, CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS

En las políticas de la Estrategia Europa 2020, se destaca una especial atención a la Creación de Oportunidades de Negocio a partir de los retos sociales, donde se abordan las preocupaciones compartidas por los ciudadanos.

Nos indica como un enfoque basado en los retos (destinos) agrupará recursos y conocimientos de diversos ámbitos, tecnologías y disciplinas, dónde se incluirán actividades con una mirada desde la investigación hacia el mercado, con un nuevo énfasis en las actividades relacionadas con la innovación.

Desde la puesta en marcha del Séptimo Programa Marco (7 PM ^o), el contexto económico ha cambiado de forma espectacular, y ahora más que nunca, desde el contexto actual, las autoridades públicas de toda Europa tienen que ACTUAR (acciones); de forma decisiva el HACER (programas) para LLEGAR (destino), a un nuevo modelo de FUTURO SOSTENIBLE.

Si bien es cierto, que el desafío clave actual es estabilizar el sistema financiero y económico a corto plazo, al mismo tiempo se han de tomar medidas para CREAR las Oportunidades económicas del mañana.

La inversión inteligente, en el ámbito de la investigación la innovación y el emprendimiento, ayudan a crear empleo y prosperidad, calidad de vida y bienes públicos globales.

La inversión en este ámbito también genera oportunidades de negocio mediante la Creación de Productos y Servicios Innovadores, así como un crecimiento inteligente, integrador y Sostenible.

Todo ello en beneficio a los ciudadanos, ya que toda nuestra riqueza debe estar subordinada al interés general y la mejora de vida de la ciudadanía.

Las características que hacen idónea nuestra actuación para fortalecer el crecimiento comarcal, y afrontar los diferentes retos sociales planteados en este PECHS, pasan por:

- Simplificación notable en virtud de una metodología más sencilla y sostenible, con reducción de cargas administrativas y trámites burocráticos (en la línea con el plan PICAS de Catarroja), bajo un conjunto único de normas, herramientas, recursos, accesos únicos y extendidos a nivel comarcal para los participantes con su correspondiente reducción de costes, y generación de sinergias, (Puntos de Atención o Ventanillas únicas), un planteamiento SOSTENIBLE.

- Enfoque inclusivo abierto a nuevos participantes, agentes y territorios, bajo la integración efectiva de la Innovación, y las nuevas tecnologías.
- Más y mejor apoyo a la creación de empresas, actividades próximas al mercado, ello conduce a un estímulo directo.
- Especial atención a la Creación de Oportunidades de Negocio, generación de nuevos modelos de desarrollo, como sectores emergentes en nuestra comarca.

Desde este horizonte (FUTURO DESEADO), planteado por Europa como mapa global, y teniendo en cuenta el mapa y entorno actual descrito y planteado en el diagnóstico previo de nuestra comarca, así como del entorno autonómico y estatal, se plantea como una de las líneas estratégicas maestras: “EL ASESORAMIENTO, CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS”.

Para llegar a este destino se plantean diferentes rutas (programas), en los cuales la Mancomunidad Intermunicipal de la Horta Sud dotará a la comarca de la infraestructuras tecnológicas y de la capacidad técnica suficiente para poder dar respuesta a las necesidades y demandas de los emprendedores y las empresas de nuestra comarca:

P.1.1. Asesoramiento al emprendedor para la puesta en marcha de su proyecto empresarial: Asesoramiento técnico integral dirigido a cualquier persona emprendedora del territorio, en todas y cada una de las fases de creación de una empresa: desde la gestación de la idea de negocio hasta la efectiva constitución de la empresa.

La metodología de acompañamiento está basada en una participación activa, entre emprendedor y tutor, a través del recorrido efectivo de las diversas y diferentes etapas del proceso promotor planificado y previsto para cada uno de los estadios; planteadas en las diferentes acciones (Camino a seguir).

Las personas emprendedoras deberán asistir a una primera entrevista con el personal técnico responsable del área de creación de empresas. En dicha entrevista se realizará una valoración inicial del estadio en el que se encuentra la idea de negocio así como de los perfiles de los/as promotores/as de la misma. Se indagará el perfil profesional de los mismos/as, su experiencia profesional capacitativa y actitudinal, sus referentes emprendedores, sus expectativas empresariales, así como el grado de compromiso personal con el desarrollo del proyecto, las necesidades formativas observadas y requeridas en el ámbito de la gestión empresarial, etc. En función de esta entrevista inicial, se planificará por parte del técnico/a evaluador/a conjuntamente con otros técnicos multidisciplinares, la planificación gradual de los siguientes estadios de acompañamiento tutorizado a realizar, tanto de forma personal y pautada como a través de las nuevas tecnologías vía online, todo ello desde participación responsable del emprendedor/a, y desde la generación de modelos sostenibles.

“Un buen emprendedor se define como aquella persona que arriesga y toma acciones para crear nuevos proyectos, tienen y utilizan sus redes de apoyo de forma eficaz, son muy comprometidos con su idea y son capaces de altos sacrificios para llegar a ver su proyecto en marcha y por supuesto la motivación personal que es el motor de inspiración y concreta los anhelos contribuyendo a vencer todos los obstáculos”

Los emprendedores, además de su vertiente económica generan aspectos positivos para las personas y las relaciones sociales, estas actuaciones de asesoramiento y apoyo a la creación de empresas, toman su máximo exponente, cuando actúan e interactúan sobre otras líneas estratégicas motor de desarrollo (Comercio, Turismo y cultura, agricultura, ...) (L.E.2, 4, 5, respectivamente).

El apoyo a los nuevos emprendedores permite la generación de riqueza y el crecimiento económico mediante nuevos proyectos empresariales y la consecuente creación de nuevos puestos de trabajo. Es por eso que en la actualidad, los emprendedores son considerados como uno de los puntales para asegurar el desarrollo económico de nuestra comarca. Pero si bien es cierto que están germinando nuevos modelos de emprendimiento y de gestión empresarial, desde nuestra actuación local, y conjugando con la intervención de las 3 esferas (económica, social y ambiental), aplicaremos técnicas de intervención integradoras y sistémicas, consiguiendo empresas sostenibles, saludables y responsables.

El espíritu empresarial debe convertirse en un medio más extendido de creación de empleo y lucha contra la exclusión social. Los sistemas educativos deben ofrecer la base para la aparición de nuevos empresarios, y el territorio debe contar con modelos/referentes, para la fertilización de un nuevo modelo, aquí entran en escena actuaciones planificadas en las Líneas Estratégicas 2,3,6 y 9, desde la identificación y diferenciación del entorno (L.E.8), y con el apoyo de las nuevas tecnologías como medio de difusión y almacenamiento de la información (L.E.7)

P.1.2. Tutorización de empresas ya consolidadas: Innovación, Consolidación empresarial y apoyo a sectores estratégicos.

Asesoramiento técnico dirigido a cualquier empresa del territorio en todos aquellos ámbitos que contribuyan a su consolidación empresarial y mejora de la competitividad y sostenibilidad.

Esta acción contará con una atención personalizada entre técnico y empresa, en varias sesiones, cuyo objetivo común será la mejora empresarial, mediante un diagnóstico previo de la situación actual de la empresa. Se trabajarán técnicas de coaching y management para potenciar las capacidades técnicas y económicas, conseguir su adaptación al entorno, e innovación empresarial.

Durante el desarrollo de la atención personalizada, y según el diagnóstico previo, se planificarán medidas a tomar para la paliación y/o desaparición de lastres y estructuras desequilibradas que ahoguen a la empresa.

Una vez liberada a la empresa de los principales lastres, se planificarán y programarán actuaciones a desarrollar, desde la reformulación positiva/giro empresarial, para el crecimiento y mejora empresarial.

Al mismo tiempo trabajaremos el entrenamiento para una actitud proactiva, para ser participes del cambio y las necesidades reales de nuestros clientes (orientación al cliente), frente a la actitud reactiva.

Potenciaremos el networking y las alianzas empresariales, y pondremos el foco en la visibilización de aquellas empresas modelos/referentes, que participan en el modelo de desarrollo deseado, creando un entorno empresarial favorable y sostenible.

Esta asistencia técnica implicará tanto reuniones presenciales con los empresarios como trabajo online desarrollado a través de la Web Intermunicipal para Empresas Locales.

La crisis económica ha afectado negativamente en la creación de empleo. Las instituciones tanto nacionales como Comunitarias han desarrollado iniciativas para estimular el crecimiento y por lo tanto tener un impacto en la creación de empleo, pero no es suficiente con estimular el crecimiento para crear más y mejores empleos. También el entorno empresarial debe favorecer el empleo.

Lo que sabemos es que más del 99% de las empresas de la unión europea son PYMEs, que nos proporcionan dos tercios de todos los empleos del sector privado, por lo cual las debemos tener en cuenta a tanto ellas como a sus necesidades a la hora de elaborar iniciativas locales generadoras de empleo.

El análisis DAFO, desarrollado sobre aspectos sociales y económicos de nuestra comarca, nos indica la necesidad de trabajar muy cerca con la PYME, así como la necesidad de trabajar con los diferentes sectores productivos presentes en nuestra comarca, para ello además de las actuaciones desarrolladas en este programa, debemos trabajar en actuaciones desarrolladas en las líneas Estratégicas 2 a la 7.

P.1.3. Consultoría integral, búsqueda de oportunidades, soluciones innovadoras y sostenibles, adaptación evolutiva de la empresa al entorno.

Este programa complementa al anterior programa de tutorización empresarial, destacando actuaciones que ayuden a la adaptación evolutiva de la empresa al entorno como estrategia de la mejora de la competitividad empresarial, en base a la inclusión de la gestión medioambiental, las nuevas tecnologías y la innovación, en nuestros modelos productivos y de gestión empresarial, siendo el pilar fundamental las personas (que lo generan y lo consumen), valor añadido muy solvente.

Este programa nutre también a programas de las otras líneas estratégicas desarrolladas (1,2,3,5), pero ante todo genera los productos deseados en las líneas estratégicas (6, 8,9).

P.1.4. Red comarcal de centros de empresas.

Este programa se completa con un conjunto de actuaciones que persiguen asistir a los centros locales públicos y privados, dirigidas al diseño, construcción, puesta en marcha y gestión de Centros Locales de Empresas; las iniciativas económicas susceptibles de explotación empresarial que surjan de las propias entidades locales; así como las necesidades que nazcan del tejido asociativo de sectores estratégicos locales.

Todo ello desde la experiencia de generación, gestión, desarrollo e implementación de actuaciones que nutren a los espacios planteados como entornos favorables al nacimiento de nuevas empresas y espacios profesionales compartidos (viveros de empresas, naves nido, incubadora de empresas, coworking,), este espacio puede ser tanto físico como virtual.

Si tienes el espacio y las empresas, pero no se dinamizan y nutren, no garantizas su crecimiento y éxito real, dejarás de obtener su gran potencial, generando nuevos empleos, y dando paso a nuevas empresas.

Este espacio debe contar con la complementariedad/sinergia del resto de actuaciones descritas anteriormente.

Para la ejecución de estos programas (rutas), se plantean las siguientes acciones (camino a seguir):

- A.1.1.1.- Atención a personas emprendedoras con una idea de negocio, auto diagnósticos, viabilidad de la idea de negocio.
- A.1.1.2.- Desarrollo del plan de empresa, viabilidad técnica y económica
- A.1.1.3.- Trámites de puesta en marcha, ventanilla única empresarial, puntos PAIT
- A.1.1.4.- Tutelaje y acompañamiento para el inicio de la actividad
 - A.1.1.4.1.- Implantación de planes operativos.
- A.1.1.5.- Web intermunicipal para emprendedores locales.
- A.1.1.6.- Asesoramiento para la financiación de proyectos empresariales.

- A.1.2.1 Consultoría integral, en las diferentes áreas de gestión empresarial, desde la atención personalizada .
 - A.1.2.1.1.- Cooperación emprendedora y mentorizaje.
 - A.1.2.1.2.- Atracción de inversores: Red Business Angels.

- A.1.2.2.- Asesoramiento a empresas en materia de relocalización. (Empresas que atraviesan dificultades derivadas de la actual situación económica.)
- A.1.2.3.- Web intermunicipal para la consolidación de empresas.

- A.1.3.1.- Asesoría sobre Gestión de Residuos
- A.1.3.2.- Asesoría sobre Eficiencia Energética
- A.1.3.3.- Asesoría sobre Gestión Ambiental
- A.1.3.4.- Asesoría en el uso de nuevas tecnologías
- A.1.3.5.- Desarrollo plan estratégico de crecimiento de base tecnológica.
- A.1.3.6.- Elaboración del plan de diversificación desde la innovación.

- A.1.4.- Creación Red Comarcal de Centros de Empresas:
- A.1.4.1. Asesoramiento diseño y construcción de centros locales de empresas.
- A.1.4.2.- Asesoramiento puesta en funcionamiento de centros locales de empresas.
- A.1.4.3.- Apoyo a la gestión de Centros Locales de Empresas.

Así, tanto las acciones de creación como los de consolidación de empresas, construyen su oferta a partir de la dotación de una plataforma Web Intermunicipal personalizada y adaptada para cada municipio, que enlazada a la Web municipal respectiva, permita el acceso y utilización de las herramientas y contenidos necesarios para asistir técnicamente todas las fases del proceso de creación y consolidación de nuevas empresas. (L.E.7).

L.E. 2 PROMOCIÓN DEL COMERCIO Y LAS EMPRESAS LOCALES

En el sistema de ciudades de la Comunidad Valenciana predomina el tejido de ciudades medias (entre 10.000 y 40.000 habitantes). En este grupo identificamos a la mayoría de los municipios de nuestra comarca, en el que tan solo Mislata y Torrent superan esta cifra y 4 de ellos están por debajo de los 10.000 (Massanassa, Beniparrell, Lloc Nou de la Corona y Alcásser).

Esta distribución poblacional en la comarca implica un reto para tratar de evitar un modelo en el que una minoría de municipios prósperos y comercialmente atractivos, pueda crecer en lo comercial al tiempo que se produce la desertización comercial de gran parte de pequeños municipios que perderían en este proceso sus principales recursos de vida económica y social.

En este sentido, la concreción del “Modelo Valenciano de Comercio” ha necesitado un marco legal propio que la Comunidad Valenciana, en el ejercicio de sus competencias, ha desarrollado desde el ejercicio de su autogobierno. La Ley 8/1986 de Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales fue una de las leyes autonómicas del Estado Español pionera en la regulación del sector y vino a desarrollar plenamente la competencia exclusiva en comercio local.

En esta Ley se marcan los principios plenamente vigentes que debe perseguir la ordenación territorial de la actividad comercial en la Comunidad y que son:

- a) Lograr un nivel adecuado de equipamiento comercial y de su distribución territorial
- b) Introducir de forma armónica los nuevos sistemas de venta en la estructura comercial
- c) La libre competencia dentro de la defensa de la pequeña y mediana empresa
- d) La seguridad, salubridad y estética públicas.

Desde la administración autonómica se detecta una preocupación por poner en marcha políticas proactivas que ayuden al desarrollo de la actividad comercial local, prueba de ello es la creación de la RED AFIC (Agencias para el Fomento de la Innovación Comercial), coordinada desde la Dirección General de Comercio y Consumo de la antigua Conselleria de Economía, Industria y Comercio. (Actualmente Consellería de Economía, Industria, Turismo y Ocupación, dentro de la Dirección Territorial de Economía, Industria y Comercio).

Esta red está estructurada en agencias y descentralizada en ayuntamientos, mancomunidades y consorcios de toda la Comunidad, con el fin de servir como nexo de unión permanente entre los comerciantes, sus organizaciones representativas y la Administración.

Si hablamos de l’Horta Sud, la mayoría de municipios ubica una agencia AFIC (Alfajar, Aldaia, Alaquas, Benetusser, Catarroja, Mislata, Manises, Paiporta, Picanya, Silla, Torrent y Xirivella). Lo que nos indica que existe una actitud proactiva por parte de estos municipios para poner en marcha actuaciones encaminadas al desarrollo de su comercio local. Además algunos de estos municipios se han acogido al marco de la concesión de ayudas para la realización de estudios comerciales de carácter territorial impulsados por la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación para elaborar su propio Plan de Actuación Comercial (PAC), como es el caso de Paiporta, Torrent, Catarroja, Manises o Silla.

Estos planes se han realizado desde un enfoque local y aislado, y, en la medida que se implementen sus acciones, contribuyen a que la planificación y ordenación de la actividad comercial municipal. Sin embargo es necesario analizar el comercio desde una óptica supralocal e integrada y elaborar un Plan Director Comercial para toda la comarca de l’Horta Sud. Y es que no se puede valorar la existencia de un adecuado nivel de equipamiento comercial, sin tener en cuenta todo el tejido comercial y su capacidad de vertebración dentro del territorio, sus pautas históricas de localización, nuestra estructura comarcal y el funcionamiento de las 3 áreas Comerciales que se ubican en nuestra comarca (C.C Bonaire de Aldaia, C.C. Gran Turia en Xirivella y C.C MN4 de Alfajar).

Así pues la comarca de l’Horta Sud debe orientar sus acciones hacia la meta de convertirse en una comarca con una oferta comercial atractiva, accesible y funcional, capaz de incrementar la retención del gasto; y es ahí donde el comercio juega un papel importante como elemento dinamizador del territorio. La presencia de una oferta comercial variada y diversificada complementada con una oferta de ocio y de servicios amplia es un elemento de atracción del territorio que incrementa el atractivo. Porque “El comercio es un "equipamiento estratégico" especialmente cuando su implantación tiene carácter supramunicipal, como vertebrador territorial y refuerzo de la cohesión social. Reconocer este papel estratégico del comercio e incorporarlo a las políticas de las Corporaciones Locales a través del Urbanismo Comercial es una cuestión muy compleja, sin embargo, indispensable” (PATECO. “Plan Director Comercial l’Horta Nord”, 2010).

Por otra parte, dentro de esta línea estratégica hemos incluido acciones de actuación para las empresas locales, partimos de la conciencia de la necesidad de trabajar bajo estas premisas, reforzando la participación de las PYMES a través de un enfoque integrado y siguiendo la Estrategia Europa 2020:

- **Ciencia excelente.** A fin de garantizar la competitividad empresarial prestando apoyo a las mejores ideas, desarrollando el talento, ofreciendo espacios y entornos propicios para su desarrollo e implementación.

- **Liderazgo industrial.** Se tendrá como objetivo generar un lugar atractivo para la Inversión en Investigación e Innovación (Incluida la ecoinnovación), fomentando una importante inversión en tecnologías limpias y saludables, clave para el desarrollo sostenible industrial.
- **Sociedades inclusivas, Innovadoras y seguras.** El Desarrollo Sostenible, las acciones de protección del clima y medioambiente, y el uso eficiente de los recursos se complementarán con la puesta en común de los conocimientos.
- **Un enfoque amplio y con respeto por la innovación,** no limitando la puesta en el mercado de productos nuevos, sino reforzando los procesos, en cuanto a diseño, creatividad, servicios e innovación social.

Partiendo de los anteriores factores, desde el **PECHS** planteamos como línea estratégica **L.E.2** la **PROMOCIÓN DEL COMERCIO Y LAS EMPRESAS LOCALES** (Destino). Para ello establecemos unos objetivos que son:

- Crear una identidad comercial en la comarca
- Aumentar la notoriedad del comercio local
- Sensibilización para la compra en el comercio local
- Aumentar la visibilidad de los comercios y empresas locales
- Impulsar y fortalecer las estructuras asociativas de comercio y pymes
- Reforzar el papel de los agentes implicados en la actividad comercial
- Mejorar la competitividad del comercio y las empresas locales
- Potenciar las estructuras comerciales tradicionales
- Reforzar el papel del comercio en el mantenimiento y la generación de empleo

En base a estos objetivos, definimos los siguientes programas de actuación:

P.2.1. Sensibilización para la compra en el comercio local

La pérdida de peso comercial que han sufrido los municipios durante los últimos años, los cambios en los hábitos de compra, la ampliación de la oferta comercial a través de su concentración en Parques comerciales, la mejora de la red de comunicaciones, entre otras, pone el énfasis en la urgente concienciación de la población de la comarca sobre la necesidad de ser consumidores de los establecimientos locales, que mantengan la estructura comercial de sus municipios como elemento generador de actividad económica.

Las acciones a implementar dentro de este programa son: En este programa planteamos la comunicación como el eje de actuación.

- A.2.1.1. Organización de campañas de sensibilización para la compra local.

Realizar campañas y promociones en los municipios de la comarca que se darán a conocer a través de diferentes elementos de comunicación (cuñas publicitarias en radio, prensa, cartelería en las vías de mayor tránsito del área de influencia de los distintos municipios que integran la comarca).

Además de organizar actividades de animación como una herramienta de marketing para influir en los hábitos de compra de los consumidores y como una forma de compensar la fidelidad y prolongar las estancias en los comercios.

- A.2.1.1.1. Campaña de comunicación en diferentes soportes (gráficos, audio, etc.)
- A.2.1.1.2. Identificar municipios con mayores necesidades de promoción del comercio local para organizar un calendario de actividades de animación (ej. Semana de Ruzafa-Kids en Valencia)

P.2.2. Visibilización de los comercios y empresas locales

En un momento en el que los consumidores cuentan con distintas alternativas de elección y buscan la concentración de los comercios, además de la variedad, los comercios minoristas de la comarca deben centrarse en una comunicación fluida y constante con el cliente actual y conseguir posicionarse entre sus alternativas comerciales. Con las dos acciones que planteamos, se aprovechan las sinergias y se reducen costes.

Siendo conscientes de la utilidad del “portal del comerciante” de la Red AFIC, se trataría de aprovechar la información y no solaparla. En este caso el portal abarcaría información sobre eventos y ofertas comerciales concretas, promociones especiales, etc, además de incluir un directorio comercial y de empresas locales.

- A.2.2.1. Portal Web del comercio. Directorio comercial y de empresas locales vía Web
- A.2.2.2. Programación de ferias temáticas: Feria del Stock, Feria Medieval, mercadillo navideño, etc.

P.2.3. Impulso para la creación de alianzas, networking empresarial y trabajo en red

En consonancia con la L.E.1 de apoyo al emprendedurismo y a consolidación de las empresas existentes, este programa está dirigido a las empresas locales, que por su escaso tamaño han de solventar problemas y costes que a través de alianzas podrían reducirse. Así pues las acciones planteadas son:

- A.2.3.1. Punto de encuentros de profesionales, emprendedores y empresarios, panel de experiencias y buenas prácticas tanto de dentro como fuera de nuestra comarca, desde la innovación y el desarrollo sostenible. (FERIA COMARCA HORTA SUD-EMPREENDEDORA)

P.2.4 .Impulso del asociacionismo empresarial y comercial en los diferentes municipios

En la misma línea el asociacionismo comercial constituye una herramienta clave para la competitividad y está considerado como un factor de dinamismo y modernidad en la gestión.

El asociacionismo activo es una de las principales potencialidades del pequeño comercio para competir frente a las grandes empresas de distribución y para poder tener representación ante instituciones o entidades públicas o privadas.

Por otra parte también es importante dotar a estas asociaciones de comercio y empresas que existen en la comarca de herramientas para la dinamización de sus asociados.

Las acciones a llevar a cabo dentro de este programa son:

- A.2.2.4. Feria comarcal del comercio y la empresa local donde se crea un espacio común de empresas y comercios locales.
- A.2.4.1. Encuentros con las diferentes asociaciones comerciales y empresariales de la comarca para promover el asociacionismo comarcal.

P.2.5. Mejora de la competitividad del Comercio en la comarca

Las pequeñas empresas locales y comerciales poseen una escasa concienciación de la importancia de la gestión del negocio en aspectos tales como el merchandising, el escaparatismo, comunicación con el cliente, publicidad, gestión de stocks, interiorismo, entre otros. Este hecho, unido a la carencia de recursos y la dificultad de acceso a financiación lleva a muchos empresarios del comercio a limitar las acciones en su comercio. Reconocer la labor de los empresarios más dinámicos y con ideas innovadoras, supone un incentivo para el resto de comerciantes de la ciudad. En este sentido, se debe promover y premiar a los empresarios del comercio y sus negocios por su papel dinamizador de la actividad comercial y de la ciudad.

Por otra parte también es necesario apoyar el incentivo con una formación adecuada, tanto para estos empresarios como comerciantes.

Las acciones que se proponen son:

- A.2.5.1.- Se propone la implantación y obtención del Reconocimiento Comercio Excelente, valorando la gestión del servicio y la calidad ofrecida a unos 30 comercios de la comarca por año
- A.2.5.2. Premio/reconocimiento a las empresas y comercios de la comarca sostenibles e innovadores.

- A.2.5.3. Plan de formación para el comercio (escaparatismo, técnicas de venta, nuevas tecnologías, merchandasing, etc.)
 - A.2.5.3.1. Talleres formativos para mejorar la imagen del comercio
 - A.2.5.3.2. Talleres formativos para mejorar la calidad del servicio

P.2.6.-Mejora de la competitividad del tejido empresarial: Apoyo a sectores estratégicos, Investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) para el desarrollo.

- A.2.6.: Mejora de la competitividad del tejido empresarial:
 - A.2.6.1. Observatorio empresarial e industrial.
 - Web intermunicipal local del tejido empresarial.
 - A.2.6.2.- Apoyo a sectores estratégicos.
 - A.2.6.3.- Apoyo a polígonos y áreas industriales.
 - A.2.6.4.- Fomento de (I+D+i) para el desarrollo.

Para poner estas acciones en marcha es necesario que un organismo como la Mancomunitat de l'Horta sud lidere este proceso de desarrollo comercial desde un enfoque comarcal, por ser la institución que vertebra el desarrollo desde una óptica comarcal, aglutinando a los 20 municipios de este territorio.

L.E. 3.: FORMACIÓN PARA PROFESIONALES Y TÉCNICOS

La formación se ha erigido en un pilar básico de las políticas activas de empleo, tanto por su incidencia directa en los niveles de empleabilidad de la población desempleada, como por la perduración en el tiempo de sus efectos: la cultura del aprendizaje permanente, de la actualización de conocimientos, y la promoción de la polivalencia profesional ligados a ella, deben redundar necesariamente tanto en los niveles de empleo como en la calidad del mismo a largo plazo. No obstante, su implantación y desarrollo, la necesidad de maximizar en términos de calidad el esfuerzo financiero que exige, no están exentos de problemas; dada la limitación de los recursos económicos públicos, es necesario que los mismos sean utilizados de modo eficiente.

En términos concretos, es necesario que las acciones formativas que se desarrollen formen efectivamente a la población desempleada y les capacite para el desempeño de profesiones demandadas por el mercado de trabajo.

En el ámbito local ese conocimiento es posible. Pero no siempre es abordado, y en cualquier caso, su estudio requiere una actualización periódica, con el fin de que las acciones formativas que se programan atiendan fielmente a las necesidades manifestadas en el contexto actual. El estudio de la detección de necesidades formativas debe entenderse como un procedimiento reflexivo, sistemático, flexible, controlado y crítico

Ello justifica la pregunta que nos hemos formulado en la comarca Horta Sud: ¿Estamos atendiendo adecuadamente con nuestras propuestas formativas las necesidades del mercado de trabajo?, ¿se puede ajustar más esa adecuación? O dicho de otro modo ¿Cuál es el grado de ajuste entre la oferta y la demanda de formación en las poblaciones de la comarca? ¿Qué especialidades se deberían programar para que el grado de ajuste aumentase? A esas preguntas, con la certeza de que todo aumento de conocimiento es insuficiente y, aún así, necesario, se ha intentado dar respuesta con el desarrollo del presente plan estratégico (ver tabla DAFO FORMACION).

La formación tiene un nuevo rol en la nueva configuración de organizaciones inteligentes o en continuo aprendizaje obligando a plantear la organización y la gestión de la formación no como necesidades coyunturales sino como nuevas necesidades de planificar estratégicamente los programas, acciones y las instituciones de formación, diseñar y crear nuevas estructuras y plantear una nueva gestión de la misma. La planificación no es sino el resultado de prevenir y ordenar la dirección en que ha de desarrollarse la formación.

En todo este proceso las nuevas tecnologías (L.E. 7) juegan un papel importantísimo, ya que se encuentran inmersas en todos los ámbitos de nuestra vida.

Su influencia puede ser tanto positiva como negativa ya que, "...a unos nos solucionan problemas técnicos, nos posibilitan procesos hasta ahora duros y pesados, nos acercan a realidades asombrosas..., pero a otros los avances que se producen con la incorporación de las nuevas tecnologías a los procesos productivos, les produce inquietud, temor..., por las transformaciones que están ejercen en el mundo del trabajo: la imposibilidad de acceder a un puesto de trabajo o lo que puede ser aún peor, la pérdida del puesto de trabajo" (Bermejo y Morales, 2000: 3).

La ventaja más importante de la planificación de acciones formativas está en establecer una mirada de conjunto sobre una serie de problemas y situarlos en los distintos niveles que les corresponden dentro de un marco general, determinando así su peso en las circunstancias sociales y económicas. En este sentido se trata de contribuir con ella a una lógica, sistemática y global aproximación.

Revisados los recursos formativos de nuestra comarca tomamos consciencia del gran número de acciones formativas en las que se combinan la formación y la inserción, como han sido las Escuelas Taller, Casas de Oficios, Talleres de Empleo..., y por otra parte y en la misma línea planes de empleo para colectivos de difícil inserción tutelados, como han sido Salari Jove, Emcorp, Planes Integrales de Empleo (PIE), PAMER, PQPI, TFILS, etc., programas, en los que mayoritariamente participaban entidades públicas y sin ánimo de lucro, .., actualmente existe menos financiación para estos programas, reduciendo la oferta de este recurso. En resumen, la falta de personal cualificado para los puestos que demandan las empresas de la comarca, unida a la escasa formación que se oferta en la actualidad hacen necesario el plantear un plan formativo adaptado a las necesidades empresariales de la comarca, que consiga cubrir por un lado la falta de cualificación de la que adolecen las empresas, y por otro ayuden a la inserción de los desempleados.

Nuestra finalidad, desde el Plan Estratégico Comarcal Horta Sud es formar a profesionales y técnicos (activos y desempleados) siempre comprometidos con la formación de calidad con diferentes niveles de especialización y modalidades presenciales, e-learning (herramienta innovadora que responde a las necesidades formativas de los profesionales con cursos interactivos multimedia de corta duración).

En coherencia y coordinación con la línea estratégica de formación (L.E. 3) definimos nuestros objetivos de actuación presentes en los tres años de actuación (2013 – 2015) programados para el desarrollo de los programas de formación (rutas) y acciones (puntos de interés - PDI) planificadas e indicadores de evaluación de las estrategias a desarrollar (GPS).

Objetivos específicos de los programas de formación (rutas);

- P.3.1. Capacitación y reciclaje continuo de conocimientos, aptitudes y actitudes profesionales para la adaptación de las nuevas necesidades del entorno laboral
- P.3.2. Promocionar, apoyar e impulso de la formación dual
- P.3.3. Creación y promoción de comunidades de prácticas y conocimiento a través de redes de aprendizaje , donde los técnicos ponen en común sus experiencias y su metodología
- P.3.4. Monográficos y píldoras del conocimiento: **“Emprender con talento”**

Las acciones (PDI), de los programas anteriores los podemos centrar en:

1. Formación en Nuevas Tecnologías
2. La Escuela de Emprendedores Sostenibles
3. Formación en la Empresa
4. Programa de Formación para la Inserción en la Empresa
5. Formación para Emprendedores “Emprender con Talento”
6. Organización de encuentro profesionales e intercambios de experiencias de conocimiento

Concretamente con las siguientes acciones:

A.3.1.1. Formación en nuevas tecnologías y redes sociales:

- Personas desempleadas
- Formación a profesionales y personal técnico
- Formación a emprendedores
- Formación a empresarios (incluyendo comercio local)

A.3.1.6.- Formación para la creación y gestión de empresas:

- Curso on-line de Gestión de la PYME Sostenible “GPS” para emprendedores/as.

A.3.1.8. Formación para el autoempleo y la creación de empresas:
Formador de formadores para la creación, gestión y consolidación empresarial.

A.3.1.9. Formación en responsabilidad social en la empresa.

A.3.1.10 Formación para dirigir a empresas hacia la sostenibilidad:

- Curso/Taller de movilidad sostenible
- Curso sobre Gestión de Residuos
- Curso/taller de eficiencia energética

A.3.1.14.- Formación en plataformas tercer sector

A.3.2.1. – Formación y animación sociocultural

A.3.2.2. – Formación en comercio

A.3.2.3. – Formación en atención socio-sanitaria

A.3.2.4. – Formación en limpieza y mantenimiento de instalaciones industriales y empresariales

A.3.3.1. Puesta en marcha de comunidades de prácticas, comisiones de expertos y grupos de trabajo en materias que afecten al plan estratégico (PECHS).

A.3.4.1.- Creación plan de empresa

A.3.4.2.- La negociación

A.3.4.3. Jornadas, encuentros y grupos de trabajo, bajo el formato de taller, en diferentes aspectos profesionales y temáticos relacionados con el mundo de la empresa.

1. Formación en Nuevas Tecnologías

La formación específica de esta materia está dirigida a colectivos con experiencia en el mundo laboral, que atraviesan una situación de desocupación o con problemas de inserción, que buscan nuevas alternativas profesionales o de perfeccionamiento. Se ofrece formación y reciclaje de contenidos al colectivo de trabajadores en situación laboral, con la finalidad de mejorar su capacidad profesional, bien en el puesto de trabajo que actualmente desempeñan, o bien con la finalidad de promoción.

La formación de oferta tiene por finalidad ofrecer a los trabajadores, tanto ocupados como desempleados, una formación ajustada a las necesidades del mercado de trabajo que atienda a los requerimientos de productividad y competitividad de las empresas y a las aspiraciones de promoción profesional y desarrollo personal de los trabajadores.

Asimismo, se dirige a proporcionar a los trabajadores una formación que les capacite para el desempeño cualificado de las distintas profesiones y el acceso al empleo, promoviendo la realización de itinerarios integrados de formación para la inserción profesional y favoreciendo que los trabajadores puedan optar a un reconocimiento efectivo de la formación que reciban.

2. **Formación en la Empresa;** proceso planificado y continuo que permite ajustar las cualidades del trabajador a una actividad mejorando y actualizando capacidades, habilidades, actitudes y aptitudes idóneas para su desempeño caracterizada por su dinamicidad. Los recursos que ofrecemos en la modalidad empresarial son;
 - **Formación profesional continua** se trata de un tipo de formación que no es reglada que ofrece a los trabajadores nuevas bases y nuevas cuestiones relacionadas con el trabajo que van a desarrollar con el objetivo de adquirir nuevas habilidades y conocimientos para desempeñar mejor su puesto.
 - **Aprendizaje lifelong learning**, que ofrece la actualización continua de conocimientos del trabajador y permite una información continua al trabajador en el día a día. Es un tipo de aprendizaje permanente.
 - **Seminarios, conferencias o talleres**, sistemas de formación continua de poco tiempo de duración pero que ofrecen nuevos aprendizajes a los trabajadores, ya sea por medio de nuevos conocimientos de interés y especializaciones básicas o por medio de compartir impresiones con las otras personas que asisten. Esta formación puede ser práctica o de información, pero en todo caso siempre queda un espacio para la reflexión y el debate.
 - **Cursos de desarrollo profesional**, especializados en ciertas competencias o habilidades para los trabajadores, adquiriendo más conocimientos de mejora de habilidades que de conocimientos generales. Son ideales para cualquier profesión y mejoran las competencias de los trabajadores mediante estas nuevas especializaciones.

3. **Programa de Formación para la Inserción en la Empresa (PFIE);** el programa PFIE surge fruto del estudio realizado en cuanto a necesidades formativas y de contratación, y el diagnóstico de la formación en nuestra comarca.

El objetivo es adaptar la formación profesional a las necesidades reales del sector productivo, mejorar la cualificación de los titulados y, sobre todo, incrementar las tasas de inserción laboral. Este sistema de formación profesional combina la adquisición de conocimientos teóricos con prácticas profesionales en empresas adheridas al plan. El Acuerdo Comarcal por el Empleo (ACCO) puso en marcha en el año 2010-2011 un programa pionero basado en la formación en la empresa, en las que se firmaron varios convenios de colaboración con empresas de la comarca, en sectores como animación y atención a la infancia, telemarketing, servicios de atención a personas dependientes, carretilleros y mozos de almacén, dependientas y ventas, ..., una gran experiencia, en la que se planteó la necesidad de un marco de referencia para su implantación, ya que los resultados fueron muy favorables. En esta línea ya empieza a trabajar la Consellería de Educación, Formación y Empleo, mediante la "Formación Dual".

La Formación Profesional Dual promete ser una solución acorde a los problemas de muchos: las empresas formarían a los trabajadores exactamente como los necesitan, los trabajadores entrarían en contacto directo y temprano con las empresas que luego les darían trabajo y el Estado consigue sacarse un peso de encima encausando a la amplia población de parados o inactivos que hoy no saben cómo empezar a conseguir un trabajo. Ciertamente, que la ecuación acabe en una cifra de éxito dependerá de lo bien que se ejecute el Plan y es por ello, que nos apoyamos en la previa experiencia y óptimos resultados del programa experimental PFIE – ACCO que avala el contrato para la formación y el aprendizaje. La combinación de los procesos de enseñanza en conjunto con el aprendizaje in situ, dentro de las empresas de las profesiones y oficios que las industrias demandan, es la característica más saliente de este Sistema que permitirá estudiar y trabajar al mismo tiempo consiguiendo formación y un salario, además de experiencia laboral temprana.

4. **Formación para Emprendedores “Emprender con Talento”**; dirigido a todas las personas que están pensando en emprender y que necesitan un empujón, aquellas que tienen una idea y quieren hacerla realidad. A través de nuestro programa de formación explicamos a los emprendedores cómo analizar sus habilidades y competencias antes de dar el paso, cómo crear y comunicar su Marca Personal. Les acompañaremos en el proceso de definición de un Plan de Empresa, descubriremos los trucos para venderse mejor y les revelemos los errores típicos de todo emprendedor para que eviten caer en ellos.
5. **Organización de encuentro profesionales e intercambios de experiencias de conocimiento;**

Networking empresarial, se trata de reuniones entre empresarios españoles y extranjeros, cuyo objetivo es estrechar las relaciones bilaterales, la cooperación empresarial, intercambio de experiencias y el desarrollo de acuerdos de inversión conjunta destinados a promover la transferencia de conocimiento y tecnología y favorecer así los acuerdos comerciales entre los participantes.

Creación de grupos de trabajo y comisiones de expertos entre los agentes implicados en el desarrollo del territorio, intercambios de experiencias de conocimiento, y puesta en común de alternativas y pasos al cambio.

Se trata de crear comisiones de trabajo desde y entre los diferentes perfiles profesionales impulsores del PECHS, (informáticos, ADLS, AFICS, técnicos medioambientales, técnicos de turismo...), para la incorporación de las líneas estratégicas en los municipios y evaluación conjunta de las acciones que se van implementando, consiguiendo un PECHS vivo y evolutivo.

L.E. 4. IMPULSO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA, RECREATIVA Y CULTURAL

La dinamización del sector turístico, de recreo y la cultura puede convertirse en una herramienta importante en la comarca para el desarrollo económico, social y para la conservación del medio ambiente. Pero como se ha indicado anteriormente, la mera existencia de recursos no supone la conversión en destino turístico. Debe considerarse que, a pesar de la existencia de algunos programas, la falta de un conjunto de productos turísticos definidos y estructurados en el ámbito de la comarca es una debilidad importante para impulsar la actividad.

Por otra parte, en la comarca existen profesionales del sector turístico y empresas vinculadas como la hostelería y la restauración. Aunque son muy escasas las empresas que utilizan los recursos comarcales como base para su actividad, en gran medida por la necesidad de formación específica. A estas dos debilidades, falta de empresas especializadas y, como consecuencia, falta de producto, se debe la escasa oferta y difusión de este territorio como destino turístico.

Con el objeto de fomentar este importante actividad se han planteado tres Líneas Estratégicas, que deben ponerse en marcha de forma escalonada y asociada a aquellas que promueven y orientan la actividad empresarial y de formación (L.E. 1 y L.E. 3) y con gran conexión con la agricultura local y ecológica (L.E. 5) que puede convertirse en proveedora de calidad. Una vez constituidas las empresas sería fundamental su promoción por los cauces que se vayan estableciendo (L.E. 2) y mediante los sistemas de comunicación interior y exterior desarrollados en la (L.E. 7), reforzándose con el apoyo de la marca comarcal (L.E. 8).

Los programas (rutas) planteados son los siguientes:

- P.4.1. Desarrollo de productos y servicios
- P.4.2. Formación y actualización profesional
- P.4.3. Difusión y comercialización

Los dos primeros programas pueden iniciarse de forma conjunta, al existir entidades y empresas con capacidad de generar producto turísticos en la línea de la actividad sostenible. Si bien es necesaria la capacitación específica de profesionales que redundará en mayor número de iniciativas emprendedoras y en consecuencia en producto turístico.

Una vez se disponga de un catálogo de productos de ocio y recreo sostenible es conveniente la difusión y comercialización, para lo que pueden ser muy significativas las nuevas tecnologías y las redes sociales.

A nivel interno, se requiere la integración (relaciones) entre todas las empresas vinculadas al sector (empresas turísticas, de ocio-recreo, hostelería, restauración, transporte de viajeros...) y la promoción entre la población de la comarca para el disfrute de las propuestas existentes.

Para la formación específica de profesionales sería necesaria la orientación y especialización en las estrategias de turismo sostenible, de este modo se facilitaría a largo plazo el desarrollo de un modelo comarcal de turismo respetuoso con el medio natural y cultural, a la vez que haría partícipe a la población local, permitiendo el retorno a la población del esfuerzo empresarial. Del mismo modo, es fundamental para la puesta en marcha de productos el conocimiento de los recursos locales, sus valores y las características que pueden interesar al visitante. Por ello se plantean los cursos enmarcados en las acciones: A.4.2.1. y A.4.2.3. que junto con la acción A.4.2.2. completarían los cursos básicos en la formación en esta Línea.

Por otra parte, para promover el desarrollo de la actividad cultural y recreativa en el territorio, se ve necesaria la difusión de los recursos, actividades y programas existentes en toda la comarca (Programa 4.3). Esto supondría las siguientes oportunidades:

- Facilitaría a la población un mayor número de productos y servicios recreativos y culturales.
- Ayudaría al desarrollo y mejora de la cultura de la sociedad (L.E. 9)
- Apoyaría y promocionaría a las empresas del sector al aumentar el público objetivo susceptible de participar en eventos y programas (L.E. 2 y L.E.1).
- Aumentaría las conexiones intermunicipales y promovería vínculos entre los diferentes municipios.

La proximidad a la ciudad de Valencia y las buenas comunicaciones, son oportunidades significativas para gestar una actividad turística en la comarca que se nutra del gran atractivo de la ciudad. Se precisa para competir con la oferta turística de Valencia el desarrollo de programas específicos en base a las cualidades locales, de modo que la capacidad de competencia será mayor por tratarse de una oferta única.

En relación a la actividad de ocio-recreo no hay que despreciar la gran población existente en el área metropolitana, que combinada con el incremento y mayor sensibilidad ciudadana al ocio alternativo y de calidad de vida, puede suponer un mercado interior y próximo a la comarca que alto índice de repeticiones.

Las acciones (PDI) planteadas en definitiva, dentro de cada programa, son:

- P.4.1. Desarrollo de productos y servicios
 - A.4.1.1.- Catalogación de actividades, rutas y servicios turísticos en la Comarca
 - A.4.1.2.- Diseño de programas turísticos específicos por la comarca (realización de 6 rutas de 1 día, 4 rutas de 2 días y 2 rutas de 3 días)
 - A.4.1.3.- Diseño de rutas autoguiadas en formato digital.

- P.4.2. Formación y actualización profesional
 - A.4.2.1.- Curso “Proyectos para el turismo sostenible”
 - A.4.2.2.- Curso “Interpretación y monitoria para el turismo sostenible”
 - A.4.2.3.- Curso “Los recursos turísticos en la L’Horta Sud”
 - A.4.2.4.- Seminario “calidad y sostenibilidad en la actividad de ocio-recreo”
 - A.4.2.5.- Jornada “buenas prácticas ambientales en el sector hostelería”
 - A.4.2.6.- Jornada “buenas prácticas ambientales en el sector restauración”

- P.4.3. Difusión y comercialización
 - A.4.3.1.- Creación de una página web que integre “rutas, lugares y eventos” de interés en la comarca
 - A.4.3.2.- Plan de difusión y apoyo a la comercialización para las empresas turísticas de la comarca
 - A.4.3.3.- Plan de impulso al turismo intercomarcal: programa “Conoce l’Horta”
 - A.4.3.4.- Campaña de información ciudadana sobre los recursos de l’Horta.

LINEA ESTRATEGICA 5: DESARROLLO DE LA AGRICULTURA LOCAL Y ECOLÓGICA

La agricultura ha sido históricamente un valor con un gran peso específico dentro de la comarca que ha visto perder fuerza poco a poco durante las últimas décadas del siglo XX hasta llegar a la situación de crisis actual.

Tradicionalmente la huerta fue el pilar donde se sostuvo la economía de la comarca, moldeando su paisaje, a la vez que fue la cuna de los valores culturales, gastronómicos e históricos intrínsecos de l'Horta Sud.

Como se muestra en la tabla DAFO referente a la agricultura, hay diversos factores que explican esta complicada situación del sector. Al progresivo proceso de abandono del sector primario, la paulatina urbanización y la consiguiente destrucción del suelo destinado a uso agrícola, se ha unido la aparición de una creciente competencia a nivel nacional e internacional, lo que ha menguado la cuantía de las ventas y las exportaciones. Todo esto ha empujado a un envejecimiento del personal agrario por la falta de interés de las nuevas generaciones en el sector, una excesiva temporalización del trabajo y una reducción de las ayudas al campo.

Por otro lado, también han surgido problemas ambientales asociados al empleo de productos fitosanitarios (fertilizantes, pesticidas, etc.) durante varias décadas, lo cual ha disminuido la calidad del suelo (en su mayoría con una capacidad alta y muy alta para la agricultura), ha contaminado los acuíferos y aguas subterráneas, afectando por extensión al parque natural de la Albufera.

Esta situación obliga a reorientar la estrategia del sector para dotarlo de herramientas que le permitan adaptarse a las nuevas circunstancias de una forma competitiva y sostenible. Por todo ello, se hace necesario establecer una estrategia global que abarque las diferentes fases que forman la agricultura.

Este ciclo por tanto comprende las siguientes fases:

- Definición de la viabilidad de parcelas agrícolas
- Disponibilidad/Abastecimiento de tierra
- Creación de grupos de trabajo agrícola
- Atraer a personas para que trabajen en la agricultura
- Formar a los profesionales agrícolas
- Elaborar productos de calidad
- Ayudar a la distribución, difusión y compra de los productos agrícolas locales dentro de la comarca

Este enfoque integral pretende arrancar desde la mejora del conocimiento sobre los terrenos agrícolas existentes, su puesta en funcionamiento, la captación de nuevos agricultores, su formación orientada a mejorar la calidad de los productos agrícolas y la creación de espacios para su venta y distribución a nivel local y comarcal.

Esta línea estratégica (L.E. 5) orientada al desarrollo de la agricultura local y ecológica está íntimamente ligada con la línea estratégica de formación (L.E. 3). Dentro del programa aparecen diferentes acciones que tienen como objetivo mejorar la formación específica en aspectos como la agricultura ecológica, calidad de los productos, el modelo tradicional de cultivo o los aspectos comerciales de dicha actividad. Se han separado estas acciones de la L.E. 3 e ubicado dentro de esta L.E. 5 por el carácter específico de las mismas, dirigidas a formar profesionales en el sector agrícola exclusivamente.

A su vez, existen sinergias dentro del PECHS con otras líneas de actuación como son la promoción del comercio y las empresas locales (L.E. 2), las nuevas tecnologías (L.E. 7) especialmente importante en el proceso de distribución y compra de productos alimentarios y el marketing, así como la promoción de la marca comarcal (L.E. 8).

Objetivos específicos de los programas de formación (rutas);

1. Recuperar el saber hacer agrícola de la comarca
2. Desarrollar un modelo de agricultura local de calidad
3. Crear estrategias y herramientas para la distribución de productos agrícolas en los diferentes ámbitos (de lo local a lo global)

Acciones (PDI)

- Estudio viabilidad económica de parcelas agrícolas
- Catálogo de suelo agrícola disponible en la comarca de l'Horta Sud y gestión de la oferta y la demanda
- Formación técnica para la mejora de la agricultura
 - Modelos agrícolas locales (tradicionales)
 - Curso Agricultura ecológica
 - Curso / taller mejora de la calidad de los productos agrícolas
 - Curso técnicas comerciales en agricultura
- Distribución de productos agrícolas en la comarca
 - Grupos de consumo
 - Ferias/Mercados (itinerantes) productos agrícolas locales
 - Introducción de productos en espacios/comercios existentes
 - Marketing
 - Promoción de los productos locales
 - Creación de la Marca Horta Sud

L.E.6: FERTILIZACIÓN DE UN NUEVO MODELO DE DESARROLLO

En el marco de la estrategia de fertilización de la comarca que desde Natura y Cultura proponemos, un aspecto fundamental que no podemos obviar es la necesidad de fomentar el espíritu emprendedor de sus ciudadanos, empezando por los más jóvenes. De acuerdo con el Libro Verde del Espíritu Empresarial en Europa, el espíritu emprendedor es importante por cuanto contribuye, en primer lugar, **a la creación de empleo y al crecimiento económico y sostenible.**

Las actuales normas sociales no estimulan la creatividad, la innovación y la asunción de riesgo empresarial, así como tampoco promueven la autonomía, la iniciativa personal o la autosuficiencia. A pesar del reconocimiento del éxito individual (estamos inmersos/as en la cultura del éxito) para los/as expertos/as “no resulta evidente que las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo, más que la comunidad, el/la responsable de gestionar su propia vida”.

En términos generales, la sociedad se caracteriza por una preferencia a favor del trabajo por cuenta ajena y por una escasa capacidad para asumir riesgos (y optar por abrir un negocio como alternativa profesional). En este sentido, la Comisión Europea destaca también la importancia del espíritu emprendedor en cuanto a su capacidad para impulsar la competitividad y por ende la productividad de las empresas, ya que la presión ejercida por las nuevas empresas o por las nuevas iniciativas emprendidas por las organizaciones ya existentes fuerzan a sus competidoras a innovar y a mejorar sus procesos. Finalmente, el espíritu emprendedor se revela también como un instrumento de cohesión social al facilitar la participación en el mercado de trabajo de las personas desempleadas (el autoempleo como una opción profesional), del colectivo de las mujeres y de otros colectivos de personas con dificultades para encontrar un empleo por cuenta ajena (un claro ejemplo son las empresas de inserción).

Por tanto, y buscando la germinación del espíritu emprendedor y la innovación en la comarca, se proponen 2 programas de actuación con retorno a medio y largo:

6.1 Promoción del emprendimiento y la innovación con el objetivo de conseguir un modelo futuro de desarrollo sostenible en la comarca

Las diferentes experiencias en el actual modelo de desarrollo empresarial han demostrado que a mayor índice de iniciativa emprendedora, más se reduce la tasa de desempleo y cómo la creación de empleo se concentra, cada vez más, en las pequeñas empresas de nueva creación (en las PYMES, en los/as autónomos/as) y no en las grandes empresas. Puede afirmarse así que, con carácter general, existe una estrecha relación entre el nivel de actividad emprendedora de un país y/o región y su crecimiento económico.

Por estos motivos, queremos proponer acciones que impulsen ese espíritu emprendedor y la motivación para el autoempleo. Estas acciones son:

- A.6.1.1.- Talleres de motivación para el autoempleo “GENER@r cultura emprendedora
- A.6.1.2.- Talleres de innovación para personas y organizaciones. Se trataría de organizar sesiones con grupos de población en los cuales se trata de romper con emociones enquistadas culturalmente.
 - A.6.1.2.1. “Ice Break” “Atrévete a soñar”
 - A.6.1.2.1. “La Regresión creativa”

6.2. Diseñar e implementar acciones educativas desde temprana edad dirigidas a fomentar la cultura emprendedora.

Considerado un elemento imprescindible para la creación de empleo y para la mejora de la competitividad y el crecimiento económico, la necesidad de promover más el espíritu empresarial y la cultura emprendedora por parte de las diversas administraciones se hace, por tanto, cada vez más patente. Y a este respecto, ¿qué factores favorecerían la aparición y el desarrollo de este espíritu emprendedor?. A nuestro juicio integración del espíritu emprendedor y la incorporación de la cultura emprendedora desde las primeras etapas en el sistema educativo constituirían la verdadera siembra para el futuro.

En recientes estudios sobre las causas de mortalidad empresarial y los obstáculos a la consolidación empresarial, se analiza, entre otros factores, los relacionados con la falta de una educación para el espíritu emprendedor en la escuela, enumerándose las siguientes situaciones:

- Falta de una verdadera política de fomento de la creación de empresas dentro de los contenidos académicos, centrándose la vocación mayoritaria en el empleo por cuenta ajena.
- Carencia de valores culturales del espíritu emprendedor.
- Desconocimiento de las oportunidades que brinda el emprendimiento.
- Falta de desarrollo de las habilidades empresariales en los planes educativos de la enseñanza primaria, secundaria y universitaria.
- Los diferentes grados formativos no cubren la formación necesaria en materia de emprendimiento y gestión de empresas; este vacío dificulta a los/ las emprendedoras una adecuada cualificación para el desarrollo de su actividad.
- La formación no contempla módulos específicos para aquellos/as estudiantes con potencial emprendedor.

1. La Escuela de Emprendedores Sostenibles

Cada vez se plantea con más urgencia el fomento de las capacidades y actitudes empresariales desde los niveles educativos inferiores como una vía para impulsar el espíritu emprendedor y fomentar, desde la edad escolar (primaria y secundaria), actitudes de confianza en uno mismo, creatividad, capacidad de planificación, así como el proceso de toma de decisiones. Por otra parte, son innumerables las acciones orientadas a la educación para la sostenibilidad y el reconocimiento de las bondades y las perspectivas de futuro de las empresas sostenibles. En base a estos valores, consideramos fundamental, dentro del proyecto “Escuela de Emprendedores Sostenibles”, orientar hacia el emprendimiento para la sostenibilidad, un modelo innovador, de futuro y que ayuda a mejorar la calidad de vida de la sociedad. Los objetivos de este programa se fundamentan en tres pilares básicos:

- Educar para ser participes del desarrollo sostenible, teniendo en cuenta los recursos que se encuentran en su entorno más inmediato y como utilizarlos.
- Dotar a la juventud de las estrategias y las herramientas necesarias para desarrollar el espíritu emprendedor, adquiriendo hábitos y conductas de forma autónoma a través del desarrollo de las capacidades emprendedoras (Trabajo en equipo, flexibilidad, resolución de problemas, planificación, toma de decisiones, iniciativa, creatividad, autoestima, asunción de riesgos, etc.).
- Proporcionar a los alumnos/as oportunidades para el conocimiento y contacto con instituciones, entidades y empresas existentes en su entorno local.

L.E. 7. COMUNICACIÓN/INFORMACIÓN VIA WEB

En la actualidad vivimos en un mundo de continuas transformaciones, que tienen especial influencia en los requerimientos que se realizan sobre la sociedad en general y sobre los trabajadores en particular. Los cambios derivados de la globalización, que inciden en la economía y, como consecuencia, en el mercado de trabajo; de las innovaciones tecnológicas que inciden en la competitividad y en la cualificación; de la información, con incidencia en la velocidad de las transformaciones y en el rápido crecimiento del conocimiento; están provocando que los cambios antes mencionados varíen constantemente y que el aprendizaje deba ser permanente a lo largo de toda la vida de la persona.

“Ahora dominan conceptos como la globalización que aumenta la competencia entre empresas a través de las nuevas tecnologías, el capital, los bienes y los servicios, repercutiendo esta competencia en trabajadores y empleados; la conciencia crítica actual se llama ecologista, y también se distingue entre transición al mercado laboral y transición al trabajo” (Villar, 2000).

Pero todas estas modificaciones no sólo afectan a la estabilidad del empleo y la validez de la formación para toda la vida, sino que también se están experimentando transformaciones en las demandas que se realizan a los trabajadores.

Además de todos los cambios sociales señalados con anterioridad, el importante incremento en las tasas de desempleo que en las últimas décadas se ha producido en los países europeos afectando a los trabajadores de todas las edades, pero especialmente a los jóvenes, ha provocado un importante aumento en la demanda de educación de adultos, lo cual ha originado el establecimiento de diferentes alternativas educativas.

La educación pasa a ser una herramienta fundamental para que el trabajador pueda adecuarse a la nueva situación. No se tratará sólo de titulaciones académicas, sino que será necesario que tenga una actitud de aprendizaje continuo para responder a las necesidades cambiantes de su entorno.

En todo este proceso las nuevas tecnologías juegan un papel importantísimo, ya que se encuentran inmersas en todos los ámbitos de nuestra vida. Su influencia puede ser tanto positiva como negativa ya que, “...a unos nos solucionan problemas técnicos, nos posibilitan procesos hasta ahora duros y pesados, nos acercan a realidades asombrosas..., pero a otros los avances que se producen con la incorporación de las nuevas tecnologías a los procesos productivos, les produce inquietud, temor..., por las transformaciones que están ejercen en el mundo del trabajo: la imposibilidad de acceder a un puesto de trabajo o lo que puede ser aún peor, la pérdida del puesto de trabajo” (Bermejo y Morales, 2000: 3).

El aprendizaje como un elemento fundamental para adaptarse a un mercado de trabajo caracterizado por la evolución rápida de la vida profesional, el incremento del paro, el empleo de baja calidad, las continuas adaptaciones... etc. Con este panorama resulta ilógico pensar que con la realización de una carrera única y definitiva se puede asegurar el futuro laboral, ya que los empleos son cada día más parciales y flexibles. Cada vez toma más fuerza el diseño de un sistema de formación y de aprendizaje profesional, donde se tenga en cuenta la recualificación técnica y donde la educación permanente jugará un papel fundamental.

Todo ello demanda de los trabajadores, tanto en activo como potenciales, una actitud predispuesta al cambio permanente. La capacidad para adaptarse a los cambios tecnológicos y a la reestructuración de las profesiones va a definir quién tiene mayores oportunidades en el mercado. No cabe duda que el contexto socioeconómico español y europeo vive momentos inciertos, que se ven reflejados en las continuas demandas o más bien *“continuos desafíos”* al sistema educativo. Esta situación pone en entredicho el valor que los contenidos profesionales que actualmente se están ofreciendo van a tener en el futuro.

“Hoy en día lo que se aprende, dentro de pocos años ya no va a ser válido o suficiente, sino que hay que volver a aprender y hay que seguir aprendiendo prácticamente durante toda la vida: El aprender tiene que transformarse en un hábito” (Werner, 1999: 131).

Estas dificultades y demandas con que se encuentra cualquier trabajador para encontrar empleo en la actualidad dan lugar a que se utilicen todas las alternativas posibles para poder integrarse al mercado laboral, lo que genera nuevas fórmulas de trabajo, ya sea mediante el trabajo por cuenta ajena o bien mediante la creación de un negocio.

En coherencia y coordinación con la línea estratégica de comunicación e información web (L.E. 7) definimos nuestros objetivos de actuación presentes en los tres años de actuación (2013 – 2015) programados para el desarrollo de los programas de formación (rutas) y acciones (puntos de interés - PDI) planificadas e indicadores de evaluación de las estrategias a desarrollar.

Objetivos específicos de los programas de comunicación e información web (rutas);

1. Organización de eventos relacionados con: emprendimiento, innovación, formación, sensibilización, promoción, empresas, comercio, agricultura, turismo, cultura...
2. Crear espacios de discusión y construcción de conocimiento
3. Implementación de comunidades virtuales y redes de aprendizaje
4. Fomentar entre los técnicos municipales el trabajo con herramientas tecnológicas
5. Difusión de actividades a través de portales web y redes sociales

Acciones (PDI)

- 7.1.1 Sistema de descripción on line de eventos, talleres, jornadas, seminarios
- 7.2.1 Implantación de plataforma on-line para gestión del conocimiento (Wiki foros)
- 7.3.1 Creación de grupos de trabajo y/o discusión en redes sociales
- 7.4.1 Cursos y talleres para técnicos para trabajar con herramientas colaborativas (Herramientas Google)
- 7.5.1 Creación de paginas, blogs, foros y difusión en redes sociales de las actividades que se realicen y de los recursos generados

L.E. 8: DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LA MARCA TERRITORIAL DE LA COMARCA DE L'HORTA SUD

La marca y los principios de *branding* no sólo son aplicables a productos comerciales, también se aplican a los lugares. Estas marcas territoriales influyen en el modo de ver el mundo y en las decisiones de invertir o visitar un destino, o comprar los productos de un lugar. De tal forma, la gestión de marca territorial es un proceso que no se debe trabajar de manera puntual, el tratamiento y la focalización de los aspectos diferenciadores de un territorio deben estar siempre presentes en la agenda de todos los actores involucrados en la construcción de una marca territorial.



Gráfico – Qué debe buscar la marca territorial de la comarca de l'Horta Sud

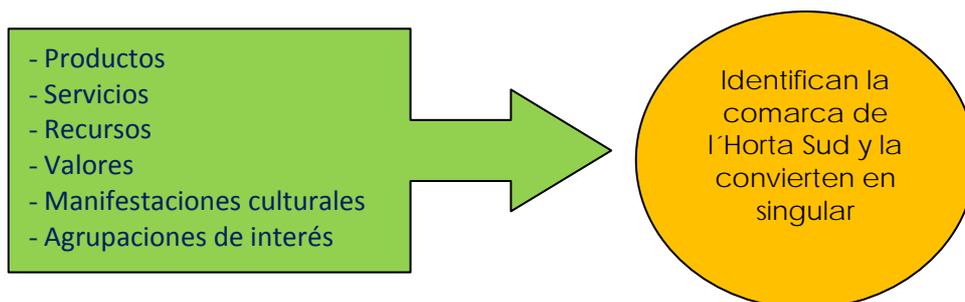


Gráfico – A quién se dirige la marca territorial de la comarca de l'Horta Sud

Los programas (rutas) que nos marcamos para conseguir este objetivo serían:

- P.8.1. Crear una marca que identifique los productos , recursos, servicios... en definitiva la propia comarca
- P.8.2 Establecer vínculos afectivos y sentimiento de pertenencia a la comarca en la ciudadanía

Las acciones a implementar para el desarrollo de una marca territorial de la comarca de l´Horta Sud (PDI), en base a estos programas serían:

- .8.1.1. Reuniones con actores locales (asociaciones, ADL´s y población local) para buscar la participación de la población mediante ideas, propuestas y debates y encuestas. Es una oportunidad para la animación alrededor de la identidad e, incluso, para iniciar un camino hacia ella.
- A.8.1.2. Definir y publicitar una “marca” para la comarca de l´Horta Sud, que sea su identidad e imagen, fácilmente reconocible, que represente con claridad su visión y que muestre las características diferenciadoras y únicas de la comarca.
- A.8.1.3. Elaborar elementos para la comunicación y promoción de la marca. Una marca que unifique el mensaje de todos los ciudadanos, actores sociales y económicos de cara al exterior.
- A.8.1.4. Impulsar el asociacionismo empresarial y comercial local, como estructuras previas para la creación de asociaciones supralocales que puedan promover la marca de la comarca. Esto permite incrementar la capacidad del tejido empresarial, para que todas sus empresas participen de forma conjunta y eficaz en su desarrollo.
- A.8.1.5. La mejora de las prácticas de gestión, la adopción de las innovaciones tecnológicas y organizativas, la planificación y gestión de los recursos humanos, la conservación del entorno medioambiental, etc.
- A.8.1.6. Organización de ferias comarcales en el ámbito comercial, empresarial y del empleo bajo el paraguas de la marca comarcal de l´Horta Sud.
- A.8.1.7 Crear herramientas de gestión comunes para que tanto empresas como entidades públicas puedan utilizar (plataformas, guías de recursos, etc., y que potencien el sentimiento de pertenencia a la comarca.

L.E. 9 CULTURIZACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOCIAL

No cabe duda que una sociedad cultivada y crítica enfrenta mejor los retos que depara el futuro. El desarrollo de las anteriores Líneas Estratégicas y los resultados esperados precisarían de menores esfuerzos cuanto mayor fuese el nivel cultural y la sensibilización social.

Esta Línea Estratégica es un largo recorrido, con vista a largo plazo. Debe ser una línea transversal que se integre en todos los programas y acciones, en la medida de lo posible.

El objeto fundamental y ayudar a la población a tener una visión sistémica de la comarca y a descubrir las relaciones existentes entre todos los elementos que la conforman, descubriendo el papel de cada uno en la misma. Además, facilita la visión del proceso *acción – reacción* lo que debe permitir pensar en las consecuencias futuras de las decisiones actuales, principio fundamental del desarrollo sostenible y de la solidaridad intergeneracional.

Para promover la culturización y apoyar la sensibilización se han planteado dos Programas (Rutas) concretos, con varias Acciones (PDI):

- P.9.1. Conseguir una sociedad más crítica, participativa, analítica, cívica, responsable, solidaria, proactiva... culta
 - A.9.1.1. Puesta en marcha en cada municipio de un espacio mensual para el coloquio sobre diversos temas de actualidad.

- P.9.2. Sensibilizar a la población para hacerla participe del desarrollo sostenible de la comarca
 - A.9.2.1. Desarrollo de un módulo de sensibilización social para asociaciones de adultos orientado a la visión global de la comarca y a promover la participación ciudadana en todas las actividades que se proponen para el desarrollo comarcal.
 - A.9.2.2. Diseño, maquetación, impresión y distribución de un folleto informativo sobre los valores comarcales (distribuible también a través de las nuevas tecnologías y las redes sociales).
 - A.9.2.3. Concurso de carteles “valores de l’Horta Sud”
 - A.9.2.4. Programa de promoción de la compra en el comercio local.

EVALUACIÓN E INDICADORES DE LAS ACCIONES

Para cada Acción (PDI) se define un/unos indicador/es que permiten medir de forma clara la implementación de las acciones, facilitando el seguimiento y control de las mismas, así como poder medir el ROI (retorno operativo de la inversión), tanto económica como socialmente.

BIBLIOGRAFIA, WEBS Y ESTUDIOS

- López, J.A. (1999). Diseño de itinerarios en espacios naturales. En: VIÑALS y BERNABÉ (Eds.): *Turismo en Espacios Naturales y Rurales*. Ed. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia. pp 213 – 228.
- López, J.A. (2002). Diseño de itinerarios y programas de ecoturismo: en busca de la excelencia. En: VIÑALS (Ed.): *Turismo en Espacios Naturales y Rurales II*. Ed. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia. pp 253 – 269.
- López, J.A.; Martín, B.; Negro, A. y Poyatos, M. (2005). *Manual de turismo sostenible*. Diputación de Valencia. Valencia. 110 pp.
- Pérez de las Heras, M. (1998). *La guía del ecoturismo. O cómo conservar la naturaleza a través del turismo*. Ed. Mundi-Prensa. Madrid. 277 pp.
- Wearing, S. y Neil, J. (2000). *Ecoturismo. Impacto, tendencias y posibilidades*. Ed. Síntesis. Madrid. 269 pp.
- PATECO. Plan Director Comercial de l’Horta Nord, 2010
- Observatorio del Comercio Valenciano: “ Informe Anual de la Distribución Comercial Minorista de la Comunidad Valenciana”. 2011
- Conselleria de Turisme: “Plan de Espacios turísticos de la Comunitat Valenciana” – Directrices Particulares”, 2008.

WEBS

- <http://www.mancohortasud.es/plataformas/observatori/index.html>
- http://www.mancohortasud.es/acco/descargas/estudio_necesidades_formativas_2009.pdf
- http://www.mancohortasud.es/acco/empresa/mod/observatorio/pdfs/sistema_productivo_local_madera_mueble_comarca_horta_sud_2011.pdf
- http://www.mancohortasud.es/acco/empresa/mod/observatorio/pdfs/Estudiom_edioambiental_MADERA_2003.pdf
- http://www.mancohortasud.es/acco/empresa/mod/observatorio/pdfs/Diagnostico_ambiental_poligonos_2011.pdf
- http://www.mancohortasud.es/acco/empresa/mod/observatorio/pdfs/memoria_observatorio_industrial.pdf
- http://www.mancohortasud.es/acco/descargas/capacidades_innovacion.pdf
- <http://www.slideshare.net/ajorda/manual-de-introduccion-rpida-al-desarrollo-economico-local>
- <http://www.portaldelcomerciante.com>