



HUÉRCAL-OVERA



PLAN ESTRATÉGICO 2020



ALBANT & INEDIT
CONSULTORÍA EUROPEA DE INNOVACIÓN



HUÉRCAL-OVERA: RETOS

2020



HUÉRCAL-OVERA: RETOS 2020

Actualmente Huércal-Overa se enfrenta a tres retos que debe cumplir para el año 2020 a fin de asegurar su desarrollo sostenible:

Reto 1.- Huércal-Overa: Un entorno para invertir

Su situación geográfica y el importante sistema agroecológico y riqueza natural hacen de Huércal-Overa un municipio con un gran potencial de crecimiento económico y una gran ventaja competitiva en el nuevo contexto mundial que aboga por la economía verde.

El reto al que se enfrenta Huércal-Overa es conseguir un posicionamiento como territorio de referencia provincial y comarcal para la **implementación de empresas de la economía verde** y, en especial de los sectores: **agrícola e industria auxiliar agrícola, agroalimentaria, eco-industria, energías renovables, reciclaje y gestión de residuos y TIC's.**

Reto 2.- Huércal-Overa: Un lugar para vivir, crecer y disfrutar

El entorno altamente saludable cercano al mar, la climatología excelente durante todo el año y la gran riqueza **histórica, patrimonial, cultural**, natural y paisajística, junto a una amplia oferta de servicios (hospital, infraestructuras educativas y deportivas, oferta cultural,...) configuran a Huércal-Overa como un lugar ideal para vivir y para disfrutar de vacaciones y tiempo libre.



El posicionamiento de Huércal-Overa como un municipio atractivo **para vivir** (de forma estable o por periodos estacionales como segunda residencia para ciudadanos del norte de Europa), para **desarrollarse profesional y personalmente**, y para disfrutar del **turismo ligado a la naturaleza, se hace imprescindible para su desarrollo sostenible.**

Reto 3.- Huércal Overa: Ciudad abierta, Ciudad de compras, Ciudad de servicios

El carácter fronterizo le ha otorgado a lo largo de los siglos una gran tradición comercial que aún mantiene en la actualidad, apoyado por ser cabecera de comarca con un ámbito de influencia de 100.000 habitantes. Se persigue con este reto la reactivación de Huércal-Overa como ciudad de **referencia comarcal para las compras ligadas al ocio, productos endógenos, especializados y de alta calidad y entorno peculiar.**





HUÉRCAL-OVERA: ESTRATEGIAS 2020



HUÉRCAL-OVERA: ESTRATEGIAS 2020

Reto 1.- Huércal-Overa: Un entorno para invertir y emprender

Estrategia 1.- Creación de un entorno de excelencia para la atracción de inversión empresarial y el desarrollo económico

Línea 1.- Centro de desarrollo e innovación económica y social

Línea 2.- Mejora del entorno y atractivo del Polígono industrial

Línea 3.- Infraestructuras para el emprendimiento y expansión empresarial

Línea 4.- Apoyo a la financiación e inversión empresarial

Línea 5.- Capacitación e innovación empresarial

Línea 6.- Urbanismo, Infraestructuras y Medioambiente

Estrategia 2.- Desarrollo económico: Agro-ecosistema y Economía Verde

Línea 7.- Promoción y sectores emergentes en la economía verde

Línea 8.- Plan de Desarrollo agrícola-ganadero

Línea 9.- Energías renovables-residuos y reciclaje



Reto 2.- Huércal-Overa: Un lugar para vivir, crecer y disfrutar

Estrategia 3.- Desarrollo del Capital Humano

Línea 10.- Educación y Formación para el Empleo

Línea 11.- Plan Juvenil

Línea 12.- Igualdad de género en todas las políticas

Línea 13.- Bienestar social, deporte, ocio y salud

Estrategia 4.- Huércal-Overa: Ciudad limpia, Ciudad verde, Ciudad para vivir

Estrategia 5.- Administración local eficiente y moderna al servicio de la ciudadanía

Estrategia 6.- Plan de Turismo

Estrategia 7.- Plan de servicios Socio-Sanitarios y a la Comunidad

Reto 3.- Huércal-Overa: Ciudad abierta, Ciudad de compras, Ciudad de servicios

Estrategia 8.- Plan de Comercio y Hostelería



RETO 1.-
HUÉRCAL-OVERA: UN ENTORNO
PARA INVERTIR Y EMPRENDER





Reto 1.- Huércal-Overa: Un entorno para invertir y emprender

El **excelente clima de Huércal-Overa** durante todo el año y su riqueza natural configuran un excelente e importante **sistema agro-ecológico y medioambiental**, base de su economía actual y con un gran potencial de desarrollo futuro.

La actividad económica principal de Huércal-Overa está asentada en el **sector primario**, tanto en la agricultura como en la ganadería, ocupando al 34,1% de la población activa, siendo la séptima población almeriense en cuanto a superficie de explotación agrícola y el primer productor de porcino blanco de Andalucía.

El sector **comercio, junto al de servicios**, son los que representan el mayor porcentaje de empresas (exceptuando al sector primario) y de ocupación.

La riqueza natural y patrimonial le confiere un gran potencial como **zona turística** que está empezando a desarrollarse desde hace poco tiempo.

El **sector industrial está escasamente desarrollado**, apenas representa el 7% del tejido empresarial y sufrió una fuerte caída ya que estaba ligado al sector construcción.

Asimismo, y pese a la importancia que representa el sector ganadero y agrícola, **no existe una importante industria agroalimentaria ni manufacturera**, perdiendo gran valor la producción.



Actualmente la economía del municipio está estancada por diversos motivos:

1. **Problemas generales y comunes generados por la crisis:** Cierre de numerosas empresas ligadas a la construcción; bajada del consumo; falta de financiación a empresas y emprendedores/as; miedo y obstáculos al emprendimiento.
2. **Características propias de las empresas de Huércal-Overa:** Micropymes con sistemas de gestión tradicionales; escasa incorporación de la cultura innovadora y de la tecnología; y bajo nivel formativo del empresariado y de la mano de obra disponible.
3. **Características propias del tejido empresarial:** Escaso aprovechamiento de los recursos endógenos; pérdida de valor añadido de los productos agrícolas y ganaderos por la inexistencia de industria agroalimentaria; pérdida de competitividad y gran contaminación medioambiental; escaso desarrollo industrial y del sector de energías renovables; falta de innovación y adaptación del comercio y servicios a las nuevas demandas.
4. **Recursos públicos:** Falta de infraestructuras y servicios municipales para la promoción del emprendimiento y el apoyo a empresas y de una política de desarrollo económico municipal.

Ante esta situación se hace necesario un Plan Estratégico para el desarrollo económico del municipio en base a su potencialidad y ventajas competitivas, cuya base principal será la promoción de un nuevo sistema microeconómico enfocado hacia la economía verde tomando como base el agro-ecosistema actual.



ESTRATEGIA 1.- CREACIÓN DE UN ENTORNO DE EXCELENCIA PARA LA ATRACCIÓN DE INVERSIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO

Huércal-Overa tiene un gran potencial para el desarrollo económico, tanto por su situación geográfica y sus recursos endógenos, como por la cultura emprendedora arraigada en la población de forma tradicional.

Sin embargo, este potencial del territorio para emprender no es percibido por la propia ciudadanía ni por el exterior como tal, considerando al municipio con poco atractivo para la actividad empresarial y la inversión.

Si bien, a través de la Línea 2 se trata de crear una marca de economía propia atractiva, previamente se hace necesario establecer las bases para *“generar en la propia ciudadanía, en las poblaciones colindantes y en los inversores externos la imagen de Huércal-Overa como un municipio para emprender y para invertir”*, en base a la **calidad de sus servicios, su infraestructura y su cultura empresarial.**

La Estrategia 1, por tanto, tiene como **finalidad** crear un entorno físico y normativo y dotar de infraestructuras y servicios eficaces e innovadores, que faciliten y promuevan la implantación de empresas en el municipio y consoliden el tejido empresarial existente, poniendo las directrices políticas al servicio del desarrollo económico y creación de empleo.



Para ello se van a realizar 6 Líneas de actuaciones:

Línea 1.- Centro de desarrollo e innovación económica y social

Línea 2.- Mejora del entorno y atractivo del Polígono industrial

Línea 3.- Infraestructuras para el emprendimiento y expansión empresarial

Línea 4.- Apoyo a la financiación e inversión empresarial

Línea 5.- Capacitación e innovación empresarial

Línea 6.- Urbanismo y Medioambiente

LÍNEA 1.- Centro de Desarrollo e Innovación Económica y Social

La población de Huércal-Overa se considera a sí misma como “empresadora”, sin embargo numerosas iniciativas no se ponen en marcha.

Uno de los principales **obstáculos al emprendimiento** es la falta de información y asesoramiento para poner en marcha las iniciativas empresariales y, el consiguiente “miedo” que produce esta primera toma de decisión sin tener los conocimientos y el apoyo necesarios.

Por otro lado, el nuevo entorno global de la economía exige cada día más la implementación de las TIC’s, de la cultura de la innovación y de la internacionalización en las empresas para mantener un adecuado nivel de competitividad.

La **estructura productiva de Huércal-Overa** está poco ligada a las nuevas tecnologías y los procesos de internacionalización están en una primera tímida fase de desarrollo.



Ha sido una economía en la que el sector de la construcción, que actualmente está en crisis profunda, y la industria ligada a ésta, han tenido un papel relevante en el desarrollo.

Actualmente desde las políticas económicas europeas y nacionales, se aboga por el **apoyo al emprendimiento** como salida de la crisis, apostando por nuevos modelos de negocio innovadores y sostenibles en el tiempo, que den respuesta a la vez a necesidades microeconómicas locales y a las globales.

Así, Huércal-Overa necesita dinamizar el territorio para promover nuevas empresas con valor añadido que aprovechen los recursos endógenos y fortalecer el tejido empresarial existente a través de la innovación y la internacionalización.

Uno de los problemas principales del municipio es la falta de una estructura pública que sea referente físico para emprendedores/as y empresas, tanto para iniciar la actividad empresarial como para apoyar la modernización de las empresas.

El **Centro de Desarrollo e Innovación Económica y Social** tiene como **finalidad** dar respuesta a estas necesidades, dotando al municipio de **servicios integrales** de asesoramiento, formación y acompañamiento para la creación de nuevas empresas (optimizando su posibilidad de éxito) y para la consolidación del tejido empresarial existente apoyando su crecimiento y expansión.

Será el centro de **referencia físico para la actividad emprendedora y empresarial** del municipio y revulsivo principal para el inicio del desarrollo económico de Huércal- Overa y la **creación de empleo** desde parámetros de igualdad y solidaridad.



Desde este servicio no solo se dará apoyo a la actividad empresarial, sino que además **dirigirá la política microeconómica del municipio**, asesorando y formando a las empresas para la innovación, la internacionalización y la creación de modelos de negocio acordes con la planificación económica para la sostenibilidad de empresas y del municipio.

Los servicios que se prestarán son:

- Impulsar los **valores emprendedores en la sociedad**, promoviendo las **habilidades y competencias necesarias para emprender**, especialmente entre los más **jóvenes y mujeres**, con el objetivo de disminuir la alta tasa de desempleo juvenil y los flujos migratorios de los jóvenes mejor preparados, así como garantizar la **igualdad de género**.
- **Servicio para el emprendimiento**, para facilitar y agilizar los trámites administrativos y acompañamiento en el proceso de constitución de una empresa e información sobre financiación y ayudas a la creación de empresas.
- Servicio de **información, apoyo, asesoramiento y formación a empresas**, para la introducción de nuevas tecnologías e I+D+i, internacionalización, gestión empresarial y financiación, contribuyendo a una mayor **modernización y competitividad** del tejido productivo.
- Promover el **uso e implantación de energías alternativas y sistemas de ahorro**, así como servicios de gestión y valorización de residuos e implantar sistemas de calidad ambiental.
- Estudios de mercado y promoción de **creación de empresas** en los ámbitos estratégicos de desarrollo del municipio.
- Promoción de **programas europeos y nacionales** para la modernización del tejido empresarial.
- Planes de mejora a empresas en crisis, ofreciendo asesoramiento a empresas en crisis en la implementación de planes para la mejora de los distintos departamentos.
- Establecer **redes de emprendedores/as** y empresas.



Para ello se llevarán a cabo las siguientes acciones:

Acción 1.1.1.- Dotación de un espacio físico para el Centro de Desarrollo e Innovación Económica y Social

Acción 1.1.2.- Dotación de personal técnico especialista para la información y asesoramiento a empresas

Acción 1.1.3.- Creación de Página Web " Huércal Overa: Un territorio para invertir y emprender"

Por un lado, se facilitará información y asesoramiento directo a través de la Web a empresas y emprendedores/as y, por otra parte, desde esta Web se promocionará el municipio como sitio de referencia para implantar empresas e invertir.

Acción 1.1.4.- Potenciación del asociacionismo empresarial y creación de la Asociación de Mujeres Empresarias

Dinamización y reactivación de las asociaciones empresariales locales como la Asociación de Empresarios/as del Polígono o la Asociación de Comerciantes, apoyando sus iniciativas (Feria del Stock) o a través de eventos que fomenten la participación y creación de entidades asociativas, como es la reciente creación del Consejo Local del Comercio y la Hostelería, donde participan asociaciones locales y provinciales y representantes de los diferentes sectores, así como las concejalías municipales implicadas en estas áreas.

Se va a trabajar con las Asociaciones de Empresarios/as directamente, dotándolas de un espacio en el mismo Centro de Desarrollo.



Acción 1.1.5.- Counseling

Se establecerá una red de empresarios/as, con experiencia, que tutorizarán y acompañarán a emprendedores/as en la primera fase de la actividad empresarial.

LÍNEA 2.- Mejora del entorno y atractivo, y Marca del Polígono industrial

El Polígono industrial se encuentra a un 50% de su capacidad. La **finalidad de esta Línea es hacer atractivo el polígono para la implantación de empresas externas.**

Dada la tipología de empresas actualmente existentes y las características del tejido económico, no es viable pensar en un parque tecnológico o en un parque empresarial especializado (industrial-servicios-comercial-logístico), pero sí es necesario **crear un entorno de calidad y darle un carácter y marca propia** al Polígono a fin de que tenga una ventaja competitiva con respecto a otros espacios empresariales o polígonos cercanos que permitan conseguir esa “atracción de empresas”, a partir de la cual crear un polo empresarial especializado del que parta la **potenciación del tejido industrial.**

Teniendo en cuenta las parcelas libres y la próxima constitución del **Vivero de Empresas**, estimamos que hay capacidad de instalación de unas 80-100 empresas nuevas con un potencial de generación de 300-500 puestos de trabajo (largo plazo: 5 años).

Esta Línea es, por tanto, fundamental en la creación de empleo y **eje clave para el desarrollo de una de las estrategias microeconómicas: especialización del tejido industrial en la eco-industria.**



Así se plantean dos áreas principales de actuación:

- A) Crear un entorno atractivo a través de la calidad:** accesos, embellecimiento, movilidad y servicios comunes empresariales.

- B) Crear una marca propia que revitalice el tejido industrial** y sea entorno de referencia para la ubicación de determinadas empresas (eco-industria), aunque convivan con empresas de otros subsectores.

Trabajamos con una **doble estrategia** para la dinamización del Polígono Industrial: lugar de preferencia para **empresas del entorno al municipio** (40 km.) por su calidad, y lugar de preferencia para **empresas especializadas en el sector de la eco-industria** ligada a la agricultura y economía verde.

La “percepción” del polígono como un espacio de calidad por emprendedores/as y empresas se basará principalmente en los servicios comunes que desde éste se presten.

En este sentido son fundamentales los servicios comunes empresariales descritos en la anterior Línea 1 y en la Línea 3 (Infraestructuras para el emprendimiento), que se prestarán en el Polígono Industrial, a través de la oficina que se abrirá del Centro de Desarrollo e Innovación Económica y Social, y en el Vivero de Empresas ubicado en éste.

Además de los Servicios Empresariales, se van a desarrollar las siguientes **acciones para aumentar el atractivo del Polígono:**



Acción 1.2.1.- Creación de la Marca del Polígono

La Marca que se propone es "**Polígono Eco-Industrial del Levante Almeriense**" con el fin de atraer a empresas industriales ligadas al sector agrícola y a la economía verde.

El objetivo de la Marca es darle carácter propio y reconocido en el mercado, es decir, dejar de ser un polígono municipal para convertirse en un polígono de reconocido prestigio.

Para ello sería fundamental la promoción del **Clúster de empresas especializadas** en el sector que aportaría una base común de promoción e investigación, así como la generación de grandes proyectos innovadores.

Los clúster están subvencionados a través de la Línea AEI del Ministerio de Industria.

Los principales valores de la Marca del Polígono serán:

- *Un espacio con servicios integrales a empresas*
- *Especializado en la eco- industria*
- *Moderno e innovador*
- *Dinamizador de la economía industrial del municipio*
- *Con servicios para la internacionalización y la innovación*
- *Un espacio en el que se puedan realizar proyectos comunes de investigación*



Acción 1.2.2.- Campaña de promoción del Polígono Eco-Industrial

Se trata de darlo a conocer para atraer la implantación de empresas a través de distintas actuaciones:

- Web común con información de las distintas empresas.
- Video promocional.
- Díptico difusión del polígono.
- Difusión en medios de comunicación a nivel provincial y comarcal.
- Presencia de material de difusión en Cámaras de Comercio y Foros de Inversores.

Acción 1. 2.3.- Dinamización colaborativa del Polígono

- Promoción de la Asociación de Empresarios/as del Polígono.
- Promover la entidad urbanística de conservación o comunidad de propietarios/as.
- Promoción de la unión del Polígono a CEPE (Coordinadora Española de Polígonos industriales).

Acción 1.2.4.- Señalización del Polígono en la autovía y mejora de los viales de acceso (segunda entrada), **alumbrado y cámaras de vigilancia**

Acción 1.2.5.- Carril bici con conexión desde el Polígono al centro del municipio y conexión a través de bus urbano en horas punta

Acción 1.2.6.- Cartel de entrada con señalización y nombre de las empresas y señalización de calles



Acción 1.2.7.- Limpieza y embellecimiento

- Limpieza de vías.
- Ordenación urbanística que obligue a propietarios/as de parcelas a mantenerlas limpias.
- Ajardinado de zonas comunes y creación de espacios de sombra y descanso con dotación de mobiliario urbano.
- Dotación de contenedores de reciclado en distintos puntos.
- Embellecimiento y mejora de la entrada.

El objetivo es cambiar la imagen actual del Polígono, convirtiéndolo en un espacio abierto, cómodo y atractivo.

Acción 1.2.8.- Creación de servicios con valor añadido

- **Punto limpio:** deposito de los residuos peligrosos del hogar, como el aceite de cocina usado, los electrodomésticos voluminosos o cualquier otro tipo de basura, excepto la materia orgánica.
- **Lavadero** de coches y camiones.
- **Central de compras y servicios:** material informático y de oficina, seguridad, formación, asesorías, etc.

Acción 1.2.9.- Dotación de banda ancha de Internet de fácil acceso

Acción 1.2.10.- Promoción del uso común de energías alternativas para reducir costes: Placas Solares



LÍNEA 3.- Infraestructuras para el emprendimiento y expansión empresarial

Uno de los problemas principales para la iniciativa empresarial es la inversión en la fase inicial de la puesta en marcha del negocio, así como las trabas administrativas para la obtención de licencias y permisos.

Por otro lado, a pesar de la gran producción local en diversos productos, hay un escaso consumo local de éstos y escasa sensibilización de la población para el apoyo al comercio y compras locales que, junto a la bajada del consumo desde la crisis, está provocando el cierre de empresas y pérdida de empleo del sector comercio.

El objetivo de esta línea es doble: por un lado facilitar el inicio de la actividad emprendedora aportando **instalaciones y servicios comunes básicos a reducido coste** a los emprendedores/as y facilitar burocráticamente la puesta en marcha del negocio; por otro lado crear un **foco de empresas del sector comercio** que revitalice el consumo local y sensibilice a la población para el consumo de productos endógenos.

Las **acciones** que se van a realizar son:

Acción 1.3.1.- Plaza de Abastos (Km. 0)

Es un local del Ayuntamiento situado en la zona cercana al Centro en el que tendrán cabida 30-40 locales comerciales cuyo uso debe ser destinado a comercio al por menor agroalimentario y servicios a la ciudadanía.

Se estima que este espacio puede crear entre **50-70 empleos directos** de autónomos y profesionales, además de los indirectos, al destinarse a consumo de productos locales.



Se promocionarán los comercios que vendan **productos locales**, especialmente ecológicos y de gran calidad, con lo cual se conseguirá atraer a un gran número de la población de Huércal-Overa y cercanías ante el auge del consumo ecológico.

Este Centro se difundirá con una gran campaña de sensibilización para el consumo de **productos “Hechos en Huércal-Overa”** y productos ecológicos.

Acción 1.3.2.- Vivero de empresas

Se situará en el Polígono Industrial y prestará servicios integrales a emprendedores/as y empresas de asesoramiento y formación.

Dispondrá de espacio para alrededor de **15-20 nuevas empresas** con una generación estimada de empleo de 30-60 personas cada 3 años.

Acción 1.3.3.- Incubadora de empresas

Podrá ser usada de forma colaborativa y cooperativa por aquellas personas que tengan una **idea empresarial y necesiten desarrollarla**: investigación de mercados, búsqueda de proveedores, maduración del modelo de negocio, diseño del plan de empresa, etc.

El objetivo de este servicio es **facilitar y dinamizar la actividad emprendedora, eliminando los obstáculos de acceso previo a los recursos.**

Los beneficiarios/as de este servicio dispondrán de **acceso a Internet gratis y teléfono, servicio de fotocopiadora, equipo informático y material de oficina y mobiliario necesario durante 6 meses.**



A la vez contarán con los servicios de **apoyo, asesoramiento y formación** que se implementarán en las mismas instalaciones. Se estima que alrededor de **12 nuevas empresas utilizarán el servicio anualmente.**

Acción 1.3.4.- Vivero Virtual de Empresas

El objetivo del Vivero Virtual de Empresas es **facilitar la actividad** a aquellas empresas que no necesiten un lugar físico de forma continuada o temporalmente, reduciendo los costes fijos, y **atraer empresas de fuera del municipio** que están en fase de penetración en el mercado local para su futura instalación en éste.

Acción 1.3.5.- Ventanilla rápida empresarial para agilizar los trámites en las licencias municipales para empresas y agricultores y ganaderos.

Acción 1.3.6.- Centro TIC Empresarial

Se dotará de un Centro con equipos informáticos y acceso a Internet de libre uso para emprendedores/as y empresas.

LÍNEA 4.- Apoyo a la financiación e inversión empresarial

Actualmente se está elaborando la planificación de las políticas europeas para el periodo 2014-2020 en las que las ayudas directas a la inversión y el emprendimiento, ocupan un capítulo especial y prioritario.



Entre otras, se destinarán 7.800 millones de euros a subvencionar inversiones empresariales en I+D+i.

Teniendo en cuenta que España crecerá al menos un 1% en 2014 y, dependiendo de las políticas de apoyo al emprendimiento y a la economía, este crecimiento puede llegar al 3%, es en este momento, una prioridad y una gran oportunidad apoyar financieramente la creación de empresas ya que el marco para su viabilidad y expansión será idóneo en los próximos años y puede ser una gran revulsivo a medio plazo para la economía local.

Estar entre las primeras zonas en responder a este nuevo marco económico que se inicia en 2014 es fundamental ya que dará una mayor competitividad y posicionamiento al territorio para su crecimiento.

Está comprobado que el mayor aliciente para la creación de empresas es contar con la **financiación para la puesta en marcha del negocio.**

Desde el Centro de Desarrollo Económico e Innovación Social se dará información continua y asesoramiento sobre subvenciones a nivel autonómico, estatal y europeo.

Desde el Ayuntamiento de Huércal-Overa se quiere asegurar dicha financiación implementando nuevas formulas de financiación, para lo cual se llevarán a cabo las siguientes **acciones:**

Acción 1.4.1.- Subvenciones para el emprendimiento

Programa de subvenciones para emprendedores/as por valor de **2.500 euros con fondos propios del Ayuntamiento.** Se estima que se subvencionarán 30 proyectos empresariales anualmente.



Acción 1.4.2.- Constitución de un Bussiness Angels y Foros de inversores/as

Se organizarán periódicamente encuentros de inversores/as y se desarrollará una red de bussiness angels para presentar los proyectos de emprendimiento que busquen financiación externa.

Acción 1.4.3.- Talleres sobre financiación a empresas

Se realizarán talleres para informar de subvenciones y líneas de financiación a empresas colaborando con instituciones autonómicas, estatales y europeas en la presentación de las distintas líneas y programas.

Acción 1.4.4.- Convenios con entidades homologadas en el Programa “Innocámara”

Subvenciones para la innovación de empresas de Huércal-Overa a través de convenios con entidades homologadas en el Programa Innocámara (6.000 euros/proyecto).

Acción 1.4.5.- Programa de “microcreditos” a emprendedores/as

Se promoverán convenios con instituciones bancarias locales y Bancos de Responsabilidad Social para generar microcréditos a emprendedores/as que no dispongan de aval.

Acción 1.4.6.- Oficina de programas europeos

Se implantará en el Centro de Desarrollo Económico y, desde ésta, se promoverán proyectos y programas para el desarrollo económico y empresarial con financiación para distintos servicios y programas empresariales.



LÍNEA 5.- Capacitación e Innovación Empresarial

Una de las claves de las empresas altamente competitivas es la innovación y la capacitación del personal directivo de éstas.

Los servicios de formación de alta cualificación empresarial son imprescindibles como apoyo a la expansión empresarial y como base necesaria para la implementación de la cultura de la innovación en las empresas.

El objetivo de esta Línea de actuaciones es **dotar de capacitación altamente especializada a las empresas de Huércal-Overa** a la vez que situar al municipio como **centro de referencia comarcal para la formación empresarial**.

Esta actuación se complementa con actuaciones específicas de formación para el sector agrícola como es la **Escuela de Agricultura** que se desarrolla posteriormente.

Las **acciones** que se van a realizar son:

Acción 1.5.1.- Dotación de aulas

Se creará un espacio idóneo para la impartición de formación empresarial, dotado con material tecnológico y didáctico (videoconferencias, pizarra digital, etc.).

Acción 1.5.2.- Plataforma para formación on-line y formación virtual

Acción 1.5.3.- Convenio con la Universidad de Almería para la impartición de cursos de verano especializados en agricultura e innovación empresarial con Créditos universitarios.



Acción 1.5.4.- Convenios con universidades, escuelas de negocio y centros de formación para impartición de formación especializada especialmente en internacionalización, uso de las TIC's e idiomas.

Acción 1.5.5.- Programa europeo para el intercambio internacional becado de emprendedores/as

Acción 1.5.6.- Establecimiento de los premios anuales: Empresa del año de Huércal-Overa y Premio a la innovación empresarial

LÍNEA 6.- Urbanismo y Medioambiente

La apuesta por el desarrollo económico desde la sostenibilidad medioambiental, hoy en día es indiscutible a nivel mundial.

En Huércal-Overa el cuidado y respeto al sistema ecológico y ambiental que posee es crucial tanto para garantizar la calidad de vida de su ciudadanía como para el desarrollo económico cuya base es la agricultura y la ganadería.

En este sentido se hace imprescindible ligar el desarrollo económico a una planificación urbanística y medioambiental que, a la vez que promueva el desarrollo, garantice la sostenibilidad medioambiental.



Para ello se van a llevar a cabo las siguientes actuaciones:

Acción 1.6.1.- Catalogación y Plan de Protección de zonas verdes y patrimonio natural, paisajístico, histórico y artístico

Es necesario un catálogo exhaustivo de la riqueza natural y patrimonial del municipio a fin de establecer objetivos y actuaciones de protección de éste.

Asimismo se hace fundamental revalorizar dicho patrimonio como base del desarrollo turístico y económico del municipio, a la vez que concienciar a la población de la importancia de los recursos existentes.

Ejemplo de actuaciones:

- *Revalorización y difusión del patrimonio rural a través de estudios, **jornadas y edición de material divulgativo** que recopile la biodiversidad del municipio.*
- *Organización de jornadas, seminarios y eventos vinculados al medio ambiente y al patrimonio rural y natural.*
- *Difusión y sensibilización sobre la necesidad del uso sostenible de la energía, y la necesidad de ahorro y la **eficiencia energética**, así como de los efectos del cambio climático.*
- ***Fomento de actividades deportivas de bajo impacto ambiental**, como senderismo y cicloturismo.*
- *Elaboración de **publicaciones y material divulgativo** que recojan la **identidad cultural del municipio** (gastronómico, festivo, minero, industrial, arquitectónico, arqueológico, paleontológico, geológico, etc.) y promoción de ésta.*
- ***Conservación de naturaleza y paisaje especialmente de la Red Natura 2000***



Acción 1.6.2.- Plan Urbanístico de la Zona Centro

Esta acción está conectada con la estrategia " Plan de Comercio y Hostelería".

Se realizará un plan integral para la reactivación económica y social de la Zona Centro y la promoción de ésta para el turismo, la hostelería y el comercio.

El objetivo de este plan es establecer los criterios de construcción y rehabilitación de viviendas de la zona, de forma que se asegure el mantenimiento de construcciones singulares históricas y la ordenación tradicional de calles y viviendas.

Por un lado se dictará normativa para la prevención de la pérdida de dichas construcciones y, por otro, se promoverá la rehabilitación de dichas construcciones por los propietarios/as y un uso o cesión de uso para comercio y hostelería.

Asimismo, dentro de este plan, el Ayuntamiento podrá decidir la adquisición de construcciones emblemáticas como la Casa de las Cuatro Torres o el Casino y darle un uso adecuado enfocado a ser foco revulsivo económico de la zona.

El Plan Urbanístico debe garantizar la accesibilidad a la zona, la limpieza de calles y el embellecimiento del entorno bajo una marca y estilo único que confieran una singular peculiaridad al entorno para su visita como Centro Comercial Abierto.

La ordenación urbanística tendrá en cuenta tanto el mobiliario urbano (adecuado al entorno), como la dotación de zonas verdes y de descanso acordes con la marca de " ciudad limpia, ciudad verde" y los valores emblemáticos de la ciudad.



Asimismo debe haber coherencia entre la imagen de los espacios públicos y las imágenes de los espacios privados dedicados al comercio y la hostelería que deberán regularse a través de la planificación urbanística.

Acción 1.6.3.- Ordenanzas y procesos urbanísticos para la promoción económica y sostenibilidad medioambiental

Se realizará un análisis de los distintos planes de reactivación económica, detectando las necesidades actuales tanto del tejido productivo como de emprendedores/as y estableciendo las líneas de conexión de éstas con el urbanismo en cuanto a requisitos, licencias, etc.

A partir de éste se establecerán ordenanzas y procesos de trabajo que garanticen la mayor agilidad y rapidez en la concesión de permisos y faciliten la actividad emprendedora.

Entre otras se prevén:

- **Reducción del tiempo de concesión de licencias** a través de la reordenación e informatización del área de urbanismo del Ayuntamiento.
- Programa informático para el **seguimiento on line de los procedimientos** por parte de la ciudadanía.
- **Ventanilla express para atención a empresas y emprendedores/as.**
- **Posibilidad de abrir negocios no sujetos a regulaciones específicas medioambientales, sin el requisito previo de licencia de apertura** (siempre que ésta se haya solicitado).



Esta Línea está unida a todas las estrategias, ya que la base del Plan Estratégico es el desarrollo del sector de la economía verde. Así deberán dictarse las normas urbanísticas necesarias en coordinación con las demás líneas estratégicas.



ESTRATEGIA 2.- DESARROLLO ECONÓMICO: AGRO-ECOSISTEMA Y ECONOMÍA VERDE

"En estos tiempos de crisis ecológica global y crisis económica generalizada (sistémica), resurgen, con renovada fuerza, nuevos planteamientos para afrontar el cambio de paradigma de la economía convencional mediante un nuevo modelo de producción y consumo basado en fundamentos ecológicos y en el contexto de un estilo de desarrollo sostenible.

Se plantea ahora una nueva economía que actúe como la palanca impulsora del cambio económico para superar la situación recesiva por sendas sostenibles e, incluso, marcar nuevas orientaciones para redefinir el progreso en una sociedad postindustrial.

Esta economía ecológicamente racional, ecoeficiente e inclusiva es el modelo que permite aliviar las debilidades estructurales y riesgos inherentes de la economía convencional, fuertemente condicionada por los fracasos del sistema de mercado, las externalidades, su dependencia de la energía fósil y la preponderancia del crecimiento como objetivo económico y político. Una nueva economía para afrontar los grandes retos del fenómeno del Cambio Global, garantizar el bienestar perdurable y la coevolución del sistema humano con la biosfera."

La **ONU** apuesta por la economía verde como eje clave para **salir de la actual crisis mundial**. En los próximos 20 años generará **60 millones de empleos** a nivel mundial; en **España** ya supone el **2,4% del producto interior bruto**, y es un sector en continuo crecimiento incluso durante la crisis.

Los empleos verdes son una oportunidad de generar trabajo a la vez que promover la eficiencia en el uso de los recursos energéticos y naturales y de reducir la degradación y contaminación medioambiental, lo que es fundamental para poder avanzar hacia un futuro sostenible.



La Economía Verde se presenta en la zona de Huércal-Overa como una gran oportunidad para que surjan otro tipo de iniciativas que establezcan sinergias para el desarrollo entre la agricultura, la ganadería, el ecoturismo, el agro-turismo, la gestión de residuos y los factores medioambientales, para lo que es necesario la cooperación público-privada.

El objetivo de esta Estrategia es el desarrollo sostenible, social, económico y medioambiental del territorio, a través de un modelo de desarrollo económico dirigido a la Economía Verde.

Para ello se van a crear sinergias de crecimiento y diversificación en el conjunto de la economía local a partir del sector agro-ganadero y de la puesta en valor de los recursos naturales, detectando y generando modelos de negocio verde a partir de éstos.

Las **líneas de actuación** son:

Línea 7.- Promoción y Sectores emergentes en la Economía Verde

Línea 8.- Plan de Desarrollo agrícola-ganadero

Línea 9.- Energías renovables-residuos y reciclaje



LÍNEA 7.- Promoción y Sectores emergentes en la Economía Verde

Acciones:

Acción 2.7.1.- Diseño y posicionamiento de Marca de Huércal-Overa, como "Entorno de excelencia para la Economía Verde"

La finalidad es posicionar en las mentes de empresas, emprendedores/as e inversoras, a Huércal-Overa como el municipio óptimo para la implantación de empresas en este sector y crear un foco de especialización económica.

El objetivo es conseguir una diversificación económica del municipio, creando un tejido productivo sostenible a través de los siguientes sectores:

- Promover el **desarrollo y creación de empresas de la industria auxiliar de la agricultura** de forma que aumente la competitividad y crecimiento de estas empresas y además garanticen el cuidado y protección del agroecosistema: abonos y fertilizantes ecológicos, producción biológica, fitosanitarios, control y climatización de invernaderos, riego por goteo, semilleros, ingenierías agrícolas, envases y embalajes, maquinaria de manipulación, TIC agroambiental, eficiencia energética, etc.
- Promover el desarrollo de **empresas ligadas al reciclaje y gestión de residuos agrícolas y ganaderos y a la I+D+i**
- Promover el desarrollo de **empresas agroalimentarias para la transformación de productos existentes:** manufacturera y manipulado de productos, industria cárnica, peladora de almendras, matadero, industria conservera.



- Promover el desarrollo del **sector turístico sostenible** y **actividades auxiliares al turismo**: agroturismo y turismo rural.
- Promoción de empresas ligadas al **sector socio-sanitario y calidad de vida**: terapia ocupacional, deporte, ocio, comidas a domicilio, entrenamiento físico y psicológico, etc.
- Promoción de empresas **TIC y de gestión empresarial**: consultoras, teleformación, marketing y publicidad, desarrollo web, desarrollo apps,

Acción 2.7.2.- Creación de una Agencia de marketing del municipio y una Agencia de captación de inversores

Acción 2.7.3.- Plan de marketing con la estrategia de promoción económica del municipio

- Asesoramiento y formación para la implantación de empresas en este sector.
- Seminario " Economía Verde y Desarrollo Sostenible".
- Web de promoción económica del municipio.
- Dossier de marca.
- Promoción en Cámaras de Comercio, grupo de inversores, medios de comunicación.
- Participación en seminarios para la presentación del municipio.
- Dossier "Huércal Overa: Sectores emergentes en la Economía Verde".

Acción 2.7.4.- Talleres de capacitación para la generación de modelos de negocio verdes

Acción 2.7.5.- Grupo de acción local para la generación de soluciones innovadoras en la Economía Verde

Acción 2.7.6.- Creación de Clúster de empresas del sector de la Economía Verde



LÍNEA 8.- Plan de Desarrollo Agrícola-Ganadero

El **objetivo** es implementar una **estrategia global de desarrollo del sector agrario**, que aumente la **competitividad** y lo haga más **sostenible**, preservando así el **agro-ecosistema como núcleo central del desarrollo rural del municipio**.

El sector agrícola es el más importante de Huércal-Overa pero aun dispone de capacidad de crecimiento. La puesta en marcha del 30% de las tierras que actualmente no se cultivan generaría 350 empleos directos.

Aún más importante será la generación de empleo a través de la internacionalización de las producciones y la implantación de industrias agroalimentarias e industrias auxiliares a la agricultura y la ganadería.

Acciones:

Acción 2.8.1.- Creación de una Red estable de colaboración público-privada para la promoción del sector y el fomento del cooperativismo y el asociacionismo

Acción 2.8.2.- Creación de un Clúster de empresas agrícolas-ganaderas para la I+D+i

Acción 2.8.3.- Creación del Centro de experimentación agrícola-ganadero

Acción 2.8.4.- Creación de la Escuela de Agricultura

Acción 2.8.5.- Campaña de dinamización y sensibilización de la población para la revalorización del trabajo en la agricultura



Acción 2.8.6.- Elaboración de un Dossier de explotaciones agrícolas abandonadas y plan de acción

Acción 2.8.7.- Creación de la marca de origen del producto agrícola

Acción 2.8.8.- Promoción y capacitación para la agricultura ecológica y nuevos productos frutales

Acción 2.8.9.- Programa común de reducción y control de contaminantes y ahorro energético

Acción 2.8.10.- Plan integral de gestión del agua

Acción 2.8.11.- Inversión en infraestructuras para evitar inundaciones y desertización del terreno

Acción 2.8.12.- Acuerdos con la Universidad y Centros de investigación para transferir innovaciones en el sector

Acción 2.8.13.- Captación de empresas para desarrollar nuevas plantaciones, y de inversores en el sector agroalimentario

Acción 2.8.14.- Promoción del consumo local y de grupos de consumidores ecológicos

Acción 2.8.15.- Plan para la puesta en marcha de tierras abandonadas: cooperativas, alquiler, reactivación del sector



Acción 2.8.16.- Promoción para la implementación de peladoras de almendra y conserveras

Acción 2.8.17.- Promoción para la implantación de matadero

Acción 2.8.18.- Promoción y capacitación para la implementación de la industria cárnica con marca de origen

Acción 2.8.19.- Fomentar la modernización y competitividad del tejido productivo agrario y agro-industrial a través del incremento de la formación y de la capacidad tecnológica, productiva y organizativa

Acción 2.8.20.- Promoción de sistemas para la reducción de consumo energético y la implementación de renovables

Acción 2.8.21.- Promoción del aceite como producto local

Acción 2.8.22.- Participación en ferias gastronómicas y agroalimentarias



LÍNEA 9.- Energías Renovables-Resíduos y Reciclaje

El **objetivo** de esta Línea es, por un lado, promover las empresas de servicios de gestión y valorización de residuos y equipamiento tecnológico, implantar sistemas de calidad ambiental y energías renovables y, por otro lado, dotar al municipio de sistemas integrales de gestión medioambiental con colaboración público-privada.

Acciones:

Acción 2.9.1.- Creación del Centro de desinfección de camiones

Acción 2.9.2.- Creación de la escombrera

Acción 2.9.3.- Promoción para la creación de una empresa de recogida de cadáveres animales

Acción 2.9.4.- Promoción para la creación de una planta integral de gestión de residuos

Acción 2.9.5.- I+D+i e implementación de sistemas de reciclaje de residuos agrícolas-ganaderos

Acción 2.9.6.- Captación de empresas y apoyo para su implantación en el municipio del sector del reciclado y energías renovables

Acción 2.9.7.- Plan de formación para la especialización en construcción sostenible y plan de promoción del sector

Acción 2.9.8.- Fomento de grupos de consumidores/as de energías renovables



Acción 2.9.9.- Promoción de la implementación de sistemas de ahorro energético y energías renovables en empresas y hogares

Acción 2.9.10.- Captación de innovaciones en el sector del reciclado y residuos y promoción para su puesta en marcha comercial

Acción 2.9.11.- Acuerdos con OTRIS de distintas universidades para el trabajo colaborativo y puesta en marcha comercial de resultados de investigaciones, uniendo conocimiento a inversión



Reto 2.-
**HUÉRCAL-OVERA: UN LUGAR
PARA VIVIR, CRECER Y DISFRUTAR**





Reto 2.- Huércal-Overa: Un lugar para vivir, crecer y disfrutar

Huércal-Overa tiene un entorno privilegiado para vivir en cuanto que ofrece una alta calidad de vida, dado el excelente clima del que disfruta todo el año, la cercanía al mar y el entorno natural.

Un gran número de personas del norte de Europa han fijado su domicilio en el municipio atraídos por este entorno y por los servicios que ofrece en cuanto a salud y cuidado socio-sanitario, ya que alberga al Hospital Comarcal de gran calidad y amplitud de servicios.

Éste atractivo que presenta para personas del norte y, especialmente para personas mayores, puede generar una gran oportunidad tanto para **aumentar la población como para generar empleo ligado al cuidado de personas mayores.**

La población considera al municipio como un lugar **tranquilo y seguro para vivir**, pero a la vez, la propia ciudadanía en general y la población joven en particular, no tienen de Huércal-Overa la imagen como un "lugar para vivir".

Los/as jóvenes en particular ligan esta imagen a la falta de recursos para el **empleo**, el **desarrollo personal y profesional y el ocio**, lo que está provocando la emigración de jóvenes preparados fuera del territorio con el consiguiente problema de relevo generacional que puede provocar a medio plazo.

Por otro lado, la población está **altamente satisfecha con servicios ligados al deporte, la salud y la cultura**, sin embargo, ni están satisfechos ni tienen confianza en el **futuro laboral**.



Esto es debido a la escasa calidad en el empleo que, al estar ligado al sector agrícola, presenta unas altas tasas de precariedad en cuanto a la **temporalidad de las contrataciones y a la baja cualificación requerida.**

El surgimiento de nuevos sectores económicos en base a la reindustrialización del municipio, el **aumento de la calidad de vida** con la consiguiente demanda de nuevos servicios por la población, la internacionalización y profesionalidad en el sector agrícola y el desarrollo del sector turístico ofrecen una gran **oportunidad para generar nuevos empleos de mayor calidad y cualificación.**

Este desarrollo a la vez se enfrenta con el problema de escasez de mano de obra cualificada, causado por el alto abandono escolar del municipio y el **desajuste entre cualificación profesional y demanda laboral, lo que frena el crecimiento y el empleo.**

En este sentido Huércal-Overa se enfrenta al reto de frenar la emigración de jóvenes y atraer a nueva población residente, con el objetivo de **alcanzar los 20.000 habitantes para el 2020 lo que generará la posibilidad de acceso a nuevos recursos y la creación de más y mejor empleo.**

El Plan Estratégico presenta Marca, pues, como objetivo fundamental para hacer de Huércal-Overa un lugar atractivo para la población residente y para visitantes, **poniendo en valor los recursos naturales y patrimoniales que posee y dotando al municipio de servicios que garanticen una alta calidad de vida de las personas y posicionen al municipio como "un lugar para vivir"**

Los **servicios ligados a la "calidad de vida"** son: *Educación; Sanidad; Vivienda; Empleo; Nuevas Tecnologías; Equipamientos y servicios sociales culturales y deportivos; Paisaje urbano y calidad ambiental; Igualdad y participación y acceso a servicios locales.*



Para conseguir dicho reto, se plantean las siguientes estrategias y líneas de actuaciones:

Estrategia 3.- Desarrollo del Capital Humano

Línea 10.- Educación y Formación para el Empleo

Línea 11.- Plan Juvenil

Línea 12.- Plan de Igualdad

Línea 13.- Bienestar social, deporte, ocio y salud

Estrategia 4.- Huércal-Overa: Ciudad limpia, Ciudad verde, Ciudad para vivir

Estrategia 5.- Administración local eficiente y moderna al servicio de la ciudadanía

Estrategia 6.- Plan de Turismo

Estrategia 7.- Plan de servicios Socio-Sanitarios y a la comunidad



ESTRATEGIA 3.- DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO**LÍNEA 10.- Educación y Formación para el empleo**

Los objetivos fundamentales de esta Línea de actuaciones son reducir el abandono escolar y coordinar la oferta con la demanda laboral, proporcionando un sistema educativo de calidad y una oferta de formación enfocada a la inserción laboral y a la competitividad empresarial.

La especialización económica, en base a nuevos sectores, debe verse reforzada por la calidad del capital humano y basarse en un modelo competitivo basado en el conocimiento y la innovación.

En la Estrategia 1, se han planteado actuaciones en este sentido enfocadas a empresas y emprendedores/as.

En esta Línea se desarrollan actuaciones hacia el mismo objetivo pero enfocadas en la formación a jóvenes, desempleados/as y trabajadores/as

Acciones:**Acción 3.10.1.- Interactuar con el sistema educativo para promocionar la calidad y el enfoque integrador de la educación en el desarrollo del municipio:**

- Consejo de la Juventud con participación de representantes de Centros Educativos.
- Programas Municipales de cultura y deporte en Colegios e Institutos.
- Colaboración y coordinación de acciones de juventud.
- Implementar colaborativamente programas europeos para la innovación en el aula (Leonardo Da Vinci).
- Programas para el emprendimiento en el aula.



Acción 3.10.2.- Creación de la Escuela de Padres y Madres

Acción 3.10.3.- Promover la implementación y diversificación de oferta de Formación Profesional adecuada a las necesidades del territorio (jardín de infancia, diseño gráfico, etc.)

Acción 3.10.4.- Potenciar los estudios de Bachillerato nocturno

Acción 3.10.5.- Creación y dotación de personal técnico del Centro de Empleo

Se creará una infraestructura enfocada a la formación e inserción laboral con oficinas técnicas, aulas y espacios de uso común.

Los servicios que prestará son:

- Creación de una **ventanilla única y bolsa de empleo local** para mejorar la atención al usuario y la búsqueda de empleo a través de Internet.
- Observatorio del empleo: necesidades formativas.
- Orientación laboral, y técnicas de búsqueda de empleo.
- Catálogo de recursos para el empleo.
- Ofertas y demanda laboral.
- Intermediación laboral.
- Formación y asesoramiento a mujeres y jóvenes para la formación en el desempeño de **profesiones innovadoras o para la formación en nuevas profesiones con demanda** en el mercado.

Acción 3.10.6.- Web y Plataforma enfocada a la formación y ofertas de empleo



Acción 3.10.7.- Alianza y Plataforma de agentes sociales y privados para la formación

Objetivo: generar una oferta especializada y complementaria tendente a la excelencia y adaptada a las necesidades de la población.

Acción 3.10.8.- Convenio con la Universidad de Almería para la impartición de cursos de verano de formación y másteres universitarios

Acción 3.10.9.- Formación para el empleo en sectores emergentes y nuevas demandas

Necesidades formativas:

- Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- Uso y gestión de Sistemas de Información Geográfica.
- Cualificación en nuevas actividades agrícolas y ganaderas.
- Idiomas.
- Marketing.
- Monitores y guías ambientales y culturales.
- Guías turísticos.
- Artesanía comarcal.
- Servicios básicos a la población.

Acción 3.10.10.- Promoción de estancias para estudios, intercambios en el extranjero y programas conjuntos a nivel internacional

Es fundamental el aprendizaje de idiomas y la experiencia en el extranjero del capital humano, a fin de conseguir una excelencia en el conocimiento y una apertura mental para la innovación y la creatividad.



Acción 3.10.11.- Programa de TIC's y ciudadanía: programa de formación a los distintos grupos de ciudadanía y espacios de libre acceso para el uso de ordenadores e Internet

Acción 3.10.12.- Promoción del estudio de idiomas: sistema de intercambio entre población autóctona y extranjera

Acción 3.10.13.- Implementación de programas y espacios para la innovación social en el empleo

Acción 3.10.14.- Programa de Becas de Prácticas en Empresas para jóvenes titulados

Acción 3.10.15.- Recursos gratuitos para el empleo: aula TIC, preparación y fotocopias de curriculum, espacios de debate

Acción 3.10.16.- Promoción de plataformas, redes y asociaciones de trabajo colaborativo para la búsqueda de empleo

Acción 3.10.17.- Promoción de programas específicos para colectivos en riesgo de exclusión

Acción 3.10.18.- Acciones que fomenten el teletrabajo (telecentros o teleservicios) para la creación de empleo entre la población con dificultades de acceso al mercado laboral

Acción 3.10.19.- Oficina europea para el intercambio de prácticas para el empleo



LÍNEA 11.- Plan Juvenil

En el presente Plan Estratégico se le da gran importancia al papel de los jóvenes en el desarrollo futuro del municipio, siendo un grupo de población clave para el futuro del pueblo por las razones antes expuestas.

El empleo y la formación son las materias de mayor preocupación entre los jóvenes, por lo cual se ha establecido una línea independiente de actuaciones, así como para deporte y ocio.

El objetivo de esta Línea de actuaciones es dar solución a la problemática y necesidades de los distintos grupos de jóvenes, a fin de hacerles atractivo el municipio e implicarles activamente en el desarrollo y futuro de éste.

Se han elaborado una serie de **programas de innovación social** con el objetivo *de atender las distintas necesidades y de dar experiencia pre-laboral a los jóvenes en los distintos ámbitos de trabajo, lo cual aportará un importante valor añadido en la elección de estudios y enfoque laboral.*

Las acciones que se van a realizar son:

Acción 3.11.1.- Creación del Centro de la Juventud

Dotación de un espacio de referencia física para la juventud en cuanto a organización de eventos, participación, asociacionismo, información, etc.

Acción 3.11.2.- Creación del Carné Joven



Acción 3.11.3.- Programa “Jóvenes y Política”: Creación del Consejo Municipal de la Juventud y realización de Plenos anuales municipales de la juventud

Se promoverá la participación activa de la juventud en el municipio estableciendo un diálogo permanente con ellos/as para la planificación de actuaciones y prestación de servicios.

Se tendrá un espacio reservado a noticias de su interés en el Periódico Local y en la Web del Ayuntamiento.

El objetivo es también dar un espacio y promover a aquellos jóvenes con inquietudes políticas.

Acción 3.11.4.- Programa “Jóvenes y Acción Social”: Creación del grupo de voluntariado juvenil e implementación de programas europeos "La Juventud en Acción"

Desde el Centro de la Juventud se promoverán programas europeos y programas de voluntariado coordinando la participación en éstos.

El objetivo es dar experiencia y espacio de trabajo a jóvenes interesados en el ámbito de lo social.

Acción 3.11.5.- Programa “Jóvenes y Comunicación”: Periódico digital juvenil

Se implicará a los jóvenes en la creación de su propia Plataforma y Periódico digital, formándoles tanto en el uso de las TIC's, como en el área periodística y gráfica.



Ésta no es solo una actuación para la participación ciudadana sino que dará experiencia previa al mundo laboral a todos aquellos/as jóvenes interesados en el ámbito periodístico, gráfico y de las TIC's.

El periódico será plataforma de activación de jóvenes interesados en el mundo de la **literatura y el arte.**

Acción 3.11.6.- Programa “Jóvenes y Música”: Creación del Conservatorio de Música y apoyo a jóvenes músicos

Se realizarán las siguientes actuaciones:

- Cesión de locales para ensayo de bandas y grupos musicales.
- Promoción de bandas de música.
- Conciertos de grupos locales.

Acción 3.11.7.- Programa “Jóvenes y Emprendimiento”

Se implementará un programa en Institutos para el fomento del emprendimiento y la generación de ideas innovadoras. Se otorgará el premio anual "Joven emprendedor/a"

Acción 3.11.8.- Plan de movilidad juvenil: proyectos trasnacionales de intercambio de experiencias y convivencia, campos de trabajo internacional, etc.



Acción 3.11.9.- Celebración anual de la Semana de la Juventud

Se impartirán charlas sobre drogas, empleo, sexualidad, actividades culturales y de ocio, etc.

Acción 3.11.10.- Promoción de la cultura entre los jóvenes

Se realizará un plan anual cultural enfocado a los distintos gustos de los jóvenes, **y se reducirán las tarifas de las entradas a los distintos espectáculos.**

Acción 3.11.11.- Creación de la Biblioteca Digital

Acción 3.11.12.- Deporte y Jóvenes

- Revalorizar el centro de la Atalaya para deportes minoritarios.
- Carril bici.
- Equipo femenino de fútbol.
- Plan deporte contra la droga: sensibilización de la importancia del deporte, liga de deporte a nivel local, premio mejores deportistas, semana de convivencia deportiva, participación de mujeres en el deporte.
- Reducción de tasas a jóvenes y desempleados/as.
- Excursiones y senderismo.

Acción 3.11.13.- Promoción del ocio y adecuación de infraestructuras



Se proponen:

A) Regulación del "botellón"

B) Promoción

de iniciativa privada para dotar de lugares de ocio:

- Bolera
- Discoteca
- Pubs

C) Programa de Video-Cine

D) Programación de actividades musicales en periodos vacacionales

E) Implementación de una actividad anual que de prestigio al municipio y sea foco de atracción nacional:

- Festival de DG
- Concurso anual de juegos de videoconsola

LÍNEA 12.- Igualdad de Género en todas las Políticas

El objetivo de esta Línea es promover la igualdad de las mujeres de Huércal-Overa y activar su participación en el desarrollo económico, social y cultural del municipio.

Acciones:

Acción 3.12.1.- Crear el Centro de Igualdad de Huércal-Overa y dotación de personal técnico para la atención a los distintos programas de igualdad

Acción 3.12.2.- Visualizar días conmemorativos de igualdad y revalorizar la imagen de la mujer de Huércal-Overa



Acción 3.12.3.- Establecer relaciones permanentes de trabajo colaborativo con asociaciones de mujeres y promocionar el asociacionismo

Acción 3.12.4.- Reducir la brecha digital e incorporar el uso de las TIC's a la vida personal y profesional

Acción 3.12.5.- Programas de formación para el empleo en sectores emergentes

Acción 3.12.6.- Fomento del emprendimiento y apoyo a la empresa

Acción 3.12.7.- Servicio de atención a violencia de género

Acción 3.12.8.- Programa anual de deporte y salud para mujeres

LÍNEA 13.- Programa “Huércal-Overa, 2”: Deporte, Ocio Y Salud

Conseguir una alta tasa de bienestar social de la ciudadanía, es un objetivo fundamental para el Ayuntamiento de Huércal-Overa y condición imprescindible y objetivo, a la vez, del desarrollo económico.

Para conseguir este objetivo se establecen distintas actuaciones en el ámbito de los servicios sociales, el deporte, el ocio y la salud desde el prisma común de la atención a las diversas necesidades que tienen los diferentes grupos de la ciudadanía.



Acciones:

Acción 3.13.1.- Plan de coordinación de servicios sociales

Optimización de los servicios sociales y su funcionamiento a fin de garantizar la prestación y necesidades a todos los colectivos y personas que acuden a los servicios.

Acción 3.13.2.- Plan local de lucha contra las drogas

Potenciación del actual plan y observatorio continuo que permita establecer actuaciones según las necesidades anuales.

Especialmente se elaborará un plan antidroga para jóvenes en el que se implicará a servicios sociales, personal directivo y docentes de Institutos y Colegios, Policía local y Concejalía de la juventud.

Se establecerán medidas especiales de vigilancia policial en eventos y lugares de concentración de jóvenes.

Se crearán programas continuos de prevención en niños/as y adolescentes.

Por otro lado se potenciarán proyectos y programas para la inserción sociolaboral de ex-toxicómanos/as.



Acción 3.13.3.- Plan de salud

Se realizará un Plan de salud implicando activamente a las distintas asociaciones municipales a fin de mejorar la salud de la ciudadanía.

Se establecerán campañas y acciones de prevención en los distintos grupos de la población.

Acción 3.13.4.- Plan de integración de personas inmigrantes

La inmigración en el municipio de Huércal-Overa no es un hecho, sino una realidad estructural, es una sociedad multirracial y multicultural, en la que la población inmigrante y la población de acogida conviven e interactúan.

El objetivo del Plan es desarrollar actuaciones, tanto con la población autóctona como con la población inmigrante, con el fin de conseguir la integración real y efectiva, en igualdad de oportunidades, y desde la normalización, y que la interculturalidad sea el modelo de convivencia, proponiendo soluciones a la situación actual y futura de la inmigración en nuestro municipio.

Las actuaciones que se realizarán son:

- Estrategias de Acogida de la población inmigrante.
- Elaboración de una Base de Datos Permanente.
- Creación de un Itinerario de atención social en el municipio.
- Fortalecer la Red Básica Primaria a través de equipos especializados.
- Creación de una Guía de Recursos del Municipio para Inmigrantes.



- Derivación y Mediación con los Programas de Enseñanza de Español de la Escuela de Adultos Pablo Freyre del municipio.
- Colaboración con los Centros Educativos para facilitar la escolarización.
- Prevenir y erradicar el absentismo escolar.
- Desarrollo de Políticas de Igualdad y de Promoción de Integración de la Mujer Inmigrante.
- Desarrollo de actividades de Coordinación y Mediación con el Centro de la Mujer.
- Desarrollo de Programas Educativos y Culturales para hombres y mujeres.
- Atención, Información y Asesoramiento en materia legal, laboral y social.
- Referencia y Fomento del asociacionismo.
- Programación de actividades formativas.
- Actividades de sensibilización.

Acción 3.13.5.- Plan Deporte para Todos/as

Se realizará un programa anual de deporte que garantizará el acceso de todas las personas a éste, teniendo en cuenta las distintas necesidades.

Especialmente se tendrá en cuenta:

- Promoción del deporte en mujeres y prácticas de deportes por mujeres en los que normalmente no participan.
- Acercamiento de actividades deportivas a personas mayores en todos los barrios.
- Deporte en todas las pedanías.
- Promoción de deporte entre jóvenes con el objetivo de prevenir la droga.
- Eventos deportivos de gran repercusión social.



Acción 3.13.6.- Movilización, promoción, asesoramiento e información, destinados al fomento del asociacionismo y la vertebración social, especialmente entre las mujeres, los jóvenes y los colectivos en riesgo de exclusión social

Acción 3.13.7.- Promover la ubicación de espacios sociales y zonas de deporte de libre acceso en todos los barrios y pedanías

Acción 3.13.8.- Dotar de infraestructuras para la práctica de deportes minoritarios y actividades culturales y sociales



ESTRATEGIA 4.- HUÉRCAL-OVERA: CIUDAD LIMPIA, CIUDAD VERDE, CIUDAD PARA VIVIR

Uno de los puntos principales para considerar una ciudad “para vivir” es que ésta ofrezca un paisaje urbano agradable, mejorar la calidad de vida de la ciudadanía y conseguir un municipio sostenible reduciendo la contaminación, mejorando la gestión de residuos e incrementando las zonas verdes.

El Objetivo General de la Estrategia 4 es hacer de la **sostenibilidad un eje estratégico del municipio**, creando una **marca paisajística propia** como parte de la identidad del municipio y del Ayuntamiento. “Huércal-Overa: Ciudad limpia, Ciudad verde, Ciudad para vivir”.

Se trata de situar en la mente de la ciudadanía y de visitantes la imagen de Huércal-Overa como un lugar para vivir, en tanto que *se alinea con el entorno natural y paisajístico, ofrece servicios que garantizan la calidad de vida y tiene una "cultura y carácter propios" en cuanto que es un espacio urbano verde en un entorno natural ecológico.*

Las acciones que se van a llevar a cabo son:

Acción 4.1.- Marca: Crear una marca paisajística urbana propia en torno al almendro, el naranjo y el chumbo como signos distintivos

Las actuaciones que se desarrollarán son:

- Analizar el uso de las plantas autóctonas para conseguir un paisaje distintivo de la ciudad: blanco, verde y naranja, con una simbología propia.



- Diseño de jardines enfocado a cambiar la sensación de zona seca por una zona para el descanso. (Utilizar mimbres en puntos estratégicos aprovechando el agua subterránea).
- Diseño de jardines y zonas verdes en torno a dichos elementos: Plaza de los almendros, Plaza de los naranjos, etc.

Acción 4.2.- Implementar el ahorro energético y uso de energías renovables en instalaciones públicas y sensibilizar a la población para su uso

Las actuaciones que se desarrollarán son:

- Redacción del Plan de ahorro energético.
- Video-Vigilancia de servicios públicos.
- Software para el control automático de iluminación y calefacción de edificios públicos.
- Control automático de apagado y encendido de farolas mediante activación en detección de movimiento (aumenta la seguridad y ahorra costes).
- Implantación y uso de energía solar en edificios públicos.
- Uso de vehículos eléctricos.

Acción 4.3.- Implementar la cultura del reciclado de residuos e implicar a la ciudadanía

Las actuaciones que se desarrollarán son:

- Implantación de sistemas de reciclado para papel, vidrio, aceite, baterías, ropa y plástico en toda la ciudad, especialmente en Polígono Industrial y cercanías a Institutos y Colegios.
- Implantación de sistemas innovadores en el reciclado de residuos. Ejemplo: Máquinas para plásticos.



- Campaña de difusión para la implicación de la ciudadanía y tejido empresarial en el reciclado de residuos y en el mantenimiento y limpieza del municipio. Ejemplo: Programa “Ecopuntos”.

Acción 4.4.- Crear zonas verdes y de descanso en todos los barrios haciendo una ciudad para el paseo

El urbanismo debe estar enfocado a la facilidad de movilidad de todas las personas y a generar un gran espacio (todo el municipio) enfocado al disfrute de la ciudadanía y al deporte al aire libre.

Huércal-Overa debe ser un lugar para pasear, tomar el aire y descansar en un entorno natural, pero además dándole una característica propia y utilizando recursos existentes.

Las actuaciones que se desarrollarán son:

- Catalogación de zonas verdes y superficie, estableciendo comparativas legislativas y aumentando los objetivos actuales.
- Plan y diseño general de jardines en todos los barrios.
- Parque Central: Remodelar profundamente el parque convirtiéndolo en el corazón central del municipio.
- Plantación de arboleda para la sombra.
- Recuperación de cimbras existentes a lo largo de la ciudad.
- Promover y embellecer las rutas para el paseo.

Acción 4.5.- Movilidad sostenible: Carril bici que una toda la ciudad y aparcamientos de bicicletas en lugares estratégicos



ESTRATEGIA 5.- ADMINISTRACIÓN LOCAL EFICIENTE Y MODERNA AL SERVICIO DE LA CIUDADANÍA

El actual entorno económico y político europeo aboga por un cambio en los sistemas de gobernanza tradicionales en los que la Administración Local tendrá mayor importancia que la que tiene actualmente y en la que serán los ciudadanos/as el principal activo de ésta.

En la actualidad el Gobierno de España prepara la Ley de Transparencia cuyos ejes principales son la eficiencia y eficacia de los servicios públicos dando respuestas rápidas, a las necesidades ciudadanas, a la transparencia en la gestión y a la participación ciudadana en la política local.

El Ayuntamiento de Huércal-Overa adelantándose a la futura Ley de Transparencia y en el marco del actual Plan Estratégico ha elaborado una serie de actuaciones cuyos objetivos principales son:

1. Optimizar la **eficiencia y eficacia** del Ayuntamiento de Huércal-Overa, disminuyendo los costes y aumentando la calidad de los servicios.
2. Hacer del Ayuntamiento de Huércal-Overa la Administración de **referencia y confianza de los ciudadanos y ciudadanas del municipio**.
3. Transformar el Ayuntamiento de Huércal-Overa en una **administración moderna, ágil, transparente, participativa y enfocada a dar solución a los problemas de la ciudadanía**.
4. Lograr que el Ayuntamiento sea el **motor de cambio para el crecimiento económico y social del municipio**.
5. Ofrecer una **imagen totalmente renovada**, mirando al futuro y al mundo, moderna y participativa.



Para ello va a implantar las siguientes **acciones**:

Acción 5.1.- Reorganización administrativa del Ayuntamiento y optimización en la gestión de Recursos Humanos

Se realizará la reorganización de concejalías y áreas para mejorar la eficacia de los servicios y atención al ciudadano/a.

Las actuaciones que se van a llevar a cabo son:

- Reorganización de organigramas: Nombramiento de responsables.
- Sistema de planificación, coordinación política y trabajo en equipo: Reuniones semanales o quincenales.
- Sistema, de organización y coordinación, técnico de áreas.
- RPT.
- Plan de mejora departamental: Control político semanal.
- Plan de formación anual.
- Buzón del empleado/a.
- Software de control de expedientes.

Acción 5.2.- Implantación de un sistema de información a la ciudadanía de la gestión pública a través de periódico, Web y memorias anuales

Acción 5.3.- Creación de la Oficina de Atención a la Ciudadanía



Acción 5.4.- Creación de sistemas de participación ciudadana en la política local a través de la Web, reuniones periódicas directas, tablones de anuncios y diálogo directo y permanente con las distintas asociaciones

Acción 5.5.- Constitución de los Consejos de la Ciudadanía

Acción 5.6.- Implantar un sistema de compras y licitaciones para dar prioridad a empresas locales y compras públicas responsables y verdes

Acción 5.7.- Implantación de la e-administración, reducción de tiempos en los trámites administrativos y control de los trabajos realizados en los servicios

Acción 5.8.- Programa de Pedanías: Garantizar el acceso a los servicios en condiciones de igualdad a todas las Pedanías del Municipio

Acción 5.9.- Implementar el acceso a Internet gratuito en plazas y espacios públicos

Acción 5.10.- Implementar sistemas de calidad en los servicios, y elaboración de presupuestos enfocados a resultados y a la garantía de la igualdad



ESTRATEGIA 6.- PLAN DE TURISMO

Huércal-Overa tiene un importante valor natural y patrimonial que actualmente está escasamente puesto en valor turístico.

Tradicionalmente el sector turístico ha tenido poca importancia en el municipio, empezando a valorarse en los últimos años.

Esto ha provocado que el patrimonio esté deteriorado y descuidado y que la oferta de servicios y plazas hoteleras sea escasa y el sector esté poco profesionalizado.

La cercanía al mar es la vez una amenaza (el turista prefiere las zonas colindantes) y una oportunidad, en cuanto que se pueden generar productos turísticos para visitas desde zonas colindantes.

En cualquier caso no hay que plantearse el sector turístico como el principal motor de la economía del municipio, pero sí como un sector estratégico ya que su desarrollo:

- Va a garantizar la puesta en valor y protección de recursos naturales y, por lo tanto, del sistema medioambiental del que depende la economía del municipio.
- Establecerá estrategias de crecimiento y apoyo a otros sectores como el agrícola, el comercio y la hostelería.
- Va a generar actividades de ocio y tiempo libre que aumentarán el atractivo del municipio para visitarlo y para vivir.
- Generará empleo directo cualificado y empleo indirecto en los distintos sectores económicos.



Los objetivos generales de este Plan son:

- Definición del **posicionamiento competitivo** del territorio en el ámbito turístico, que permita diferenciarlo **incidiendo en sus recursos y potencialidades, reduciendo la estacionalidad y ofrecer al visitante un conjunto de actividades** que contribuyan a generar una experiencia gozosa.
- Recuperación y puesta en valor del espacio turístico y de los elementos que puedan dotarle de **singularidad** para aumentar su atractivo y dirigir la oferta a diferentes segmentos del turismo.

Acciones:

Acción 6.1.- Dotación de recursos técnicos y humanos para la promoción turística

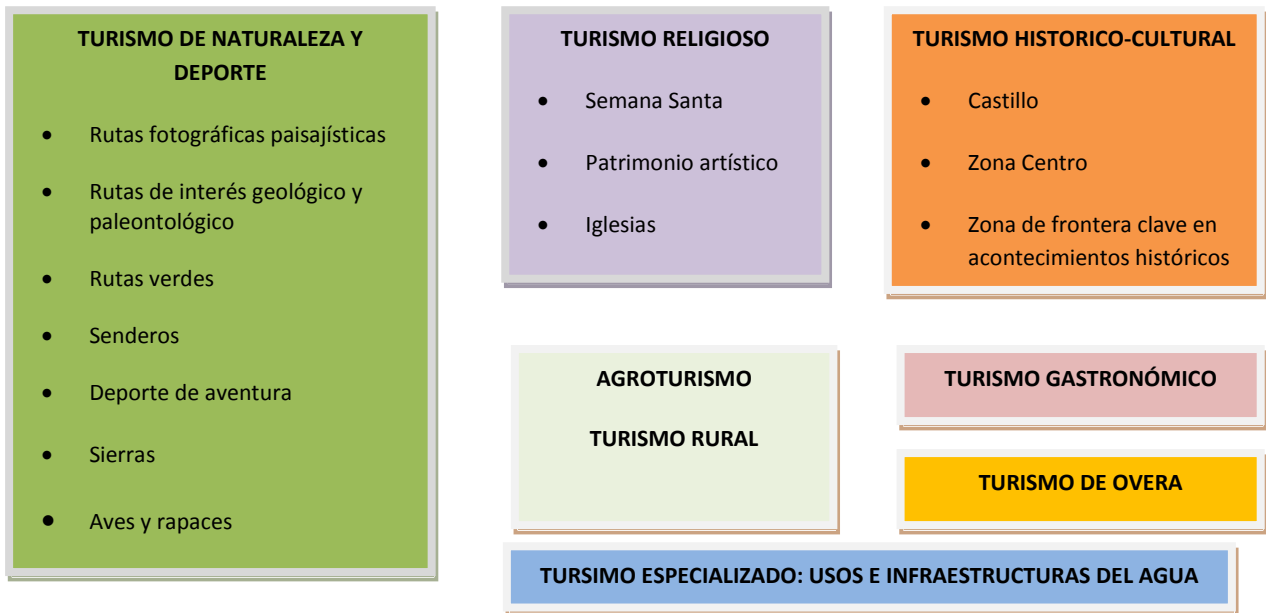
Es necesario contar con una Oficina Técnica de Turismo y personal cualificado para la puesta en marcha y promoción del sector turístico en el municipio.

Acción 6.2.- Catalogación de recursos turísticos y plan de protección y revalorización

Es necesario un catálogo detallado de todos los recursos y un plan para su conocimiento, protección y recuperación.

Acción 6.3.- Realizar una descripción detallada de los distintos productos turísticos que optimice su puesta en valor y promoción





Es necesario definir los productos turísticos y elaborar un dossier de información sobre cada uno de ellos y ubicación.

Acción 6.4.- Desarrollo del Producto de Turismo de Naturaleza

Actuaciones:

- Catalogación, protección y ubicación de los restos de las diferentes culturas: argar, cartagineses, romanos, etc.
- Catalogación, protección y ubicación de galerías mineras y minerales de especial valor: eritrina.
- Diseño y señalización de rutas verdes y senderos.
- Diseño y señalización de rutas fotográficas.
- Diseño y señalización de rutas de interés paleontológico.
- Creación de observatorios de animales.



- Promoción de estudios e investigaciones para la protección del medio natural.
- Puesta en valor de la Red Natura 2000 y de las Sierras.
- Promoción de Campos de Trabajo para excavaciones.
- Creación del Centro de Interpretación de la Naturaleza.
- Construcción de Rocódromo en Santa Bárbara.
- Construcción de circuitos para 4x4, bicicross, etc.
- Promoción de empresas de iniciativa privada de deportes de aventura.

Acción 6.5.- Desarrollo del Producto Religioso

- Diseño y señalización de ruta de visita religiosa.
- Centro de Interpretación de la Semana Santa.
- Acuerdo con Cofradías para la exposición de patrimonio artístico.

Acción 6.6.- Desarrollo del Producto Histórico–Cultural

- Diseño de ruta de visita en torno a la historia de la población (prehistoria, castillo, zona centro, casas emblemáticas, restos de guerra civil, etc.).
- Señalización de monumentos y placas con datación histórica y principales acontecimientos.
- Castillo: Mejora del acceso e iluminación.
- Puesta en valor económica del Castillo: instalación de restaurante, celebración de eventos, luchas medievales,...
- Puesta en valor del Subterráneo del Centro (Plaza de la Iglesia).
- Puesta en valor de restos de la Guerra Civil.
- Creación del Centro de Estudios Huercalenses.



- Promoción del Museo de arqueología y etnográfico.
- Creación del Museo del ferrocarril.
- Rehabilitación de viviendas emblemáticas.
- Rehabilitación y embellecimiento del Centro de la Ciudad.
- Reordenación del Parque Central.
- Edición de la Historia de Huércal-Overa y puesta en valor.
- Diseño de la ruta Histórica en torno a su conexión con Granada.

Acción 6.7.- Desarrollo del Producto de Agroturismo /Turismo Rural

- Diseño de rutas de interés en base a la agricultura y explotaciones agrícolas y ganaderas.
- Promoción de la creación de una red de alojamientos rurales.
- Puesta en valor de pedanías abandonadas, miradores y albergues: Visitas guiadas.

Acción 6.8.- Desarrollo del Producto de identidad propia y única: Usos e infraestructuras del agua

- Diseño de ruta en torno al agua y las infraestructuras para su uso.
- Recuperación de Molinos.
- Centro de interpretación del agua y protección del recurso como bien de la Humanidad.
- Diseño y recuperación del sendero del agua del Cabezo al centro del pueblo.



Acción 6.9.- Desarrollo del Producto de Overa

- Arreglar el puente de Santa Bárbara y el Castillo.
- Recuperar casonas y promocionar su puesta en valor económica.
- Rehabilitar el paisaje del río Almanzora.
- Promoción del deporte y concurso de palomos.

Acción 6.10.- Promoción del Producto Gastronómico

- Ruta de la Tapa.
- Feria Gastronómica.

Acción 6.11.- Oficina de Información Turística

Acción 6.12.- Web y Plan de promoción turística

- Diseño de catálogos.
- Planes de promoción.
- Diseño de visitas guiadas.
- Fomento de nuevas tendencias de marketing turístico: TIC's, Realidad aumentada, Códigos QR.

Acción 6.13.- Concienciación y sensibilización de la población autóctona sobre el valor y oportunidad del sector turístico

- Programa en Colegios e Institutos sobre la Historia y Patrimonio.
- Seminarios temáticos acerca de los distintos Productos.



- Promoción del emprendimiento en el sector: Turismo Rural con encanto.
- Programas de desarrollo económico para el turismo.

Acción 6.14.- Promoción de la calidad y profesionalización del sector: Apoyo a la modernización y financiación

- Planes integrales a empresas para incorporar parámetros de calidad y sostenibilidad.
- Formación continua.
- Planes para mejora de la competitividad e innovación.
- Central de información y reservas de alojamiento.
- Incorporación de las TIC's a la gestión, promoción o comercialización de la oferta turística.
- Plan de Formación para el Empleo: Cualificación profesional para distintas ocupaciones del sector.
- Formación en idiomas.

Acción 6.15.- Creación de infraestructuras y actividades auxiliares para el turismo

- Área para las autocaravanas.
- Albergue juvenil.
- Actividades temáticas.
- Rutas a caballo, 4x4, etc.

Acción 6.16.- Definición de Marca turística y posicionamiento en el mercado, del Municipio

Huércal-Overa posee una diversidad de productos turísticos con diferente público objetivo.



No podría situarse como destino vacacional dada la competencia de zonas colindantes, sino que su público objetivo sería:

- a) Visitas de un día de turistas de zonas colindantes.
- b) Turismo nacional de fin de semana.
- c) Turismo Religioso: Semana Santa.
- d) Turismo especializado: Usos del agua, Paleontología, Historia, etc.

La diversidad de productos la configuran como un destino turístico para el ocio, el deporte y el descanso en la naturaleza, en plena montaña junto al mar, y con las comodidades y ocio de una ciudad.

El posicionamiento o imagen puede ser, el de un lugar ideal para pasar un fin de semana o unos días, en los que puedes hacer una diversidad de actividades y descansar, a la vez que conocer temas interesantes que solo se pueden hacer allí.

Debe hacerse un posicionamiento por cada producto y un posicionamiento o marca global.

Se deben aprovechar específicamente el valor paleontológico y natural y la Semana Santa y buscar como producto diferencial la historia y las infraestructuras destinadas a usos del agua.

Es necesario hacer una labor de recopilación histórica y unirla al patrimonio propio y a otros destinos turísticos, como por ejemplo a Granada (en cuanto frontera del mundo árabe y cristiano) y al sol y playa de territorios colindantes (excursiones y visitas de un día).



El visitante debe volver, ya que son estancias cortas de unos días, para ello debe tener sensaciones de relajación, diversión y tranquilidad.

La zona centro y la hostelería se deben enfocar a dar gusto al visitante por el placer gastronómico y la atención amable y particular de la población autóctona.

Cada Producto debe tener su propia Marca y un plan de promoción particular para captar a clientes que buscan productos especializados, pero a la vez deben formar un conjunto homogéneo:

- A) Histórico: **Frontera de culturas, Último bastión del Reino de Granada y Cruce de caminos de todas las civilizaciones**
- B) Geográfico: **Puerta de Andalucía, Tierra de nadie**
- C) Paisajístico: **Puerta del desierto - Oasis del Almanzora**
- D) Dual: **Aventura y deporte de montaña junto al mar**
- E) Religioso: **Tierra de Pasiones**
- F) Producto especializado: **Donde el agua nos cuenta la Historia**



ESTRATEGIA 7- PLAN DE SERVICIOS SOCIO-SANITARIOS Y A LA COMUNIDAD

Huércal-Overa es una ciudad ideal para vivir, tanto por sus condiciones naturales (climatología suave durante todo el año, cercanía al mar, riqueza natural y paisajística), como por la calidad de servicios que presta a la ciudadanía (salud, Hospital, deporte, cultura, ocio).

Es un entorno rural de vida tranquila y relajada que ofrece los servicios y oportunidades de una ciudad.

Estas características la hacen atractiva para atraer población, especialmente del norte de Europa.

Actualmente existen dos Residencias para el cuidado de personas mayores, de gran calidad y prestigio.

Si bien el sector socio-sanitario en España ha entrado en recesión en el último año debido al recorte de ayudas públicas, hay una gran oportunidad para implementar actividades socio-sanitarias a personas del norte de Europa que se sienten atraídas por la climatología y servicios de Huércal-Overa.

Alemania y otros países colindantes tienen problemas para atender a sus mayores, ya que no han dispuesto un sistema de atención parecido al español. Por otro lado, la capacidad económica de estos países permite a las personas mayores tener una segunda residencia en España durante la temporada de frío (8 meses) de sus países de origen.

Recientemente está apareciendo un nuevo modelo de prestación de estos servicios diferente al de Residencias: pisos tutelados, complejos de apartamentos independientes, etc.



La crisis de la construcción ha dejado numerosos pisos y bloques en Huércal-Overa sin ocupar que se venden a bajo precio.

Por tanto, es una gran oportunidad para Huércal-Overa promocionar el sector socio-sanitario desde esta perspectiva innovadora, así como las actividades auxiliares unidas a ésta y al aumento de la calidad de vida.

Las Líneas anteriores se han diseñado con el objetivo de mantener y potenciar las condiciones idóneas que generen la base para el desarrollo de este sector.

Acciones:

Acción 7.1.- Creación de la Imagen y Marca de Huércal-Overa como "Ciudad Residencial" y Plan de promoción

Se debe hacer el diseño de la Marca de la Ciudad estableciendo los puntos fuertes y diferenciales sobre otras zonas.

Establecer aquellas características que le dan competitividad y un plan para su potenciación (ciudad verde, ciudad limpia, ciudad de servicios, deporte, sanidad, etc.) y protección.

Se debe hacer un plan de promoción dirigido a clientes (Web y Folletos en varios idiomas y posicionamiento en Internet) y a inversores/as (búsqueda directa de inversores/as en empresas ya existentes, intermediarios/as, etc.).



Acción 7.2.- Organización de una Red de inversores/as privados y agentes de intermediación exterior a fin de promocionar la creación de empresas en el sector socio-sanitario desde parámetros innovadores.

El objetivo es identificar tanto los cauces y agentes que pueden promover el sector en el exterior y captar la clientela, como los posibles inversores/as privados internos a fin de organizar el sector con garantías de viabilidad.

Acción 7.3.- Promoción y capacitación para la creación de empresas auxiliares para servicios a la comunidad en los sectores de deporte, salud, y cuidados personales



Reto 3.-

**HUÉRCAL-OVERA: CIUDAD
ABIERTA, CIUDAD DE COMPRAS,
CIUDAD DE SERVICIOS**





Reto 3.- Huércal-Overa: Ciudad abierta, Ciudad de compras, Ciudad de servicios

Huércal-Overa por su situación geográfica y cabecera comarcal tiene una tradición comercial de siglos, en la que la mayoría de los comercios son empresas familiares de segunda o tercera generación.

Esto ha hecho configurar un sector comercio que destaca por la amabilidad de los/as comerciantes y la diversificación de productos.

Con la crisis, y la consiguiente bajada de consumo, el sector ha perdido el 30% de ventas y el 50% de empleo.

A esto se le suma que Lorca y otras ciudades colindantes están teniendo un florecimiento fuerte del comercio en torno a marcas reconocidas y grandes centros comerciales.

La población de Huércal-Overa se va a otras ciudades de compras, actividad que unen al ocio que les ofrece estos destinos.

El reto fundamental de Huércal-Overa es ***reactivar el sector del comercio, hacerlo atractivo, diferencial y altamente competitivo para atraer las compras de la propia población y atraer consumidores de otras poblaciones colindantes.***

Esta línea se complementa con la apertura de la Plaza de Abastos (km. 0)

Para ello establecemos una estrategia basada en tres ejes:

- Modernización de los establecimientos.



- Especialización y atracción del producto.
- Imagen conjunta del comercio unida al ocio.



ESTRATEGIA 8- PLAN DE COMERCIO Y HOSTELERIA**Acciones:****Acción 8.1.- Crear una "Zona Comercial Abierta" atractiva, con carácter propio y ligada al ocio**

Revitalización del Centro y promoción comercial, en torno al eje que se sitúa desde la Iglesia hasta la zona de Mercadona.

Para ello se deberán realizar reformas urbanísticas apropiadas en cuanto a puesta en valor de casas del centro, promoción de la hostelería y acciones motoras desde el Ayuntamiento (compra de casas emblemáticas e implementación de actividades que sean foco de atracción). Para competir con ciudades vecinas, este Centro Comercial Abierto tiene que tener las siguientes características:

- Situarse en las calles del Centro, de forma que den la sensación de ir de compras a la vez que disfrutar de un paseo por la ciudad.
- Tener una imagen homogénea en cuanto a pequeñas tiendas que mantienen la tradición pero a la vez apuestan por el diseño y la innovación en los establecimientos.
- Ofertar no solo compras, sino también lugares para el tapeo y el ocio.
- Tener servicios comunes que den las mismas prestaciones que los grandes centros comerciales: empresa de guardería, diversidad de productos, acceso fácil, parking, etc.
- Tener en cuenta los gustos de cada grupo de consumidores/as (accesibilidad de personas mayores, zonas de recreo de niños/as para familias, lugares de diversión para jóvenes).



Acción 8.2.- Atracción de franquicias de marcas reconocidas

Desde el Ayuntamiento, y en coordinación con la iniciativa privada, se deben realizar actuaciones de intermediación para conseguir implantar franquicias de marcas reconocidas que atraen al consumidor y, específicamente, a los jóvenes.

Dado que estas franquicias requieren de un número de población que no tiene Huércal-Overa y que ya están situadas en otras poblaciones, habrá que buscar mecanismos alternativos: sedes de franquicias de otros municipios, comercios de responsabilidad social ligados a las fundaciones de estas marcas, etc.

Sería necesario hacer una base de datos de las principales marcas que atraen al público, elaborar un dossier de presentación y hacer una campaña activa para presentación del proyecto y captación de las marcas.

Acción 8.3.- Plataforma de comercio electrónico conjunta y promoción a través de Internet

El comercio electrónico está en alza y un gran número de usuarios hacen búsqueda por Internet antes de ir de compras.

Las TIC's están escasamente vinculadas al sector, así se hace necesario un plan conjunto, en colaboración con la Asociación de Comerciantes, para implementar una plataforma de comercio conjunto apoyando la expansión de las empresas para sus ventas a través de Internet.



Acción 8.4.- Capacitación del sector en TIC's, innovación y especialización del producto (Ecológico, "Hecho en Huércal-Overa")

El objetivo es promover la capacidad innovadora para que los comercios desarrollen **nuevos productos, nuevos diseños, nuevas formas de comercialización y se abran a nuevos mercados.**

Es necesario, tanto dinamizar al comercio hacia este objetivo, como capacitarle en la puesta en marcha de ideas innovadoras.

Se debe atraer la creación de comercios con productos especializados: Ecológicos, Diseño exclusivo, " Hecho en Huércal Overa", etc.

Acción 8.5.- Promoción del comercio unido a la hostelería a través de eventos que atraigan a un público masivo

Diseñar eventos bimensuales que atraigan a un gran número de público y eliminen la temporalidad de las compras:

- Ruta de la Tapa.
- Noches en Blanco.
- Feria de Gastronomía.
- Feria de la Cerveza.
- Feria de Outlet.
- Feria de Marcas.
- Pasarela de Moda.
- Pasarela del Zapato y Complementos.
- Feria de Navidad.



Acción 8.6.- Promoción del comercio y sensibilización de la población para comprar en el Municipio

- Cartel de bienvenida al pueblo para comprar.
- Cartel en las salidas del Municipio: **Compra en tu pueblo. Crecemos juntos**
- Campaña de sensibilización: dípticos, luminosos, medios de comunicación. Informar a la población de la repercusión en el empleo si realizan compras locales.
- Pegatinas en todos los establecimientos: **Compra en tu pueblo. Crecemos juntos.**
- **Página Web y díptico municipal con el nombre de cada comercio, la marca de producto que vende y la ubicación en el mapa (dado que la población se mueve por marcas es fundamental señalar más las marcas de los productos, que el nombre del establecimiento).**

Acción 8.7.- Promoción de compras cruzadas

- Campaña "Ecopuntos verdes": Descuentos en compras por reciclar.
- Carné Joven.
- Carné de Desempleados/as.
- Bono " 5 Compras".
- Campaña "Vuelta al Cole": Cartillas descuento.
- Campaña de Navidad.

