REPUEBLO
TERRITORIO INNOVADOR

AGENDA URBANA ESPAÑOLA

AGENDA URBANA

MANCOMUNIDAD DEL ALTO TAJO

ALTO TAJO

Agenda Urbana de la Mancomunidad de Municipios del Alto Tajo (Guadalajara)

Participantes

Equipo Técnico (Elaboración, estrategia, diseño y maquetación)
Repueblo (Impulso Factoría de Creación, S.L.)

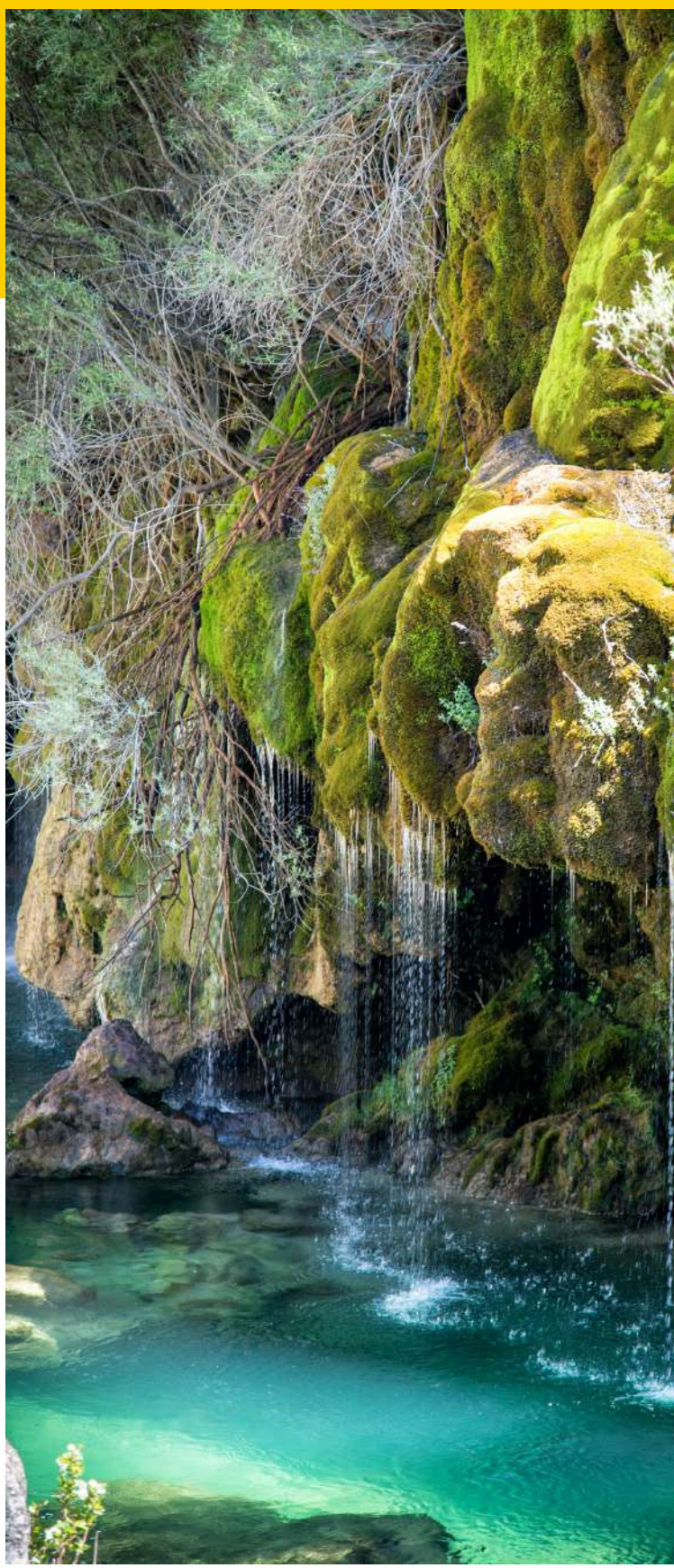
Instituciones
Mancomunidad de Municipios del Alto Tajo
Excmo. Ayuntamiento de Arbeteta
Excmo. Ayuntamiento de Armallones
Excmo. Ayuntamiento de El Recuenco
Excmo. Ayuntamiento de Peñalén
Excmo. Ayuntamiento de Peralveche
Excmo. Ayuntamiento de Poveda de la Sierra
Excmo. Ayuntamiento de Villanueva de Alcorón
Excmo. Ayuntamiento de Zaorejas
Diputación de Guadalajara
Junta de Comunidades de Castilla - La Mancha

Asociaciones
Federación de Asociaciones del Alto Tajo
Asociación de Turismo Rural de la Comarca Molina de Aragon - Alto Tajo
Asociación Cultural Amigos de "El Recuenco"
Asociación Cultural de Armallones "Las Fuentecillas"
Asociación Amigos de Pelalén "La Berrea del Alto Tajo"
Asociación de Amigos de Villaescusa de Palositos
Asociación Cultural Amigos de Peralveche
Asociación de Amigos y Simpatizantes de Zaorejas "Alto Tajo"
Asociación Cultural de Vecinos de Peralveche "Los Picadores"
Asociación Cultural Amigos de Arbeteta
Asociación Juvenil Peña El Diablo de Villanueva
Asociación Cultural Poveda
Asociación Juvenil Peña Pi de Villanueva
Asociación de Mujeres de Villanueva de Alcorón
Asociación de Hijos y Simpatizantes de Huertapelayo
Asociación de la Tercera Edad San Antonio de Padua (Zaorejas)
RumboRural

Con la colaboración
Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana
Talento para el Futuro

® Se autoriza la reproducción del presente con propósitos no comerciales previo consentimiento expreso del propietario del copyright y expresada la fuente. Queda prohibida el uso comercial del presente sin el consentimiento expreso del propietario del copyright.

UNA AGENDA REVOLUCIONARIA



Dentro de un par de décadas, la mayoría de los trabajos que hoy conocemos, los realizarán robots. Entonces, **¿qué es lo que nos hará ser competitivos en un entorno global?**

Mi respuesta siempre es la misma: la humanidad. **La humanidad como valor central** de nuestra existencia, de nuestra revolución. Hoy en día, **desde los pequeños lugares se pueden hacer grandes cosas**, generar grandes cambios.

El Alto Tajo ha decidido dejar de competir con el vecino y aliarse con él. Cooperar, crear juntos y decirle al mundo "bienvenidos a nuestro paraíso"

Por ello, **esta Agenda Urbana trata de personas** que quieren mejorar la vida de los suyos, de sus vecinos, de las siguientes generaciones y del entorno.

Y eso es el verdadero significado de la humanidad, **porque nada de lo que le suceda al hombre debería sernos ajeno.**

LUIS DE CRISTÓBAL
DIRECTOR DE REPUEBLO

CONTENIDO

03
PRÓLOGO
DE LA AGENDA

05
ACERCA
DE REPUEBLO

06
INTRODUCCIÓN
A LA AGENDA URBANA

12
ANTECEDENTES
DEL ALTO TAJO

26
DIAGNÓSTICO DE
LA MANCOMUNIDAD

33
PLAN DE ACCIÓN

81
CONCLUSIONES

ACERCA DE REPUEBLO

Repueblo es un movimiento que **tiene como propósito la generación de innovación** en los entornos rurales y fomentar las alianzas.

Creemos que la iniciativa civil y privada deben liderar la innovación y la creación de valor añadido, en alianza con agentes como las administraciones públicas. Dotar a los territorios de **un futuro verde e innovador** será posible en la medida en la que cambiemos la narrativa y la estrategia.

Dentro de nuestras líneas de negocio, apoyamos a los territorios a elaborar **una Agenda Rural real, alcanzable y sostenible**, que permita afrontar los retos de todas y todos.

*"En los momentos de crisis, sólo la **imaginación** es más importante que el **conocimiento**"*

ALBERT EINSTEIN

INTRODUCCIÓN A LA AGENDA URBANA

DESCRIPCIÓN

La Agenda Urbana del Alto Tajo es **un plan de acción con Horizonte 2030** que contiene **acciones específicas para la mejora económica, social y ambiental** de la Mancomunidad de Municipios del Alto Tajo, formada por 8 ayuntamientos y 10 poblaciones.

Esta Agenda urbana supone **un auténtico caso de éxito de alianzas y gobernanza en la España Rural**. Una fantástica oportunidad para reflexionar sobre qué quieren los territorios ser, hacía dónde quieren caminar y su posicionamiento estratégico en el entorno, España, Europa y el mundo.

OBJETIVO DE LA AGENDA URBANA DEL ALTO TAJO

El objetivo de esta agenda es **la consecución de resultados concretos** para mejorar la vida de los habitantes del Alto Tajo, crear un ecosistema favorable al nacimiento de empresas, atraer a nuevos pobladores y cuidar del privilegiado marco natural en el que se sitúa.

La responsabilidad de la consecución de las acciones concretas, recae en todos los agentes, mediante un modelo innovador y vanguardista de cogobernanza.

CONSIDERACIONES PRELIMINARES

El contenido de este Agenda Urbana no debe ser taxativo o cerrado, sino más bien todo lo contrario: flexible, dinámico y **catalizador de las propias reflexiones de los municipios y de los demás actores implicados.**

Teniendo en consideración que son los propios municipios quienes toman, en última instancia, las decisiones, **la Agenda Urbana debe permitirles afrontar los retos presentes y futuros**, donde **el balance económico, social y ambiental** y su foco en los ODS ya es obligatorio y está presente en cada acción específica de esta Agenda Urbana.

EL ALTO TAJO QUE QUEREMOS

La presente Agenda Urbana pretende establecer el plan colectivo de crecimiento de la Mancomunidad que **mejore la gestión de los ayuntamientos y su futura gobernanza**, tanto en la relación con las demás administraciones públicas como con la ciudadanía.

Este plan de acción es fruto de los trabajos compartidos e alineados de tres fuentes: en primer lugar desde los propios ayuntamientos, en segundo lugar desde las asociaciones locales y sociedad civil y en tercer lugar, la entidad colaboradora, Repueblo.

Las acciones propuestas, necesarias para conseguir mejorar el contenido y la imagen de la Mancomunidad **debe, de manera clara y esencial incluir a la iniciativa privada como catalizadora de las acciones** y como ejecutor efectivo de gran parte de las mismas.

Y tenemos que hacerlo **desde el punto de vista de la integración e inclusión social, económica y política de todos los intervinientes**. Aunque la Mancomunidad lo forman 8 municipios de muy diversa realidad se buscan soluciones globales y comunes a las problemáticas que comparten; **de ahí que algunas de las acciones engloben a todos o varios municipios a la vez.**

Conseguir una cohesión que, aunque no sea plenamente administrativa, sí lo sea en cuanto a la gestión de determinados servicios. Ello **implica la participación de la ciudadanía y los agentes económicos**, mediante la ejecución de proyectos de ámbito comarcal.

Los municipios deben ser creativos y valientes para las afrontar actuaciones que se proponen. Algunas no son muy elevadas, pero **se necesita implicación de los actores intervinientes**, otras requieren la actuación de entidades superiores, regionales, nacionales, incluso europeas.

Generar nuevas formas de financiación, de forma sostenible y gestionar las áreas territoriales como una entidad funcional, sin necesidad de crear nuevas figuras jurídicas o políticas, **permitirán al Alto Tajo obtener una posición fuerte** en sus demandas y peticiones. Especialmente teniendo en cuenta que su voz no será sólo política, sino que **emana directamente desde la cogobernanza** entre administraciones, sociedad civil, asociaciones y sector privado.

Por último, destacar que **la Mancomunidad del Alto Tajo, ha decidido convertirse en ejemplo e inspiración para la España Rural**, con un modelo estratégico de vanguardia, integrador, creativo y **con el foco en las siguientes generaciones**. Un modelo alineado con las necesidades de los pobladores, actuales y potenciales, con las agendas internacionales y con el balance entre el crecimiento y la sostenibilidad en el ADN.

MARCO METODOLÓGICO DE LA AGENDA URBANA DEL ALTO TAJO

El desarrollo meteorológico de la Agenda Urbana Española, ofrece **10 Objetivos Estratégicos** que permiten, a su vez, otros objetivos específicos a través de indicadores.

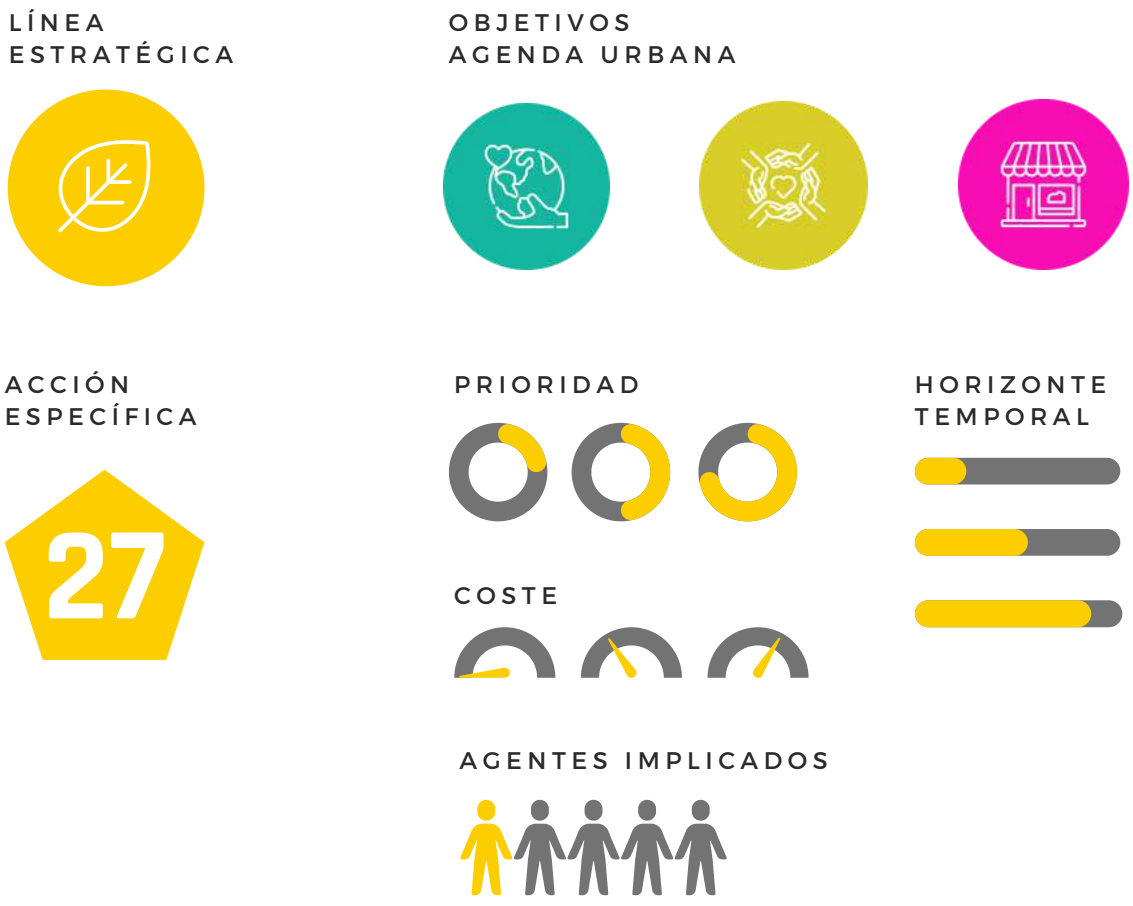
Por otro lado, desde Repueblo, contamos con una metodología propia, enmarcada en las conocidas como *"agile"*, en la que mezclamos diferentes procesos para alinear a los agentes, identificar oportunidades y, sobre todo, proponer soluciones reales, alcanzables y medibles.

Fruto de la combinación de ambas metodologías, hemos definido **4 grandes líneas estratégicas** que contienen impactos en todos los objetivos que plantea el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

Dichas grandes líneas estratégicas desembocan en **33 acciones específicas**, en las que se tiene en cuenta los siguientes criterios: **prioridad, coste, agentes implicados y horizonte temporal.**

Por tanto, un trabajo de lo general a lo particular: 4 grandes líneas estratégicas, que contienen, cada una varios de los objetivos estratégicos y diversas acciones específicas, dónde se tienen en cuenta los criterios mencionados.

Todo ello representado gráficamente de la siguiente manera:

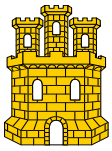


MARCO GEOGRÁFICO DE LA AGENDA URBANA DEL ALTO TAJO

Hoy en día no hay duda que las **alianzas estratégicas son el motor para lograr los retos**, tanto los cotidianos como los más ambiciosos. Es por ello, que desde el Alto Tajo comprendemos que no estamos aislados del entorno, sino que **somos una parte activa y que buscamos colaborar** con nuestros semejantes y complementarios, en pos del desarrollo y progreso.

Marco de influencia Local

Nuestro entorno es más amplio que nuestra Mancomunidad. Existe un entorno de municipios adyacentes con los que compartimos servicios y objetivos. Ellos son nuestro primer nivel de influencia.



Marco de influencia Regional

Estamos enmarcados en Castilla - La Mancha y, especialmente, nuestros lazos se dan con municipios de las provincias de Guadalajara y Cuenca, con quienes compartimos muchos retos.

Marco de influencia Nacional

Somos un ejemplo claro de la España rural. Un territorio que se niega a dejarse abandonar, consciente de sus limitaciones, pero también de sus potencialidades. Podemos ser ejemplo para otros territorios.

Marco de influencia Europeo

No podemos olvidar dos cuestiones: en Europa existen gran cantidad de territorios aislados y despoblados, como el nuestro. Y, por otro lado, el éxito de esta agenda dependerá, sin duda, de los Fondos Europeos.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA AGENDA URBANA ESPAÑOLA

1. Uso racional del suelo
2. Revitalización urbana
3. Reducción del cambio climático
4. Economía circular
5. Movilidad sostenible
6. Equidad social y cohesión
7. Economía local
8. Acceso a la vivienda
9. Innovación y digitalización
10. Gobernanza

AGENDA URBANA ESPAÑOLA

ANTECEDENTES DEL ALTO TAJO

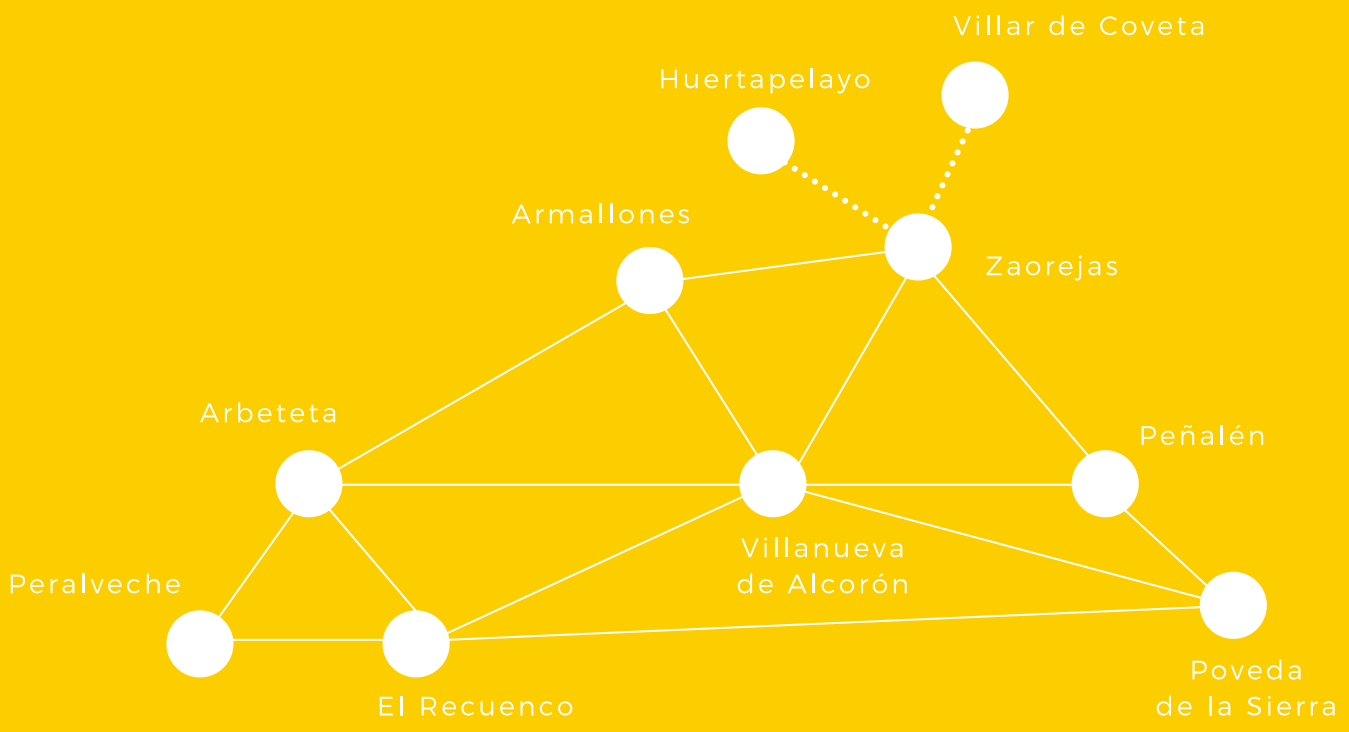
LA MANCOMUNIDAD, EN CIFRAS

1

área funcional situada en el sureste de Guadalajara

10

poblaciones forman la mancomunidad, de los cuales 8 son municipios con ayuntamiento propio



1,66

habitantes por km2
una de las densidades más
bajas de Europa

50%

del censo vive todo el año en
el territorio

149 KM

Distancia de la Mancomunidad al Aeropuerto Adolfo Suárez de Madrid

+ 60%

De los ingresos municipales provienen de los cotos de caza

+ 35%

De los jóvenes entre 18 y 30 años que viven fuera de la Mancomunidad regresarían al Alto Tajo si tuvieran empleo o pudieran teletrabajar

+ 70%

De los negocios que fracasan en el territorio lo hacen por falta de experiencia y formación de los emprendedores

EL ALTO TAJO

Nuestra Mancomunidad fue creada con el objetivo de organizar y prestar servicios a los municipios que la conforman, y sus pedanías.. La sede de nuestra mancomunidad está en Villanueva de Alcorón. **Somos un auténtico desierto demográfico, con una de las densidades más bajas de Europa.** El Alto Tajo es un territorio salvaje, poco poblado y cuyos límites marcan lo más agreste del Tajo.

Municipio	Habitantes (INE)	Densidad (hab/km2)
Arbeteta	26	0,49 hab/km2
Armallones	51	0,63 hab/km2
El Recuenco	60	0,78 hab/km2
Peñalén	76	1,47 hab/km2
Peralveche	49	0,68 hab/km2
Poveda de la Sierra	120	2,61 hab/km2
Villanueva de Alcorón	162	1,5 hab/km2
Zaorejas	125	0,7 hab/km2

26

0,49 hab/km2

60.000€ presupuesto

ARBETETA

Coronado por **un mágnifico castillo del siglo X,** hoy propiedad privada, el municipio de Arbeteta es **el más pequeño de nuestra Mancomunidad** y, probablemente, el que tiene una mayor carencia de servicios.

Hay que tener en cuenta que **por Arbeteta pasa el pan tan sólo una vez a la semana** y que su población, envejecida, necesita de asistencia y cuidados. Es por ello que **la figura de la Mancomunidad como área funcional se torna indispensable.**

Con menos de 30 habitantes en el censo, y sin acceso a la fibra, es complicado cubrir las necesidades mínimas de los habitantes. Y eso que **existen posibilidades de oficios rentables**, y que urge recuperar, tales como la figura del pastor o una familia emprendedora que decida retomar la actividad del bar.

De los 60.000€ aproximados de presupuesto municipal, **dos tercios (40.000€), provienen del coto de caza,** lo que pone de manifiesto la dependencia de esta actividad. Actualmente hay dos parcelas pendientes de construcción, una de casi 500m2 y otra de algo menos de 100.

Por tanto, **los dos retos principales de Arbeteta son la cobertura de las necesidades de los habitantes y el aumento de población, especialmente joven**. Ambos retos que tienen una misma solución: atraer un par de familias que cubran las necesidades del municipio y de otros de la Mancomunidad. Esto, además, permitiría **diversificar los ingresos municipales.**

51

0,63 hab/km2

70.000€ presupuesto

ARMALLONES

En pleno Parque Natural del Alto Tajo, **Armallones es conocido por El Hundido**, una maravilla geológica producida por el desprendimiento rocoso de las laderas del Tajo, fruto de la erosión. Un mini **ecosistema particular,** donde la flora y la fauna sorprenden a los viajeros.

De Armallones parten numerosas pistas, senderos y caminos que te acercan a la naturaleza más virgen y salvaje. Armallones pertenece al Parque Natural del Alto Tajo con el 80% de su territorio dentro de la **demarcación de especial protección al estar ubicado en una zona de gran valor medioambiental.**

Su nombre proviene de la voz árabe "Ar-Mayyan", que significa Sal o Salina, como las que hubo hasta hace no tanto. Como la fábrica de vidrio o de resina. De aguarrás o trementina. En su esplendor, **Armallones participó en 1876 en la Exposición Universal de Philadelphia**, en Estados Unidos.

La actividad de Armallones es **principalmente del sector primario**, donde destacan las colmenas de miel, la trufa, o la extracción de losas. Aunque la economía **depende en gran medida de los cotos de caza** y con la oportunidad de diversificar los ingresos a través de la explotación sóstenible de los recursos.

En Armallones cuentan con **dos casas rurales**, una de ellas a punto de inaugurarse y completamente accesible. También hay varias casas vacías, propiedad del Ayuntamiento, que se podrían explotar. Una **gran cantidad de opciones para dinamizar Armallones**, que cuentan con una ventaja: la gran **participación e iniciativa de sus ciudadanos a través de las asociaciones.**

60

0,78 hab/km2

115.000€ presupuesto

EL RECUENCO

El Recuenco aún recuerda con cierta nostalgia su **tradición vidriera**, que orgullosamente guarda su herencia en las ventanas del Monasterio de El Escorial. Herencia también milenaria que guardan las ruinas de un asentamiento íbero, alrededor de **rutas sin señalizar, rodeadas de ese codiciado oro del bosque, la trufa**.

Pese a sus sólo 60 censados, El Recuenco **cuenta con un apoyo humano muy activo de aquellos que se fueron a la ciudad**, pero que siguen dinamizando su municipio. Tanto los que se fueron como los que residen, coinciden en una consideración: **la cantidad de recursos infravalorados,** a la que acompañan de una palabra clave: oportunidad.

Oportunidad manifiesta en materia turística, pero también de diversificación de ingresos municipales: la trufa, las setas, las ruinas, las colmenas y, por supuesto, **el antiguo cuartel de la Guardia Civil**. Más de 1100 m2 de parcela, con una construcción singular de 771 m2, se antoja como **el motor para relanzar no sólo el municipio, sino la Mancomunidad.**

En El Recuenco puedes ir a la **farmacia y al bar**. También puedes ejercer tu derecho a la **participación ciudadana** a través del buzón de sugerencias situado en el Ayuntamiento, Pese a poder comprar medicamentos, salir a comer y proponer, los habitantes más mayores no tienen un centro de día, ni los más pequeños un centro de ocio.

Por tanto, los retos principales son la **dotación de servicios para habitantes** y visitantes, **enmarcados en un concepto turístico** y centrado en la **rehabilitación del antiguo cuartel**, motor dinámico de la Mancomunidad y apoyado por ese sentimiento de pertenencia de los que están, de los que se fueron y de los que vendrán.

76

1,47 hab/km2

118.000€ presupuesto

PEÑALÉN

Peñalén es **el centro de una tradición única: los gancheros**. Los gancheros portaban por el Tajo, desde nuestro territorio hasta Aranjuez madera, con la que se hizo el propio Palacio de la ciudad madrileña. Recién reconocida por la Junta de Castilla La Mancha como **Bien de Interés Cultural, guarda un enorme potencial** para la creación de una identidad turística de la Mancomunidad.

Desde Peñalén se pueden observar aves y estrellas, que podría servir para atraer a decenas de visitantes. Visitantes que también podrían **celebrar sus bodas vestidos de gancheros**, o pasear por su bosque, certificado como sostenible. Aunque no sabrían exactamente dónde lo hacen, porque **las calles de Peñalén no tienen nombre.**

La espera desde la parada de autobús puede ser eterna, ya que **la conexión del transporte público con Guadalajara y Madrid ha dejado de pasar.** Por suerte, si tienes vehículo privado, puedes disfrutar del **Centro de Formación y Albergue de Deportes de Montaña**, del campamento de verano o de los **productos locales orgánicos.**

A Peñalén le falta una tienda, pero **es un destino perfecto para nómadas digitales y emprendedores,** por su gran potencial turístico y su paz. Actualmente cuenta con dos casas rurales, pero, creando una narrativa común de la Mancomunidad, podría **aumentar mucho más sus ingresos, visitantes y negocios.**

Por ello, para Peñalén es fundamental **trabajar en esa marca turística común del territorio**, que ponga en valor su entorno y tradiciones, que permita a los habitantes encontrar empleo y que sirva para dinamizar el pueblo de las vistas infinitas.

49

0,68 hab/km2

114.000€ presupuesto

PERALVECHE

Durante la Guerra Civil, Peralveche fue un punto estratégico para ambos bandos. Su refugio aéreo servía de descanso y camuflaje. Hoy en día en desuso, cuenta con un **potencial enorme en materia de protección del bosque castellano-manchego, turístico y de prácticas aéreas.**

En su pedanía, Villaescusa, aún queda en pie **una iglesia de casi 1000 años**, pese al cerco presuntamente ilegal de una empresa privada, que impide el acceso para su visita y conservación, ambos obligatorios, ya que está declarada **Bien de Interés Cultural por la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.**

El municipio **necesita acometer unas reformas costosas**, tales como el alicatado de las calles, el cambio de sus tuberías y **arreglar los caminos rurales**. Tres acciones muy necesarias, pero complejas de realizar en un ayuntamiento que carece de personal propio durante todo el año.

Aún mantiene **la profesión tradicional del pastoreo**, dedicada a la cabra y cuenta con otras profesiones que dan servicio a la zona. Pese a ello, no cuenta con una tienda que suministre bienes de primera necesidad a sus vecinos, lo que dificulta la vida en el pueblo.

Para Peralveche, **es fundamental la planeación urbanística de la Mancomunidad,** que permita reclamar el patrimonio, ponerlo en valor y aumentar sus ingresos fruto de ello. También es fundamental **mejorar la coordinación y gobernanza**, ya que existe una manifiesta falta de control de cuentas y gestiones de anteriores legislaturas, lo que lastra la eficiencia de las actuaciones presentes.

120

2,61 hab/km2

250.000€ presupuesto

POVEDA DE LA SIERRA

Poveda de la Sierra es el claro exponente de la **disyuntiva entre desarrollo económico y sostenibilidad**. Sin duda, el municipio con más dinamismo debido a la **minería del Caolín, que provoca daños en el Mº Ambiente y genera empleo a partes iguales**. Causa y a la vez solución de casi todas las cuestiones en Poveda.

La minería genera altos salarios que desincentivan el emprendimiento. Fruto de ello es que **hay necesidad de negocios con demanda garantizada que nadie desarrolla** . También la **falta de un parque de vivienda en alquiler** para los empleados foráneos, lo que hace que tengan que ir a vivir a otros municipios.

Poveda tiene, además, una particularidad geográfica. Al situarse entre riachuelos, **no puede aumentar su casco urbano, lo que lastra su crecimiento**. Pese a ello, tiene edificios que podrían ser utilizados como vivienda y para los que **la cogobernanza con otras administraciones se antoja fundamental.**

Poveda también tiene la necesidad de **inversiones relacionadas con el turismo, que serían fundamentales en un proceso de transición justa.** No olvidemos que Poveda se encuentraen el corazón del Parque Natural y que el cierre de la minería tendría un alto impacto positivo en el turismo.

La mina supone actualmente una cuarta parte de los ingresos municipales, pero gran parte de los ingresos privados de los habitantes, por lo que **la transición tendrá un elevado grado de oposición en la población, a la que hay que hacer partícipe del nuevo proceso en la presente Agenda Urbana** y en los retos de la próxima década.

162

1,5 hab/km2

€ 250.000€ presupuesto

VILLANUEVA DE ALCORÓN

Villanueva de Alcorón **es la capital de la Mancomunidad**. Lo es jurídicamente y también lo es en la manera práctica. Villanueva cuenta con **gran parte de los servicios necesarios**, como el centro de salud y ambulancia, escuela, las instalaciones deportivas, tiene fibra y wifi público, tiendas y sucursal bancaria.

Además, Villanueva de Alcorón **cuenta con vivienda pública disponible en alquiler, varias empresas funcionando y un amplio presupuesto, más diversificado** que el de sus vecinos. Madera, caza, cantera, agro y los ingresos de vivienda son las cinco fuentes de ingreso municipales.

Pese a ello, o quizás por todo lo anterior, tiene una **gran cantidad de necesidades que no puede afrontar sólo.** Desde la necesidad de infraestructura básica, como pavimentar o las canalizaciones, hasta rehabilitar edificios públicos o **el propio centro polideportivo, que podría convertise en el polo deportivo de la Mancomunidad.**

Como en el resto de la Mancomunidad, aún no se ha hecho ningún esfuerzo en materia de sostenibilidad energética, que debe tenerse en cuenta a partir de ahora en todas y cada una de las actuaciones.

Los esfuerzos individuales de Villanueva de Alcorón, tales como atraer un arqueólogo o un proyecto ganadero, tendrán **mucho más empuje en términos de Mancomunidad.** La capitalidad del área funcional le dará ciertos privilegios, pero, por supuesto, una serie de **obligaciones y compromisos con el resto del territorio.** Por eso, en esta agenda, a Villanueva se le requerirá una visión de conjunto especial.

125

0,7 hab/km2

300.000€ presupuesto

ZAOREJAS

Zaorejas es el ayuntamiento de tres poblaciones: la propia Zaorejas, Huertapelayo y Villar de Cobeta. **De sus 125 censados, sólo 60 viven habitualmente y ninguno tiene menos de 40 años.**

Zaorejas tiene **el hotel de la zona y una vivienda de mayores en la que viven 10 familias**. Pese a ello, cuenta con vivienda en alquiler disponible y sus negocios han cerrado. La piscifactoría y el camping echaron el cierre por falta de preparación y experiencia de los explotadores de las concesiones.

Tiene una menor necesidad de acometer infraestructura, ya que no tiene problemas de agua y su pavimentación es correcta. Además, tiene un convenio con la Universidad Politécnica de Madrid para la realización de prácticas. La vivienda de mayores es una oportunidad para la creación en el medio plazo de un cohousing senior.

El presupuesto de Zaorejas es el mayor de la Mancomunidad y viene explicado en gran parte por los derechos de explotación del monte y, sobre todo, de los cotos de caza. Nuevamente surge la necesidad de la diversificación de los ingresos municipales.

La mejora de la gobernanza en la Mancomunidad ayudará, sin lugar a dudas, a todos los retos de Zaorejas: mejora en la selección de concesiones de negocios, mejora de transportes y movilidad, generación de negocio turístico y explotación de la trufa a través de la marca Alto Tajo y cubrir la vivienda vacía, necesaria en otros municipios.

DIAGNÓSTICO

LA ÚLTIMA OPORTUNIDAD

En el Alto Tajo, como muchos otros territorios rurales de España, afrontamos el futuro con sólo dos posibles resultados: la diáspora definitiva, o convertirnos en un polo de atracción de calidad de vida.

El año 2020 ha supuesto un punto de inflexión en casi todas las facetas de la vida. Una de ellas, **la gran oportunidad que nace para los entornos rurales** de la deslocalización de los trabajadores de sus oficinas, mayoritariamente en ciudades.

La búsqueda de una vida plena, rodeada de naturaleza, siendo partícipes de una comunidad activa, se erige como el **gran motor de cambio para muchas personas** que deciden, a tiempo parcial o completo, iniciar una nueva vida en un entorno más amable, más sencillo y con menos estrés.

Pero por otro lado, el ciudadano se ha vuelto cómodo y **la competencia es enorme**. Multitud de territorios en España y el Mundo están intentando convertise en ese lugar atractivo para sus habitantes, para aquellos que se fueron y para nuevos.

En un entorno global altamente interconectado, **competir con el vecino no es inteligente. El objetivo es convertirlo en un aliado** con el que afrontar los retos de esta década: la digitalización, la nueva gobernanza, la lucha contra el cambio climático y no dejar a nadie atrás.

DIAGNÓSTICO DE LA MANCOMUNIDAD DEL ALTO TAJO

La presente Agenda Urbana es el resultado de un proceso de participación de diversos agentes del territorio, en los que se incluyen las coporaciones municipales, las diferentes asociaciones, los ciudadanos y otras administraciones, tales como la Diputación de Guadalajara, la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha y el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

Los ciclos de entrevistas y participación realizados por el equipo director, **siguen la metodología Repueblo y la estructura de objetivos, la propia de la Agenda Urbana Española.** Desde una perspectiva de análisis y planificación estratégica, se plantea el diagnóstico como un análisis estático y el plan de acción como una planificación dinámica.

En la parte presente, el diagnóstico, y con el fin de simplificar la comprensión de la Agenda para hacer partícipes a todas las personas, **hemos realizado el tradicional análisis DAFO**. Dicho análisis es el fruto de estudiar la radiografía que es, a dia de hoy, el Alto Tajo y que tiene dos componentes "negativos", las amenazas y las debilidades y dos componentes "positivos", las fortalezas y las oportunidades.

Desde el punto de vista de la competencia, las amenazas y las oportunidades son por igual para todos los territorios de la España rural, mientras que las debilidades y las fortalezas son propias de la Mancomunidad frente al resto de territorios de similares características.

Por otro lado, el plan de acción dara lugar a soluciones concretas, lo que denominamos acciones específicas, que hemos agrupado en cuatro grandes líneas estratégicas. Cada una de ellas, por supuesto, alineada con varios de los objetivos estratégicos de la Agenda Urbana Española, facilitada por el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, a quién agradecemos su colaboración.

Muy probablemente, existen otras debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que pudieran ser tenidas en cuenta. No obstante, nuestro objetivo es que ni el diagnóstico, ni especialmente el plan de acción, resulten abrumadores para los agentes ejecutores, lo cual iría en sí mismo contra la propia voluntad de la Agenda.

Prácticamente todos los retos individuales de los municipios, serán enfrentados de una forma mucho más eficiente, eficaz y sostenible desde la perspectiva de la Mancomunidad, desde la perspectiva de este área funcional que estamos construyendo juntos y que tiene vocación no sólo de permanencia, sino de crecimiento.

DIAGNÓSTICO
DEBILIDADES DE LA MANCOMUNIDAD

Entendemos como debilidades todas aquellas carencias que tenemos frente a otros territorios de la España rural y que debemos corregir.

D1

Debilidad 1. Densidad de población

Nuestra baja densidad de población, una de las menores de Europa, es un lastre para nuestro propio crecimiento y desarrollo. Sólo con soluciones creativas podremos corregirla.

D2

Debilidad 2. Ubicación geográfica

Pese a no encontrarnos a una gran distancia de Madrid, Guadalajara o Cuenca, nuestra ubicación fuera de las grandes infraestructuras nos coloca en una desventaja competitiva frente a otros territorios.

D3

Debilidad 3. Falta de tejido empresarial

Somos una mancomunidad con muy poca iniciativa empresarial y emprendedora. Esto es un freno para nuestro dinamismo y atracción. Por ello, el turismo y los recursos son una pieza clave.

D4

Debilidad 4. Ingresos dependientes

Los ingresos de nuestros municipios dependen, en más de un 60% de la actividad de la caza y de los cotos. Diversificar los ingresos y reducir los gastos son de nuestras cuestiones clave.

DIAGNÓSTICO
AMENAZAS DE LA MANCOMUNIDAD

Entendemos como amenazas todas aquellas cuestiones que afectan a todos los territorios de la España rural, en mayor o menor medida, y que debemos afrontar con garantías.

A1

Amenaza 1. Desertización demográfica

Las decisiones de política pública buscan impactar en el mayor número de personas. Los territorios con pocos habitantes quedan fuera del juego y eso revierte de nuevo en pérdida de servicios y habitantes.

A2

Amenaza 2. Grandes proyectos

La nueva economía verde también fomenta la concentración de grandes proyectos, especialmente energéticos, que no sólo no frenan la despoblación, sino que la aumentan.

A3

Amenaza 3. Crisis económica

La crisis económica iniciada en el año 2020 debido a la pandemia va a recortar el gasto privado, lo que merma la creación de empresas y la demanda interna de productos de alto valor añadido.

A4

Amenaza 4. Falta de recurso humano

Las corporaciones municipales más grandes cuentan con más efectivos para lograr las tareas. Los municipios pequeños dejamos pasar oportunidades por la falta de recursos.

DIAGNÓSTICO
FORTALEZAS DE LA MANCOMUNIDAD

Entendemos como fortalezas todas aquellas ventajas competitivas que tenemos frente a otros territorios de la España rural y que mejorar para aprovechar al máximo.

F1

Fortaleza 1. Objetivos comunes y cohesión

Nuestra Mancomunidad ha decidido dar un paso al frente y liderar la respuesta a los retos y problemas de manera conjunta y con una visión común. Esto nos permite tener una voz más fuerte.

F2

Fortaleza 2. Asociacionismo y dinamismo

Nuestros habitantes conforman un gran número de asociaciones, incluso agrupadas en una federación. Ayudan a dar voz a la población y a resolver cuestiones fundamentales para todos.

F3

Fortaleza 3. Jóvenes que desean volver

La creación de Rumbo Rural ha puesto de manifiesto que más de un tercio de los jóvenes del territorio que viven fuera desean volver y emprender en el territorio, cuestión que no es común en la España rural.

F4

Fortaleza 4. Recursos infravalorados

La mayoría de nuestros recursos naturales, estratégicos y humanos se encuentran sin explotar. Esto nos otorga el potencial de desarrollar proyectos con gran recorrido.

DIAGNÓSTICO
OPORTUNIDADES DE LA MANCOMUNIDAD

Entendemos como oportunidades todas aquellas cuestiones que afectan a todos los territorios de la España rural, en mayor o menor medida, y que debemos explotar para convertirlas en ventajas.

01

Oportunidad 1. El mundo post-pandemia

Sin duda, la pandemia del Covid-19 ha supuesto una verdadera revolución en la manera de vivir y permite que las personas teletrabajen y busquen una calidad de vida más humana y cercana a la naturaleza.

02

Oportunidad 2. Los fondos NextGen

Unos flujos financieros sin precedentes desde el Plan Marshall que se antojan como la gran oportunidad para los territorios para frenar la despoblación y hacer frente a los grandes retos.

03

Oportunidad 3. El neo-turismo

España se está posicionando como el territorio para los nómadas digitales y teletrabajadores del mundo. Muchos de ellos buscan lugares poco conocidos y comunidades con las que compartir y aprender.

04

Oportunidad 4. La Agenda 2030

Afrontar los 17 grandes retos de la década es, por varios motivos, más fácil desde territorios pequeños, con un modelo de vida más sencillo, pero sin renunciar a nada.

PLAN DE ACCIÓN

INVOLUCRAR A TOD@S

En el Alto Tajo no sólo queremos evitar dejar a nadie atrás, sino involucrar a todas y a todos. Esta agenda nace de la voluntad de hacer frente a los retos de todos y cada uno de los agentes.

El Alto Tajo presenta una Agenda Urbana que es **un verdadero plan de acción para la próxima década**. Ambicioso, pero real y alcanzable, **fruto de la voluntad de todas y todos** por convertir nuestro territorio en un lugar próspero, ideal para vivir y para emprender.

Pero, como nos marcan todas las agendas internacionales, **las alianzas estratégicas son la pieza clave** no sólo para una nueva gobernanza, sino para **alcanzar de manera más eficiente los objetivos y retos**, del presente y del futuro.

En numerosas ocasiones, **se habla de no dejar a nadie atrás.** Desde la Comisión Europea y otros organismos internacionales, se remarca esta cuestión como clave, como **eje transversal de lo que debería ser el futuro.** Nosotros, por supuesto, estamos de acuerdo.

Además, queremos profundizar más en ello. No sólo queremos evitar dejar a nadie atrás, sino que **queremos involucrar a tod@s**. Y por eso este plan de acción nace de la voluntad de todos los agentes de **hacer frente a los retos de toda la población.**

4 GRANDES LÍNEAS ESTRATÉGICAS UNIDAS AL DÉCALOGO DE LA AGENDA URBANA ESPAÑOLA

Línea 1. Mejora de la Gobernanza

Mejora de la gobernanza comarcal, con otras administraciones,con entes privados y mejora de la participación ciudadana.

Línea 2. Mejora de Servicios

Mejora de los servicios para los habitantes del territorio, para potenciales pobladores y para el futuro ecosistema empresarial.

Línea 3. Creación de un Branding Turístico

Creación de un branding de turismo regenerativo que apoye la creación de empresas, la recuperación de oficios y ponga en valor el patrimonio.

Línea 4. Transición y Eficiencia Energética

Desarrollo de un plan orientado a la recuperación económica desde la perspectiva de carbono 0, orientado al fin de la minería y a las energías renovables.

01

MEJORA DE LA GOBERNANZA

LA MEJORA DE LA GOBERNANZA Y LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

La primera línea de esta Agenda Urbana, **orientada a la mejora de la gobernanza en varios niveles** (que se explican posteriormente), está altamente relacionada con varios de los objetivos estratégicos de la Agenda Urbana Española. Destaca, por supuesto, el objetivo 10, que es la propia gobernanza y, sobre la que giran todas las agendas internacionales del marco 2030.

De ella, emanan otros objetivos fundamentales para el territorio del Alto Tajo, pero que no se pueden alcanzar sin un **desarrollo maduro, eficiente y democrático de la toma de decisiones, ejecución y medición.**

Objetivo 10 - Gobernanza

Mejorar la gestión, la participación ciudadana, impulsar la capacitación local y la información.

Objetivo 1 - Uso Racional del Suelo

Ordenar de manera eficiente el territorio y hacer un uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo.

Objetivo 8 - Acceso a la Vivienda

Garantizar el acceso a la vivienda, especialmente de los colectivos más vulnerables.

Objetivo 2 - Revitalización Urbana

Evitar la dispersión, definir un nuevo equilibrio urbano e impulsar la regeneración

Objetivo 6 - Equidad Social y Cohesión

Buscar la igualdad de oportunidades y favorecer la cohesión y equidad social.

LA MEJORA DE LA GOBERNANZA Y SUS NIVELES DE ACTUACIÓN

La mejora de la gobernanza es la pieza clave para hacer que el resto del Plan de Acción funcione. Va a permitir una **mejora de la eficiencia** en la toma de decisiones, más adaptadas a las necesidades de los ciudadanos. Va a otorgar una perspectiva horizontal a la toma de decisiones, en la que se tendrá en cuenta a todos y no se dejará a nadie atrás.

Por supuesto, no es una tarea fácil y requiere el esfuerzo, templanza y saber hacer de los líderes y dinamizadores de la Mancomunidad. La dividimos en tres niveles:

Nº 1 - Gobernanza interna

La referida a la propia Mancomunidad, a través del gobierno local de todos y cada uno de los 8 ayuntamientos y cuya mejora va destinada a un aumento en la eficiencia interna, mejor toma de decisiones y mayor velocidad de reacción. Sobre ella giran las otras dos.

Nº 2 - Gobernanza local

En la que se involucra a la Mancomunidad con otros agentes actuales y potenciales del territorio: asociaciones, empresarios, ciudadanos y potenciales pobladores. Esta gobernanza va destinada a tener una mayor retroalimentación de los retos y necesidades de todos.

Nº 3 - Gobernanza externa

Mediante la cual la Mancomunidad, como un agente con criterio propio puede negociar, solicitar y participar con otras administraciones de mayor rango, a nivel local, regional y nacional, para conseguir dotar al territorio de los recursos (no sólo económicos) necesarios para los objetivos propuestos.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LA GOBERNANZA

01 Acción 1 - Definición de la nueva Gobernanza dentro de la Mancomunidad

PRIORIDAD MÁXIMA

COSTE NULO

CORTO PLAZO

SÓLO AYUNTAMIENTOS

La mejora de la gobernanza es la pieza clave para hacer que el resto del Plan de Acción funcione. Va a permitir una **mejora de la eficiencia** en la toma de decisiones, más adaptadas a las necesidades de los ciudadanos. Va a otorgar una perspectiva horizontal a la toma de decisiones, en la que se tendrá en cuenta a todos y no se dejará a nadie atrás.

Es fundamental destacar que el reducido tamaño de los municipios de la Mancomunidad tiene como consecuencia la **no profesionalización de los concejales, ni siquiera de los regidores**. Esto lleva a un difícil balance entre vida profesional y responsabilidad política, que debe ser facilitado por la gobernanza.

Si dotamos a la Mancomunidad de **mayor peso específico en la toma de decisiones**, no sólo iremos completando el área funcional, sino que podremos solicitar a otras administraciones la contratación de técnicos para desarrollar las tareas necesarias. Además, esa voz conjunta va a permitir un **mayor capacidad de negociación frente a otros agentes**, tanto públicos como privados.

Por supuesto, no es una tarea fácil y requiere el esfuerzo, templanza y saber hacer de los líderes y dinamizadores de la Mancomunidad. L**os pasos dados hasta la fecha han supuesto grandes avances en este campo,** cuyo mayor ejemplo es la propia Agenda Urbana del Alto Tajo. Es importante, empezar a trabajar desde el momento presente en esa visión de conjunto vertebradora.

.**Todas las acciones de la primera línea estratégica y varias de las demás, son la hoja de ruta para definir esa nueva gobernanza, más dinámica, más vertebradora y más eficiente.**

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LA GOBERNANZA

02

Acción 2 - Creación de una bolsa de comunicación e información internas

PRIORIDAD MÁXIMA

COSTE NULO

CORTO PLAZO

SÓLO AYUNTAMIENTOS

Una de las cuestiones más relevantes detectadas en el diagnóstico son los **fallos en la comunicación dentro de la Mancomunidad**, lo que impide que se aprovechen sinergias y oportunidades, propias de las necesidades y ofertas de los municipios.

En este sentido, es fundamental que exista una bolsa de conocimiento en la que se tengan en cuenta, al menos, los siguientes puntos:

- **Parque de vivienda libre** en cada municipio, tanto público como privado, con tipología, condiciones y precio.
- **Personas desempleadas** de cada municipio, con edad, experiencia, formación y disponibilidad, que permitan a ayuntamientos y particulares poder contactarlas con rapidez y facilidad.
- **Proyectos disponibles**, tales como negocios públicos para gestión privada, licitaciones abiertas en los municipios y necesidades no cubiertas en general.

La creación de esta bolsa de comunicación e información debe ser sencilla, que permita a cada persona, independientemente de su edad y condición poder acceder a ella y comprenderla, así como incorporar la información que le corresponde.

Cada Ayuntamiento debe comprometerse a, al menos una vez al mes en una fecha prefijada, **actualizar la información** de los tres puntos. Esto facilita que, de manera automática, el resto de agentes puedan consultarlo con la certeza de que la información se encuentre actualizada.

La fecha máxima de inicio de esta bolsa, en fase beta, debe ser el **30 de junio de 2021** para los ayuntamientos. Y en fase final y abierta a la consulta ciudadana para el 30 de septiembre de 2021. Asimismo, tiene una **duración indeterminada, con vocación de permanencia.**

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LA GOBERNANZA

03

Acción 3 -Plan de conexión con las empresas para la formación de desempleados

PRIORIDAD ALTA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

VARIOS AGENTES

Pese a la existencia de personas desempleadas en el territorio y a las ofertas de empleo, especialmente en el sector turístico, en un gran número de ocasiones **los trabajos se cubren por personas de fuera del territorio.**

Esto se debe a una razón fundamental: l**as personas desempleadas del territorio no tienen las áreas solicitadas por las empresas**. Por ello es fundamental que se conecten ambas necesidades, con **responsabilidad compartida** por las dos partes:

- **Las empresas** deben informar a la Mancomunidad de las necesidades presentes y futuras que tienen. Sector, puesto, habilidades técnicas, humanas, tipología del empleo, etc. De esta manera, las administraciones pueden favorecer planes de formación adaptadas a las necesidades del mercado, como se hace en varios países del norte de Europa.

- **La Mancomunidad** debe trasladar a otras administraciones las necesidades de las empresas, con el fin de diseñar de manera rápida los planes de formación que las empresas requieren en el presente y el futuro

El desempleo es uno de los mayores problemas de nuestra sociedad y reducirlo es responsabilidad de todos. **Conectar empresas y desempleados a través de la identificación de necesidades conjuntas** permite, en un breve espacio de tiempo, **reducir la tasa de desempleo y mejorar la productividad de las empresas.**

Esta acción tiene dos fases. La primera, en la que la Mancomunidad y Empresas deben sentarse a decidir cómo comunicar esta información, cada cuánto tiempo y la estrategia. En la segunda fase, la Mancomunidad debe favorecer la rápida aplicación y diseño de los planes de formación, en co-gobernanza con administraciones de nivel superior. La fecha límite para empezar a diseñar los primeros planes debería ser el 30 de septiembre de 2021 y sólo finalizar si no hubiera desempleados.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LA GOBERNANZA

04

Acción 4 - Elaboración de un Plan Urbanístico conjunto de la Mancomunidad

PRIORIDAD MÁXIMA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

AYUNTAMIENTOS Y OTRAS ADMONES

Es posiblemente el mayor proyecto conjunto de la Mancomunidad. Actualmente, **ninguno de los municipios cuenta con un Plan Urbanístico propio**, y existe un grave problema de identificación de fincas, **actuaciones irregulares** y obras paradas.

En este sentido, la elaboración de un plan urbanístico va a permitir no sólo identificar lo que existe a día de hoy, sino **crear una estrategia sólida y conjunta de futuro**, ya que es uno de los pilares básicos sobre los que se centra el desarrollo de los territorios.

Además, durante los próximos años, será fundamental un **desarrollo sostenible social, económica y ambientalmente, y que sea un motor vertebrador de la regeneración del territorio**. Sin olvidar la accesibilidad, que debe ser fundamental para que las personas con dificultades motrices puedan tener una vida fácil en el territorio.

Para ello, **es fundamental involucrar a otras administraciones de rango superior,** especialmente a la Diputación de Guadalajara y a la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha. El objetivo inicial es dotar al área funcional del Alto Tajo de una norma común, de carácter complementario.

En el mismo momento en el que se active la presente Agenda Urbana deben iniciarse los contactos para poder llevar esta acción a cabo, con el fin de tener, **antes del verano de 2022, concluida la identificación de todas las fincas del territorio** y poder empezar a trabajar en el desarrollo urbanístico conjunto, que se erige como uno de los pilares fundamentales para el futuro de la Mancomunidad de la próxima década.

Por tanto, esta es una acción en varias fases, todas ellas con un claro componente de cogobernanza y que servirá para dejar a las generaciones futuras una foto clara de la situación de la Mancomunidad, así como la potestad para elaborar estrategias de futuro acerca del planteamiento urbanístico.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LA GOBERNANZA

05 Acción 5 - Elaboración de un Proceso para la selección de los gestores privados de negocios públicos

PRIORIDAD MEDIA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

AYUNTAMIENTOS Y OTROS AGENTES

Uno de los principales problemas que han sufrido prácticamente todos los municipios que forman la Mancomunidad en los últimos años es **el fracaso de los negocios privados promovidos por los ayuntamientos**, tales como bares/restaurantes, tiendas de bienes de primera necesidad o alojamientos turísticos.

La cuestión principal es la **falta de experiencia y conocimiento de los emprendedores** de dichos negocios, que les lleva a una mala planificación y, finalmente, al cierre. En ocasiones, la imperiosa necesidad de los consistorios de cubrir estos negocios, ha llevado a **no tener un proceso por el cual examinar y evaluar a los potenciales emprendedores**, llegando incluso a ofrecer la renta a coste cero, o coste muy bajo.

Por tanto, ya sea como estrategia conjunta de la Mancomunidad o individual de cada municipio, es fundamental que se trabaje en este sentido en dos vías:

- En primer lugar, deben establecerse unos **criterios por los cuáles aceptar a los potenciales emprendedores**: experiencia en el sector, experiencia emprendedora, vinculación con el territorio y solicitar un plan de negocios real con un horizonte mínimo de 3 años.

- Por otro lado y gracias a las redes sociales, tenemos la oportunidad de comunicar y, por tanto, **llegar a un mayor número de potenciales emprendedores**, aumentando el número de solicitudes, lo que casi con total seguridad mejorará la calidad de los procesos y la tasa de fracasos será menor.

Esta acción, que debe ir conectada tanto en tiempo como en forma con la 2 y 3, debe abrir las puertas a la movilidad económica en el territorio y, además, enfocada en proveer a los habitantes de los servicios necesarios, como veremos en la segunda línea estratégica.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LA GOBERNANZA

06

Acción 6 - Favorecer la creación de una asociación juvenil conjunta de la Mancomunidad

PRIORIDAD MEDIA

COSTE BAJO

CORTO PLAZO

AYUNTAMIENTOS Y JÓVENES

En el proceso de elaboración de la Agenda Urbana del Alto Tajo se propuso una encuesta a los jóvenes del territorio, tanto a los que residen actualmente como a aquellos que estudian o trabajan en otros lugares. **Más de un 35% de los jóvenes que viven fuera manifestaba su deseo de regresar a vivir en su pueblo**, siempre y cuándo pudieran o bien teletrabajar o bien emprender.

En ocasiones tenemos en cuenta a los jóvenes como agentes de decisión futuros, pero lo cierto es que lo pueden ser (y de hecho lo son), **agentes de decisión en el presente**. Por ello, la encuesta lanzada fue el germen de la propuesta de creación de una asociación de jóvenes de 16 a 35 años de la Mancomunidad.

Es muy importante el hecho de que sea de la Mancomunidad, ya que ellos tienen una visión de alianzas estratégica y de conjunto que **les permite ver más allá de su municipio y entender el Alto Tajo no sólo como un área funcional, sino como su territorio, el lugar al que pertenencen.**

Antes de la última maquetación y de la presentación de esta Agenda., podemos sentirnos orgullosos que **esta acción ha sido concluida y que la asociación ha sido constituida**, ya tiene su Junta Directiva y que incluso medios de comunicación regionales y nacionales se han hecho eco de ella.

Su nombre es ***Rumbo Rural,*** y tiene 75 miembros adscritos de los 8 municipios, lo que supone **más de un 10% de la población del territorio y se erige como un auténtico éxito de cogobernanza, participación e iniciativas ciudadanas.**

Rumbo Rural puede convertirse en un nexo entre agentes y municipios, permitiendo que gran parte de las acciones de esta agenda lleguen a buen puerto en tiempo y forma.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LA GOBERNANZA

07

Acción 7 - Plan de diversificación de los ingresos municipales para no depender de la caza

PRIORIDAD ALTA

COSTE MEDIO

LARGO PLAZO

AYUNTAMIENTOS Y OTROS AGENTES

Más del 60% de los ingresos conjuntos de los municipios de la Mancomunidad del Alto Tajo vienen de las rentas de los cotos de caza y son, en varios de ellos, la principal fuente de ingresos municipal. Esto lleva a dos grandes problemas: la **dependencia de las asociaciones de cazadores** en la toma de decisiones y la **falta de diversificación de ingresos** para acometer muchas de las acciones que requieren los pueblos.

No atañe al equipo elaborador de esta Agenda Urbana poner en cuestión o abrir el debate sobre ningún tipo de actividad, pero sí tratar de ofrecer solución al problema de dependencia que representa. Por ello, **la creación de actividad económica en el territorio es fundamental, no sólo para diversificar los ingresos, sino para aumentarlos.**

Por ello, debemos ver este plan desde una doble visión:

- **Desde el lado del ingreso.** Existen dos vías para la Mancomunidad para aumentar el ingreso (y por tanto, diversificar). La primera de ellas es la creación de un tejido emprendedor y empresarial que aumente la economía en el territorio y con ello la recaudación tributaria. Por otro lado, la explotación sostenible de recursos infravalorados, que veremos detalladamente en las líneas estratégicas 3 y 4.

- **Desde el lado del gasto.** Es importante también verlo desde la perspectiva del ahorro de costes municipales, tales como la factura de la luz, que veremos en la cuarta línea estratégica.

La combinación de nuevas líneas de ingreso, con mejora de las presentes, con reducción del gasto de las acciones presentes llevará a la Mancomunidad en general y a los ayuntamientos en particular a tener un aumento del saldo disponible para atender las demandas del territorio. Esta acción debe estar presente en la toma de decisiones de los agentes durante los próximos años.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LA GOBERNANZA

08 Acción 8 - Incremento de la participación y peso específico en el ADR Molina de Aragón - Alto Tajo

PRIORIDAD MEDIA

COSTE NULO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD, ADR Y JCLM

La Mancomunidad del Alto Tajo pertenece territorialmente al Grupo de Desarrollo Rural "ADR Molina de Aragón - Alto Tajo", el cual es el encargado de la gestión y adjudicación de fondos europeos, tales como fondos Leader.

Es importante tener en cuenta, en primer lugar, la situación geográfica del ADR. Por ejemplo, 85km separan Arbeteta de la sede del grupo. Más allá de la distancia, en cuestión de logística y eficiencia, el grupo da servicio a una zona con más dinamismo económico y, sobre todo, con una población mayor.

Pese a que todo lo anterior debe considerarse y, teniendo en cuenta la imposibilidad de configurar un grupo de desarrollo local para entidades de tan pocos habitantes, **es fundamental que la Mancomunidad aumente su peso específico en las solicitudes de fondos**, en la toma de decisiones del propio ADR, con el fin de poder llevar a cabo varias de las acciones específicas de la presente Agenda.

Por ello proponemos una serie de **acciones** en este sentido, **a poner en marcha desde la presentación de la Agenda Urbana**:

- Solicitar una reunión entre la Mancomunidad y el ADR, para **exponer todas las acciones específicas de esta Agenda y recibir retroalimentación sobre ayudas,** líneas de financiación y posibles subvenciones a las que proyectos productivos del territorio puedan acogerse.

- **Creación de un canal de comunicación dinámico y abierto con el ADR**, para estar al tanto de las novedades y exponer las nuevas necesidades y/o avances en los planes, tanto de agentes públicos como privados.

02

MEJORA DE LOS SERVICIOS

LA MEJORA DE LOS SERVICIOS Y LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

La mejora de los servicios es **la línea estratégica que tiene un mayor impacto en la ciudadanía**, tanto actual como futura, del Alto Tajo. Es una pieza fundamental para generar repoblación y fomentar la creación de un tejido empresarial. **La mejora de los servicios genera el ecosistema fundamental** para que las personas puedan decidir, a tiempo completo o parcial, vivir en el Alto Tajo.

Estos son los objetivos estratégicos de la Agenda Urbana Española de la segunda línea estratégica:

Objetivo 2 - Revitalización Urbana

Evitar la dispersión, definir un nuevo equilibrio urbano e impulsar la regeneración

Objetivo 9 - Innovación y Digitalización

Favorecer la sociedad del conocimiento y avanzar hacia ciudades inteligentes. Reducir la brecha digital.

Objetivo 7 - Economía Local

Dinamizar y diversificar la actividad económica, así como crear un modelo turístico sostenible.

Objetivo 6 - Equidad Social y Cohesión

Buscar la igualdad de oportunidades y favorecer la cohesión y equidad social.

Objetivo 5 - Movilidad Sostenible

Potenciar modos de transporte sostenibles y favorecer el entorno urbano de proximidad.

Objetivo 4 - Economía Circular

Hacer una gestión eficiente y sostenible de los recursos, y favorecer la economía circular

LA MEJORA DE LOS SERVICIOS Y SUS NIVELES DE ACTUACIÓN

Sin servicios no hay economía del bienestar. Las personas necesitan una serie de servicios para tener una vida digna y ejercer sus derechos y las empresas los necesitan para poder tener el marco que les permita tener éxito en su actividad y crear empleo. **Los servicios son, por tanto, fundamentales desde muchas perspectivas e influyen directamente en la decisión de los agentes sobre dónde vivir o emprender.**

En las acciones específicas de esta línea estratégica se tendrán en cuenta tres tipos de servicios, fundamentales para todos los agentes:

Nº 1 - Servicios fundamentales

Son los referidos directamente a la calidad de vida de los ciudadanos actuales y potenciales, tales como salud, educación, vivienda o gestión de residuos, que deben ser promovidos desde una perspectiva de eficiencia social.

Nº 2 - Servicios económicos

Aquellos que tienen como fin la creación de un ecosistema empresarial, que permita la creación de negocios y empresas en el territorio y que favorezca el crecimiento económico y la prosperidad del territorio.

Nº 3 - Servicios de ocio y deporte

Servicios que tienen como fin hacer la vida en el Alto Tajo más atractiva, no sólo para los pobladores, sino también para los visitantes y turistas y que permita, ya sea mediante gestión pública o privada tener una mejor vida.

09

Acción 9 - Creación y gestión de un punto limpio móvil de la Mancomunidad para el reciclaje

PRIORIDAD ALTA

COSTE MEDIO

CORTO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTRAS ADMONES

Uno de los grandes ejemplos de éxito en gestión conjunta de la Mancomunidad hasta la fecha ha sido el **plan de recogida de residuos sólidos urbanos.** Pese a ello, no existe ningún punto limpio o recogida de reciclaje especializado. **La creación de un punto limpio es muy costosa** y la distancia entre municipios es, en algunos casos, demasiado para este tipo de actividades.

Por ello, proponemos trabajar para **lograr un punto limpio móvil**, que pase un día a la semana por la Mancomunidad, dos horas por cada municipio, en semanas alternas. Este tipo de recogida especializada permite a los vecinos tener un lugar dónde desprenderse de residuos potencialmente peligrosos y a la Mancomunidad contribuir a una mejor gestión medioambiental.

El proceso de adjudicación debe ser similar al realizado con la gestión de residuos convencionales y cada municipio debe proponer un lugar fijo para que el camión de punto limpio pueda estacionar, en un rango horario y semanal indicado por la Mancomunidad. Dicho espacio debe estar correctamente indicado, para evitar que vehículos particulares impidan el aparcamiento del camión.

Es una acción que debe ponerse en marcha cuanto antes, ya que actualmente muchos vecinos están virtiendo residuos en lugares no aptos para ello, con el consecuente perjuicio para el medio ambiente. **El punto limpio móvil debería estar en marcha antes del inicio de 2022.** Y, por supuesto, debe permanecer en el territorio.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LOS SERVICIOS

Acción 10 - Establecimiento de un servicio de telemedicina para los habitantes

PRIORIDAD MÁXIMA

COSTE MEDIO

CORTO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y JCLM

En el momento actual, la pirámide poblacional de la Mancomunidad está muy envejecida. **La ausencia de un centro médico impide a los habitantes ejercer su derecho a la sanidad** como se realiza en otros territorios y es especialmente importante en momentos de aislamiento producidos por intensas nevadas.

Pese a la existencia de un servicio de salud en Villanueva, muchos habitantes no pueden acudir. No obstante, somos conocedores de la dificultad para llevar a cabo ciertas acciones y por ello **proponemos la creación de un servicio de teleasistencia**, intermedio entre la presencia del doctor en cada municipio y la ausencia total del servicio.

El Servicio de Salud de Castilla La Mancha puede incorporar un servicio de teleasistencia para los vecinos de la Mancomunidad que de cobertura, al menos una vez a la semana, a las necesidades básicas de medicina de familia y psiquiatría, en un servicio médico de primera instancia.

Debemos considerar que muchas personas mayores no tienen conocimientos informáticos y muchos de ellos carecen de ordenador y/o smartphone. Es por ello, que **los ayuntamientos deben facilitar este servicio. en las dependencias municipales** u otras adaptadas para este fin.

La propia Mancomunidad debe dar solicitud al Servicio de Salud de esta acción, haciendo una propuesta de número de horas y fechas para este servicio, al que los ciudadanos puedan apuntarse con cita previa, para facilitar la gestión y liberar de esas horas al médico remoto, si sus servicios no fueran requeridos.

Consideramos que dicho servicio debería ser puesto en marcha **antes del inicio del invierno de 2021**, por dos motivos: es en esta temporada cuando más riesgo hay para la salud y porque su existencia serviría para la **atracción de pobladores en esos meses.**

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LOS SERVICIOS

11 Acción 11 - Plan para el fomento de la vivienda en alquiler y venta

PRIORIDAD MÁXIMA

COSTE MEDIO

LARGO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y JCLM

Pese a que la falta de un parque de vivienda en alquiler es un problema para varios de nuestros municipios, en realidad **es un problema territorial y cultural.** En muchas ocasiones las personas tienen **miedo de alquilar** y en otras simplemente no tienen incentivos.

Este es un problema de máxima importancia, ya que en ocasiones las empresas turísticas que quieren contratar o emprendedores que desearían vivir no lo hacen por este motivo. Por otro lado, existen algunos municipios dónde si hay vivienda disponible, pero insuficiente. Es por ello que **es fundamental generar incentivos al alquiler.**

Las rebajas en el Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI) son una de las opciones para lograr este propósito, pero no obstante **debe ser armonizada, para que no exista competencia desleal entre municipios.** Una segunda opción es que **el ayuntamiento ejerza de aval** o seguro de impago al propietario, siempre y cuando vaya destinada a un nuevo poblador que emprenda o teletrabaje en el territorio.

Otra opción es la **rehabilitación de edificios públicos** con este fin, especialmente dedicado a los pobladores que vengan a cubrir los negocios que los ayuntamientos ofertan. Sea como fuere, atraer pobladores es de por sí un reto demasiado complicado, como para no hacer un esfuerzo conjunto en **facilitar a los potenciales pobladores de una vivienda de cierto nivel en alquiler.**

Tampoco podemos olvidar la opción de que, **las casas rurales existentes pasen a un modelo de alquiler por temporadas en los meses de inverno y primavera**, con apoyo de la Mancomunidad. En ningún caso debemos confundir esto con crear colivings, que requiere la creación de una comunidad, un reto muy complejo. **Las medidas en torno a esta acción deben ser dinámicas y adaptarse a las necesidades durante la próxima década.**

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LOS SERVICIOS

12 Acción 12 - Creación del espacio deportivo "Alto Tajo" en Villanueva de Alcorón

PRIORIDAD MEDIA

COSTE ALTO

MEDIO PLAZO

VARIOS AGENTES

El ocio es una cuestión muy relevante para las personas a la hora de decidir dónde vivir y/o dónde pasar las vacaciones. Actualmente el ocio está centrado en dos elementos: la naturaleza, principal atractivo del Alto Tajo y en las fiestas municipales de verano, en las cuales se invierte mucho esfuerzo y recursos y que atraen a muchos visitantes.

Diversificar el ocio es, por tanto, fundamental. En el municipio de Villanueva existe un centro deportivo techado con muchísimo potencial y con unos terrenos municipales adyacentes. Reformar el centro deportivo es muy necesario, ya que actualmente no dispone de baños, ni vestuarios y está, en general, muy deteriorado.

Por otro lado, **los terrenos aledaños son ideales para ampliar el centro deportivo, con la posibilidad de construir piscina y pistas de pádel** (o similar). Mediante la reforma y ampliación del centro deportivo techado actual, **el atractivo de la Mancomunidad aumenta**, no sólo para los vecinos, sino para los turistas.

Como ejemplo de gobernanza de la Mancomunidad, debería ser ésta quién gestione las instalaciones, que se pueden externalizar. La decisión sobre el precio del alquiler de las pistas y/o piscina y cómo se gestionará debe decidirse en junta.

Por supuesto, no es una inversión pequeña y va a requerir de colaboración de varios agentes. Es fundamental que la Mancomunidad sienta Villanueva como su "polo deportivo" y que promueva la celebración de torneos y eventos en ella, lo que dinamizará toda la zona. Además, al menos en los meses de verano, **creará empleo.**

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LOS SERVICIOS

13 Acción 13 - Recuperación del sistema público de autobús de conexión con Guadalajara y Madrid

PRIORIDAD MÁXIMA

COSTE MEDIO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTRAS ADMONES

La movilidad entre municipios es una de las cuestiones claves para que un área funcional tenga éxito. Actualmente, **el transporte público es absolutamente inexistente**, no sólo entre los municipios de la Mancomunidad, sino también con Guadalajara y Madrid.

Pese a que **no es competencia de la Mancomunidad** o ayuntamientos el transporte, sí debemos realizar **un esfuerzo conjunto para recuperar el transporte**, que permita a pobladores y turistas estar conectados sin necesidad de vehículo propio. Sin él, la vida en nuestro territorio es complicada. Con él, elegir vivir en el Alto Tajo es más viable.

La ausencia de transporte público **no sólo afecta a nuestros pueblos, sino también a muchos cercanos,** con los que compartimos retos y problemas. Por tanto, el primer paso que la Mancomunidad debe dar es **agrupar la petición** de otras corporaciones afectadas y formar un frente conjunto para liderar esta petición, tanto a nivel provincial como regional.

Aunque esta acción está enmarcada en la segunda línea estratégica, **su éxito dependerá directamente de la mejora de la gobernanza.** Si somos capaces de, como Mancomunidad, alzar una sola voz y contagiar a otros municipios del entorno, podremos recuperar un transporte que, **en términos estratégicos es fundamental para el territorio.**

No será tarea fácil recuperar el transporte, pero es muy necesario. Antes del inicio de la primavera de 2022 debería estar realizada la petición conjunta de Mancomunidad y otros municipios de este transporte.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LOS SERVICIOS

14 Acción 14 - Plan de E-Car Sharing Rural de la Mancomunidad

PRIORIDAD BAJA

COSTE NULO

LARGO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTROS AGENTES

En la línea de la acción anterior, la 13, la movilidad es un reto a superar. En este caso, en la movilidad diaria, entre nuestros pueblos. Si queremos ser un área funcional a todos los efectos, debemos facilitar que nuestros ciudadanos puedan moverse entre municipios.

En las grandes ciudades como Madrid o Barcelona, existen ya una extensa oferta de lo que se denomina ***"car sharing"***, un servicio que permite alquilar un coche, moto o incluso patinete por periodos muy reducidos de tiempo, en ocasiones por minutos.

Además, ya hay iniciativas en el mundo rural de *car sharing*, alguna de ellas incluso en la provincia de Guadalajara, en las que atendiendo a criterios más de RSC que de eficiencia económica, **fabricantes de vehículos o empresas energéticas, prestan este servicio al mundo rural.**

Esto nos permitiría no sólo **mejorar la movilidad entre municipios**, sino ser un **ejemplo de área funcional rural para todo el país** y, además, mejorar nuestros impactos en medios de comunicación, en colaboración con la empresa prestadora del servicio.

Es una acción que no es fácil de completar y que puede llevar mucho tiempo conseguir. No obstante, no debe perderse la oportunidad de lograrlo y **plantearlo como un objetivo territorial**, donde **las asociaciones y sus miembros pueden colaborar en esta tarea,** bien aportando ideas, bien mediante sus propios contactos.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LOS SERVICIOS

15

Acción 15 - Creación de un espacio orientado a personas mayores no dependientes

PRIORIDAD ALTA

COSTE MEDIO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTRAS ADMONES

El camino de la atracción de nuevos pobladores, tanto emprendedores como teletrabajadores a la Mancomunidad no es sencillo. Mientras tanto, **debemos centrarnos en dotar de servicios a los habitantes actuales y, en su mayor proporción, son personas mayores.**

Personas mayores que actualmente no cuentan con un espacio de ocio, comunidad o cultura, más allá de los bares. **Es fundamental para su bienestar que exista un centro donde puedan convivir y realizar actividades que fomenten un estilo de vida saludable y activo**, tanto física como mentalmente.

A diferencia de otras acciones y, por la dificultad de movilidad entre municipios de este segmento de la población, **proponemos la creación de dos o tres de estos espacios en red, siempre en acuerdo global de la Mancomunidad.** No debemos olvidar que es más eficiente que exista un transporte que pueda recogerles y llevarles a un único centro que crear un centro en cada municipio.

Por ello, **el plan de la Mancomunidad será el de la creación de los centros junto con la solicitud de un transporte** para que, dos días a la semana, se pueda hacer una ruta que recoja a los mayores y los lleve al centro. Además, esto **fomenta la interacción entre habitantes de distintos municipios, genera empleo y mejora la vida de las personas.**

Esta cuestión debería estar en la orden del día de la Mancomunidad antes del tercer trimestre del 2020, donde cada municipio que quiera presentarse voluntario a albergar un centro debe exponer su plan y la Mancomunidad lo votará. Posteriormente, **la propia Mancomunidad presentará su plan a la Junta de Castilla La Mancha, junto a un informe de mayores beneficiados y el sistema de movilidad.** Además, se pueden proponer actividades ocasionales para los meses donde la población aumenta.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA MEJORA DE LOS SERVICIOS

16

Acción 16 - Creación de un proyecto de Cohousing Senior

PRIORIDAD BAJA

COSTE BAJO

LARGO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTROS AGENTES

Cada vez vivimos más y llegamos en mejor estado a la edad de jubilación. **El cuidado de personas mayores está muy centrado en las personas de más edad y, sobre todo, con altas tasas de dependencia.** El avance en lo que se denomina ***"economía Silver"*** está ayudando también a mejorar los servicios orientados a las personas que, especialmente entre los 60 y 80 años, no son dependientes, pero sí demandantes de servicios a la medida.

Uno de las áreas con más futuro son los denominados ***"cohousing senior"*** **.** El cohousing consiste en compartir la misma vivienda, **mediante una gestión colaborativa y autogestionada**. Combina una zona de **viviendas completamente independientes, con espacios comunes donde los habitantes de la casa se relacionan y comparten** responsabilidades y actividades: comedores, salones, jardines, terrazas, etc.

En España ya existen varias cooperativas orientadas a este modo de vida que tienen una ventaja añadida: **la rehabilitación de edificios vacíos en los municipios donde operan**. Por ello, es una oportunidad ideal para la Mancomunidad, que debe, en primer caso, identificar qué municipio debe abanderar este proyecto y, posteriormente, presentarlo a estas cooperativas para poder ponerlo en marcha.

Es un proceso lento, pero que genera oferta de empleo y que puede revitalizar la zona. A priori, **Zaorejas se presenta como el mejor candidato para desarrollar este proyecto,** si bien debe ser votado en Junta. Antes del verano de 2022 deberían estar avanzadas las negociaciones con las cooperativas españolas que se dedican a esto y con un plan para lanzarse a partir de 2025.

03

CREACIÓN DE UN BRANDING TURÍSTICO REGENERADOR

EL NUEVO BRANDING TURÍSTICO Y LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

El concepto y **la manera de entender el turismo está viviendo una revolución sin precedentes**. El hecho de que un número elevado de personas pueda, ya a día de hoy, tener deslocalizado su centro de trabajo de su domicilio es **una verdadera oportunidad para los territorios rurales**. En el Alto Tajo somos plenamente conscientes de que esto, puede **posicionar un entorno natural como el nuestro** como un potencial ofertante de servicios turísticos.

Somos muy conscientes de la enorme competencia que existe al respecto y de la **necesidad imperante de servicios que tenemos** para afrontar este reto de atraer no sólo teletrabajadores, sino turismo nacional e internacional de bajo impacto y alto valor añadido. Y, por supuesto, la generación de un relato consistente y con un hilo conductor es la pieza fundamental.

Estos son los objetivos estratégicos de la Agenda Urbana Española en la tercera línea:

Objetivo 7 - Economía Local

Dinamizar y diversificar la actividad económica, así como crear un modelo turístico sostenible.

Objetivo 2 - Revitalización Urbana

Evitar la dispersión, definir un nuevo equilibrio urbano e impulsar la regeneración

Objetivo 4 - Economía Circular

Dinamizar y diversificar la actividad económica, así como crear un modelo turístico sostenible.

Objetivo 6 - Equidad Social y Cohesión

Buscar la igualdad de oportunidades y favorecer la cohesión y equidad social.

Objetivo 9 - Innovación y Digitalización

Favorecer la sociedad del conocimiento y avanzar hacia ciudades inteligentes. Reducir la brecha digital.

LA CREACIÓN DE UN BRANDING TURÍSTICO REGENERADOR

Lo que buscan las personas en el turismo está cambiando. De hecho, lo que buscan en sus vidas. Pero también **está cambiando el nivel de exigencia y de comodidad**. El viajero o nómada del futuro cercano va a exigir una serie de servicios mínimos para visitar o establecerse en un territorio, y uno de esos mínimos es saber que va a encontrar lo que se le ofrece, de manera clara y precisa.

Además, queremos un turismo regenerador, que vaya más allá de la sostenibilidad y que beneficie al territorio, a sus habitantes y a los visitantes. Por ello, **tener un "concepto-destino" es fundamental**. Y por ello, proponemos grupos de trabajo que involucren para crear una marca que transmita:

Nº 1 - Alto Tajo es naturaleza

Nuestro principal valor añadido: un entorno natural único, para reencontrarse, para hacer deporte, para ver las estrellas, observar aves y pasear por sendas de un atractivo espléndido.

Nº 2 - Alto Tajo es patrimonio

Ese bien natural hizo que las civilizaciones, desde muy antiguo, eligieran nuestra tierra para erigir sus templos, sus fortalezas, sus rutas de comercio, lo que nos deja un increíble legado que debemos comunicar.

Nº 3 - Alto Tajo es comunidad

Somos pocos, pero tenemos mucho que aportar. Recibimos a los visitantes con los brazos abiertos y no sólo queremos mostrarles nuestras tradiciones y costumbres, sino hacerles partícipes de ello.

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

17

Acción 17 - Identificación de todos los activos turísticos, históricos y de patrimonio

PRIORIDAD MÁXIMA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

VARIOS AGENTES

Una de las cuestiones que resultan más evidentes para cualquier foráneo en el Alto Tajo es la existencia de numerosos elementos con potencial turístico que están no sólo sin explotar, sino en muchas ocasiones sin identificar.

Así, un territorio que tuvo pobladores celtíberos, un peso específico en el románico tardío y herencia de otras tantas épocas y tradiciones, debe ser capaz de identificar todos sus activos para ponerlos en valor.

Eso sí, **no puede hacerlo cada municipio de manera independiente.** Si un pueblo llama a la Universidad, otro a unos historiadores y otro a la Junta, se pierde todo el valor de conjunto. Recordemos que **los visitantes están interesados en la zona, no en un municipio de manera aislada.**

Por ello, una de las cuestiones prioritarias de esta Agenda, es **fomentar las alianzas de la Mancomunidad con otros agentes, especialmente de la Academia, para identificar estos activos y ponerlos a disposición del territorio para explotarlos de manera sostenible.**

Por tanto, esta acción consta de dos partes. La primera, entre la Mancomunidad y las Asociaciones, para sacar un listado de posibles activos materiales e intangibles como simas, ruinas, tradiciones, oficios y patrimonio. Posteriormente, el territorio buscará alianzas externas para la investigación de estos activos y, muy probablemente, s**urgirán oportunidades de negocio tanto publicos como privados.**

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

18

Acción 18 - Creación de un *storytelling* turístico de la Mancomunidad

PRIORIDAD MÁXIMA

COSTE MEDIO

CORTO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTROS AGENTES

La presente acción va muy ligada a la anterior y, también, al "concepto-destino" del que hablamos en la página 60 de la presente Agenda. Como se suele decir en marketing, **no sólo hay que ser bueno, sino también parecerlo.**

Y, además, debe crearse **una narrativa que una a todo el territorio** y que, de manera muy sencilla, visual y atractiva le diga al mundo que **el Alto Tajo es naturaleza, patrimonio y comunidad.**

Para ello es fundamental la acción previa, en la **que identifiquemos todos los activos.** También es fundamental que la propia Mancomunidad y, posteriormente, el mayor número de personas del territorio posible, sientan que **todo lo que beneficia al Alto Tajo les beneficia a ellos, aunque no sea en su municipio.**

La creación de una marca turística **es una inversión muy rentable,** especialmente con la participación e implicación ciudadana en el Alto Tajo. Se puede realizar internamente, pero lo ideal es apoyarse en un equipo externo con conocimiento del mundo rural para llevarlo a cabo.

En este sentido, los fondos europeos a través del ADR Molina - Alto Tajo o la Diputación puedan apoyar en este sentido. **No debemos obviar la posibilidad de incluir a otros municipios ribereños**, no sólo de la provincia de Guadalajara, sino también de Cuenca en este plan.

Pese a la urgencia de este plan, primero debemos identificar todos los activos (acción anterior) y, a través de las acciones 3 y 5, facilitar la creación de esta narrativa y, sobre todo, convertirla en una fuente de ingreso, creación de empleo y dinamismo en el territorio, que afecte positivamente a todos y cada uno de los municipios.

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

19

Acción 19 - Diseño, elaboración y ejecución de un plan de formación turística e idiomas

PRIORIDAD ALTA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y ADMINISTRACIONES

Atraer nuevos visitantes es muy necesario. Pero lo es aún más el **ser capaces de hacer que repitan y, sobre todo, que nos recomienden a otras personas.** El boca a boca es fundamental para un destino, especialmente en los tiempos de las redes sociales, donde las personas comparten con gran facilidad si los destinos le gustan o no.

Y recordemos que el Alto Tajo también es comunidad. Comunidad entendida como experiencia humana, en todos los sentidos. Si el restaurante está limpio, si fue fácil encontrar el lugar que buscábamos o si son amables en el hotel son **tan importantes como todo lo demás.**

Por ello, si queremos ser un destino turístico de alto nivel, con bajo impacto y donde las personas pasen tiempo más allá del fin de semana, **debemos formar a nuestros habitantes en excelencia turística y en idiomas, especialmente en inglés.**

Por supuesto, la Mancomunidad no tiene capacidad formativa y por ello es tan importante unir esta acción con la 3 y **hacer partícipes a las empresas y a la Junta de Castilla La Mancha, para conectar las necesidades con la formación.**

Ante un posible crecimiento de la demanda turística, no podemos pecar de inexperiencia y **nuestro destino debe ser considerado como excelente.** Por eso debemos empezar a trabajar ya en nuestro plan formativo, para que los desempleados y los profesionales del sector estén eventualmente preparados para responder a las necesidades de las empresas y de los visitantes.

Y, además, estas formaciones **servirán también para fomentar el emprendimiento entre nuestros habitantes,** ya que tenemos negocios pendientes de ser cubiertos. La formación en turismo no es sólo en atención al cliente e idiomas, también lo es en gestión, finanzas o estrategia.

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

Acción 20 - Creación de un *coliving* en el antiguo cuartel de la Guardía Civil en El Recuenco

PRIORIDAD ALTA

COSTE ELEVADO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTROS AGENTES

El Recuenco tiene una antigua casa-cuartel de la Guardia Civil abandonada, desde hace más de 30 años y de titularidad municipal. Un magnifico edificio de más de 700m2 construidos sobre una parcela de más de 1.100. **Una gran oportunidad para revitalizar toda la comarca con un plan muy ambicioso** que encuentra en esta década la tormenta perfecta para suceder.

Por un lado, **la pandemia ha disparado el número de nómadas digitales en el mundo**. Todos aquellos que pueden trabajar en un lugar y vivir en otro, gracias a internet, ha pasado de excepción a regla. Además, el aumento constante de la tecnología, la ciberseguridad y los servicios relacionados, aumenta este tipo de perfiles.

Por otro lado, los fondos europeos, tanto *NextGen*, como el *Nuevo Bauhaus*, que busca la revitalización territorial a través de la rehabilitación de edificios se suman al **momento ideal para convertir el cuartel en una comunidad de nómadas digitales: un *coliving* rural.**

Un coliving rural no consiste en poner camas y mesas de trabajo en un pueblo. Es **un proceso meditado y estratégico sobre cómo convertir un espacio en una comunidad** en la que participen los nómadas y los locales, con un enriquecimiento mutuo, se generen **oportunidades de negocio, haya un intercambio de conocimiento** y se dinamice el territorio.

Por eso, este proceso debe ser medido y con la participación de expertos en creación de comunidades, arquitectos y diseñadores funcionales, los propios nómadas y, por supuesto, la población local con sus objetivos. **El cuartel puede ser un ejemplo internacional de buenas prácticas en comunidad rural** si se hace de la manera adecuada.

El primer paso para este plan debe ser que El Recuenco lleve a la Mancomunidad su plan, para hacerla partícipe e iniciar un plan mancomunado, que incluya estrategia, plan financiero y de comunicación. Posteriormente, las asociaciones y empresas son fundamentales para incluir sus necesidades en la elaboración. Y, por último, con un plan sólido, buscar la financiación, a través de administraciones, ADR y particulares..

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

21

Acción 21 - Recuperación de los alojamientos turísticos y plan de excelencia turística

PRIORIDAD ALTA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTROS AGENTES

Como bien se ha comentado previamente, **uno de los problemas de la Mancomunidad ha sido la falta de profesionalización de los emprendimientos,** tanto de iniciativa privada como pública. Uno de estos casos han sido los alojamientos turísticos, en forma de casas rurales que, en varias ocasiones han fracasado.

También se ha puesto de manifiesto en otras acciones la necesidad de establecer un criterio de selección de los emprendedores y de conectar la formación con las necesidades de empresas. Por tanto, esto es un híbrido de ambas, pero **completamente específico para los alojamientos rurales, que deberán cumplir unos objetivos de calidad para este nuevo branding.**

La capacidad de muchas personas hoy en día de teletrabajar, unido al potencial turístico del territorio y el deseo de muchos jóvenes de regresar, nos otorga la oportunidad perfecta para ofrecerles la **gestión conjunta de estos alojamientos,** compatible con sus labores de teletrabajo, de grupos de investigación y de otras acciones que veremos más adelante.

En un primer paso, **la Mancomunidad debe detectar cuáles son todos estos activos disponibles** y reunirse con las asociaciones del territorio, especialmente con Rumbo Rural y la Federación de Asociaciones, para buscar **un plan conjunto que permita la selección de los emprendedores.**

Por otro lado, se recomienda la creación conjunta de una serie de **indicadores de calidad que deben cumplir estos alojamientos, evaluables y auditables cada 6 meses,** que serán condición fundamental para prorrogar el contrato. Es fundamental **contar con apoyo jurídico** para este contrato y estratégico en el propio seguimiento de los indicadores.

Este objetivo tiene como horizonte el verano de 2023, en el que idealmente estarán ya todos los alojamientos explotados y funcionando en base a los criterios de calidad. Además, formarán parte de la marca Alto Tajo tanto estos como los que ya existen y cumplen con los indicadores.

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

22

Acción 22 - Cuidado y recuperación de los accesos al río actualmente con exceso de turistas

PRIORIDAD BAJA

COSTE BAJO

CORTO PLAZO

VARIOS AGENTES

En varios de los municipios de la Mancomunidad, tanto en fines de semana como en temporada alta, s**e saturan los accesos al río de manera ilegal y descontrolada** por parte de turistas. Esto genera basura, estropea el entorno y, además, no deja ningún tipo de ingreso en el territorio.

Cuidar la naturaleza y el entorno es para nosotros un objetivo prioritario, pero sin ayuda externa no podemos llevarlo a cabo. Especialmente en los términos municipales de Zaorejas y de Poveda, necesitamos apoyo de administraciones de rango superior para evitar que esta situación se siga dando.

Los controles de aforo son fundamentales y más aún lo son la limpieza y la seguridad. Por ello, **debemos hacer un esfuerzo conjunto para promover el respeto al río,** evitar su deterioro, contaminación y la pesca ilegal.

Muy posiblemente otros municipios ribereños vecinos que no pertenecen a la Mancomunidad tienen el mismo problema, por lo que el primer paso a dar en esta actuación será contactar con ellos. En el caso de que sufran el mismo problema, **alzaremos una única voz liderada por la Mancomunidad** ante la Diputación de Guadalajara (y Cuenca, si procede) y ante la Junta de Castilla La Mancha.

Por otro lado, en unión con las empresas turísticas y las asociaciones, podemos pensar maneras creativas no sólo de controlar los accesos, sino de hacer una explotación económica sostenible, que permita generar empleo y riqueza, a la vez que se cuida nuestro mayor tesoro: el Tajo.

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

23

Acción 23 - Creación de una ruta cultural del Alto Tajo. Grupo de trabajo 1

PRIORIDAD BAJA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTROS AGENTES

Las acciones anteriores son parte de la creación de este nuevo branding turístico, esa marca Alto Tajo que nos identifique como naturaleza, patrimonio y cultura. Acciones que han ido de lo general a lo particular y que son fundamentales para elevar nuestro territorio a la excelencia turística.

Para las 6 siguientes acciones **proponemos 6 grupos de trabajo,** orientados cada uno a lograr un objetivo específico que, aunque individualmente tiene prioridad baja, es una pieza fundamental de esta nueva identidad que nos define. Cada grupo de acción debe hacer un seguimiento mensual de los objetivos y debe interactuar con los agentes para lograr el propósito en plazo.

La primera de ellas es la creación de una ruta cultural, una vez hayan sido puestos en contexto todos los activos de nuestro territorio. Esta ruta, sin apenas coste económico, **va a permitir al viajero de manera independiente visitar varios de nuestros municipios y descubrir nuestras joyas.**

Dentro de esta ruta, parte puede ser a pie, parte por carretera. Con una buena estrategia, se puede incluso informar a los turistas de dónde comer y cuándo visitar las instalaciones que requieran de entrada, **aumentando así los ingresos.**

Consideramos fundamental que en este primer grupo de trabajo **participen las asociaciones** que trabajan el tema cultural y de patrimonio y **que se presente al ADR y a la Diputación el plan de señalización de las rutas**, así como la creación de un tríptico sencillo que pueda estar a disposición de todos en bares, hoteles y edificios públicos.

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

24

Acción 24 - Explotación de la tradición ganchera para celebración de bodas. Grupo de trabajo 2.

PRIORIDAD MEDIA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTROS AGENTES

Recién nombrada por la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha como Bien de Interés Cultural, **la tradición ganchera es nuestra fiesta con un mayor potencial** y con más características para convertirse en el signo de identidad del territorio a nivel nacional e internacional.

La historia y tradición ganchera están llenas de encanto y muchas personas querrían ser partícipes de ella. Aprovechando la cercanía a Guadalajara, Sigüenza o Madrid, tenemos en nuestro territorio **la oportunidad única de trabajar la industria de las bodas y celebraciones.**

Existen numerosos lugares en el mundo donde sus tradiciones se volvieron aliciente para las bodas, como por ejemplo en Oaxaca, México, donde acuden personas de todo el mundo a celebrar su enlace por el atractivo y colorido de las costumbres.

No debemos olvidar que **atraer bodas genera empresas y crea empleos, llena hoteles y dinamiza el territorio.** Por ello, proponemos crear un grupo de trabajo promovido por los ayuntamientos y asociaciones de los municipios con esta tradición.

En este grupo, se debe **evaluar qué necesidades** tiene una pareja a la hora de casarse y sus invitados y ver qué carencias tiene actualmente el territorio. En segundo lugar, **promocionar a nivel nacional esta celebración**, llegando a celebrar dos o tres bodas a precio de coste a personas del territorio para contar con material gráfico para su difusión.

Por último, existen **multiples actividades que se pueden ofrecer a los invitados para el día antes y el día después de la boda,** lo que podría suponer un ingreso extraordinario durante 4 o 5 meses anuales y convertise en una de las piezas básicas de la dinamización del Alto Tajo.

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

25

Acción 25 - Explotación del turismo gastronómico centrado en la trufa. Grupo de trabajo 3.

PRIORIDAD BAJA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTROS AGENTES

Otro de los grandes potenciales de la Mancomunidad sin explotar, o mejor dicho, mal explotado es la trufa. **La trufa, ese oro del bosque, tiene varias derivadas segundas con las que se pueden generar buenos ingresos.**

El primero de ellos es el alquiler de cotos para su explotación. El segundo, las rutas turísticas en el campo para encontrarlo y recogerlo. El tercero, la creación de festivales gastronómicos con ella como nexo y atractivo. Y por último, pero no menos importante, la elaboración de productos artesanos de alto valor, como salsas.

Actualmente, no se obtiene de ninguno de ellos el ingreso que se debería. Es el momento de poner en valor una de las identidades del territorio y **convertirlo en un icono de nuestra Mancomunidad**. Este tercer grupo de trabajo debe involucrar a personas conocedoras de la materia y debe buscar la participación de expertos en turismo, chefs, incluso periodistas para darle el valor que merece.

Por supuesto, debería ser el plato central en los catering de las bodas gancheras y en todos los restaurantes.

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

26

Acción 26 - Conseguir convertirnos en objetivo Starlight. Grupo de trabajo 4.

PRIORIDAD BAJA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTROS AGENTES

Según su propia web, la Fundación Starlight es una entidad, creada por el Instituto de Astrofísica de Canarias (IAC) **cuyo fin principal es la difusión de la astronomía** y la promoción, coordinación y gestión del movimiento Starlight. Para ello desarrolla actividades y ofrece diversos productos y servicios relacionados con esta materia.

La Fundación Starlight ha creado **un sistema de certificación, mediante el cual se acreditan aquellos espacios que poseen una excelente calidad de cielo y que representan un ejemplo de protección y conservación.**

Son escenarios que incorporan la observación del firmamento como parte de su patrimonio natural, paisajístico, cultural o científico y fomentan a su vez el **"Turismo de Estrellas"**. La Certificación Starlight permite, por primera vez, aunar ciencia y turismo. Para ello aprovecha la astronomía y la visión del firmamento como herramienta para una nueva forma de turismo sostenible.

Obtener la certificación debe ser el objetivo del grupo de trabajo 4. El proceso viene perfectamente detallado en la web www.fundacionstarlight.org y **evalúa dos cuestiones: la calidad de la observación del firmamento y la calidad de la gestión turística del territorio.**

Nuestro nuevo branding será ideal para obtener la certificación. La Mancomunidad deberá **proponer el liderazgo de este proyecto entre las asociaciones**, en colaboración con la propia Administración. El **apoyo de las empresas turísticas** es fundamental para la creación de los observatorios.

Es muy interesante conectar con otros territorios que han conseguido la certificación para conocer su experiencia.

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

27

Acción 27 - Explotación del potencial ornitológico del territorio. Grupo de trabajo 5.

PRIORIDAD BAJA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y REDES EXPERTOS

Uno de los colectivos turísticos más fieles a su pasión y muy numeroso en algunos países como Reino Unido son los ornituristas. Es decir, **aquellos que buscan observar las aves en su espacio natural.** También denominados *"birdwatchers"*.

Existen lugares en España como Doñana, Monfragüe o Santoña que reciben a miles de viajeros que todo el mundo que tienen como fin principal observar la fauna autóctona. **La variedad de aves en el entorno del Tajo es otra de las potencialidades por explotar** y que permitiría poner a nuestro territorio en el mapa de muchos extranjeros.

No podemos olvidar que estamos a menos de 2 horas del Aeropuerto de Madrid, lo que permite a los visitantes que vienen en avión **llegar con cierta facilidad a nuestro territorio**, bien en coche de alquiler o bien en tour organizado.

Para este grupo de trabajo **es fundamental contar con grupos de expertos**, tales como la Sociedad Española de Ornitología o la Federación Ornitológica Cultural Deportiva Española, quienes puedan asesorarnos y guiarnos en la materia. También la Universidad puede jugar un papel determinante en la identificación de los mejores espacios para la observación.

Es necesario **crear una ruta específica para la observación**, unido a la creación de oferta turística a su alrededor.

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

28

Acción 28 - Recuperación del arte del vidrio y cantería. Grupo de Trabajo 6.

PRIORIDAD BAJA

COSTE ELEVADO

LARGO PLAZO

VARIOS AGENTES

Que algunas de las ventanas del Monasterio de El Escorial estén fabricadas en nuestro territorio es un orgullo. Y que esta tradición, este oficio, se haya perdido, es una lástima. Por ello, debemos recuperarlo y ponerlo en valor. También el arte de la cantería.

Hoy en día, existen dos factores fundamentales que nos hacen pensar que **recuperar estos oficio puede ser un éxito.** En primer lugar, hay una conciencia creciente acerca del valor de consumir productos locales, artesanos y únicos.

Por otro lado, el mercado está globalizado gracias a internet y **desde cualquier lugar se puede vender a todo el mundo**. Hay piezas de alto valor que pueden tener mejor acogida en otros mercados globales, como China, Rusia o Estados Unidos.

Somos muy conscientes de **la dificultad de recuperar estas tradición**, porque requiere que sucedan muchas cosas. No sólo es necesario recuperar el espacio de fábrica que existía en El Recuenco, sino formar a un artesano para que pueda desarrollarlo.

Una palanca para esta acción es la existencia del Título Profesional Básico de Vidrio y Cerámica, actualmente sin presencia en Castilla La Mancha, Se podría proponer bien realizar este título en la provincia, o bien ofertar prácticas a sus estudiantes que actualmente se encuentran en las provincias de Jaen, Alicante, Málaga, Castellón, Valencia y Ceuta.

El esfuerzo de todos es fundamental, de la Junta de Castilla La Mancha, del ADR, de asociaciones y de la propia Mancomunidad. Para desarrollar este proyecto es necesario que alguien decida liderarlo y, con ayuda de todos, llevarlo a cabo.

ACCIONES ENMARCADAS EN EL BRANDING TURÍSTICO

29

Acción 29 - Creación de un "Erasmus rural" en el territorio para universitarios

PRIORIDAD BAJA

COSTE BAJO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y UNIVERSIDAD

Pese a que la España rural es uno de los temas de moda en nuestro país desde hace algún tiempo y, especialmente desde el año 2020, **existen aún muchos prejuicios, complejos y estereotipos acerca de los pueblos y la vida en ellos.**

Por otro lado, los urbanitas más jóvenes están, en muchas ocasiones, desconectados de la naturaleza, del sentimiento de comunidad, incluso del trato con animales. Es por ello, que proponemos **el lanzamiento en el Alto Tajo de la figura del Erasmus Rural.**

Dicha experiencia, similar a las becas Erasmus que permiten la movilidad de estudiantes europeos por plazos menores a un curso académico, **genera un beneficio enorme a receptores y estudiantes**. Por un lado, los estudiantes pueden pasar unos meses en uno de nuestros pueblos, conviviendo con nuestros habitantes, aprendiendo oficios y **haciendo prácticas reales de sus estudios.**

Por otro lado, nuestros pueblos reciben gente joven que vive durante una temporada en el pueblo, convive con sus habitantes, llena de vida las calles y c**ubre necesidades de empresas, ayuntamientos y oficios.**

Para este plan **es fundamental el apoyo de la Universidad**. Pese a que, a priori, la Universidad de Castilla La Mancha o la Universidad de Alcalá parezcan los partners ideales, no debemos dejar de lado otras universidades españolas, incluso extranjeras.

Existen **multitud de estudios que podrían beneficiarse de estas prácticas en campo**, tales como la ingeniería forestal, geología, historia, sociología, incluso los estudios de la salud. Para atraerlos, la Mancomunidad debe poner a disposición de la Universidad un plan de prácticas y un lugar de alojamiento, para el que espacios como los disponibles en Peñalén podrían ser perfectos.

04

EFICIENCIA ENERGÉTICA Y TRANSICIÓN JUSTA

LA EFICIENCIA ENERGÉTICA Y LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

No por ser el último es el menos importante. Nuestro territorio apenas ha llevado, hasta la fecha, **actuaciones para la mejora de la eficiencia energética** que vayan más allá de la iluminación. Y para nosotros es especialmente importante, ya que somos una zona de perfil térmico frío y nuestro consumo en los meses de invierno es muy alto.

Además, aún dependemos, en varios de nuestros municipios de la minería del caolín, que pese a dejar unos altos ingresos y empleos, consideramos que debe ser **transitada hacia un modelo económico más sostenible y, sobre todo, que no ponga en riesgo nuestro patrimonio natural** presente ni futuro.

También somos plenamente conscientes de **la importancia de la lucha contra el cambio climático,** para garantizar a las próximas generaciones un planeta verde, limpio y lleno de recursos.

Estos son los objetivos estratégicos de la Agenda Urbana Española en la cuarta línea estratégica:

Objetivo 3 - Reducir el Cambio Climático

Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia.

Objetivo 6 - Equidad Social y Cohesión

Buscar la igualdad de oportunidades y favorecer la cohesión y equidad social.

Objetivo 7 - Economía Local

Dinamizar y diversificar la actividad económica, así como crear un modelo turístico sostenible.

EFICIENCIA ENERGÉTICA Y PLAN DE TRANSICIÓN JUSTA

No hay plan "b" para el planeta y todos, desde nuestra posición, tenemos la responsabilidad de trabajar en la acción por el clima y en la herencia que dejaremos. Especialmente territorios como el nuestro, **guardianes de bosques y agua**, dos de los recursos más importantes en el futuro. Por ello, hemos decidido dar un paso al frente y contribuir, humildemente, a este propósito.

Y lo vamos a hacer con un triple compromiso:

Nº 1 - Compromiso con el territorio

Nuestro entorno es nuestro mayor tesoro y somos usufructarios de él, no sus propietarios. Por eso, todas nuestras acciones deben defender y proteger el río y su entorno.

Nº 2 - Compromiso con el planeta

Los pequeños lugares también tenemos que aportar nuestro granito de arena al futuro del planeta, con comportamientos más sostenibles y verdes, que permitan a las siguientes generaciones gozar del privilegio de una tierra verde.

Nº 3 - Compromiso con agendas internacionales

Todas las agendas internacionales tienen ya como factor fundamental la sostenibilidad, la lucha contra el cambio climático y la defensa de los ecosistemas.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

30 Acción 30 - Plan de autosuficiencia energética, mediante fotovoltaica, de la Mancomunidad

PRIORIDAD MÁXIMA

COSTE NULO

CORTO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y EMPRESAS

Un día nos paramos a pensar, **¿y si todo nuestro gasto energético pudiéramos emplearlo para las necesidades de los ciudadanos y de los ayuntamientos?.** No podemos obviar que en una tierra fría como la nuestra, las facturas en los meses de invierno se disparan.

Las placas solares son un gasto excesivo para presupuestos reducidos como los nuestros, por lo cual no nos lo podemos permitir. Afortunadamente, hoy en día existen otras opciones adaptadas a situaciones como la nuestra, como **la cesión de nuestros tejados a empresas de energías renovables para que gestionen la producción.**

Pese a que estaríamos perdiendo la posibilidad de vender nuestros excedentes, ceder nuestros tejados **eliminaría nuestras facturas de la luz**, con el correspondiente ahorro económico, unido a la nueva realidad de **consumir gran parte de nuestra electricidad procedente de fuentes totalmente renovables.**

La Mancomunidad, conjuntamente, debe seleccionar diversas empresas que se dedican a este fin y comparar las diferentes opciones, especialmente en cuántos años las placas pasan a propiedad municipal y si eliminan totalmente la factura.

Esta acción sólo requiere una ejecución inicial, ya que posteriormente el mantenimiento es responsabilidad de la empresa energética. A lo largo del año 2021 debería estar decidido con qué empresa trabajar y los paneles conectados, con el fin de poder emplear ese gasto a otros fines.

El ahorro en la factura de la luz podrá ser empleado en cubrir otras acciones de esta agenda.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

31 Acción 31 - Instalación de un punto de recarga de coche eléctrico de la Mancomunidad

PRIORIDAD BAJA

COSTE MEDIO

MEDIO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTRAS ADMONES

El coche eléctrico es un segmento en claro crecimiento y que, muy probablemente en 2025 su uso haya superado el 10% del parque móvil en España. Evidentemente, para los propietarios de este tipo de vehículos, la posibilidad de recarga es una cuestión fundamental a la hora de decidir a dónde viajar. Pese a existir un gran número de puntos de recarga en toda España, su concentración crea muchos puntos muertos en el mapa.

Es por ello, que **establecer un punto de recarga es una oportunidad** para fomentar el uso del eléctrico en la zona, para **atraer a turistas** que actualmente no pueden venir porque no existe dónde recargar y, además, **fomentar la descarbonización de la economía.**

La Mancomunidad establecerá por acuerdo y con criterios justos y objetivos dónde quiere proponer el establecimiento del punto de recarga, para proponerlo a otras administraciones. Además, formará parte de las líneas estratégicas 2 y 3, en tanto en cuando **es un servicio para los habitantes y un componente más del branding turístico Alto Tajo.**

Hay que tener en cuenta, que desde el primer trimestre del 2020, **el plan MOVES 3 del Gobierno de España está promoviendo el paso del diésel y gasolina al híbrido y, sobre todo, al eléctrico**. Además, está oportunidad está también enmarcada en el branding turístico, ya que perseguimos **un Alto Tajo verde y sostenible.**

Pese a ser una acción de prioridad baja, no se debe dejar de lado y debería estar completada para el año 2023, coincidiendo con el aumento del número de vehículos eléctricos. No obstante, las ayudas actuales para puntos de recarga tanto públicos como privados podrían adelantar esta ejecución.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

32 Acción 32 - Plan de explotación sostenible del medio forestal

PRIORIDAD ALTA

COSTE MEDIO

LARGO PLAZO

MANCOMUNIDAD Y OTROS AGENTES

Nuestro territorio es uno de los más despoblados de Europa. Por supuesto, esto es un enorme lastre en algunos aspectos, pero también tiene sus aristas positivas. Una de ellas, es la **gran cantidad de recursos naturales con los que contamos**, como nuestro vasto y exuberante medio forestal.

Ante la desforestación que vive España y gran parte del mundo, **la explotación sostenible de los bosques es uno de los retos más importantes,** no sólo a través del objetivo 1 de la Agenda Urbana Española (Ordenar el territorio y hacer un uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo), sino de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, a través del ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres).

En el Alto Tajo somos muy concientes de **la necesidad de encontrar ese balance entre desarrollo económico y sostenibilidad,** por lo que queremos trabajar en un plan a largo plazo de explotación del bosque. Antes de la presente Agenda Urbana, ya como Mancomunidad estábamos trabajando en ello a través del plan de explotación maderera.

No obstante, el deseo es ampliar este plan de explotación del bosque para obtener:

- Calificación de **bosque sostenible en toda la Mancomunidad**
- Aumento de ingresos por **explotación maderera**
- Aumento de ingresos por **compensación de huella de carbono** de otros territorios

Para las tres acciones **es fundamental la cogobernanza** con la Diputación de Guadalajara, la Consejería de Desarrollo Sostenible de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. De ellos vendrán los recursos materiales, humanos y económicos para poder no sólo explotar de manera sostenible nuestros bosques, sino para diversificar los ingresos.

ACCIONES ENMARCADAS EN LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

33

Acción 33 - Plan de transición justa para la minería de caolín

PRIORIDAD ALTA

COSTE ELEVADO

LARGO PLAZO

VARIOS AGENTES

La transición justa de los territorios mineros y con centrales contaminantes es **una de las tareas más complejas que pueden existir en el medio rural.** La minería suele tener **altos salarios** en la población, **elevado pago de impuestos** en el consistorio y, por ello, una gran aceptación popular y deseo de mantenimiento.

No obstante el cambio de ciclo ha llegado y **esta transición no es opcional.** La descarbonización, junto a la minería sostenible, la conservación de la fauna y la flora y el legado a las generaciones futuras son cuestiones obligatorias para las agendas públicas y privadas de todo el planeta. Pero sí podemos hacer **un esfuerzo para que su impacto negativo sea el menor posible.**

Los ayuntamientos con presencia de recursos de Caolín deben liderar un plan conjunto de la Mancomunidad para, **apoyados en todas y cada una de las instituciones** (Diputación, Junta y Ministerio de Transición Ecológica), crear **un plan financiado con fondos europeos** para llevar a cabo esta transición sin perder población.

Por ello, es fundamental que el cambio lleve consigo **un plan de conversión de los trabajadores**, hacia sectores más verdes relacionados con la potencialidad del entorno, como todos los mencionados en la presente Agenda. Turismo regenerador, explotación sostenible del medio forestal o servicios para las personas.

Un plan que permita a la Mancomunidad en general y a los ayuntamientos en particular a **hacer menos doloroso el proceso y a convertirlo en ejemplo** para multitud de territorios en similar situación. Nuestro horizonte temporal para haber finalizado la transición es corto, ya que de otra manera nos quedaríamos retrasados en las nuevas formas de entender el mundo y el desarrollo rural, y es fundamental el apoyo de la Junta de Castilla la Mancha para llevarlo a cabo.

CONCLUSIONES

JUNTOS, SOMOS MÁS FUERTES

En la Mancomunidad del Alto Tajo somos conscientes que **la unión hace la fuerza.** Por ello hemos elaborado esta Agenda Urbana, para convertirnos, al menos de facto, en un **área funcional y potenciar nuestra voz** a nivel local, regional, nacional, incluso europeo.

Esta voz no emana sólo de 8 consistorios, con sus respectivos alcaldes y concejales, sino de **la mayor parte de la ciudadanía**, a través de las asociaciones, tan activas en nuestra tierra. Desde los más jóvenes hasta los más mayores, todos **entendiendo como propios los retos del vecino** y siendo aliados para ser un territorio innovador.

El momento es el perfecto, **el mundo está cambiando y lo hace a gran velocidad.** Pese a que a veces cambia tan rápido que no podemos adaptarnos, sabemos dónde y cómo pedir ayuda, cooperando con agentes públicos y privados por el presente y futuro del Alto Tajo.

Si somos capaces de trabajar en **una nueva gobernanza,** seremos capaces de **mejorar la vida de las personas** que vivan o visiten el territorio, a través de servicios de calidad, eficaces y sostenibles. También seremos capaces de encontrar ese **balance entre el desarrollo económico, el social y el ambiental,** y nos erigiremos en guardianes de este tesoro llamado Alto Tajo.

Llevar a buen puerto estas 33 acciones no va a ser tarea fácil y puede que fracasemos en algunas de ellas. Con el tiempo, aparecerán otros retos y otros agentes ejecutores. Pero encontrarán en este documento la hoja de ruta de los altotajeños para el Alto Tajo, hoja de ruta de lo qué queremos ser, cómo queremos serlo y lo que soñamos.

Porque hoy, **desde los pequeños lugares se pueden hacer grandes cosas**. Hoy, varias administraciones, incluso un Ministerio puede poner los ojos en **un territorio que ha decidido liderar el cambio y ser ejemplo para tantos otros olvidados** durante décadas. El problema de la despoblación, no lo olvidemos, es común a toda Europa.

Es hora de dejar de mirar al pasado con melancolía y al futuro con incertidumbre. **Es la hora del Alto Tajo**, la tierra de paisajes infinitos, de patrimonio milenario y de una comunidad activa y viva que está deseando mostrarse al mundo.

Porque nosotros hemos comprendido que tenemos que dar el paso. Como dice el Talmud, libro sagrado de los hebreos: ¿si no soy yo, entonces quién? ¿si no es ahora, entonces cuándo?. El Alto Tajo, aquí y ahora.

AGENDA URBANA

MANCOMUNIDAD
DEL ALTO TAJO

ALTO TAJO

FIRMANTES DE LA AGENDA URBANA DEL ALTO TAJO

En Villanueva de Alcorón (Guadalajara), a 20 de abril de 2021

Doña Esther Rubio Sanz

E. Rubio

Presidenta de la Mancomunidad de Municipios del Alto Tajo

Luis de Cristóbal Bernabé

Director de Repueblo y de la Agenda Urbana del Alto Tajo