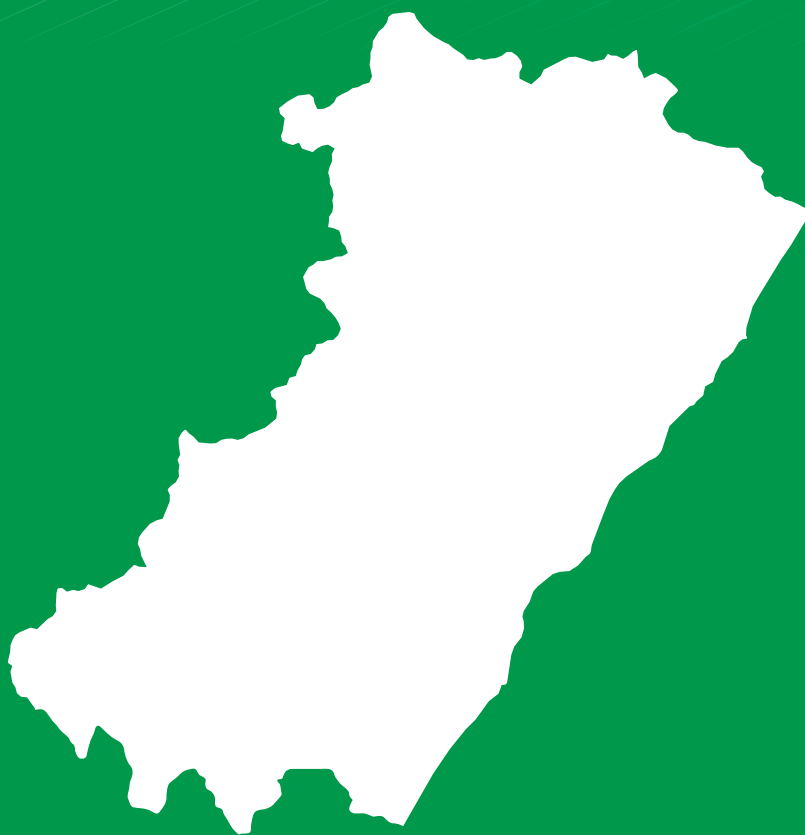


# LIBRO VERDE DE ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA LA PROVINCIA DE CASTELLÓN: HORIZONTE 2020

## Informe de Síntesis



SEXTA FASE DE LA PROSPECTIVA  
DE LA PROVINCIA DE CASTELLÓN





## INTRODUCCIÓN

El documento que se adjunta a continuación corresponde con los cuadros sinópticos de acciones estratégicas que han sido elaboradas por los técnicos de la AVAP, siguiendo la opinión de los expertos que han participado en la Sexta Fase.

Tal y como fue señalado en el acto de presentación del “Estudio de Prospectiva de Castellón: horizonte 2020”, que tuvo lugar en la Diputación Provincial el 5 de febrero de 2010, según el Manual de Prospectiva de la AVAP, en sus estudios e informes de prospectiva se distinguen seis fases, a saber:

- 1ª. Planteamiento y evaluación de factores invariables
- 2ª. Consulta a expertos
- 3ª. Elaboración de escenarios
- 4ª. Confección del documento de propuestas
- 5ª. Presentación de conclusiones del informe de prospectiva
- 6ª. Confrontación con agentes públicos y/o privados y seguimiento

Por consiguiente, las citadas acciones estratégicas son el fruto de la confrontación con la opinión de los agentes públicos y privados de las conclusiones del “Estudio de Prospectiva de Castellón: horizonte 2020”. Esta circunstancia concede un valor añadido al referido estudio de prospectiva, porque son precisamente los citados agentes públicos y privados los que tienen que contribuir, con su conducta presente y futura, a que se cumplan las acciones estratégicas que son consecuencia del estudio de prospectiva de la AVAP.

Durante la Sexta Fase, que se ha extendido durante los nueve meses siguientes contados desde que se presentó el “Estudio de Prospectiva de Castellón: horizonte 2020”, los técnicos de la AVAP han tenido oportunidad de comprobar el grado de aceptación de las conclusiones del citado estudio. Tal aceptación ha sido muy importante, como pone de manifiesto el interés y el agrado con el que ha participado el más de un centenar de personas que semana tras semana se han reunido con el Director General de la AVAP y sus técnicos en la sede del Consell en Castellón.

Estas reuniones de trabajo intersectoriales han partido de la idea de que para establecer la ruta mediante la cual eventualmente se producirá el desarrollo económico de Castellón durante los próximos años es necesario que haya cooperación entre agentes pertenecientes a distintos sectores. El pasado 24 de enero de 2011 tuvo lugar el acto de agradecimiento y entrega de certificados a todos los agentes públicos y privados participantes en la Sexta Fase. Sin embargo en este momento conviene reiterar tal agradecimiento porque sin sus valiosas aportaciones hubiera sido imposible concluir la Sexta Fase que ha culminado con la redacción del “Libro Verde de Acciones Estratégicas para la provincia de Castellón: horizonte 2020”.

La AVAP, como agencia de evaluación y prospectiva, tiene una función meramente instrumental, la cual consiste en ayudar a que las Administraciones Públicas y las entidades privadas que requieren sus servicios puedan programar sus acciones futuras tratando de alcanzar el escenario posible más deseable. De acuerdo con esta filosofía han sido elaborados tanto el “Estudio de Prospectiva de Castellón: horizonte 2020” como su corolario el Libro Verde de acciones estratégicas que han sido realizados por la AVAP por encargo de la Ilma. Diputación de Castellón.

## CUADRO RESUMEN

EJE 1 – GOBERNANZA			
Nº	VECTORES PRIMARIOS	VECTORES SECUNDARIOS	OBSERVACIONES
1	1.1 Reforzamiento del liderazgo de la Diputación		Recuperación de la confianza
2	1.2 Movilizar la fuerza de la voluntad para avanzar hacia un futuro mejor		Abanderar la evolución hacia el escenario más deseable
3	1.3 Liderar el futuro		Término clave
4	1.4 Mejora de la gestión pública		Austeridad y esfuerzo
5		1.4.1 Austeridad en el gasto	
6		1.4.2 Limitación del endeudamiento	Reforma administrativa
7		1.4.3 Equilibrio de las finanzas	
8		1.4.4 Eficiencia de los servicios públicos	
9		1.4.5 Racionalizar el tamaño de las AAPP	Reforma administrativa
10		1.4.6 Aumentar la eficacia del gasto	
11	1.5 Rediseño del marco institucional		Transparente, menos costoso para los agentes privados
12		1.5.1 Reducir cargas burocráticas	
13		1.5.2 Reducir intervencionismo	En la economía
14		1.5.3 Simplificación de procedimientos	Normativa, etc.
15		1.5.4 Allanamiento de barreras	
16		1.5.5 Agilización de permisos	
17		1.5.6 Agilización de nuevas inversiones	Autorizaciones, proyectos
18		1.5.7 Seguridad jurídica	Desbloqueo de expedientes
19		1.5.8 Seguridad ciudadana	Fortalecimiento
20	1.6 Asegurar la libre competencia		Controlar y sancionar
21	1.7 Soluciones imaginativas de gobernanza		Déficit público creciente
22		1.7.1 Liberalización o concertación de servicios públicos	
23		1.7.2 Cooperación con agentes privados	Dinámicas de transformación territorial
24		1.7.3 Coordinación entre AAPP	Evitar dilución
25	1.8 Estrategia y prospectiva		
26	1.9 Pacto entre todos los agentes y AAPP		Lo que se comparte, une. Ganar Fuerza política negociadora
27	1.10 Mecanismos participativos		Ciudadanos/Opinión pública

## EJE 2 – CAPITAL FÍSICO

Nº	VECTORES PRIMARIOS	VECTORES SECUNDARIOS	OBSERVACIONES
28	2.1 Corregir el déficit histórico en infraestructuras		Trato discriminatorio
29	2.2 Castellón nodo logístico		Ventajas geoestratégicas
30	2.3 Aeroport de Castelló		Operatividad plena
31	2.4 Infraestructura ferroviaria		Austeridad y esfuerzo
32		2.4.1 Red de media y larga distancia, para pasajeros y mercancías	AVE a Madrid, Zaragoza-Somport y Corredor Mediterráneo
33		2.4.2 Eje de altas prestaciones con el Cantábrico	Potenciación Alto Palancia
34		2.4.3 Integración de la red transeuropea de alta velocidad con el Corredor Mediterráneo	Transporte mixto de viajeros y mercancías. Inserción eje mediterráneo
35		2.4.4 Cercanías Vinaroz-Castellón	
36		2.4.5 Liberalización del transporte ferroviario para 2012. Mercancías desde 2005	Aprovechar oportunidades de mejora del servicio y conexiones. Inversión privada
37	2.5 Port Castelló		Potenciación y mejora
38		2.5.1 Comunicaciones de acceso	
39		2.5.2 Instalaciones logísticas	
40		2.5.3 Dársena náutica	Embarcaciones de recreo
41		2.5.4 Turismo de cruceros	Instalaciones y facilidades
42		2.5.5 Líneas a Baleares y Mediterráneo	Estudios de Viabilidad
43	2.6 Transporte intermodal y movilidad de pasajeros		
44		2.6.1 Estación AVE en aeropuerto	
45		2.6.2 AVE por el interior	Vertebración provincial
46		2.6.3 Conexión puerto-aeropuerto	
47		2.6.4 Carreteras de conexión	Núcleos de turismo/ industria
48	2.7 Plataformas logísticas		Optimización del sistema
49		2.7.1 Puerto y aeropuerto	
50		2.7.2 Estación intermodal	
51		2.7.3 Grandes viales de comunicación	
52	2.8 Redes viarias intraprovinciales		Centros clave provinciales
53	2.9 Red viaria de baja intensidad		
54	2.10 Comunicación interprovincial ágil		
55	2.11 Comunicación industria-ciudades		
56	2.12 Red de recursos hídricos		
57		2.12.1 Necesidades residenciales	

58	2.12.2 Crecimiento económico y demográfico	
59	2.12.3 Reutilización de aguas residuales	
60	2.12.4 Plan Especial protección acuíferos	
61	2.13 Depuradoras y colectores	Todos los municipios
62	2.14 Crecimiento actividades logísticas	Localización nodal de CS
63	2.15 Polígono industriales de interior	Dinamización del interior
64	2.16 Priorización selectiva de inversiones	Libro Verde CS2020
65	2.17 Planes Provinciales de Obras y Servicios	135 municipios, 75 pedanías
66	2.18 Inversiones para impulsar el capital no-físico	Movilización hacia el cambio
67	2.18.1 Capital intelectual	
68	2.18.2 Conocimiento	Generación de riqueza sostenible
69	2.18.3 Competitividad empresarial	

### EJE 3 – CAPITAL INTELLECTUAL

Nº	VECTORES PRIMARIOS	VECTORES SECUNDARIOS	OBSERVACIONES
70	3.1 Enriquecimiento del capital humano		Economía del conocimiento
71		3.1.1 Calidad de la formación	
72		3.1.2 Calidad del sistema educativo	
73		3.1.2 Castellón ciudad universitaria	Potenciar universidades
74		3.1.4 Adecuar la formación a la demanda de talento del futuro, con nuevas cualificaciones	Regeneración del capital humano
75		3.1.5 Cumplir el Mapa Escolar	Infantil y primaria
76		3.1.6 Fomentar la oferta no reglada	Idiomas, música
77		3.1.7 Buscar y valorar el talento	Premiarlo, motivarlo
78	3.2 Estímulo de la capacidad de aprendizaje de los actores locales		Respuesta a problemas y demandas de la economía
79		3.2.1 Innovación	
80		3.2.2 Difusión de la tecnología	
81		3.2.3 Interacción en I+D+i	Fortalecimiento del sistema de I+D+i
82		3.2.4 Relación de las instituciones académicas a nivel global	Convenios con otras universidades, etc.
83		3.2.5 Relación de las instituciones académicas con los sectores productivos	Docencia e investigación vinculadas a las necesidades económicas y sociales
84		3.2.6 Estimular la demanda de I+D+i	Iniciativa privada
85		3.2.7 Impulsar la I+D+i de intangibles	Servicios
86	3.3 Viveros de ideas		Centros de tecnología y documentación

87	3.3.1 Minimización costes de emprender	Incubadoras de empresas
88	3.3.2 Redes de emprendedores	Fuentes de capital globales
89	3.3.3 Apertura del conocimiento e innovación abierta	Accesibilidad al entorno de las ideas e investigaciones
90	3.3.4 Programa de transferencia de oportunidades de mejora tecnológica	Diputación / AVAP
91	3.3.5 Programa SOLUCIONA, para corregir debilidades en I+D+i	Diputación / AVAP
92	3.3.6 Infraestructuras de investigación de alcance europeo	ESFRI (European Strategy Forum on Research Infrastructures)
93	3.3.7 "El próximo Silicon Valley"	

## EJE 4 – COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN

Nº	VECTORES PRIMARIOS	VECTORES SECUNDARIOS	OBSERVACIONES
94	4.1 Prevenir la caída en un escenario pesimista		El empresariado no debe desfallecer
95		4.1.1 Mejora de las capacidades intangibles	Argumentos adicionales a los costes.
96		4.1.2 Modernización del modelo competitivo	Talla para crecer en los mercados internacionales
97	4.2 Cerámica como polo de riqueza		Referencia internacional
98	4.3 Fortalecer la competitividad global		
99		4.3.1 Deslocalizar la producción de las fases más intensivas en trabajo	Flexibilidad productiva y de stocks
100		4.3.2 Diferenciación comercial y tecnológica	Innovación y diseño
101		4.3.3 Conocimiento de los consumidores	
102		4.3.4 Nuevos modelos de organización	Trabajo, producción
103		4.3.5 Alianzas de marketing	Incluso con empresas de otros sectores
104		4.3.6 Intensificación de la formación interna	Aumento de la productividad interna
105	4.4 Regeneración de los negocios		Reactivación industrial
106		4.4.1 Transferencia de tecnología	
107		4.4.2 Transferencia de conocimiento	Universidad-empresa
108		4.4.3 Reestructuraciones corporativas	Recuperar rentabilidad
109		4.4.4 Programas de mejores prácticas	Gestión, dirección
110	4.5 Aumento del tamaño de las empresas		Masa crítica suficiente
111		4.5.1 I+D+i	
112		4.5.2 Redes de distribución	Inversiones potenciadas con el tamaño
113		4.5.3 Creación de marca y reputación	

114	4.6 Cooperación agentes-instituciones	Creación de empresas y redes de actores e instituciones
115	4.6.1 Estímulo del emprendedurismo	Vinculado con los mercados
116	4.6.2 Organización del territorio	Articulación de instituciones locales en redes institucionales
117	4.6.3 Cooperación entre organizaciones públicas y privadas	Financiación de proyectos
118	4.6.4 Integración en redes mayores	Nacionales, internacionales
119	4.6.5 Redes formales e informales	Flexibilidad organizativa
120	4.6.6 Proyectos financiados por la UE	Séptimo Programa Marco de Investigación.
121	4.7 Tecnologías de la información	Telecomunicaciones
122	4.7.1 Internet en banda ancha	Todos los municipios
123	4.8 Clúster provincial del conocimiento	
124	4.8.1 Industrias de alta base tecnológica	
125	4.8.2 Tecnologías de la información y la comunicación	
126	4.8.3 Software avanzado	
127	4.9 Cambio de cultura empresarial	
128	4.10 Escuela de Negocios líder	Fortalecimiento del capital directivo

## EJE 5 – CAPITAL FINANCIERO

Nº	VECTORES PRIMARIOS	VECTORES SECUNDARIOS	OBSERVACIONES
129	5.1 Capitalismo sostenible		Integra factores ESG (medioambientales, sociales y de gobernabilidad)
130	5.2 Impulso del capital económico		Potenciación de la oferta de capital y servicios de las entidades financieras
131		5.2.1 Trampa de la austeridad	Empobrecimiento, por la caída de la demanda interna
132		5.2.2 Reasignación de prioridades inversoras	Públicas y privadas
133	5.3 Inversión en instituciones financieras		
134		5.3.1 Entrada en el capital social de instituciones financieras	
135		5.3.2 Aumentar el compromiso de las instituciones financieras con el tejido empresarial provincial	Impulso a la inversión
136	5.4 Productos financieros locales		Inversores locales o foráneos
137	5.5 Capital Riesgo local		Inversiones locales
138	5.6 Mercado de capital para invenciones		Estudio de viabilidad



139	5.7 Atracción de capital, nacional o extranjero	Inversiones locales
140	5.8 Fondos de inclusión social y ayuda al desarrollo de Castelló	Donaciones
141	5.8.1 Fondo Pro-Castelló	Fomento de la ayuda social y el emprendedurismo

## EJE 6 – CALIDAD DE VIDA

Nº	VECTORES PRIMARIOS	VECTORES SECUNDARIOS	OBSERVACIONES
142	6.1 Sistema Provincial de Salud		Mejora y ampliación
143	6.2 Red de Servicios Sociales		Completar
144		6.2.1 Guarderías	
145		6.2.2 Promoción cultural del Mayor	Consortios de ayuntamientos
146		6.2.3 Residencias geriátricas	
147		6.2.4 Residencias para enfermos y discapacitados psíquicos	Aumentar dotación
148		6.2.5 Centros de Día para dependientes	
149		6.2.6 Ley de Dependencia	Desarrollo
150	6.3 Entorno natural vinculado a la salud		
151		6.3.1 Actividades vinculadas a la salud	
152		6.3.2 Entorno privilegiado donde cuidar la salud	Imagen de marca
153		6.3.3 Clínicas privadas	Salud, belleza, geriátricas, recuperación y rehabilitación
154		6.3.4 Estudios universitarios	Ciencias de la Salud
155		6.3.6 Industria auxiliar de la salud	Clúster potencial (textil técnico, calzado profesional y ortopédico, fungibles para clínicas, cosmética natural, plásticos, mobiliario, etc.)
156	6.4 Lucha contra la exclusión social y la pobreza		Cáritas
157	6.5 Optimización de las ayudas al desarrollo		Coordinación y control

## EJE 7 – TURISMO DE CALIDAD

Nº	VECTORES PRIMARIOS	VECTORES SECUNDARIOS	OBSERVACIONES
158	7.1 Turismo diferenciado en varios segmentos		Geografía y patrimonio ricos y variados
159		7.1.1 Sol y playa	
160		7.1.2 Rural	
161		7.1.3 Cultural	
162	7.2 Plan de Coordinación y Dinamización Turística		Integración de actuaciones
163	7.3 Ordenación del Territorio		Ordenación y explotación del suelo turístico

164	7.4 Coordinación		
165		7.4.1 Previsión de flujos de entrada	Diversos canales
166		7.4.2 Oferta de alojamiento	Programación
167		7.4.3 Oferta complementaria	Satisfacción, experiencias
168	7.5 Crecimiento de la oferta hotelera y de infraestructuras de ocio		
169		7.5.1 Estudio de viabilidad	Económico y financiero
170		7.5.2 Innovación en productos turísticos	e.g. vacaciones románticas, saludables, de aventura y familiares
171		7.5.3 Paquetes turísticos Aeropuerto/ Puerto/Empresarios	Planes conjuntos
172		7.5.4 Paquetes turísticos entre destinos, sobretodo litoral+interior	Reuniones comarcales de ambos destinos
173		7.5.5 Infraestructuras y centros de ocio	Potenciación
174	7.6 Apoyo al Turismo de Interior		Acciones
175		7.6.1 Patrimonio cultural	
176		7.6.2 Paisaje	
177		7.6.3 Ocio	
178		7.6.4 Gastronomía	
179		7.6.5 Infraestructuras de alojamiento	
180		7.6.6 Turismo de salud y <i>well-being</i>	
181		7.6.7 Comercio local y productos autóctonos	Potenciación
182		7.6.8 Artesanía	
183		7.6.9 Ferias locales	
184	7.7 Turismo ligado al medio natural		Desarrollo turístico
185		7.7.1 Casas rurales	
186		7.7.2 Empresas especializadas	Deporte en la naturaleza: rutas verdes, senderismo, montañismo, escalada, piragüismo, etc.
187	7.8 Conservación y mejora del medio natural		Territorio rico en parajes naturales
188		7.8.1 Transformación 'verde' de parajes	Espacios de recreo y ocio medioambiental
189		7.8.2 Conservación y 'ambientalización' de parajes	Puesta en valor turístico y mejora de calidad de vida
190	7.9 Turismo experiencial		Experiencia ambiental: entorno + cultura autóctona
191		7.9.1 Ayudas vinculadas a proyectos sinérgicos	Varias empresas se asocian, con distintas actividades
192	7.10 Agroturismo		Oportunidades de negocio para empresas locales
193	7.11 Posicionamiento en los circuitos académicos, científicos y culturales		Atracción y recuperación del talento
194		7.11.1 Eventos de interés mundial	Cultura y conocimiento
195		7.11.2 Congresos	
196		7.11.3 Industrias culturales	

197	7.12 Capitalidad Europea de la Cultura		
198		7.12.1 Proyección internacional	
199		7.12.2 Turismo de calidad	Financiación europea, estatal o regional
200		7.12.3 Recuperación de cascos urbanos	
201		7.12.4 Infraestructuras culturales	
202	7.13 Ciudad de las Lenguas (2017)		Turismo de idiomas
203	7.14 Sector cinematográfico		Localización de exteriores.
204	7.15 Posicionar el valor histórico y cultural		Diferenciación rotunda
205		7.15.1 Rutas temáticas (Camino del Cid)	
206		7.15.2 Eventos	Promoción
207		7.15.3 Ofertas	
208		7.15.4 Hecho histórico como eje transversal	Culla: los Templarios negocian la fortaleza
209	7.16 Festivales de música		FIB
210	7.17 Turismo deportivo		Golf, náutica e hípica
211		7.17.1 Golf	Castelló Másters. Campos de golf
212		7.17.2 Náutica	Regatas. Puertos deportivos
213		7.17.3 Hípica	Hípica rural, torneos, instalaciones de hípica y saltos
214		7.17.4 Comercios especializados	
215		7.17.5 Profesionales, monitores	
216		7.17.6 Gran Carrera de Montaña de nivel nacional e internacional	Implicando deporte, hostelería y turismo
217	7.18 Turismo de fiestas y eventos populares		

## EJE 8 – MEDIO AMBIENTE Y HÁBITAT

Nº	VECTORES PRIMARIOS	VECTORES SECUNDARIOS	OBSERVACIONES
218	8.1 Posicionamiento en Calidad Medioambiental		Punto de referencia
219		8.1.1 Soluciones constructivas	
220		8.1.2 Soluciones productivas	Sostenibles
221		8.1.3 Soluciones energéticas	
222	8.2 Planes de Gestión y Uso de los Parques Naturales		Garantías de uso turístico
223	8.3 Energías renovables		Fuentes limpias de energía
224	8.4 Biomateriales		Bactericidas, autolimpiantes, fotosensibles, etc.
225	8.5 Hábitat integrado en la naturaleza		Hogar digital, teletrabajo
226	8.6 Plan de Alquiler de Viviendas		Jóvenes menores de 35 años

227	8.7 Plan de Rehabilitación de Viviendas	
228	8.8 Plan de Rehabilitación de Segundas Residencias	Mercado de alquiler

## EJE 9 – SECTOR AGROALIMENTARIO

Nº	VECTORES PRIMARIOS	VECTORES SECUNDARIOS	OBSERVACIONES
229	9.1 Transición hacia la industria agroalimentaria		
230		9.1.1 Producto autóctono más potente	Pilares identificativos
231		9.1.2 Imagen de lo natural y lo sano	
232	9.2 Imagen de marca: Alimentos de calidad, naturales y saludables		
233		9.2.1 Agricultura y ganadería autóctonas	
234		9.2.2 Creación, difusión y comercialización de la marca	Diferenciación
235		9.2.3 Denominación de origen "Castellón"	Autenticidad
236		9.2.4 Marcas de calidad	
237		9.2.5 Etiquetado del origen del producto	Potenciación y control
238		9.2.6 Agricultura ecológica	Variedades autóctonas
239	9.3 Promoción nacional e internacional		Productos más competitivos
240	9.4 Fomento de la demanda interna de productos de alimentación autóctonos		Cambio de hábitos de compra Contribución a la salud
241		9.4.1 Campañas en centros escolares	Ventajas de la alimentación sana, natural y autóctona
242		9.4.2 Colaboración de explotaciones agropecuarias con clínicas	Recuperación con alimentos sanos, terapias con animales
243		9.4.3 Colaboración de explotaciones agropecuarias con empresas turísticas	Restauración apoyada en los alimentos autóctonos Visitas guiadas, experiencias
244	9.5 Modelos de negocio innovadores		
245	9.6 Cooperación entre instituciones, empresas y profesionales		
246	9.7 Cooperación con grandes clientes o distribuidores		Venta del producto por especialidad y variedad
247	9.8 Innovación en variedades de productos		Desestacionalizadas
248	9.9 Formación en el sector pesquero		Mejora de la productividad

## EJE 10 – POSICIONAMIENTO EN EL MUNDO

Nº	VECTORES PRIMARIOS	VECTORES SECUNDARIOS	OBSERVACIONES
249	10.1 Internacionalización de las empresas		
250	10.2 Estructura urbana policéntrica		Ordenación equilibrada del territorio
251	10.3 Atracción de población cualificada		Revitalización del tejido económico y social
252		10.3.1 Atractor de profesionales interesados en vivir en plena naturaleza, sin renunciar a los avances tecnológicos	Teletrabajo
253	10.4 Cultura de la hospitalidad		
254	10.5 Imagen de marca potente		Marca-paraguas
255		10.5.1 Marca o Imagen fuerte para Castellón	Interior vs. litoral
256		10.5.2 Como lugar donde conviven los trabajos del futuro, atractivos, con un entorno natural privilegiado	
257		10.5.3 Contacto con la naturaleza	Lugar predilecto para vivir
258		10.5.4 Valor cultural e histórico	Turismo cultural
259		10.5.5 Producción de alimentos de calidad, naturales y saludables	Salud y entorno natural
260		10.5.6 Singularidades y atractivos	



[www.avap.es](http://www.avap.es)

AGÈNCIA VALENCIANA **D'AVALUACIÓ I PROSPECTIVA**

Pl. Tetuán, nº 8-4ª · 46003 · Valencia