



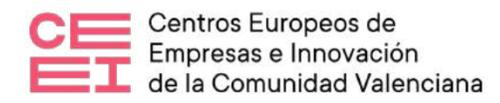
# INNOVACIÓN COLABORATIVA TERRITORIAL

Del desarrollo local a la innovación territorial

FINANCIA



COORDINA



METODOLOGÍA





# ÍNDICE

## EL PROYECTO

### FASE 0

1. Definición del marco metodológico de trabajo
2. Generación del Equipo de Reflexión Estratégica Territorial (ERET)

### FASE 1

1. Modelo y plan de trabajo
2. Identificación Pilares estratégicos de Alicante
3. Tendencias post Covid
4. Matriz de integración e identificación de líneas tractoras
5. Reflexiones estratégicas para la priorización de líneas tractoras.

### FASE 2

1. Identificación y escenificación de oportunidades

### FASE 3

Elaboración de la propuesta para el desarrollo de la oportunidad relacionada con uno de los escenarios de oportunidad detectados

## ACTIVIDAD TRANSVERSAL

# EL PROYECTO

Identificación, maximización e implementación de oportunidades de alcance territorial para la provincia de Alicante

A photograph showing four hands, two on the left and two on the right, all wearing white dress shirts and grey or white jackets, pulling a thick, light-brown rope. The hands are positioned as if they are working together to pull the rope taut, symbolizing teamwork and shared effort.

Aplicación de la metodología BIK SCALE en Equipos de Reflexión Estratégica Territoriales (ERET)

# EL RETO

El objetivo de este proyecto piloto, realizado con los agentes del territorio, es **detectar oportunidades que potencien el desarrollo económico de la provincia de Alicante.**

Para ello, y con el fin de facilitar el emprendimiento innovador, se han utilizado metodologías de innovación abierta orientada a la generación de potenciales proyectos que para su realización necesiten de una colaboración público privada.

En el proceso el grupo de trabajo, constituido como un equipo de reflexión estratégica territorial (ERET) ha utilizado la metodología BIK Scale, desarrollada por los CEEIS de la Comunitat Valenciana adaptada en su aplicación al contexto de marcos territoriales.



# Participantes/ beneficiarios



## **PARTICIPANTES**

Los participantes directos en la acción son los Agentes del Ecosistema Emprendedor de la provincia de Alicante con competencias en innovación territorial:

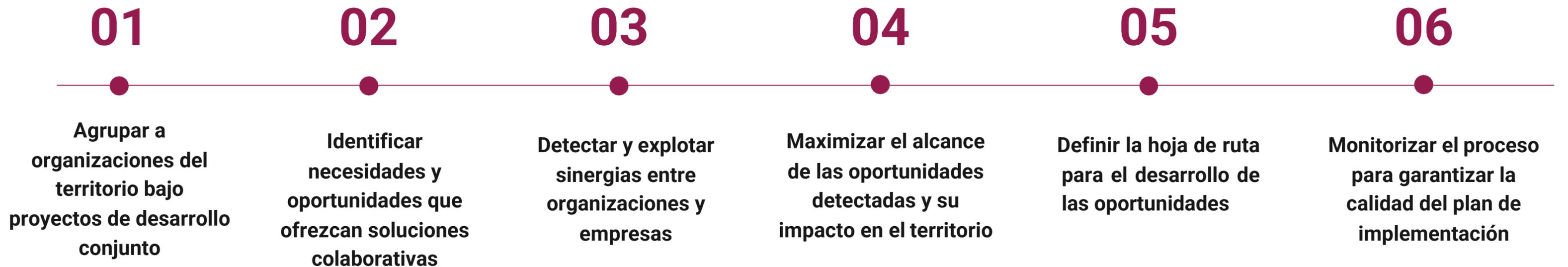
- Autoridades municipales con responsabilidad en el desarrollo local
- Entidades representativas del entramado económico y empresarial de la ciudad
- Otros sectores aglutinadores del conocimiento en los municipios.

## **BENEFICIARIOS**

Los beneficiarios finales de los resultados obtenidos en las conclusiones de esta acción serán administraciones locales, emprendedores y pymes que busquen nuevas actividades empresariales en las que desarrollar innovaciones derivadas del nuevo entorno competitivo post la pandemia con la filosofía de los PERTE (Proyectos estratégicos para la recuperación y transformación económica) dentro del marco del Plan de recuperación, transformación y resiliencia).

# Proceso de trabajo

Con el fin de cumplir con los objetivos marcados, se ha seguido la siguiente hoja de ruta:





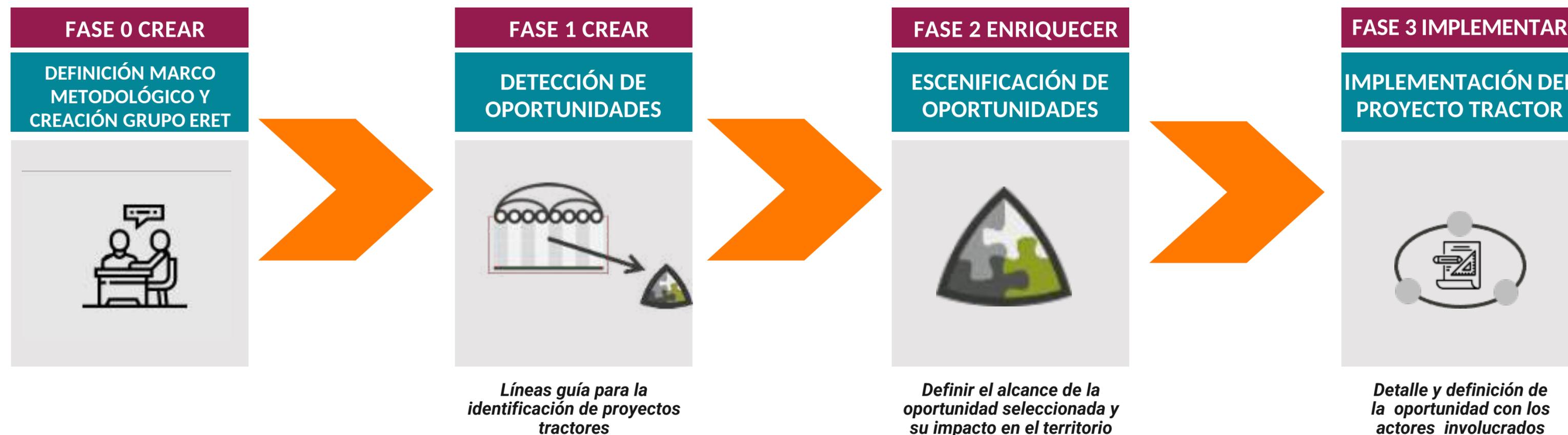
# FASE 0

1. Definición del marco metodológico de trabajo
2. Generación del Equipo de Reflexión Estratégica Territorial (ERET)

# FASE 0

# DEFINICIÓN DEL MARCO METODOLÓGICO DE TRABAJO

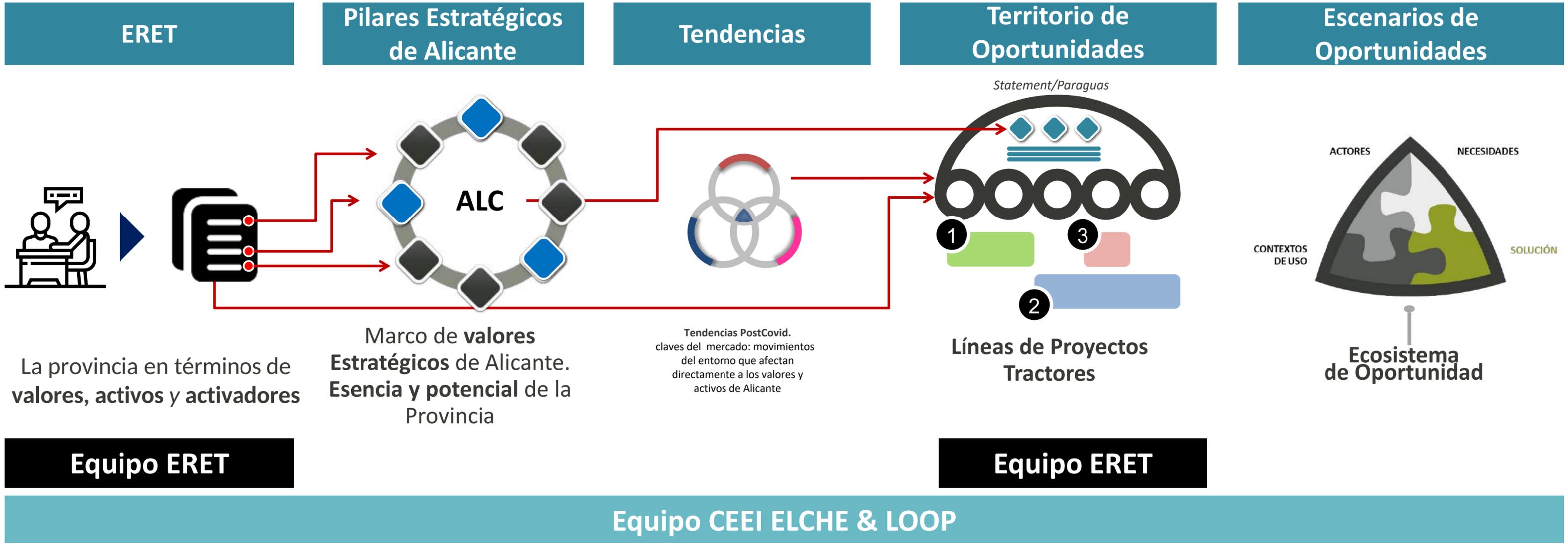
## Fases



# FASE 0

# DEFINICIÓN DEL MARCO METODOLÓGICO DE TRABAJO

## Flujo del proceso



## FASE 0

# EQUIPO ERET

### *El conocimiento desde la perspectiva del territorio*

Se ha conformado un equipo de 68 agentes del Ecosistema emprendedor de la Provincia de Alicante, pertenecientes a 39 entidades que, a través de procesos de reflexión estratégica, tienen por objetivo. En primer lugar, identificar los valores activos de la provincia de Alicante para posteriormente maximizar y dinamizar la implementación de nuevas oportunidades de creación de empresas innovadoras dentro de la provincia.



# FASE 0

## EQUIPO ERET

*El conocimiento desde la perspectiva del territorio*

Las entidades del ecosistema emprendedor que forman parte del ERET son las siguientes:



Agencia para el Desarrollo Económico y Social de Petrer | ADESP | C.I.F. P 0300067 F

creama+



GENION  
Talento & Innovación Local



GALP LA MARINA



aec  
Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado



ASIR  
Asociación para la SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN RURAL



avecal  
avecal.es





# FASE 1

1. Modelo y plan de trabajo
2. Identificación Pilares estratégicos de Alicante
3. Tendencias post Covid
4. Matriz de integración e identificación de líneas tractoras
5. Reflexiones estratégicas para la priorización de líneas tractoras

## FASE 1.1

# MODELO Y PLAN DE TRABAJO

## *Innovación abierta y colaborativa*



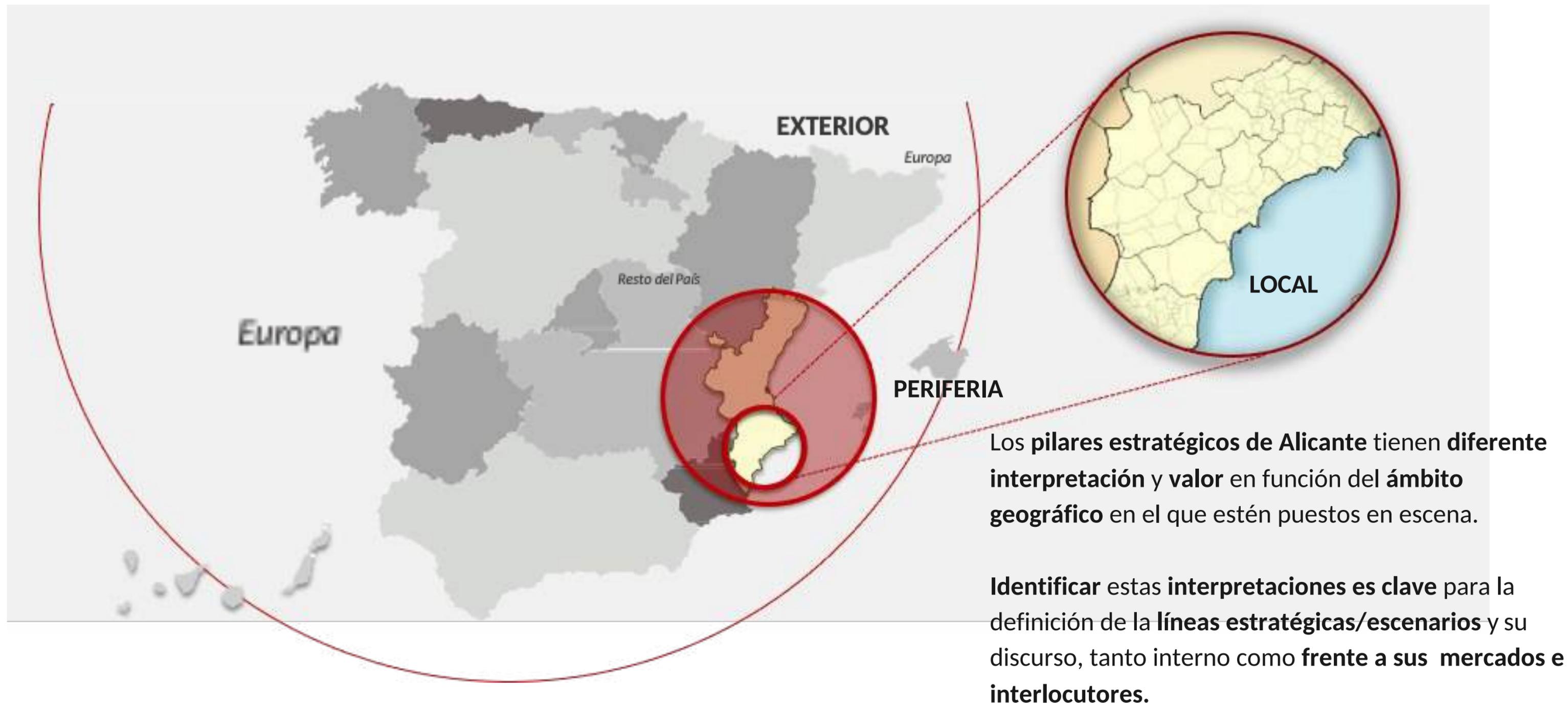
El objetivo de esta fase consiste en la identificación de un conjunto de líneas tractoras en las que situar **oportunidades de desarrollo económico en la provincia de Alicante**, mediante dinámicas de trabajo colaborativo con los Agentes del Ecosistema Emprendedor de la Comunitat Valenciana participantes.

En un escenario post-Covid, estas líneas sustentan el foco donde buscar oportunidades que ayuden a la recuperación de la actividad económica en los municipios de la provincia y que contribuyan a fomentar y potenciar el emprendimiento innovador, de alto valor añadido, como motor de competitividad.

## FASE 1.1

# MODELO Y PLAN DE TRABAJO

## *Alcances y mercados para la provincia de Alicante*



## FASE 1.1

# MODELO Y PLAN DE TRABAJO

## Sesiones de trabajo

Para el desarrollo de esta parte de la proyecto se han llevado a cabo diferentes actividades con los miembros del grupo ERET:

### BLOQUE 1

#### KICK OFF - PRIMER ESBOZO DEL TERRITORIO

##### WORKSHOP 1

Puesta en común inicial con los agentes del ecosistema aglutinantes del conocimiento del territorio y que participen en el ERET, para darles a conocer la iniciativa y el desarrollo de la misma

##### WORKSHOP 2

Identificación de las esencias que definen la provincia de Alicante

1. ¿Qué factores son clave en la sinergia y éxito del proyecto?
2. ¿Qué puedo aportar YO (mi organización) al proyecto?
3. Valores, activos y potenciadores de la provincia

RESULTADO 1: PILARES ESTRATÉGICOS

### BLOQUE 2

#### EJERCICIO DE IDENTIFICACIÓN DE LÍNEAS DE TRABAJO

##### WORKSHOP 3

- Identificación y fichas explicativas del concepto de los pilares seleccionados.
- Definición de un Statement, concepto que define la esencia del territorio sobre el que basar la búsqueda de oportunidades de desarrollo empresarial en colaboración con los agentes territoriales. Identificación de las tendencias Generales Post covid 19 y su impacto en la provincia
- Esbozo del territorio de oportunidades (cancha de juego sobre la cual generaremos las líneas de acción que den lugar a los potenciales elementos de un territorio de oportunidades).

##### WORKSHOP 4

- Presentación de la matriz de oportunidades identificada
- Contraste de líneas tractoras identificadas.
- Presentación de las oportunidades seleccionadas para su escenificación.

RESULTADO 2: LÍNEAS DE TRABAJO PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA Y SELECCIÓN DE OPORTUNIDADES A ESCENIFICAR

## FASE 1.2

# IDENTIFICACIÓN PILARES ESTRATÉGICOS DE ALICANTE

*Identificación de los elementos esenciales y diferenciadores que caracterizan a la provincia de Alicante*

Las sesiones de trabajo con los agentes integrantes del ERET y expertos externos, han permitido establecer el marco conceptual de las líneas de proyectos tractores de Alicante. Para ello se ha trabajado con metodologías que han permitido establecer las líneas a desarrollar para definir los factores clave a tener en cuenta a la hora de **fijar los elementos esenciales de la provincia según la visión y experiencia de los participantes.**

Este ejercicio favorece, además, la **colaboración y la creación de nuevos marcos de aprendizaje colaborativo**, entre los miembros de la agrupación constituida, necesarios para la puesta en marcha de proyectos compartidos que generen el mayor impacto social posible.



## FASE 1.2

# IDENTIFICACIÓN PILARES ESTRATÉGICOS DE ALICANTE

## *Identificación activos diferenciadores*

A partir de las sesiones de trabajo con el grupo ERET se han sintetizado los pilares estratégicos de la provincia de Alicante. Estos son los valores diferenciales, activos y potenciadores sobre los que construir un proyecto estratégico con futuro que permita:

1. Ser competitivos
2. Alinear y aunar esfuerzos del territorio
3. Activar sinergias de activos y recursos
4. Ser integradores y complementarios con el conjunto de la provincia
5. Dar sentido y enfoque a la aplicación e interpretación de tendencias tecnológicas, económicas y sociales en función de pilares, activos y recursos de la provincia de Alicante.

A continuación pasamos a definir cada uno de ellos.



## FASE 1.2

### IDENTIFICACIÓN PILARES ESTRATÉGICOS DE ALICANTE



## Sostenible

La provincia de Alicante es rica en entornos naturales que fueron, son y serán un activo, fuente de conocimiento, cultura, tecnología y economía.

Por ello es importante que como sociedad se asuma el compromiso de apostar por modelos de desarrollo sostenibles capaces de compatibilizar el crecimiento económico con la conservación del medio ambiente y el aumento de la calidad de vida y el bienestar social.



## FASE 1.2

### IDENTIFICACIÓN PILARES ESTRATÉGICOS DE ALICANTE



## Tres mundos

El **policentrismo de Alicante** conforma centralidades con el potencial de interrelación para el desarrollo de fuertes sinergias de crecimiento común y equilibrado de su vibrante comunidad local y visitante.

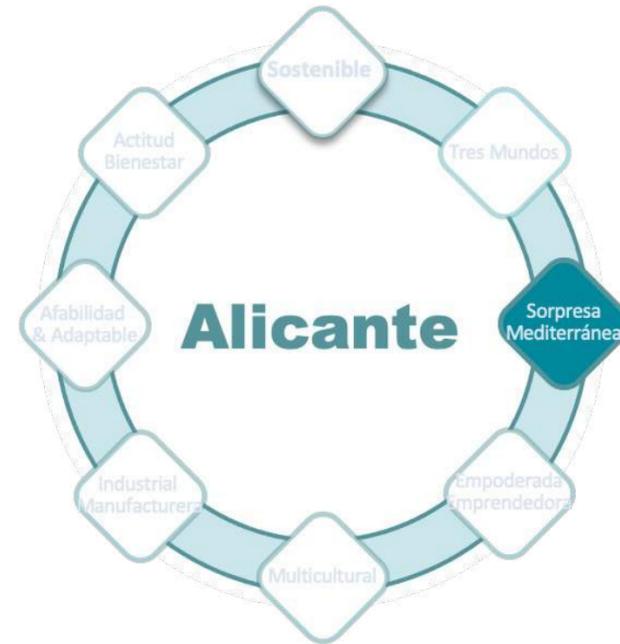
Su estructura ha evolucionado en ricos mundos o entornos: rural, urbano y de costa. Tres mundos diversos, en crecimiento y pensamiento, que han creado **modos de vida con gran gran potencial de desarrollo, crecimiento y progreso sostenible.**

Apropiarnos de esta característica particular nos impulsa, como provincia y colectivo, a **nuevos modelos de gestión sensibles y especializados** en la articulación de la interdependencia y complementariedad territorial, sobre nuevas formas de **redes inteligentes de convivencia, acción, movilidad y entretenimiento.**



## FASE 1.2

### IDENTIFICACIÓN PILARES ESTRATÉGICOS DE ALICANTE



## Sorpresa mediterránea

Para propios y extraños un efecto común de Alicante es su grandeza.

Una provincia que es **caja de sorpresas**, un regalo agradable y memorable para todos y todas las edades. Su **riqueza temática, cultural, histórica, gastronómica y paisajística** es tan inesperada y singular como cautivadora.

Sucedan hechos, espacios y tiempos, tan inimaginables como sorprendentes. Este activo único, diferencial e irrepetible, si es gestionado estratégicamente, tiene el potencial para el **surgimiento de oportunidades y atracción de recursos**, además es clave para la construcción de un muy necesitado sentido y proyecto de pertenencia, cooperación y convivencia.



## FASE 1.2

### IDENTIFICACIÓN PILARES ESTRATÉGICOS DE ALICANTE



## Empoderada/Emprendedora

Una historia empresarial que se remonta a siglos, que ha sido y es **referente mundial en diversos mercados** (agrícola, industrial y servicios), una forma de entender los grandes y pequeños negocios, empoderando y confiando en el talento, en las personas que buscan renovar y enriquecer su vocación, redefiniendo sus horizontes de futuro.

El **espíritu de iniciativa y entusiasmo** es una de las actitudes más reconocibles de la **sociedad alicantina**, base sobre la que **alinear esfuerzos y activos con las tendencias económicas, sociales y tecnológicas**, tanto locales como globales, para desarrollar un modelo de competitividad y complementariedad con su entorno local y global.



## FASE 1.2

### IDENTIFICACIÓN PILARES ESTRATÉGICOS DE ALICANTE



## Multicultural

Alicante destaca por su **diversidad cultural**, que ha ido y sigue atrayendo a personas durante los años, tejiendo una sociedad rica en matices, que construyen un sitio diferente y cosmopolita.

Más que un activo propio es una sensación inconfundible del visitante, resultado de la convivencia de muchos factores singulares: paisaje, clima, historia, actitud...

El mayor reto es **desarrollar este pilar sin perder su esencia durante el proceso**. Por ello es clave desarrollar tanto las **directrices fundamentales de la estrategia**, como los **límites necesarios para la sostenibilidad** de este valioso activo tan sensible, como intangible.



## FASE 1.2

### IDENTIFICACIÓN PILARES ESTRATÉGICOS DE ALICANTE



## Industrial manufacturera

La historia industrial de Alicante, que se remonta a siglos, conforma el ADN de los actuales sectores económicos alicantinos: calzado, mármol, agrícola, agroindustrial, vitivinícola... referentes mundiales en diversos mercados.

Con una visión retrospectiva y prospectiva enriquecemos su vocación, redefiniendo sus horizontes de futuro, desde el más importante de los activos, el conocimiento (Know How) del tejido industrial y económico de Alicante, preparándola y adaptándola para la competitividad en medio de la cuarta revolución industrial y social.



## FASE 1.2

### IDENTIFICACIÓN PILARES ESTRATÉGICOS DE ALICANTE



## Afabilidad & Adaptabilidad

Un gran activo poco **explorado, analizado y desarrollado es la afabilidad**. Traducida como la **rápida y confortable adaptación del visitante o turista** en las comunidades de España, donde Alicante es una de las más destacadas por la actitud de su gente y su entorno, que saben imprimir una sensación inconfundible, resultado del crisol histórico, multicultural, geográfico, climático...

Todo ello en un **momento en el que las regiones industriales del primer mundo adolecen, o van perdiendo este importante activo, que es tractor de talento, visitantes y de la calidad de vida.**



## FASE 1.2

### IDENTIFICACIÓN PILARES ESTRATÉGICOS DE ALICANTE



## Actitud bienestar

Más que calidad de vida, Alicante es **una vibrante actitud, 'por y para el Bienestar'**, tanto individual, como colectivo.

Por ser una actitud es un activo sólido, sobre el cual se pueden desarrollar **iniciativas públicas y privadas**.

Frente a la escasez y la saturación, la provincia de Alicante reúne multitud de **activos para generar alternativas de bienestar en múltiples sectores que atañen a la calidad de vida**.



# FASE 1.2

## IDENTIFICACIÓN PILARES ESTRATÉGICOS DE ALICANTE



## FASE 1.2

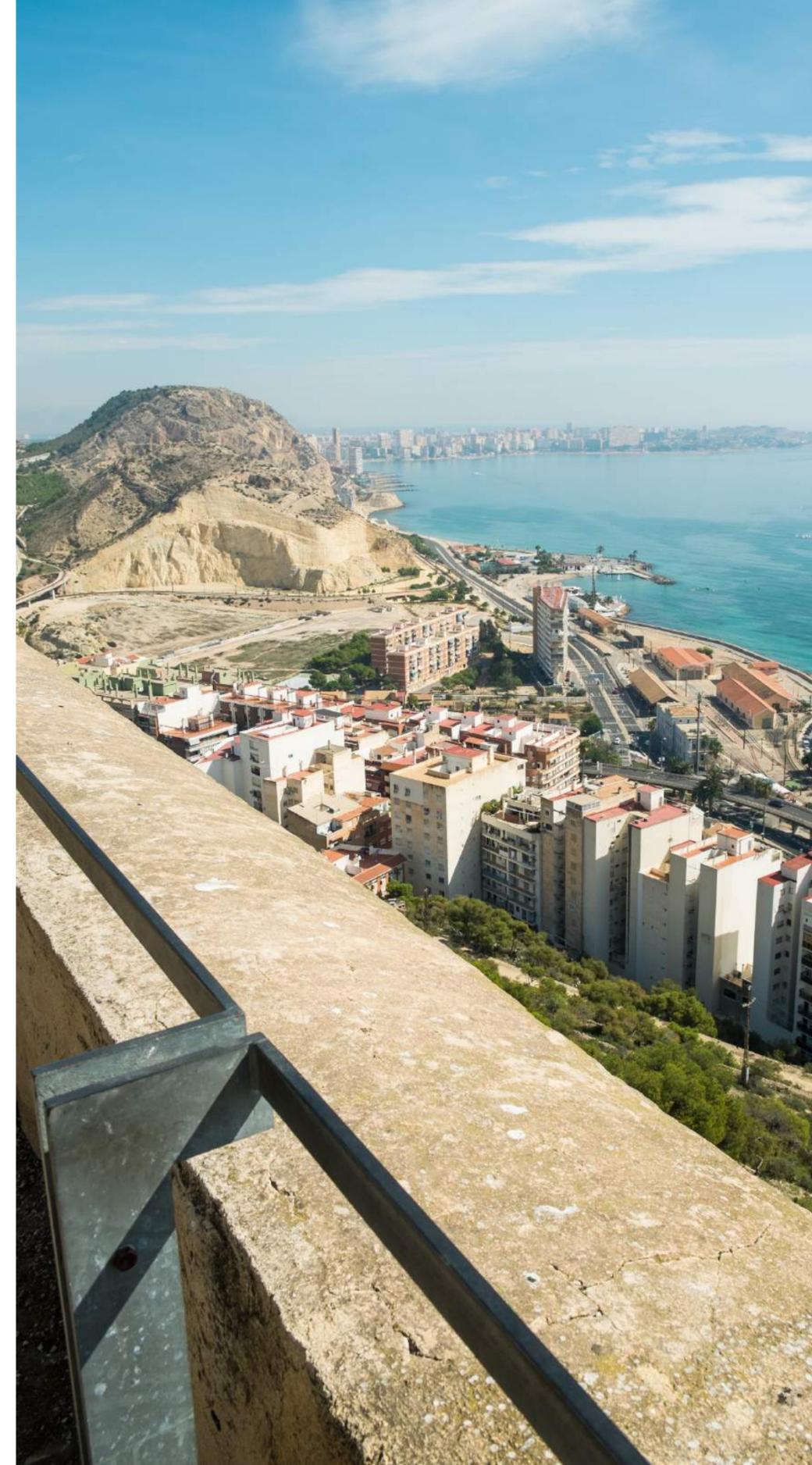
# STATEMENT

### *Esencia, visión y enfoque de actuación*

Una vez establecidos los pilares estratégicos, se ha trabajado en la definición del statement o esencia, un **concepto diferenciador del territorio**, que determina el enfoque de actuación y, por consiguiente, las fronteras del marco de trabajo y la identificación de aquellas áreas que están fuera del propósito.

El objetivo final reside en sintetizar las conclusiones extraídas de las herramientas de la fase anterior y **definir las líneas de actividad que conforman el paraguas de la matriz de oportunidad para orientar**, de forma coherente, el despliegue de los recursos y poder maximizar las posibilidades de éxito.

El potencial de cada uno de los ocho pilares estratégicos definidos genera la esencia de la provincia como un **lugar para desarrollar aquello que quieras ser** ya que une multiculturalidad, empoderamiento y los tres mundos.



# Alicante:

*Statement o esencia de sobre sus activos y pilares clave*

Multicultural

Empoderada  
Emprendedora

“The place to Be...”

Un sitio para ser lo que quieras

Tres Mundos

## FASE 1.2

# ANTIVALORES DE ALICANTE

## *Esencia, visión y enfoque de actuación*

Tan importantes como los pilares estratégicos son los limitantes y antivalores del territorio. Actitudes y modos que lastran el desarrollo de la provincia de Alicante. La identificación de estos es necesaria para desarrollar los medios necesarios para neutralizar o minimizar los factores de arraigo colectivo que bloquean tanto a los equipos de trabajo como a la comunidad en general.

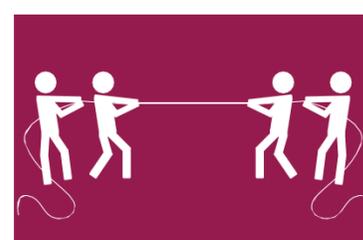
Las sesiones de trabajo realizadas con los miembros del grupo ERET, así como la labor de reflexión posterior del equipo de trabajo, han destacado que los principales antivalores de la provincia son:



**Inconsciencia de Alicante (baja pertenencia)**



**Individualismo (baja sinergia)**



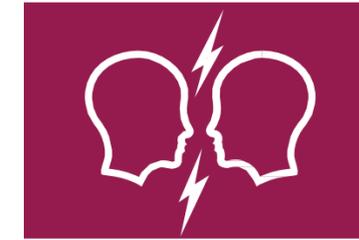
**Competitividad (no constructiva)**



**Cultura de inicio (no consolidar iniciativas de emprendimiento)**



**Comparación continua (con otros territorios)**



**Polemizar (poco colaborativos)**



**Al día (no estrategia, sin método)**

## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

## *Interpretar las confluencias de los movimientos del entorno*

Establecido el marco de valores estratégico de Alicante, la esencia y el potencial de la provincia, se ha llevado a cabo un análisis interno para identificar las tendencias post covid que han surgido y que serán fundamentales para determinar las oportunidades reales del territorio.

Las tendencias identificadas han sido las siguientes:

- 1 Autosuficiencia colectiva
- 2 Regreso al corporativismo
- 3 Logística al control de la operación

- 4 Sostenibilidad inclusiva
- 5 Privacidad reconsiderada
- 6 Globalidad y última milla
- 7 Lujo sensible

## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

- 1 Autosuficiencia colectiva.  
Un nuevo concepto de la autosuficiencia

*¿Ha muerto la globalidad?*

*Globalidad y autosuficiencia, ¿pueden convivir?*

*¿La autosuficiencia va a generar nuevos actores en mi cadena de valor?*



## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

1

### Autosuficiencia colectiva.

#### Un nuevo concepto de la autosuficiencia

- **Autosuficiencia en red.** Limitando la dependencia de terceros (países y negocios)
- **Valor marca propia y la DO.** Valorando el producto y la producción local.
- **Nuevas Oportunidades basadas en el conocimiento.** Eliminando fronteras
- **Nuevos formatos productivos.** Redefiniendo stocks y cadenas de producción.



## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

- 2 El regreso al corporativismo.  
La reconsideración del colectivo

***De la autocomplacencia del colectivo: del  
“me” al “together”***

***Un nuevo sentido de pertenencia: nuevas  
plataformas de fidelización***

## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

### 2 El regreso al corporativismo. La reconsideración del colectivo

- **Un nuevo sentido de pertenencia.** Necesidad de garantía de proceso/producto controlado
- **Redimensionamiento de las actividades económicas.** Nuevas escalas: fusiones, asociaciones, agrupaciones...
- **Aumento de los valores tangibles.** Lo “industrial” vuelve a cotizar al alza
- **La trazabilidad como garantía global.** Nuevos valores para las marcas

## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

3

Actores logísticos.

Los verdaderos dueños de la operación

*“Si no llego, no estoy;  
si no estoy, no existo”*



## FASE 1.3

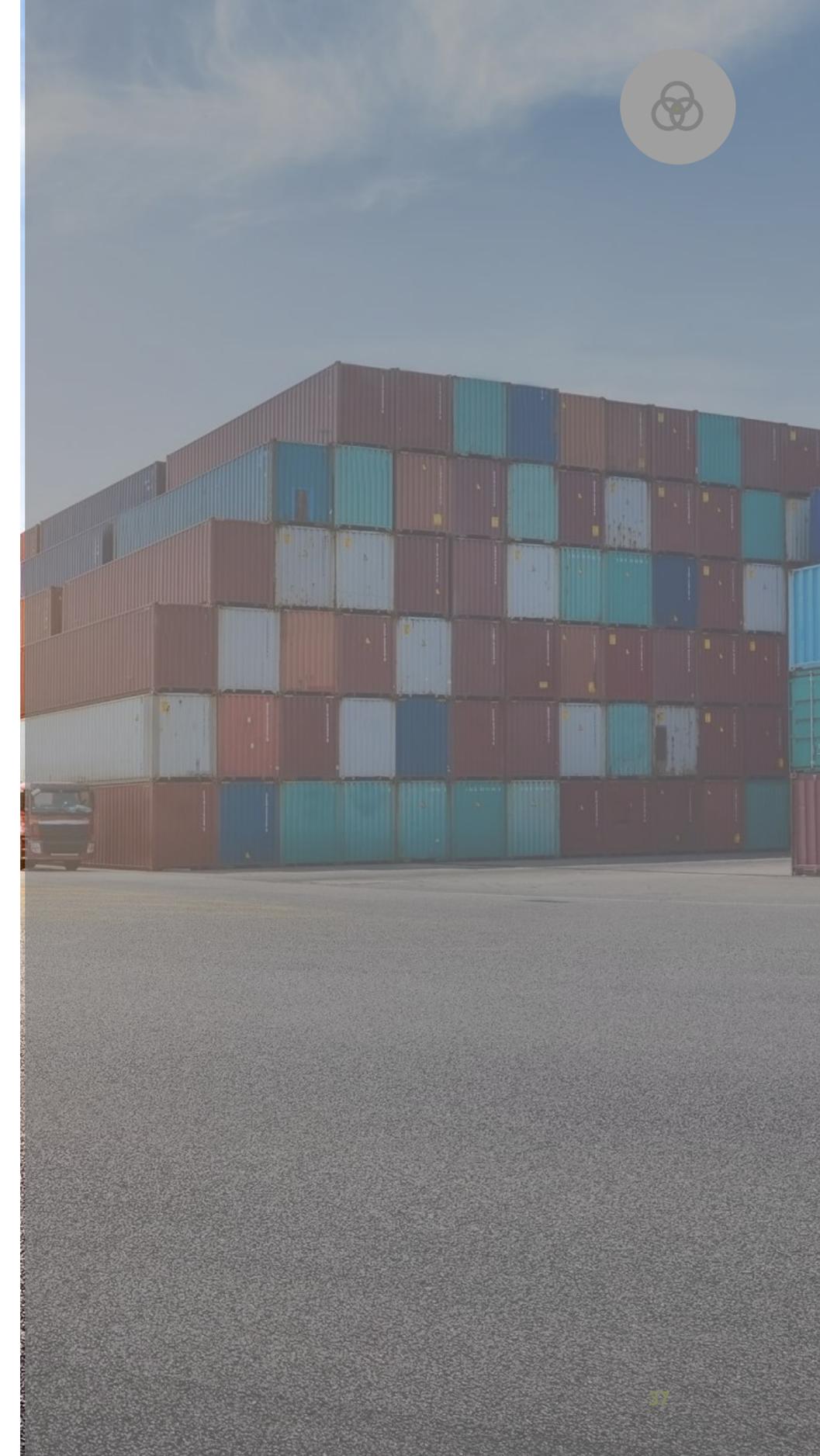
# TENDENCIAS POST COVID 19

3

### Actores logísticos.

#### Los verdaderos dueños de la operación

- **La logística como filosofía.** Reconsideración de las redes propias o controladas.
- **No foco en coste (medio) sino como valor (fin).** La logística, clave del éxito.
- **La red logística como un todo.** La logística como oportunidad global.
- **El valor emergente de la última milla.** Construyendo la máxima capilaridad.



## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

4

**Sostenibilidad inclusiva.**

**El camino hacia la seguridad integral**

***El mundo es un gran “vaso comunicante” :  
no podemos blindarnos***

***El eslabón más débil dimensiona toda la red***

***Sólo es seguro aquello que es sostenible:  
un nuevo concepto de sostenibilidad***



## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

### 4 Sostenibilidad inclusiva. El camino hacia la seguridad integral

- **Nuevos valores para la sostenibilidad.** lo sostenible es seguro y los seguro, sostenible
- **Sostenibilidad no solo como una cuestión individual.**  
Capilaridad de las políticas sostenibles
- **Transformación productiva y pedagogía al consumidor.** Lo industrial como garantía de nuevos procesos “transparentes”
- **Naturalizando la economía circular.** De ser un complemento a ser trocal



## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

### 5 Reconsiderar la privacidad

¿“Privado” es un concepto obsoleto?

¿Es lo privado un lujo que podemos mantener?

¿Qué precio estamos dispuestos a pagar por *nuestra privacidad*?



## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

### 5 Reconsiderar la privacidad

- **Generación de nuevos conocimientos.** No hay vuelta atrás, los datos dan seguridad y control.
- **Facilidad de generar pertenencia.** Disparador de todo lo nuevo que podemos hacer, no solo lo mas eficiente.
- **Lo que se puede medir como garantía.** Protagonismo de nuevos valores colectivos y medibles.
- **Nuevas relaciones marca/DO – Cliente/Usuario.** Connivencia marca-usuario.



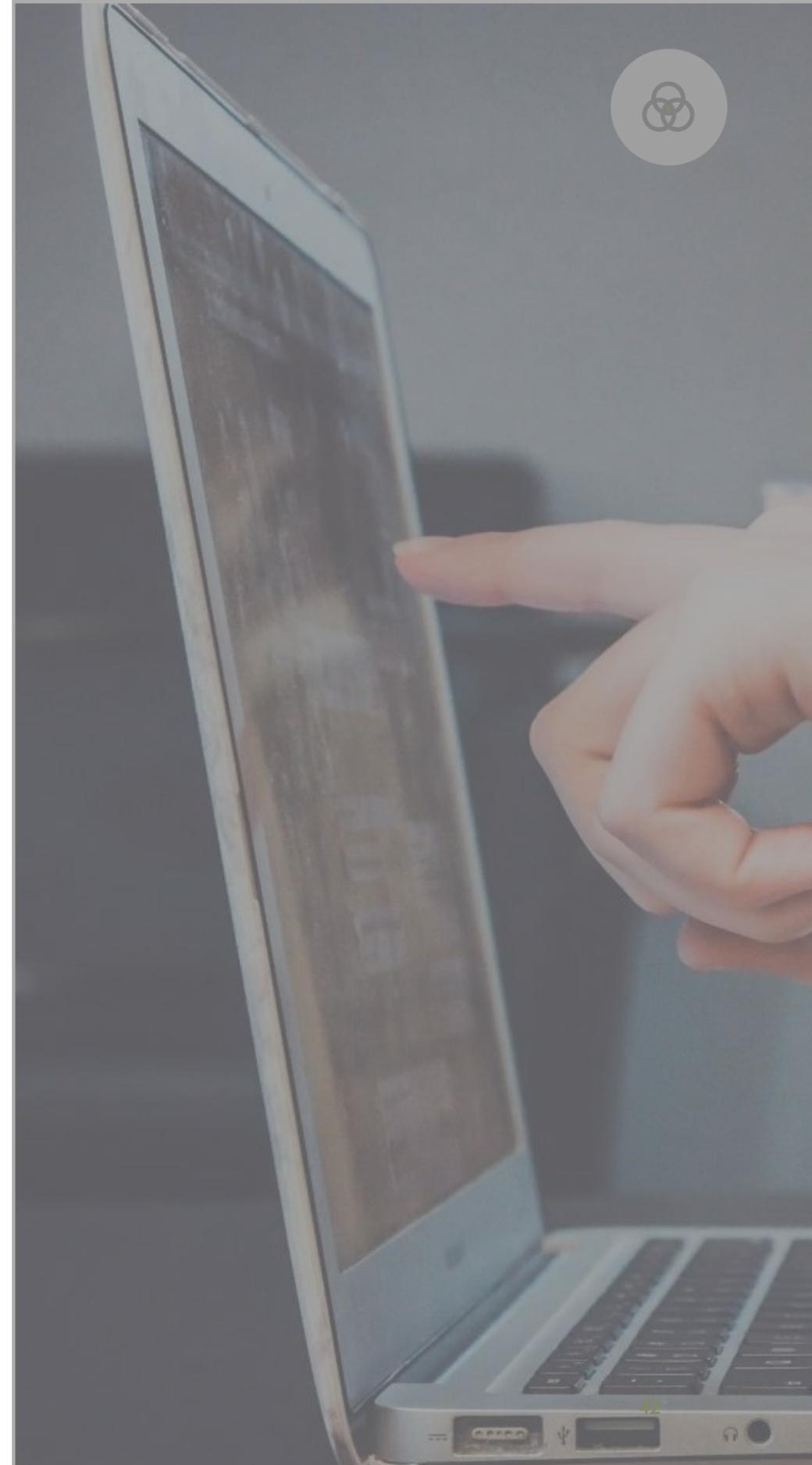
## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

### 6 Reconsiderar de las distancias

**La omnidistancia: un nuevo concepto de la *relación espacio/tiempo***

**Una nueva dimensión de la eficiencia, el *trabajo y la rentabilidad***

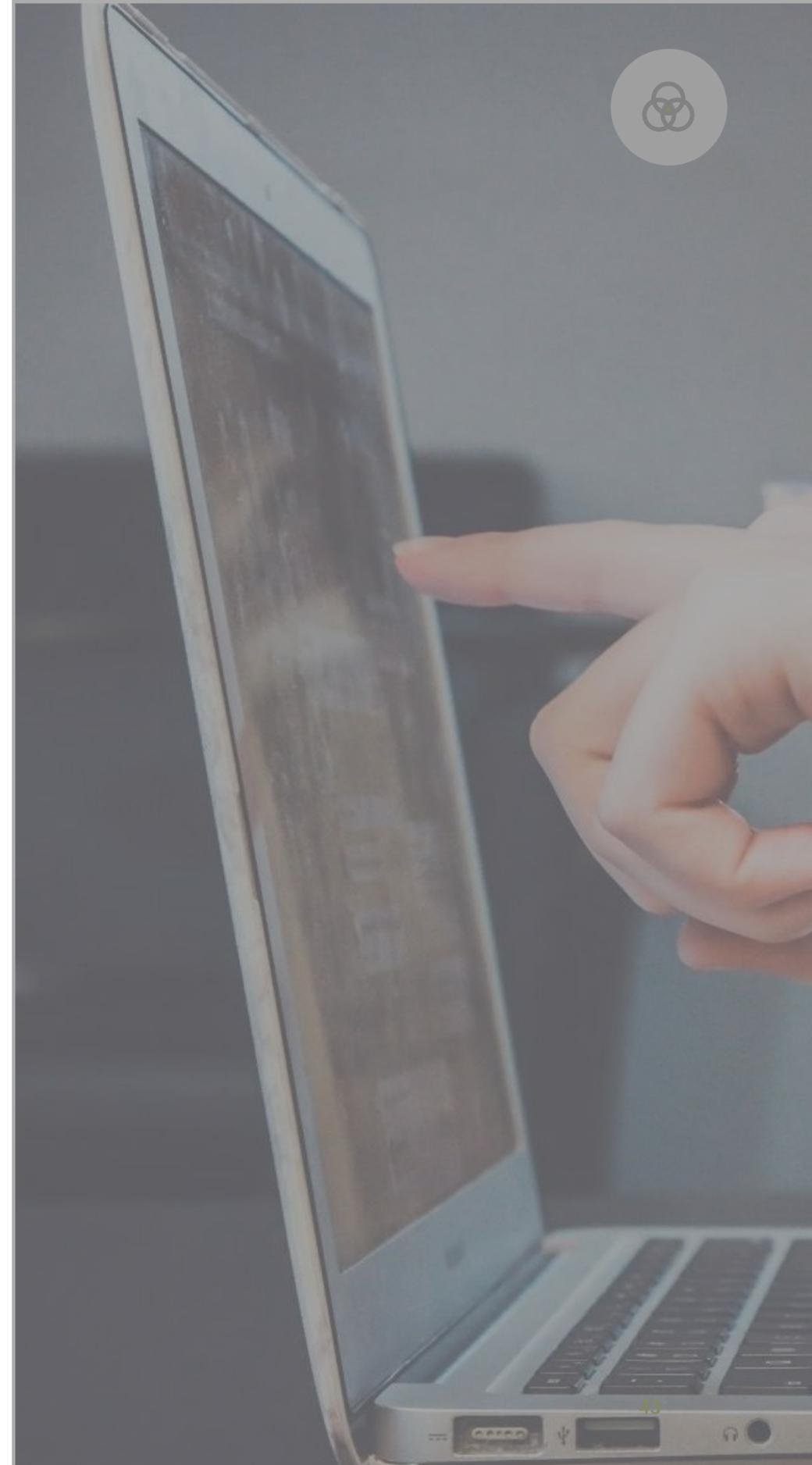


## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

### 6 Reconsiderar de las distancias

- **Productos customizados.** Adaptados a mercado, canal y momento de compra.
- **Nuevos modelos de negocio basados en el control de los procesos.** El conocimiento es el activo que mejor “viaja”.
- **Equiparación de experiencia física y experiencia digital.** Superando barreras y maximizando nuevas formas de entrega/contacto.
- **El valor, más allá del producto físico.** Redefiniendo la experiencia de compra y creando nuevos eventos de consumo.



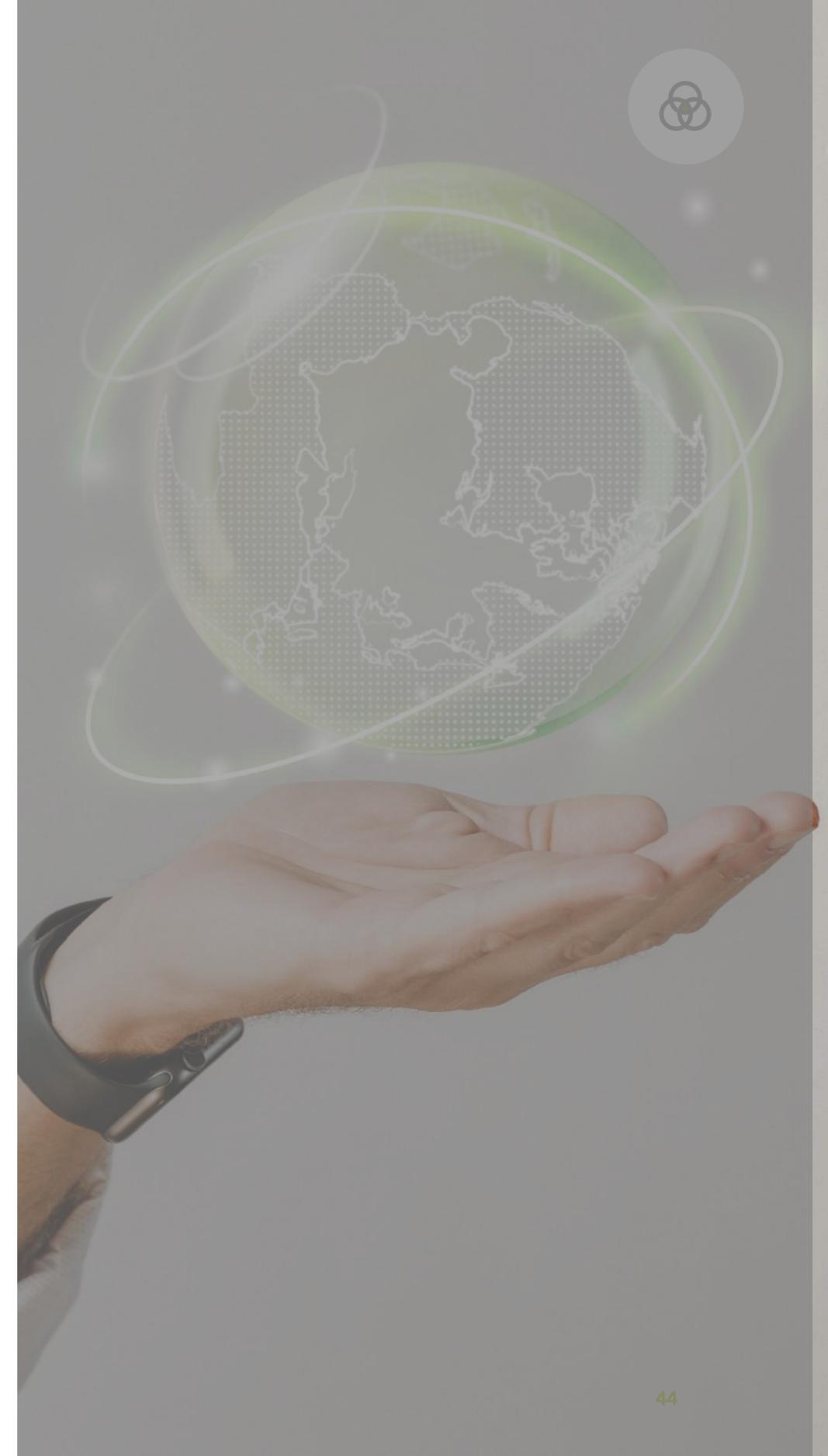
## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

### 7 Lujo sensible

*El Lujo se distancia de las posiciones insensibles al deterioro del planeta*

*La capacidad de obtenerlo todo, potencia la de restaurarlo todo*

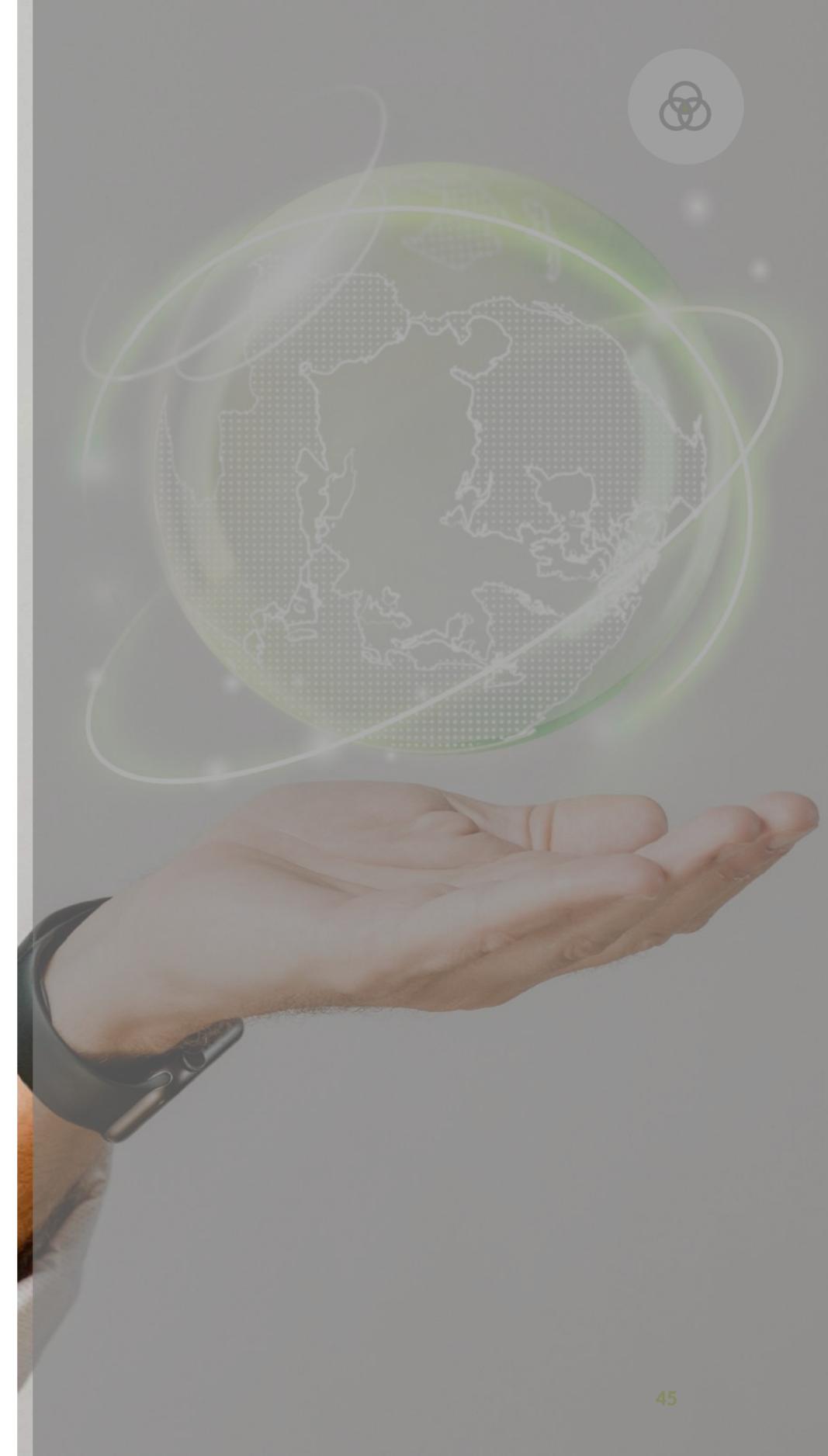


## FASE 1.3

# TENDENCIAS POST COVID 19

### 7 Lujo sensible

- **La RSC como factor diferencial.** El core mas importante de una institución es su capacidad de restauración ambiental, social y económica (Real Intelligence).
- **Individualidad colectiva.** La Experiencia de Usuario, una conciencia ecosistémica.
- **En el mundo del Lujo, el conocimiento migra hacia las propiedades de sostenibilidad y altruismo de compra.** De la compañías e instituciones Green Washing a las compañías Green Core, de Economía Circular.
- **La productivizacion de la sostenibilidad.** Green, Vegan, etc como claves de un nuevo modelo de desarrollo comercial e industrial.



## FASE 1.4

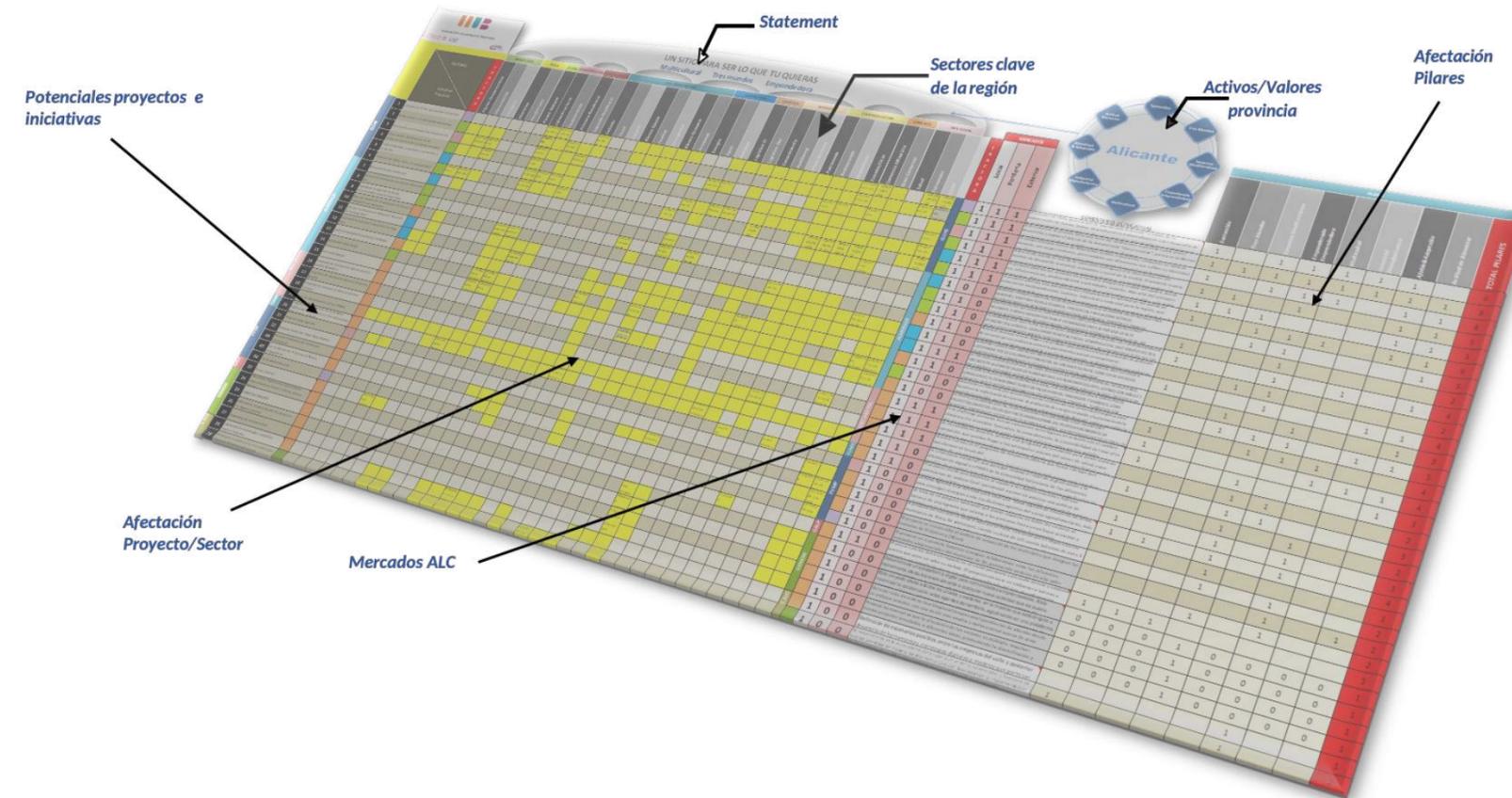
# MATRIZ DE INTEGRACIÓN E IDENTIFICACIÓN LÍNEAS TRACTORAS

El siguiente paso del proyecto ha consistido en establecer el territorio de oportunidades de la provincia a través de la identificación de líneas de proyectos tractores.

Para ello se ha contado con el apoyo del grupo ERET que han sido quienes han presentado proyectos o iniciativas a desarrollar en sus territorios.

A partir de ahí, y a través de la herramienta 'matriz de integración', se han clusterizado los proyectos/iniciativas, según el **impacto/influencia en la matriz de sectores clave de ALC/Potenciales Proyectos/Valores de ALC**. partir de ahí, se han detectado un **determinado número de principales líneas tractoras** con un importante **potencial de desarrollo y crecimiento en el territorio**, sobre los activos y necesidades del mismo.

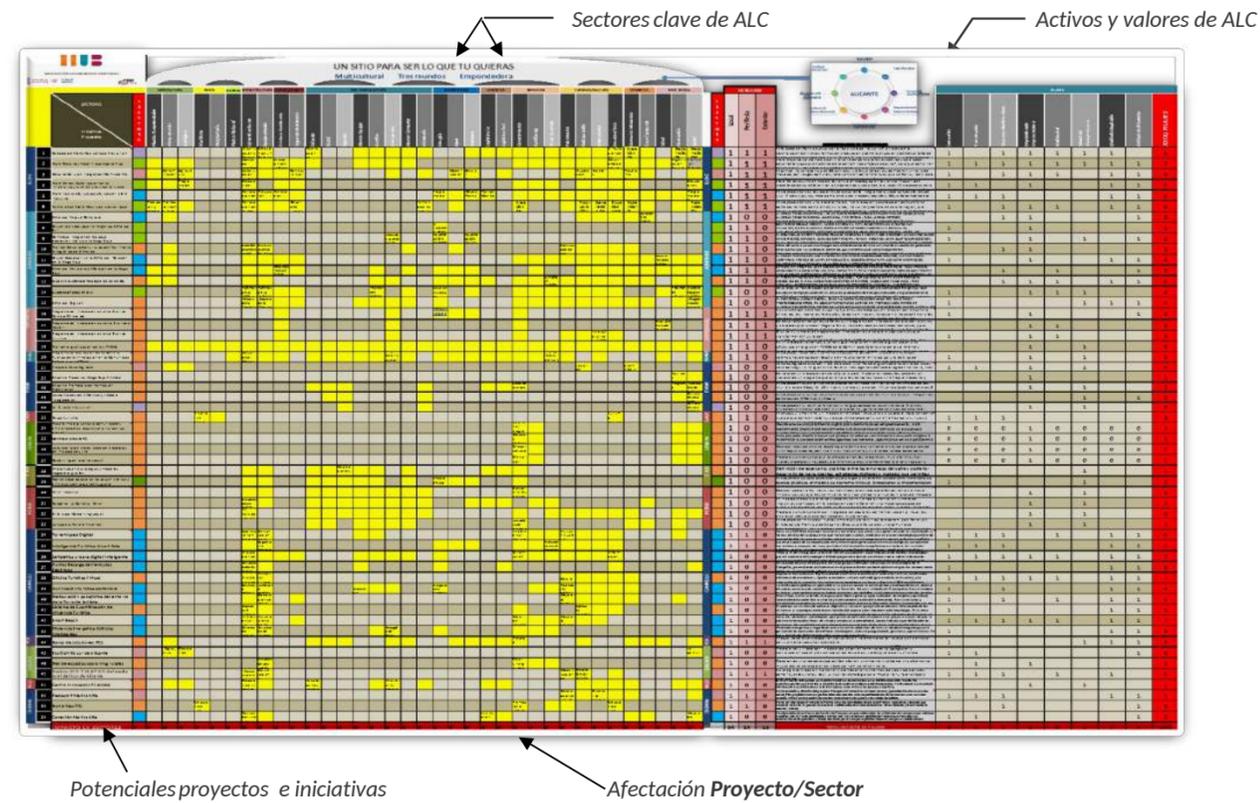
Posteriormente, los debates y enriquecimiento del ERET, han definido los resultados de las líneas tractoras preliminares (LT).



# FASE 1.4

## MATRIZ DE INTEGRACIÓN E IDENTIFICACIÓN LÍNEAS TRACTORAS

Consolidación y selección de líneas tractoras



### LÍNEAS TRACTORAS (LT) PREELIMINARES

**A** ALICANTE HABITABLE, EXCELENCIA URBANA

**B** ALICANTE VERDE, REVOLUCIÓN ECOLÓGICA

**C** ALICANTE CREATIVA, MODERNIDAD ECONÓMICA

**D** ALICANTE MANUFACTURA, CAPITALIDAD INDUSTRIAL

**E** CAMP D'ALACANT, VANGUARDIA RURAL



# LT A. Alicante Habitable, Excelencia Urbana

# FASE 1.4. Líneas tractoras

## LT1. Alicante Habitable

### Excelencia Urbana

TERRITORIO	APORTACIÓN	PROYECTO	TRACTORA	MERCADOS				PILARES							AGRICULTURA			PESCA		EXTRA C	INFRAESTRUCTURAS		VIVIENDA/HABITAT		IND. MANUFACTURA						SUMINISTROS			LOGÍSTICA		SERVICIOS			TURISMO/CULTURA				COMERCIO		INFR. SOCIAL			TOTAL SECTORES
				Local	Periferia	Exterior	TOTAL MERCADOS	Sostenible	Tres Mundos	Sorpresa Mediterránea	Emponderada/Emprendedora	Multicultural	Industrial/Manufacturera	Afable&Adaptable	Actitud de Bienestar	TOTAL PILARES	Planta Ornamentales	Alimentación	Ecológica	Marítima	Piscifactoría	Piedra Natural	Infraestructuras	Equipamiento	Primera Residencia	Segunda Residencia	Calzado	Téxtil	Juguete	Bienes Equipo	Auxiliar	Emergentes	Bienes Consumo	Artesanía	Energía	Agua	Residuos	Logística In	Logística Out	Conocimiento	Auxiliares	Otros Servicios	Patrimonio	Restauración	Alojamiento	Eventos/Ocio	Comercio Minorista	
		1	Alicante Habitable, Excelencia Urbana	14	6	2	22	12	6	9	5	6	0	11	13	62	2	4	0	0	0	0	20	19	5	4	0	0	0	0	10	4	5	5	2	11	8	10	11	11	11	12	8	8	2	5	7	202
ELCHE	P5	1.1	Elche habitable, saludable, sostenible e inclusivo	1	1	1	3	1	1	1			1	1	5								2	2	2	1					2	1	2	2		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	27	
ALMORADÍ	P7	1.2	Almoradí Parque Comercial	1	0	0	1	1			1				2		1																						1	1	1	1	2				7	
ALMORADÍ	P11	1.3	Clúster Sociosanitario Almoradí "Corazón de la Vega Baja"	1	1	0	2	1			1			1	1	4		1																						1	1	1	1	2				7
ALMORADÍ	P12	1.4	Almoradí Residencial Corazón de la Vega Baja	1	1	1	3			1		1		1	3	1	1					1	1	2				1		1	1	1						1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	
ALMORADÍ	P13	1.5	Clúster Almoradí Ciudad de Eventos	1	1	0	2			1	1	1		1	1	5	1	1				1	1					1	1	1	1	1				1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
CAMPELLO	P34	1.6	Torre Museo Digital	1	1	0	2	1	1	1		1	1	1	6								2	2			1	1									2	1	1	2	1	1	1		1		16	
CAMPELLO	P35	1.7	Inteligencia Turística: Smart Data	1	1	0	2	1	1	1				1	1	5							1	2					1	1	1						1		2	1	1	1	1				13	
CAMPELLO	P36	1.8	Señalética urbana digital inteligente	1	0	0	1	1	1	1	1			1	1	7							2	1	1	1		1	1	1	1					2	1	1		1	1	2					18	
CAMPELLO	P37	1.9	Puntos de recarga para vehículos eléctricos	1	0	0	1	1						1	1	3							2	1			1				1				1							1				1	8	
CAMPELLO	P39	1.10	Iluminación turística sostenible	1	0	0	1	1		1				1	1	4							2	2			2	1	1		2					1	1	1	2	1	1	1	1	1				19
CAMPELLO	P40	1.11	Restauración paisajística del entorno de la Torre de la Illeta	1	0	0	1	1		1		1	1	1	5							1	2		1														2	1	1	1	1	1		1		11
CAMPELLO	P42	1.12	Smart Beach	1	0	0	1	1	1	1	1			1	1	7							2	2		1									2	1	1	2	1	1							13	
CAMPELLO	P43	1.13	IoT&BMS para la eficiencia energética edf públicos	1	0	0	1	1						1	1	3							2	2			1	2		1						1	1	1									11	
CREAMA	P54	1.14	Conexión Marina Alta	1	0	0	1	1	1					1	3								2	1										2	1									1	1		2	10

## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT A. Alicante Habitable

## *Excelencia Urbana*

Alicante es una provincia con uno de los mayores crecimientos sostenibles del mediterráneo, moderna y accesible; una provincia con muchos activos singulares de carácter ambiental, territorial, cultural, económico y social que la convierten **en un lugar ideal para vivir y trabajar.**

La provincia se propone el desarrollo integral de sus municipios en términos **de sostenibilidad y salud**, avanzando hacia el concepto de **cidades habitables, accesibles, amables e inclusivas**, a través de la renovación urbana, la construcción sostenible y la arquitectura bioclimática, todo ello enfocado a la mejora de la **calidad de vida ciudadana.**

Alicante Habitable es un proyecto de “**excelencia urbana**” en términos de la existencia y disponibilidad de infraestructuras, equipamientos y servicios locales, públicos y privados, de calidad que crean unas condiciones adecuadas para vivir y trabajar en la ciudad, a través de **actuaciones estratégicas**, propuestas por las diferentes entidades y municipios participantes en el proyecto, como las que se establecen a continuación.



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT A. Alicante Habitable

## Excelencia Urbana

### Actuaciones relacionadas:

#### CREAMA

1. Conexión Marina Alta: Optimización del sistema de movilidad entre los municipios de la comarca.

#### ELCHE

2. Plan Centro (estudio itinerarios tráfico, dotación aparcamientos, rehabilitación edificios históricos, peatonalización de calles comerciales, regulación actividades económicas, etc.
3. Renovación Urbana Barrio San Antón y Palmerales y Carrús
4. Revisión del Plan General Estructural de Elche
5. Renovación de Espacios Públicos Urbanos
6. Programa Vivienda Accesible 2021-2023
7. Programa de mejora de la eficiencia energética de instalaciones, alumbrado público y edificios municipales (EDUSI ELX)
8. Plan Municipal de Rehabilitación Energética Edificatoria
9. Creación Parque Público de Viviendas en Alquiler
10. Desarrollo del Concepto Estratégico VIVIENDO Y TRABAJANDO en ELCHE (ELCHE LIVING & WORKING)
11. Desarrollo del Proyecto Estratégico VIDA RURAL (COUNTRY & LIVING)
12. Reordenación de las actividades económicas de comercio, hostelería y en general de otros servicios abiertos al público.
13. Potenciación de la programación cultural/ocio en la zona centro.

51



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT A. Alicante Habitable

## Excelencia Urbana

### Actuaciones relacionadas:

#### ALMORADÍ

14. Almoradí Parque Comercial
15. Centro Residencial de diversidad funcional
16. Centro de Atención diurna para personas con daño cerebral
17. Almoradí Residencial Corazón de la Vega Baja

#### CAMPELLO

18. Torre Museo Digital: sensorización para edificio inteligente, con uso de tecnologías inmersivas como realidad aumentada e híbrida.
19. Visitas virtuales y realidad aumentada en cascos históricos y edificios emblemáticos
20. Inteligencia turística: Smart Data para la mejora de los servicios turísticos
21. Señalética urbana digital inteligente para la oferta turística y comercial
22. Puntos de recarga vehículos eléctricos para una movilidad sostenible
23. Iluminación turística sostenible, inteligente, saludable, confortable y emocional.
24. Restauración paisajística del entorno de la Torre de la Illeta
25. Smart Beach: sistema de big data para la gestión de playas.
26. Integración de sistemas IoT con sistema BMS para la gestión eficiente de la energía en edificios públicos.



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT A . Alicante Habitable

## Excelencia Urbana

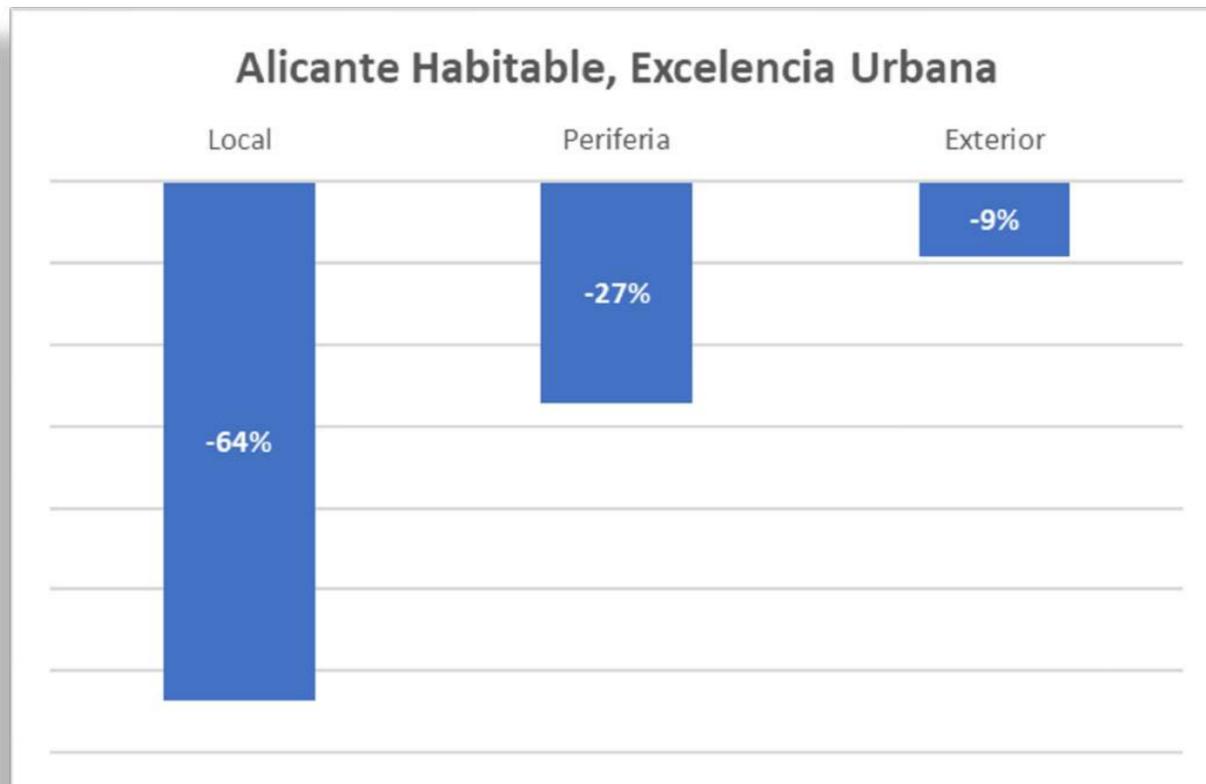
### Actores:

Gobierno de España, Generalitat Valenciana, Ayuntamientos, Consejos Económicos y Sociales, Asociaciones y Entidades Sociales públicas y privadas, empresas y ciudadanía.

### Relación con Líneas Tractoras:

LTA con: • LTB • LTC

### Impacto sobre mercados:

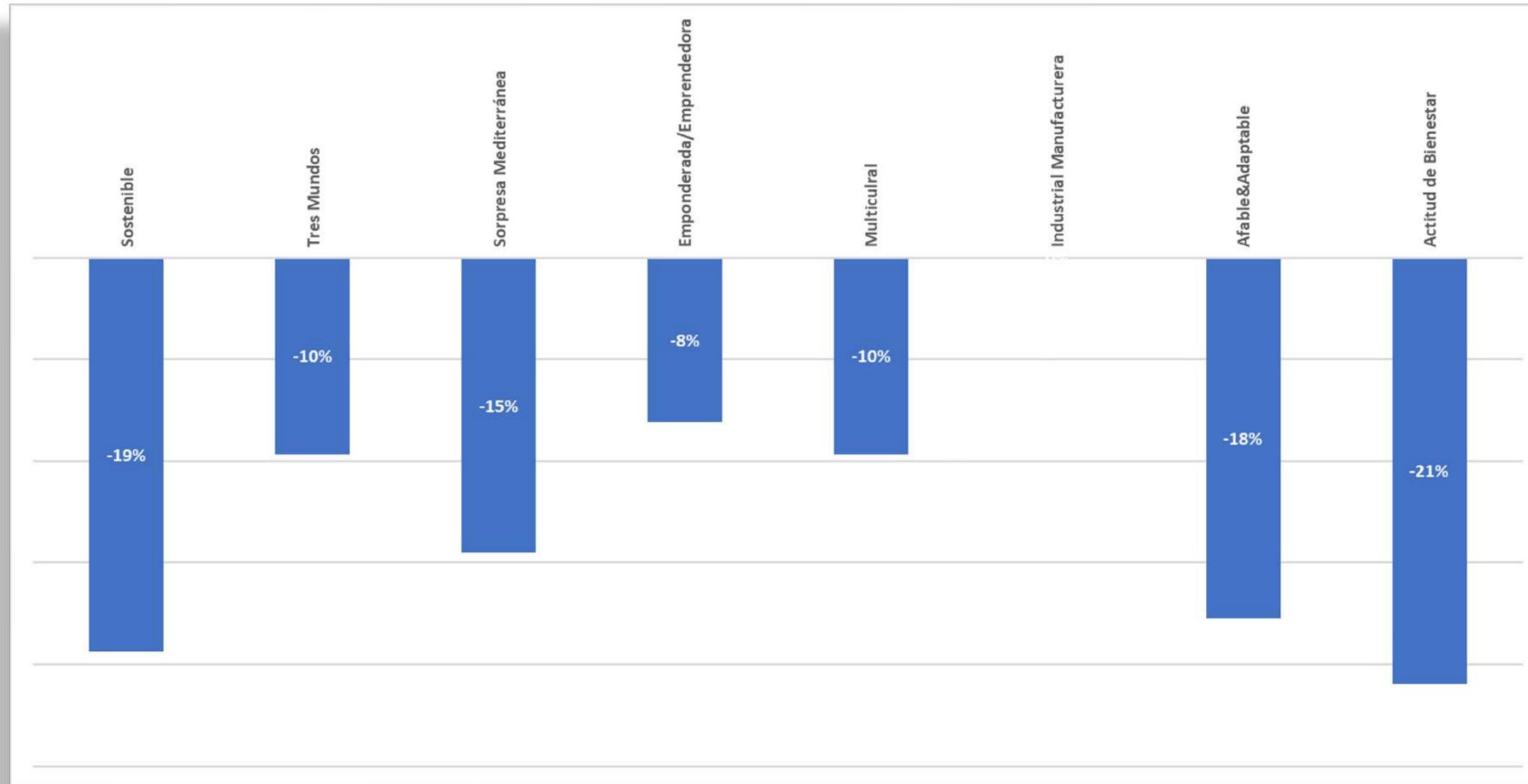


## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT A. Alicante Habitable

## Excelencia Urbana

Afectación a Pilares:

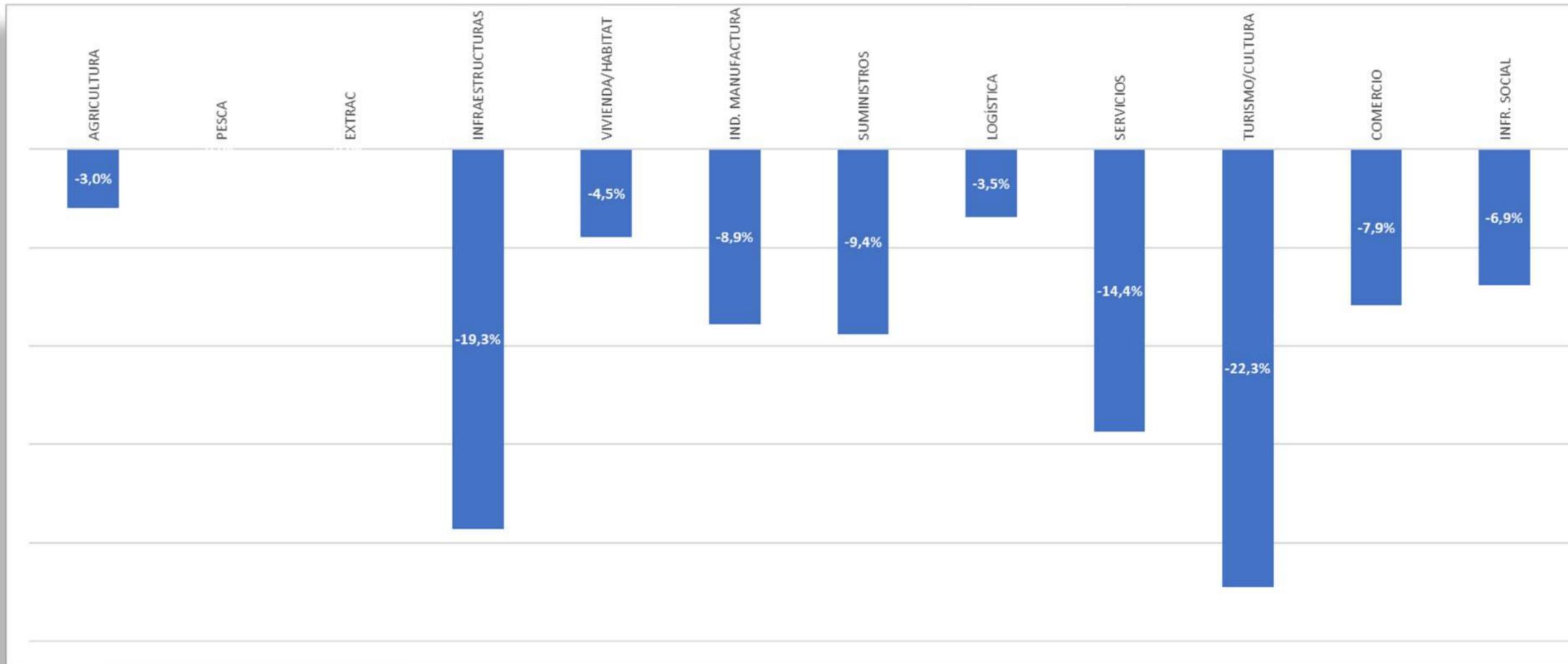


## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT A . Alicante Habitable

## Excelencia Urbana

Afectación a Sectores:



# LTB. Alicante Verde, Revolución Ecológica



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT B. Alicante verde

## Revolución Ecológica

TERRITORIO	APORTACIÓN	PROYECTO	TRACTORA	MERCADOS				PILARES							AGRICULTURA			PESCA		EXTRAC	INFRAESTRUCTURAS		VIVIENDA/HABITAT		IND. MANUFACTURA							SUMINISTROS			LOGÍSTICA		SERVICIOS			TURISMO/CULTURA			COMERCIO		INFR. SOCIAL			TOTAL SECTORES				
				Local	Periferia	Exterior	TOTAL MERCADOS	Sostenible	Tres Mundos	Sorpresa Mediterránea	Emponderada/Emprendedora	Multicultural	Industrial Manufacturera	Afable&Adaptable	Actitud de Bienestar	TOTAL PILARES	Planta Ornamentales	Alimentación	Ecológica	Marítima	Piscifactoría	Piedra Natural	Infraestructuras	Equipamiento	Primera Residencia	Segunda Residencia	Calzado	Téxtil	Juguete	Bienes Equipo	Auxiliar	Emergentes	Bienes Consumo	Artesanía	Energía	Agua	Residuos	Logística In	Logística Out	Conocimiento	Auxiliares	Otros Servicios	Patrimonio	Restauración	Alojamiento	Eventos/Ocio	Comercio Minorista		Gran Comercio	Salud	Formación	Social
		2	Alicante Verde, Revolución Ecológica	5	3	1	9	5	1	0	4	1	3	1	2	17	1	1	2	0	0	0	3	3	2	2	1	1	1	1	3	2	2	0	5	1	2	0	0	3	2	2	1	2	2	2	1	0	1	2	4	55
ELCHE	P4	2.1	Elche Verde. Valorización de la infraestructura verde y la biodiversidad	1	1	1	3	1	1		1	1	1	5	1	1	2				2		1	1																							2	17				
ALMORADÍ	P8	2.2	Clúster de producción energética Almoradí Sur	1	1	0	2	1			1			2																																		1	1			
ALMORADÍ	P9	2.3	Complejo integral de reciclaje ecosostenible para la Vega Baja	1	1	0	2	1			1		1	4															2				2																4	4		
ALMORADÍ	P14	2.4	Almoradí Sostenible	1	0	0	1	1			1	1	1	4							2	2	1	1					2			2														1	2	2	20			
CLT JUGUETE	P29	2.5	Marketplace colaborativo sostenible para empresas del sector del juguete	1	0		1	1				1		2							1	1			1	1	1	1	1		1		2	1	1														13			

Proyectos evaluados

## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT B. Alicante verde

## *Revolución Ecológica*

Alicante Verde asume **el reto de la transición ecológica** en la transformación de nuestro modelo de desarrollo territorial, económico y social. Existen multitud de proyectos orientados a conseguir la transición hacia la neutralidad climática, sostenibilidad ambiental, valorización de la infraestructura verde y la biodiversidad local, así como la transformación energética, gestión eficiente y eficaz de los recursos hídricos y residuos, y la promoción de la movilidad sostenible e inteligente.

Los espacios de alto valor ecológico y ambiental que posee la provincia de Alicante son un activo singular que dota de una personalidad única a nuestra provincia por sus valores ambientales, paisajísticos culturales, turísticos y agrícolas, **un recurso local excepcional con identidad propia** que crea una imagen característica diferenciadora de la provincia a nivel nacional e internacional.

Las acciones que persigan la **mejora de la gestión del agua es de especial interés para la provincia**, tanto para recuperar su función ecológica como su papel en el desarrollo económico de todos los sectores productivos y que abarca aspecto como: su ordenamiento para el uso público, mejorando la calidad del agua, fomentando la biodiversidad del ecosistema fluvial, recuperando huertos de valor ecológico y suelos agrícolas, estableciendo depósitos y humedales que permitan almacenar agua para riego; y renovando espacios para la actividad económica creativa y sostenible, así como de expresión cultural y de ocio para la ciudadanía.

Alicante Verde pretende ser una “revolución ecológica” que permita generalizar los valores de la sostenibilidad ambiental, social y económica entre la ciudadanía, en su vida cotidiana y en sus respectivos ámbitos de actuación personal, a través de **actuaciones estratégicas** como:



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT B. Alicante verde

## Revolución Ecológica

### Actuaciones relacionadas:

### ELCHE

27. Plan de Acción Ambiental de Elche
28. Formalización de la Carta Verde Ciudadana NaturElx
29. Regeneración Integral del Río Vinalopó
30. Creación Red de Conexiones y Corredores Ecológicos
31. Programa de Reforestación y Revegetación
32. Prestación nuevo Servicio de Limpieza viaria y recogida, transporte y entrega de residuos en el término municipal ilicitano
33. Mejora Planta de Tratamiento de Residuos Urbanos y de Clasificación de Envases de Elche
34. Programa de Concienciación Ciudadana sobre buenas prácticas en materia de consumo de agua y de gestión de residuos
35. Plan de Acción Integral contra la Contaminación Atmosférica, Acústica, Lumínica y Visual
36. Rehabilitación y Recuperación de Suelos Urbanos
37. Plan Municipal de Rehabilitación Energética Edificatoria
38. Actualización del Plan de Acción para el Clima y la Energía Sostenible (PACES)
39. Constitución de la Asamblea Ciudadana del Cambio Climático
40. Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Elche (PMUS ELX)
41. Plan Municipal de Infraestructuras Estratégicas para la Competitividad y la Sostenibilidad
42. Programa RENOVAECO para la renovación ecológica de vehículos de transporte público
43. Fomento de la construcción sostenible y arquitectura bioclimática en Elche
44. Actuaciones que permitan presentar una Candidatura de Elche a la Distinción Capital Verde Europea.
45. Plan Especial de Protección del Palmeral de Elche
46. Ley de Protección y Promoción del Palmeral de Elche



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT B. Alicante verde

## Revolución Ecológica

47. Creación de huertos urbanos en el Palmeral de Elche
48. Potenciación de la Ruta del Palmeral (Parque Municipal, Huerto del Cura, Huertos urbanos, etc.)
49. Repoblación de palmeras
50. Creación de un Centro de Interpretación del Palmeral
51. Creación de un Instituto de Investigación sobre la Palmera, con aplicaciones sobre variedades dátil, conservación, comercialización, etc. Fomento de la artesanía de la palmera
52. Impulso a la producción y comercialización de palmeras
53. Promoción de las Fiestas tradicionales vinculadas con la palma blanca (Domingo de Ramos, etc.)
54. Apoyo a la industria agroalimentaria (dátiles de Elche, licor de dátil, etc.)
55. Desarrollo urbanístico para hoteles “oasis”.
56. Reconversión de espacios para la actividad económica: Las fábricas de la ladera

### CLÚSTER EMPRESAS INNOVADORAS VALLE DEL JUGUETE

57. Marketplace colaborativo sostenible para empresas del sector del juguete

### ALMORADÍ

58. Clúster de producción energética Almoradí Sur
59. Complejo integral de reciclaje eco sostenible para la Vega Baja
  - Línea de tratamiento de envases usados.
  - Línea de tratamiento de RCD's
  - Línea de tratamiento de tejidos vegetales y restos de maderas
  - Planta de Cogeneración
  - Planta de depuración y reutilización de aguas.
60. Diagnóstico de necesidades de energías renovable y movilidad sostenible.
61. Establecer una Estrategia local de forma participativa.
62. Creación de un consorcio local para la gestión de la Comunidad Energética con partes interesadas.



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT B. Alicante verde

## Revolución Ecológica

63. Creación de un sistema de producción eléctrica con energía renovable, para autoconsumo o para entrega a red, para todo el municipio de Almoradí con partes interesadas.
64. Creación de un sistema de Producción de calor y/o frío con energía renovable en las instalaciones escolares y deportivas del término municipal.
65. Mejorar la Eficiencia Energética en el conjunto del término municipal de Almoradí, y en especial en los sistemas de alumbrado Público y cuya fuente de producción sea renovable.
66. Potenciar la Movilidad Sostenible en el Municipio de Almoradí, con especial atención a las Pedanías y áreas Rurales del Término Municipal: creación de itinerarios peatonalizados escolares seguros, itinerarios peatonalizados de conexión entre zonas verdes, plataformas de movilidad sostenible entre Almoradí y sus pedanías y con el conjunto de municipios que le rodean.
67. Potenciar la Instalación de Estaciones de Recarga Para Vehículos Eléctricos en todo el Término Municipal de Almoradí
68. Promover y gestionar la asistencia técnica y asesoramiento a las entidades públicas, ciudadanía y asociaciones locales de Almoradí, para el fomento de las iniciativas derivadas de la creación de la Comunidad Energética Local.
69. Promover actuaciones de promoción, información y desarrollo de capacidades en el conjunto de la ciudadanía de Almoradí, en relación a la energía renovable y la movilidad sostenible.

### Actores:

Gobierno de España, Generalitat Valenciana, Ayuntamientos, Consejo Social de la Ciudad, colectivos ecologistas, asociaciones y entidades públicas y privadas, empresas, ciudadanía, representantes del sector turístico, viveristas, artesanos relacionados, propietarios de fincas o bienes afectos.

### Relación con Líneas Tractoras:

LTB con:                      • LTA                      • LTE

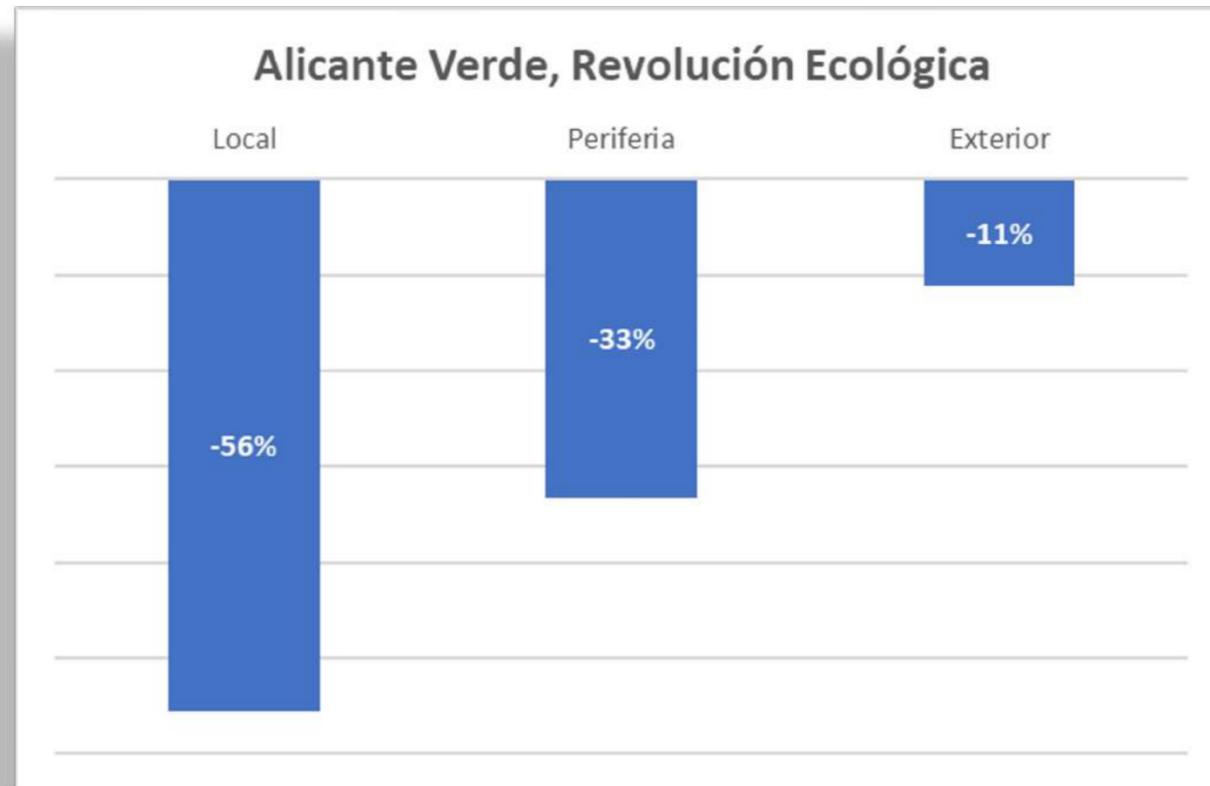


## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT B. Alicante verde

## Revolución Ecológica

Impacto sobre mercados:

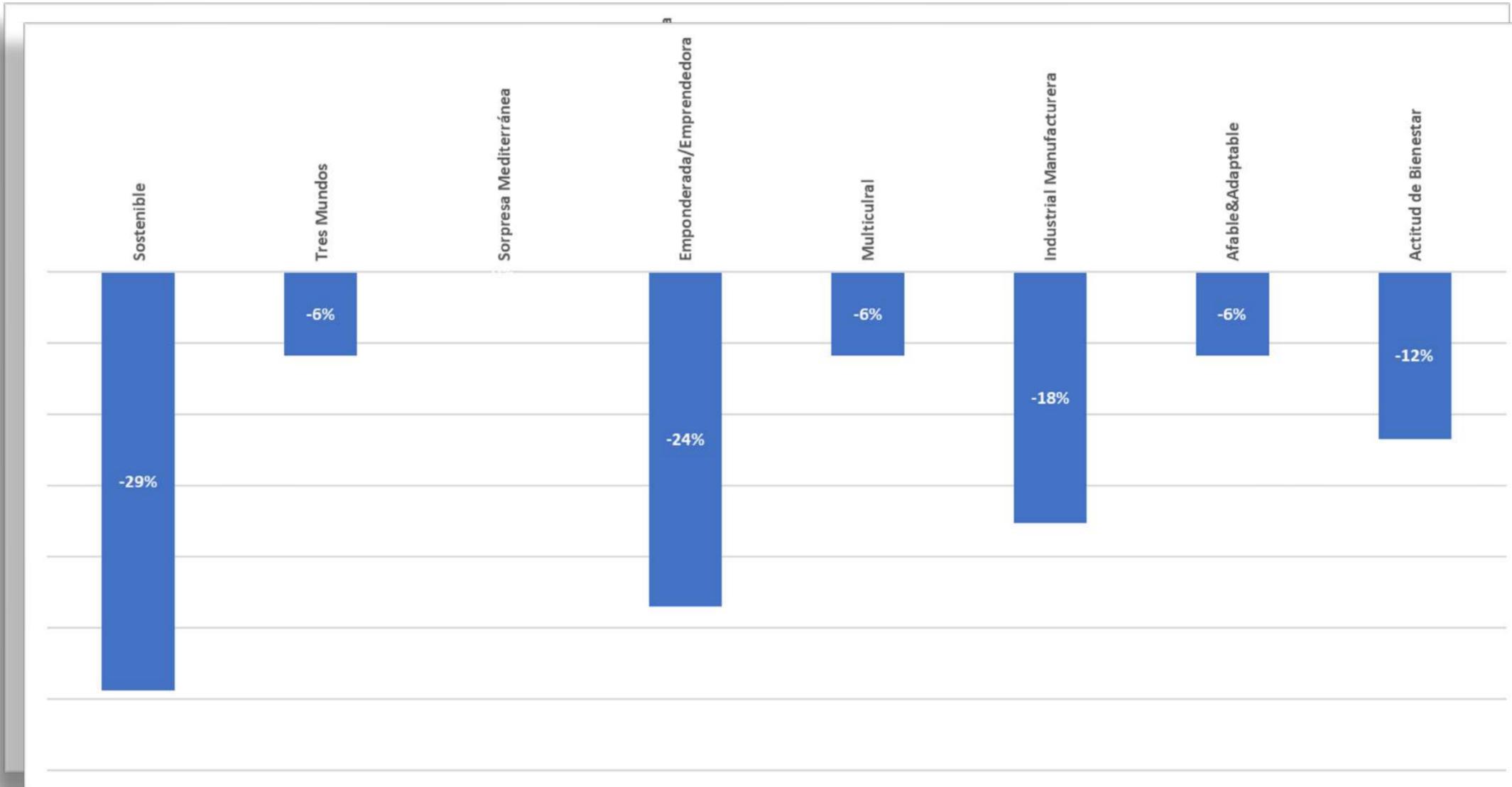


## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT B. Alicante verde

## Revolución Ecológica

Afectación a Pilares:

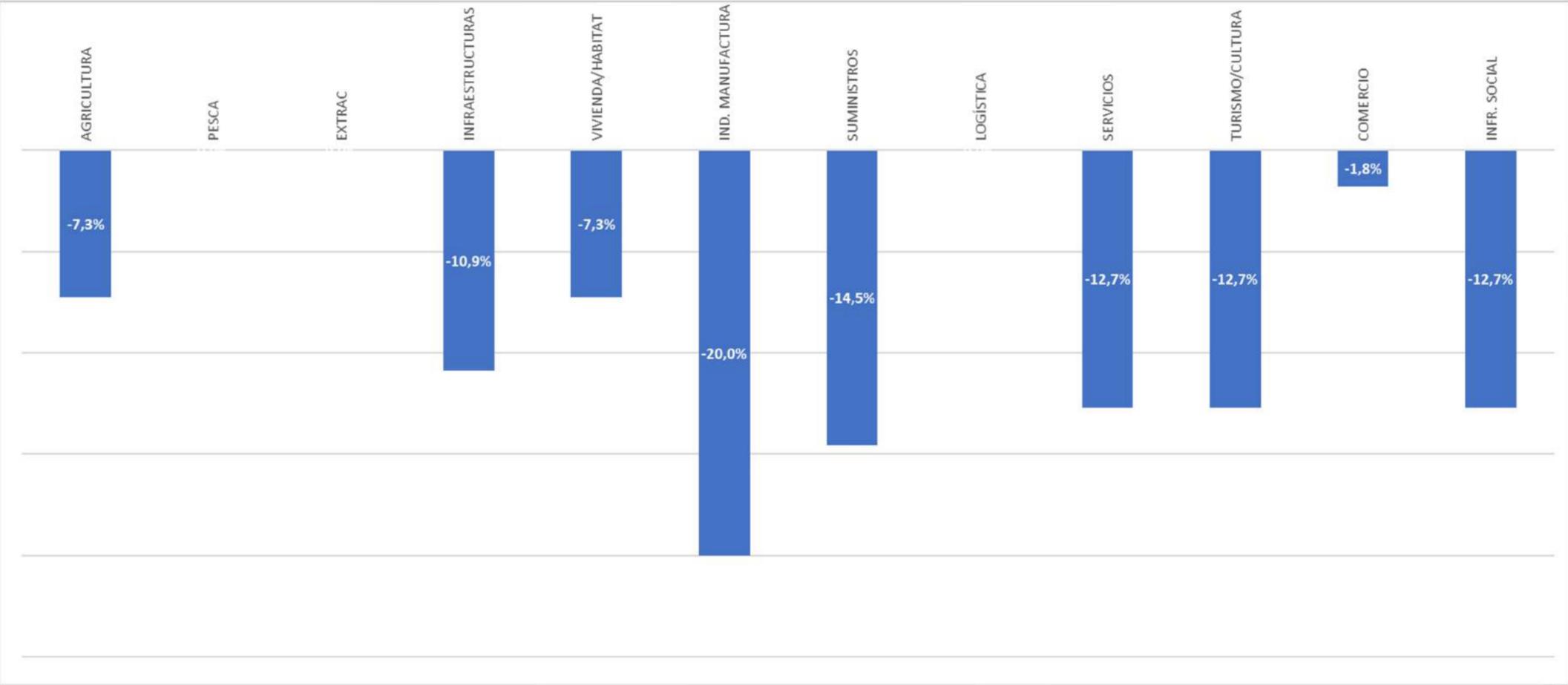


FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT B. Alicante verde

## Revolución Ecológica

Afectación a Sectores:





# LTC. Alicante Creativa, Modernidad Económica

## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT C. Alicante creativa

## Modernidad Económica

TERRITORIO	APORTACIÓN	PROYECTO	TRACTORA	MERCADOS				PILARES								AGRICULTURA			PESCA	EXT RAC	INFRAEST RUCTURAS			VIVIENDA/HABITAT	IND. MANUFACTURA						SUMINISTROS			LOGÍSTICA		SERVICIOS			TURISMO/CULTURA			COMERCIO		INFR. SOCIAL			TOTAL SECTORES						
				Local	Periferia	Exterior	TOTAL MERCADOS	Sostenible	Tres Mundos	Sorpresa Mediterránea/Emprendedora	Multicultural Industrial Manufacturera	Afiable&Adaptable Actividad de Bienestar	TOTAL PILARES	Planta Ornamentales	Alimentación Ecológica	Marítima Piscifactoría	Piedra Natural	Infraestructuras	Equipamiento Primera Residencia Segunda Residencia	Calzado	Téxtil	Juguete	Bienes Equipo Auxiliar	Emergentes	Bienes Consumo Artesanía	Energía	Agua	Residuos	Logística In	Logística Out	Conocimiento Auxiliares	Otros Servicios	Patrimonio Restauración Alojamiento	Eventos/Ocio Comercio Minorista	Gran Comercio	Salud Formación Social																	
		3	Alicante Creativa, Modernidad Económica	26	10	5	42	9	4	5	21	4	13	5	8	69	2	5	3	5	2	2	21	16	8	3	12	10	10	9	10	15	11	7	5	5	5	7	7	30	9	9	11	11	11	13	9	6	6	6	16	18	312
ELCHE	P2	3.1	Elche Creativo: modernidad económica	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1				2	1	2	1	1				1	1	1	1	1					1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	29			
ALMORADÍ	P10	3.2	Plan de Desarrollo Turístico del Patrimonio Etnográfico de Almoradí	1	1	0	2			1	1				2		1					2	2									1								2	1	1	1	1						13			
ALMORADÍ	P15	3.3	Almoradí Digital	1	0	0	1	1					1	1	1	4						2	2	1	1					1	1	1	1	1				1	1	1	1	1	1	1	1		1	2	23				
DIST DIGIT	P16	3.4	Programa de innovación abierta Distrito Cambio Climático	1	1	1	3	1			1				1	3								1									2	1	1				1										7				
DIST DIGIT	P17	3.5	Programa de innovación abierta Distrito e-Health	1	1	1	3				1	1			2								1																1						2			5					
DIST DIGIT	P18	3.6	Programa de innovación abierta Distrito Turismo	1	1	1	3	1			1	1			3								1															1			1	1	2	1				8					
DIST DIGIT	P19	3.7	Plan de Digitalización de pymes	1	1	0	2				1		1		2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	35				
FUNDEUM	P20	3.8	Programa de Activación de la Compra Pública de la Innovación en la Comunidad Valenciana : aCPIval	1	1	0	2	1			1		1		3							1	2	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				2	1		1			1		25				
FVMP	P22	3.9	Alicante Proactiva . Vega Baja Emplea	1	0	0	1				1				1																														2	1	3						
FVMP	P48	3.10	Alicante Promotora de Formación Profesional	1	0	0	1				1		1		2												1	1	1									1	1	2					2	2	12						
FVMP	P49	3.11	Las comarcas de El Comtat y L'Alcoià integradoras	1	0	0	1						1		2												1	1																1	2	6							
GAL MARINA	P23	3.12	Pesca Turismo	1	1	0	2	1	1	1	1				4							2	1																					1			4						
GENION	P24	3.13	Plataforma Digital para comidades emprendedoras	1	0	0	1				1				1																									2	1				1	1	5						
GENION	P25	3.14	Conecta Vinalopó	1	0	0	1				1				1																									2	1				1	1	5						
GENION	P26	3.15	Laboratorio Prototipado Proyectos de Impacto	1	0	0	1				1				1																									2	1				1	1	5						
GENION	P27	3.16	Coworking de retorno social	1	0	0	1				1				1																									2	1				1	1	5						
CLT JUGUETE	P28	3.17	Implantación estartegias y modelos neg digitales	1	0	0	1						1		1								1	1			1	1	1	2	1	1				1	1	1									12						
PETRER	P30	3.19	Petrer Localiza	1	0	0	1				1		1		2								1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1							2					12						
PETRER	P31	3.20	Polígono "La Cantera" Petrer	1	0	0	1				1		1		2								2	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1							1	1			1	17						
PETRER	P32	3.21	El Teixidor Coworking social	1	0	0	1				1		1		2								2				1	1	1	1	1	1	1	1	1							1	1	1			1	1	19				
PETRER	P33	3.22	Lanzadera Petreremprende	1	0	0	1				1		1		2								1	1			1	1	1	1	1	1									2			1	1		11						
CAMPELLO	P38	3.23	Oficina Turística Virtual	1	0	0	1	1	1	1	1				7								2	2																	2	1	1	1	1		10						
CAMPELLO	P41	3.24	Sistema digital de cuantificación de afluencia turística	1	0	0	1	1							3								2	1																1			2	1	1		8						
PCA	P44	3.25	Banco de soluciones PCA	1	1	1	3	1					1	1	4												1	1	1												2			1	1	1	17						
GAL SUR	P46	3.26	Red de espacios coworking rurales	1	0	0	1		1		1				2									2																	2	1	1			6							
VILLENA	P51	3.27	Centro Innovación Pirámide	1	0	0	1				1		1		2								2	1			2														1	1	1	1		1	19						
CREAMA	P53	3.28	Rumb Nau-TIC	1	1	0	2				1				2																										2			2		8							

## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT C. Alicante creativa

## *Modernidad Económica*

La provincia de Alicante se puede conceptualizar como un espacio para el desarrollo de nuevas estrategias, políticas e iniciativas privadas orientadas a la creación de un entorno y condiciones favorables para **la innovación y las actividades creativas**, con capacidad de transformación del modelo de desarrollo económico local y ello apoyado en los municipios, la tecnología, el talento y la tolerancia como elementos clave del crecimiento y la competitividad.

Alicante Creativa se plantea crear una serie de condiciones específicas para poder desarrollar y **captar el talento** de la denominada “clase creativa”, para que combinen el trabajo y su residencia estable en los municipios de la provincia de Alicante.

Alicante Creativa se constituye como un motor de la transformación del modelo económico para situar a la provincia en la “modernidad económica”, **potenciando la movilización de la creatividad individual, colectiva y ciudadana como generadora de innovaciones en los ámbitos económicos, sociales y urbanos.**



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT C. Alicante creativa

## *Modernidad Económica*

### Actuaciones relacionadas:

#### ELCHE

70. Desarrollo del Proyecto Estratégico Elche Creativo de Impulso Industrias Culturales y Creativas
71. Organización del Colectivo Elche Creativo
72. Formalización Manifiesto Elche por la Cultura, la Creatividad y la Innovación
73. Desarrollo del Concepto Estratégico VIVIENDO Y TRABAJANDO en ELCHE (ELCHE LIVING & WORKING)
74. Organización Actividades Culturales y Científicas en torno a los Patrimonios de la Humanidad de Elche
75. Potenciación Promoción de la Programación Cultural de Elche
76. Impulso Organización Actividades Culturales y de Divulgación Científica por las Universidades de Elche
77. Organización de Campus de Verano Universidades en Elche
78. Creación de un Polo de Innovación en torno a Elche Campus Tecnológico
79. Construcción del Centro de Tecnologías Habilitadoras
80. Presentación Candidatura de Elche a la Distinción Ciudad de la Ciencia y la Innovación
81. Promoción de la oferta de viviendas de diversa tipología (urbana, rural, litoral)

#### ALMORADÍ

82. Completar las dependencias y espacios por desarrollar del Ecomuseo de Almoradí, para su visita y explotación turística.
83. Reproducir espacios donde se pueda apreciar cómo era la vida en las casas de la huerta en nuestro pasado reciente, así como los sistemas de riego empleados.



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT C. Alicante creativa

## *Modernidad Económica*

84. Dar sentido a la Ruta del Patrimonio del Agua, ligándola al resto de Rutas desarrolladas (Ruta Verde, Ruta Patrimonial, Ruta de las Ermitas, Ruta de los Egidos de Larramendi).
85. Poner en valor los elementos Arquitectónicos de la Ruta del Patrimonio del Agua.
86. Generar espacios para hacer más accesibles los recursos turísticos de Almoradí ligados al Plan de Desarrollo Turístico del Patrimonio Etnográfico de Almoradí.
87. Mejorar la imagen de los hitos que se recorren en las diferentes rutas ligadas Plan de Desarrollo Turístico del Patrimonio Etnográfico de Almoradí.
88. Crear un espacio museístico visitable conmemorativo del Seísmo de 1829.
89. Crear un archivo histórico visitable y dotado de salas de exposiciones en las Antiguas Escuelas de Niños y Niñas.
90. Mejora de la Conectividad Digital: mejora de cobertura telefónica, además de la mejora de cobertura de fibra óptica para prestación de Internet en las pedanías de El Saladar, Heredades, Cruz Galindo-Puente D. Pedro.
91. Impulso de la Ciberseguridad:
92. Instalación sistemas videovigilancia en Polígonos Industriales (Las Maromas, Eralta I, Eralta II, SAUT 1, SAUT 2, SAUT-3, y SAUT-4)
93. Instalación de sistemas de videovigilancia en Zonas Comerciales (Zona Centro y Zona Almoradí Ciudad del Mueble)
94. Instalación de Radares en Accesos
95. Instalación de Cámaras para Control de Tráfico
96. Semáforos Inteligentes
97. Pasos de Peatones Inteligentes
98. Cuadro de Mando Gestión-Control Consumos y Eficacia-Eficiencia de los servicios municipales (agua, recogida residuos, limpieza viaria, consumo energético, usos instalaciones públicas)
99. APP Móvil para seguimiento consumos (uso ciudadano)
100. Sistema para detección de Plazas de Aparcamiento (Aparcamiento Inteligente)

### DISTRITO DIGITAL

101. Open Innovation Cambio Climático: atracción startup y proyectos.
102. Open Innovation e-Health: atracción startup y proyectos.
103. Open Innovation Turismo: atracción startup y proyectos.
104. Plan Digitalización de Pymes.



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT C. Alicante creativa

## *Modernidad Económica*

### FUNDEUN

- 105. Desarrollar Mapas de demanda Temprana que permitan definir modelo de ciudad y territorio
- 106. Información y asesoramiento presentación de ofertas que incorporen consultas preliminares al mercado y una licitación de manera que incentive la presentación de ofertas que incorporen soluciones innovadoras y fomente una economía más sostenible.
- 107. Interconectar oferta y la demanda pública analizando los grupos de investigación, la innovación empresarial y los clústeres implantados en la Comunidad Valenciana, ateniéndose más allá de criterios estrictamente basados en precio, e incorporando incluso elementos de carácter social y medioambiental.

### FVMP

- 108. Equipos Experimentales para el fomento de empleo de triple impacto, mediante itinerarios de inserción personalizado.
- 109. Canal de asesoramiento 24h en temas de trabajo, formación, emprendimiento, búsqueda de empleo, relaciones laborales, etc.
- 110. Investigaciones sobre el mercado laboral, Itinerarios de inserción laboral.
- 111. Catálogo con actividades formativas presenciales/online para estudiantes, personas desempleadas y ocupadas.
- 112. Formación e-learning para personal docente y orientador.
- 113. Publicación de bolsas de ocupación, ofertas laborales e información sobre el mercado laboral.
- 114. Web institucional de la Mancomunidad de municipios de las comarcas El Comtar y L'Alcoià, que integra todos los servicios que la ciudadanía puede necesitar en materia de formación, inserción, orientación laboral.
- 115. Ibi Ciudad industrial: Web de cooperación entre el empresariado y el Ayuntamiento de Ibi para la promoción económica local.

### GALP LA MARINA

- 116. Pesca turismo en costas alicantinas



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT C. Alicante creativa

## *Modernidad Económica*

### GENION COOP. V.

- 117. Plataforma digital para comunidades emprendedoras locales.
- 118. Plataforma Territorial de Empleo para las comarcas de Medio y Alto Vinalopó.
- 119. Laboratorio de Prototipado de proyectos de impacto territorial.
- 120. Coworking de retorno social.

### CLUSTER EMPRESAS INNOVADORAS DEL VALLE DEL JUGUETE

- 121. Implantación nuevas estrategias y modelos negocio digitales
- 122. Plataforma Territorial de Empleo para las comarcas de Medio y Alto Vinalopó.
- 123. Laboratorio de Prototipado de proyectos de impacto territorial.
- 124. Coworking de retorno social.

### PETRER

- 125. Programa para potenciar las capacidades de innovación en la empresa local.
- 126. Creación de Polígono Industrial "La Cantera".
- 127. "El Teixidor". Coworking social
- 128. "Lanzadera Petrer Emprende". Programa de asistencia al emprendimiento innovador.

### CAMPELLO

- 129. Oficina turística virtual
- 130. Sistema digital de cuantificación de afluencia turística



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT C. Alicante creativa

## *Modernidad Económica*

### PARQUE CIENTÍFICO DE ALICANTE

131. Banco de soluciones tecnológicas

### ASIR – GAL SUR

132. Red de espacios coworking rurales

### VILLENA

133. Centro Innovación empresarial Pirámide

### CREAMA

134. Rumb Nau-TIC: herramienta digital de servicios náuticos y rutas marítimas recreativas y deportivas

### *Actores:*

Generalitat Valenciana, Ayuntamientos, Consejo Social de la Ciudad, asociaciones empresariales y profesionales, Universidades, CEEI, Cámara de Comercio, personas integrantes de la denominada “clase creativa” locales.

### *Relación con Líneas Tractoras:*

**LTC con:**           • LTA       • LTD

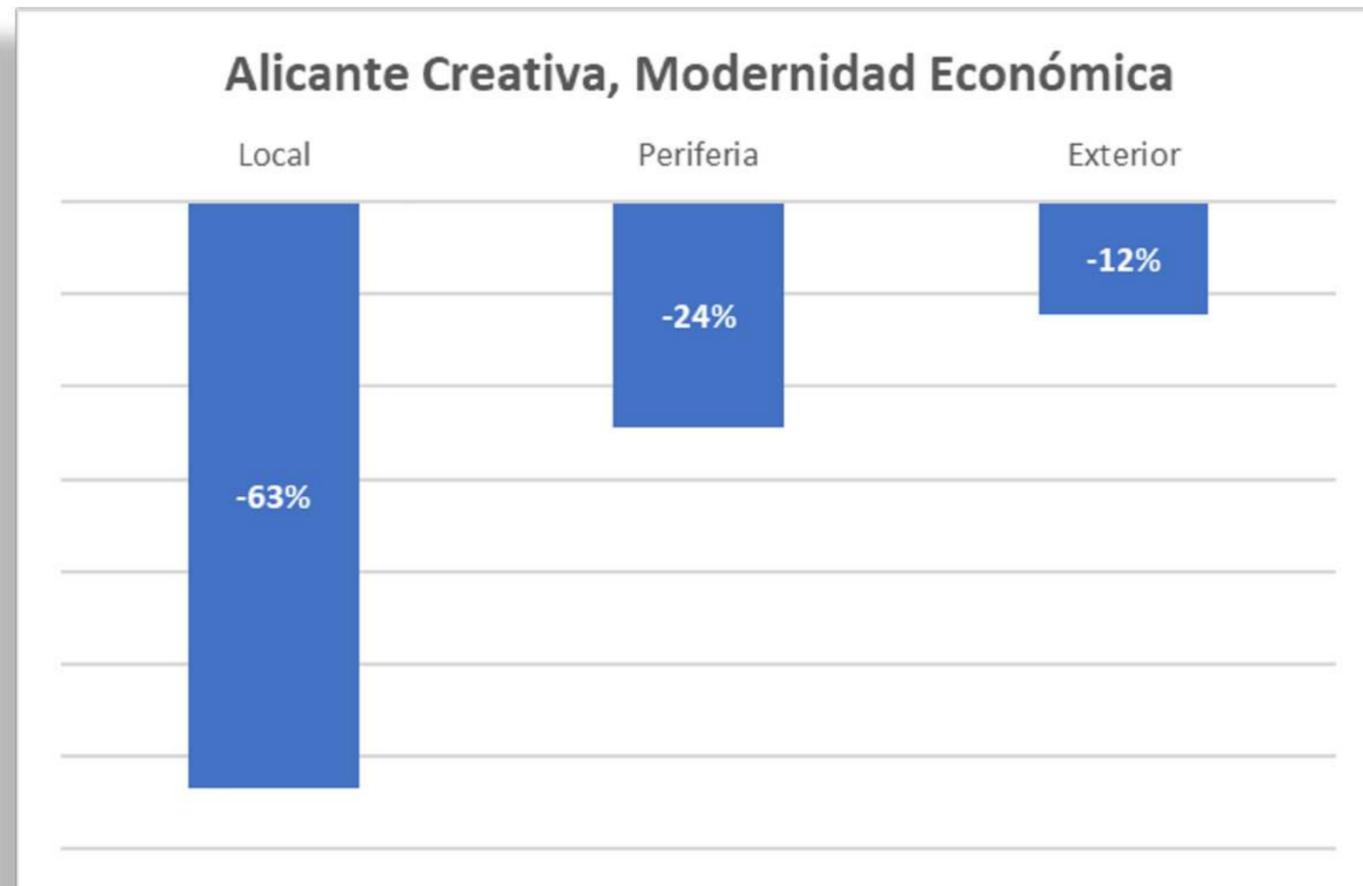


## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT C. Alicante creativa

## *Modernidad Económica*

Impacto sobre mercados:

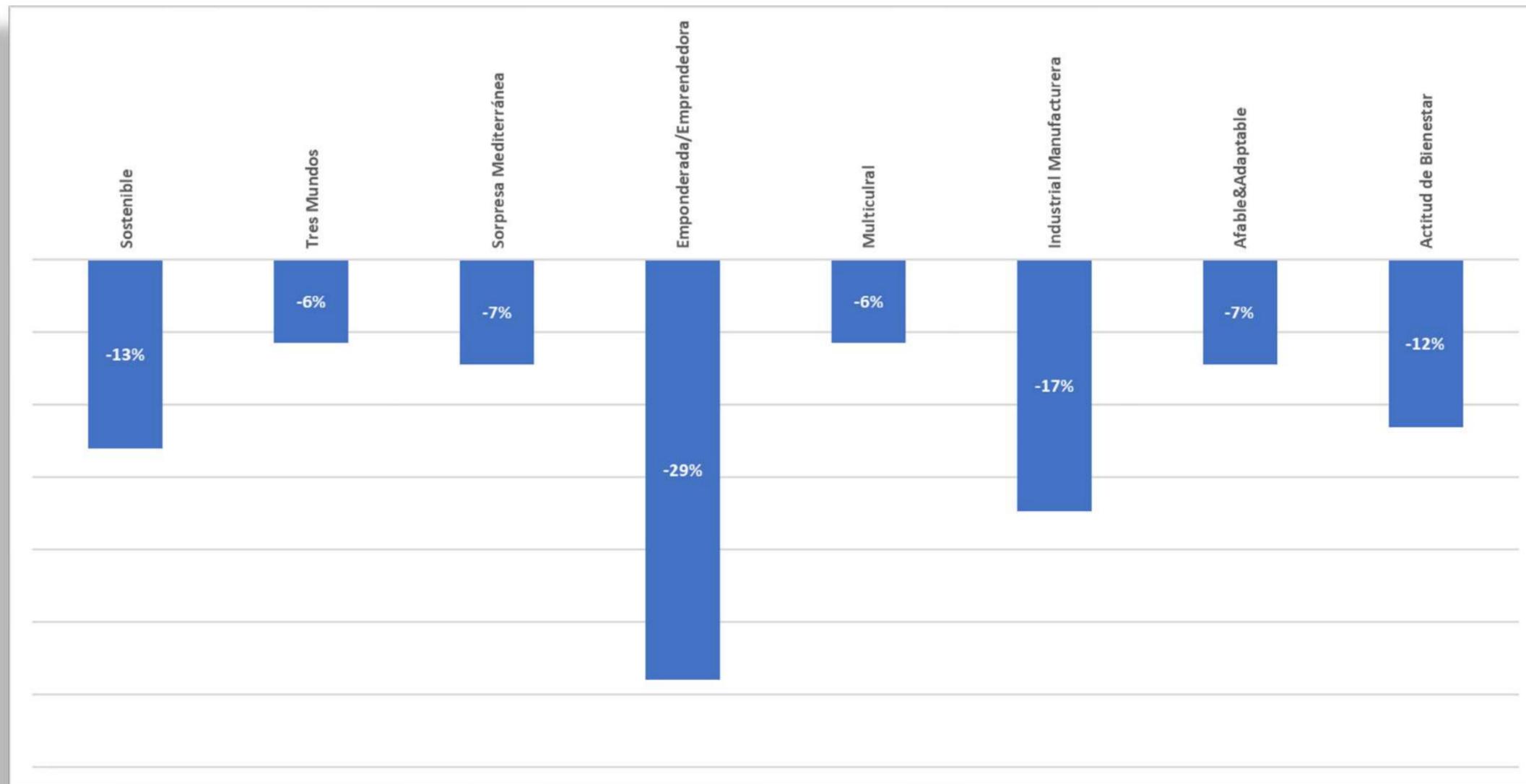


## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT C. Alicante creativa

## Modernidad Económica

Afectación a Pilares:

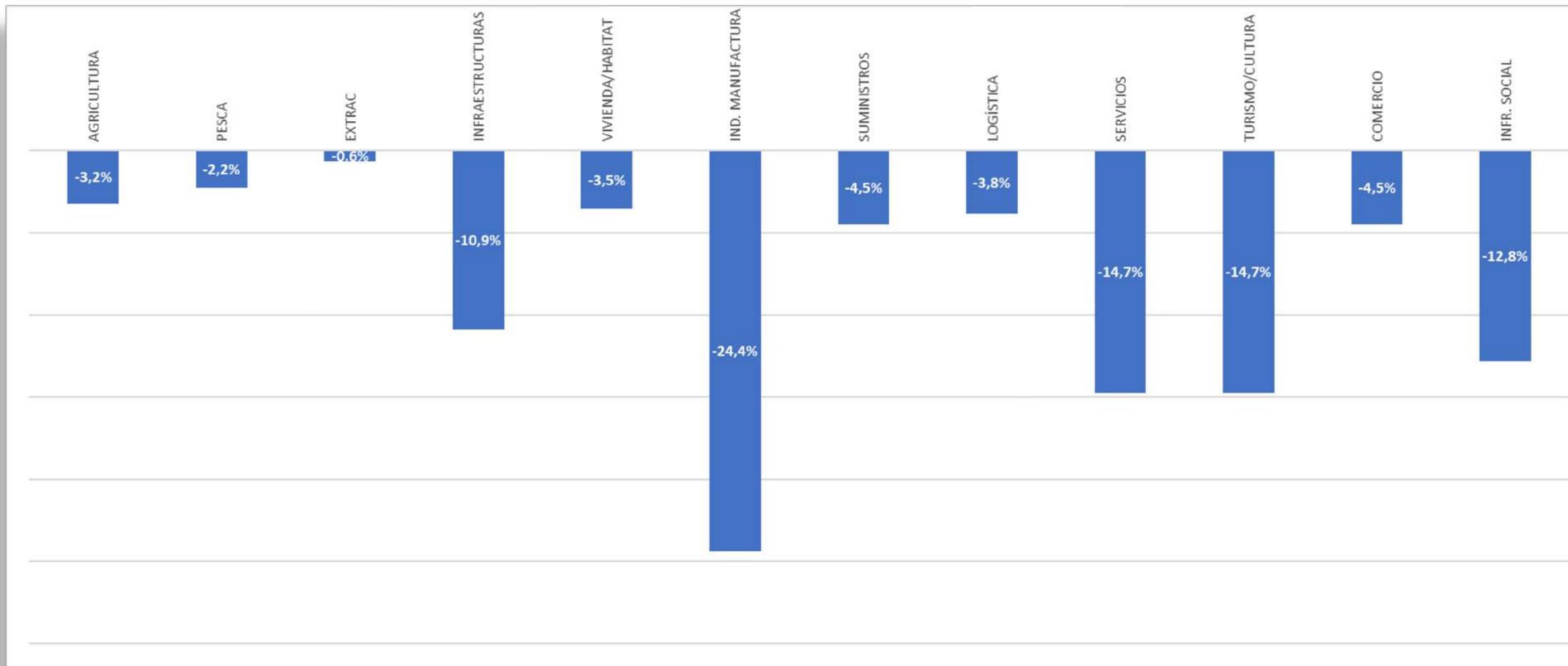


## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT C. Alicante creativa

## Modernidad Económica

Afectación a Sectores:





# LTD. Alicante Manufacturera, Capitalidad Industrial

FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT D. Alicante Manufacturera

## Capitalidad Industrial

TERRITORIO	APORTACIÓN	PROYECTO	TRACTORA	MERCADOS				PILARES							AGRICULTURA			PESCA		EXTINRA	INFRAE	VIVIEN	IND. MANUFACTURA								SUMINISTROS			LOGÍSTICA			SERVICIOS			TURISMO/CULTURA				COMERCIO		INFR. SOCIAL			TOTAL SECTORES			
				Local	Periferia	Exterior	TOTAL MERCADOS	Sostenible	Tres Mundos	Sorpresa Mediterránea	Emponderada/Emprendedora	Multicultural	Industrial Manufacturera	Afable&Adaptable	Actitud de Bienestar	TOTAL PILARES	Planta Ornamentales	Alimentación	Ecológica	Marítima	Piscifactoría	Piedra Natural	Infraestructuras	Equipamiento	Primera Residencia	Segunda Residencia	Calzado	Téxtil	Juguete	Bienes Equipo	Auxiliar	Emergentes	Bienes Consumo	Artesanía	Energía	Agua	Residuos	Logística In	Logística Out	Conocimiento	Auxiliaresç	Otros Servicios	Patrimonio	Restauración	Alojamiento	Eventos/Ocio	Comercio Minorista	Gran Comercio		Salud	Formación	Social
					4	Manufacturas, Capitalidad Industrial	2	1	1	4	1	0	1	2	1	2	1	0	8	0	0	0	0	0	4	3	0	0	3	1	1	2	2	2	2	2	0	0	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2		2	2	0
ELCHE	P1	4.1	Calzado de Elche: Capitalidad Industrial	1	1	1	3	1		1	1	1	1	6						2	2			2			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1		2	2	29			
PETRER	P31	4.2	Polígono "La Cantera" Petrer	1	0	0	1			1	1			2						2	1			1	1	1	1	1	1	1			1	1	1		1	1					1				17					

## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT D. Alicante Manufacturera

## *Capitalidad Industrial*

La provincia de Alicante se constituye como un **gran centro de producción y comercialización de productos manufacturados** (calzado, juguete, etc..) de España y un referente a nivel mundial. La economía alicantina está estrechamente ligada a esta industria manufacturera, lo que repercute en la **imagen de la provincia** y la posiciona en los mercados nacionales e internacionales.

La industria manufacturera tiene que hacer una transición hacia un **modelo de industrialización conectado y descarbonizado, digital, innovador y sostenible**, sobre la base del diseño, la calidad y la moda, invirtiendo en marketing y comunicación. Invirtiendo, también, en el redimensionamiento y la internacionalización de las empresas locales, la promoción de la marca y la competitividad empresarial, fomentando el emprendimiento y el empleo de calidad en este tipo de industria, así como la cooperación empresarial y el asociacionismo.

La provincia apuesta por la “capitalidad industrial” a través de la potenciación de **nuevas formas de producción y comercialización y del desarrollo de la ecoinnovación y de la economía circular** en la industria manufacturera, a través de actuaciones estratégicas como:



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT D. Alicante Manufacturera

## Capitalidad Industrial

### Actuaciones relacionadas:

#### ELCHE

- 135. Promoción de la Ecoinnovación y la Economía Circular para la Industria 4.0 del Calzado
- 136. Creación de “las Calles del Calzado en Elche”
- 137. Presentación de tendencias de moda en Elche
- 138. Desarrollo de cursos y actividades formativas en habilidades digitales para profesionales del calzado
- 139. Impulso al Centro de referencia nacional del calzado.
- 140. Apoyo a la I+D+i y transferencia tecnológica en materia de calzado y sus componentes
- 141. Vinculación de las estrategias de citymarketing de Elche con el calzado
- 142. Creación de un Polo de Innovación en torno a Elche Campus Tecnológico
- 143. Urbanización y Comercialización Ampliación Elche Parque Empresarial
- 144. Centro de Tecnologías Habilitadoras
- 145. Elche Shoes City
- 146. Potenciación de las Ferias Internacionales de calzado
- 147. Organización de Congresos, exposiciones artísticas o creativas relativas al calzado, que complementen la oferta cultural de la ciudad
- 148. Promoción de la “Ruta outlet” del calzado

#### PETRER

- 149. Creación de Polígono Industrial “La Cantera”.

### Actores:

Gobierno de España, Generalitat Valenciana, Ayuntamientos de Elche, Consejo Social de las Ciudades, Asociaciones empresariales y sectoriales, Centros formación profesional, Universidades, Empresas, Cámaras de Comercio.



## FASE 1.4. Líneas tractoras

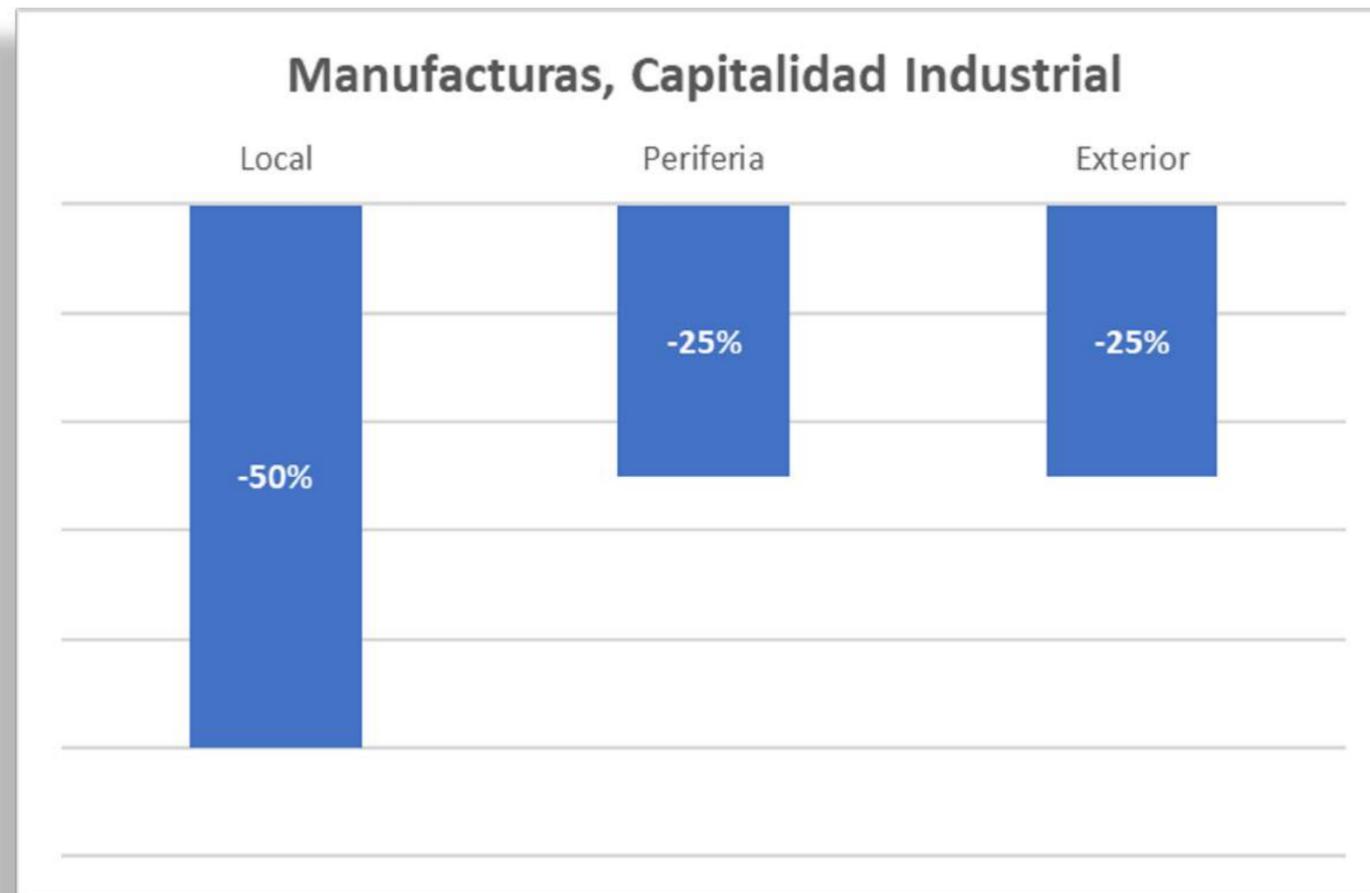
# LT D. Alicante Manufacturera

## Capitalidad Industrial

Relación con Líneas Tractoras:

LT D con: • LTC

Impacto sobre mercados:

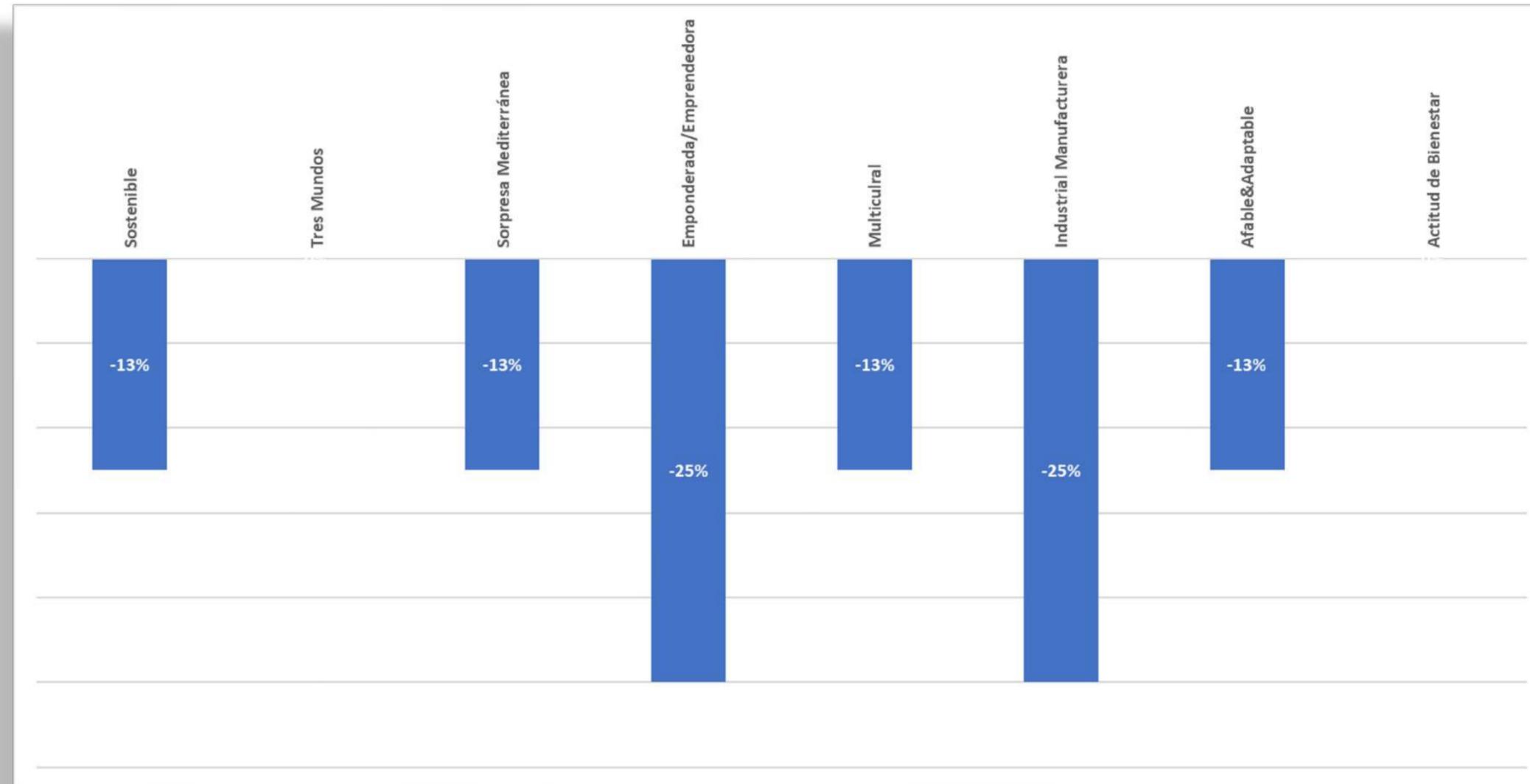


## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT D. Alicante Manufacturera

## Capitalidad Industrial

Afectación a Pilares:

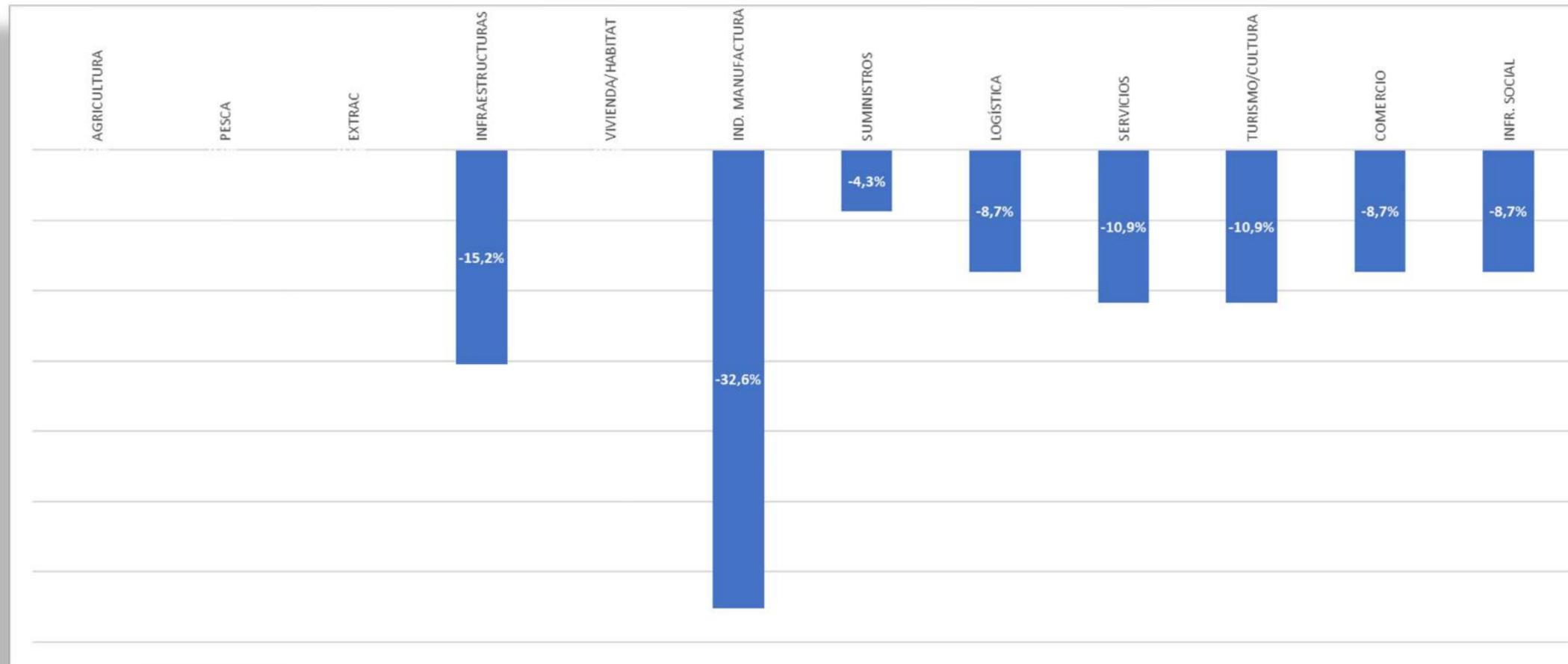


## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT D. Alicante Manufacturera

## Capitalidad Industrial

Afectación a Sectores:



An aerial photograph of Camp d'Alacant, a town in the Vanguardia Rural area. The town is built on a hillside, with numerous buildings featuring terracotta roofs and light-colored walls. A prominent church tower with a bell tower is visible on the left side. In the background, there are mountains under a clear blue sky. The text "LTE. Camp d'Alacant, Vanguardia Rural" is overlaid in white on the left side of the image.

LTE. Camp d'Alacant,  
Vanguardia Rural

FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT E. Camp d'Alacant

## Vanguardia Rural

TERRITORIO	APORTACIÓN	PROYECTO	TRACTORA	MERCADOS				PILARES							AGRICULTURA			PESCA		EXT RAC	INFRAESTRUCTURAS		VIVIENDA/HABITAT		IND. MANUFACTURAS						SUMINISTROS			LOGÍSTICA		SERVICIOS			TURISMO/CULTURA				COMERCIO		INFR. SOCIAL			TOTAL SECTORES					
				Local	Periferia	Exterior	TOTAL MERCADOS	Sostenible	Tres Mundos	Sorpresa Mediterránea	Emponderada/Emprendedora	Multicultural	Industrial Manufacturera	Afable&Adaptable	Actitud de Bienestar	TOTAL PILARES	Planta Ornamentales	Alimentación	Ecológica	Marítima	Piscifactoría	Piedra Natural	Infraestructuras	Equipamiento	Primera Residencia	Segunda Residencia	Calzado	Téxtil	Juguete	Bienes Equipo	Auxiliar	Emergentes	Bienes Consumo	Artesanía	Energía	Agua	Residuos	Logística In	Logística Out	Conocimiento	Auxiliares	Otros Servicios	Patrimonio	Restauración	Alojamiento	Eventos/Ocio	Comercio Minorista		Gran Comercio	Salud	Formación	Social	
		5	Camp d'Alacant, Vanguardia Rural	5	3	2	10	5	4	3	2	2	1	3	3	23	1	5	5	0	0	0	4	3	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2	2	0	1	0	0	0	5	7	4	3	3	1	0	0	4	55
ELCHE	P3	5.1	Desarrollo rural integral del Camp de Elx	1	1	1	3	1		1	1	1	1	1	6	1	2	2				2	1	1	2						1		1		2	2		1				1	2	2	1	2	1			1	26		
FVMP	P21	5.2	Proyecto Xarxa Agrícola	1	0	0	1	1	1		1		1		4		1	1																									2			2				6			
GAL SUR	P45	5.3	Eco Distrito sur de Alicante	1	0	0	1	1	1				1		3		2	2																													2			6			
GAL SUR	P47	5.4	Destino ECO TURISTICO del medio rural del Sur de Alicante	1	1	1	3	1	1	1		1		5						2	2																												9				
CREAMA	P52	5.5	Passaport Marina Alta	1	1	0	2	1	1	1			1	1	5																																1			8			

Proyectos evaluados

## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT E. Camp d'Alacant

## *Vanguardia Rural*

El Camp d'Alacant congrega una zona rural repartida por diferentes términos municipales, en especial en la Vega Baja del Segura y en las zonas de interior de la provincia, siendo un activo singular de la provincia que preserva el suelo agrícola en favor de **un estilo de vida rural**.

El **reequilibrio entre lo urbano y lo rural**, así como el **reequilibrio de las funciones ambientales, paisajísticas, económicas y sociales**, características de la agricultura y el medio rural, ha de caracterizar el desarrollo territorial de la provincia de Alicante,.

La agricultura es un factor de prosperidad local que se incrementará si se convierte en la **“vanguardia rural”** por un desarrollo ambiental, social y económico de carácter sostenible, integrado y circular, por una gestión eficiente de los escasos recursos hídricos y por una valorización de un estilo de vida centrado en el máximo disfrute de la naturaleza rural.



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT E. Camp d'Alacant

## Vanguardia Rural

### Actuaciones relacionadas:

#### ELCHE

- 150. Redacción Estrategia de Desarrollo Rural Sostenible, Integrado y Circular del Camp d'Elx
- 151. Introducción de la agricultura ecológica y reparadora en el Camp d'Elx que incorpore innovación al sector agroalimentario y evite la degradación de los suelos
- 152. Sensibilización, divulgación, preservación, recuperación y promoción de los diferentes patrimonios, paisajes, usos y costumbres del Camp d'Elx
- 153. Recuperación del patrimonio residencial del Camp d'Elx
- 154. Fomento de la construcción sostenible y arquitectura bioclimática
- 155. Impulso al turismo rural
- 156. Desarrollo y uso de la Marca Camp d'Elx para sus productos autóctonos
- 157. Promoción de los mercadillos de agricultores (consumo responsable y sostenible de los productos provenientes de la agricultura de proximidad y ecológica)
- 158. Potenciación de los productos locales, en especial los que tengan Denominación de Origen
- 159. Organización de Rutas Gastronómicas del Camp d'Elx

#### FVMP

- 160. Xarxa digital para facilitar la transacción de productos agrícolas desde el productor de Km0 al consumidor final mediante sinergias entre actores involucrados en la comarca de la Marina Alta, favoreciendo el relevo generacional de las pequeñas explotaciones.

#### ASIR - GAL SUR

- 161. ECO DISTRITO sur de Alicante
- 162. Destino ECO TURISTICO del medio rural del Sur de Alicante
  - a. Mejora de la competitividad del producto de senderismo y bicicleta
  - b. Creación de rutas experienciales de recursos únicos
  - c. Digitalización de la oferta de destino
  - d. Espacios de transición energética



## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT E. Camp d'Alacant

## Vanguardia Rural

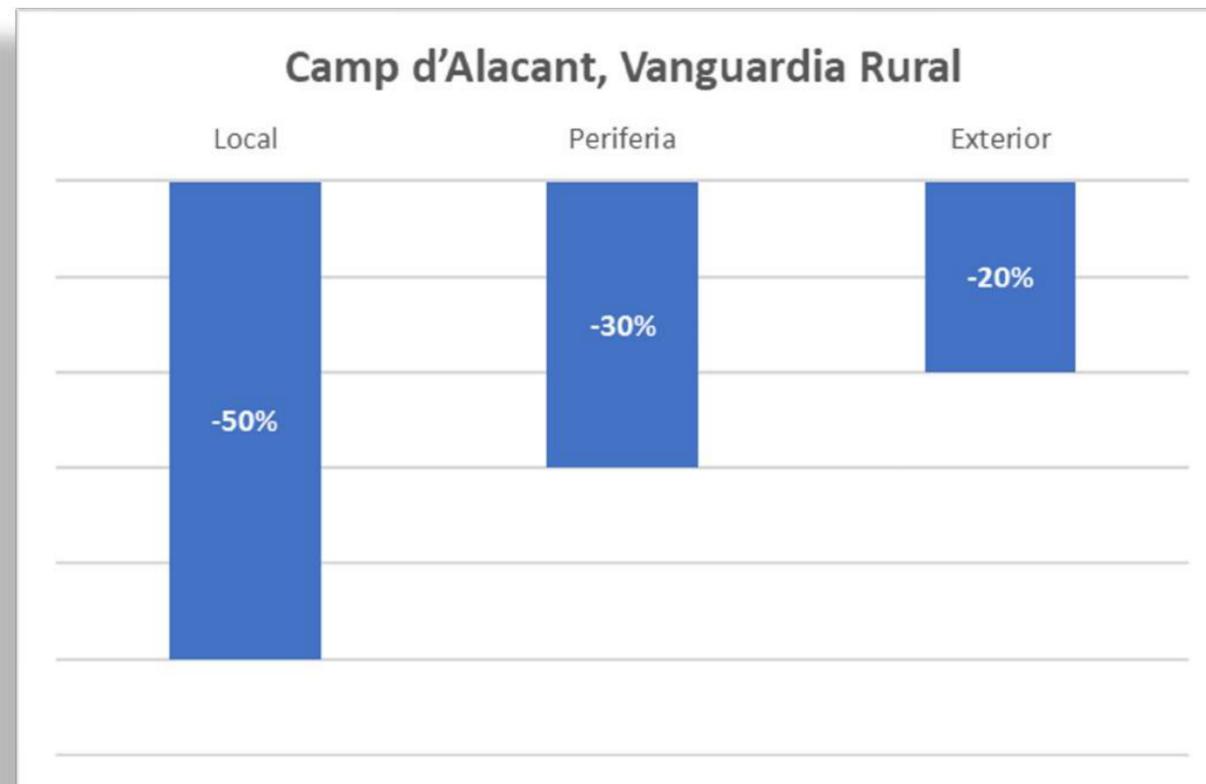
### Actores:

Gobierno de España, Generalitat Valenciana, Ayuntamientos, Consejo Social de la Ciudad, asociaciones agrarias, Grupos de Acción Local (GAL) representantes del sector gastronómico, representantes de las distintas pedanías, Universidades.

### Relación con Líneas Tractoras:

- LTE con:
- LTA
- LT B

### Impacto sobre mercados:

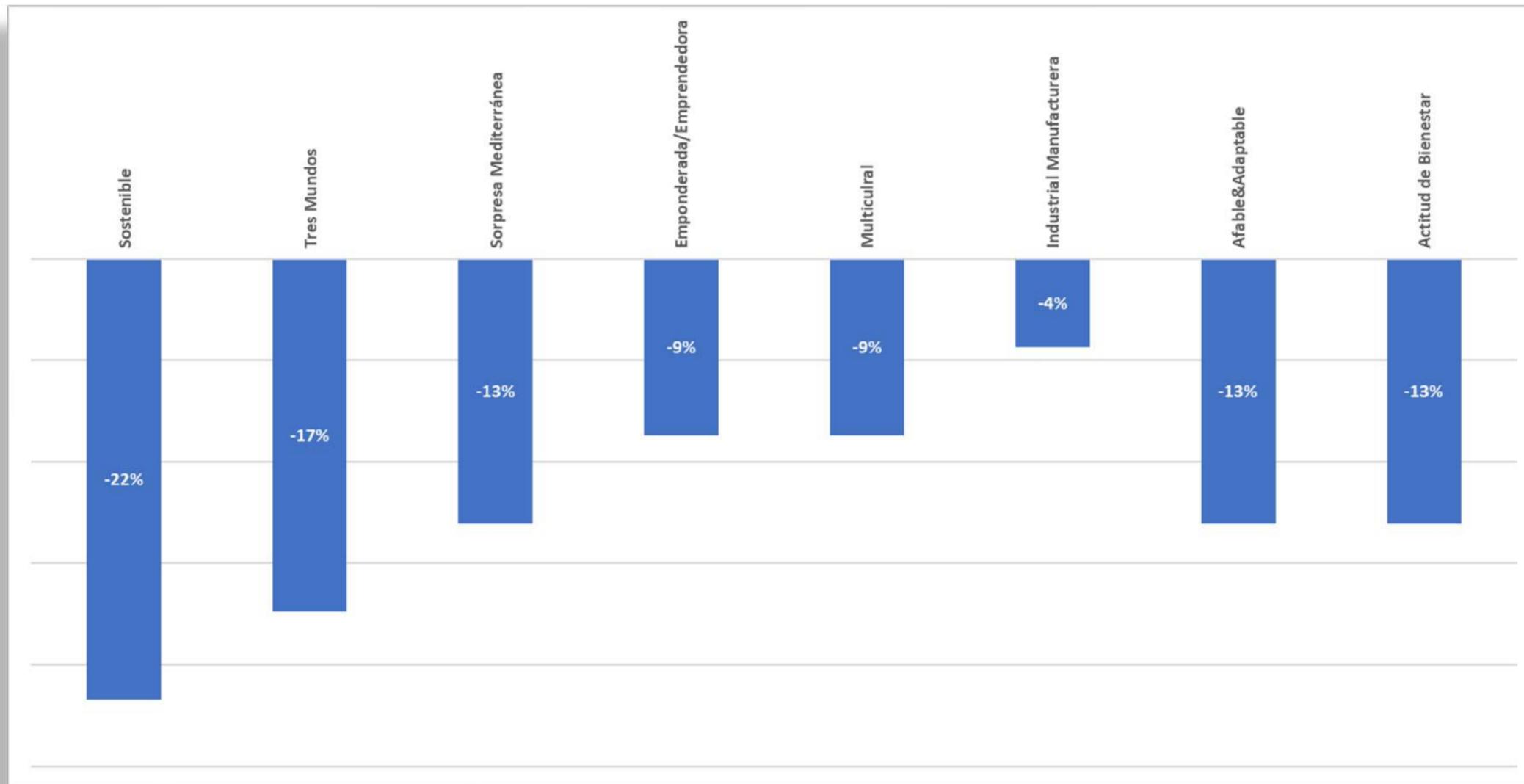


## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT E. Camp d'Alacant

## Vanguardia Rural

Afectación a Pilares:

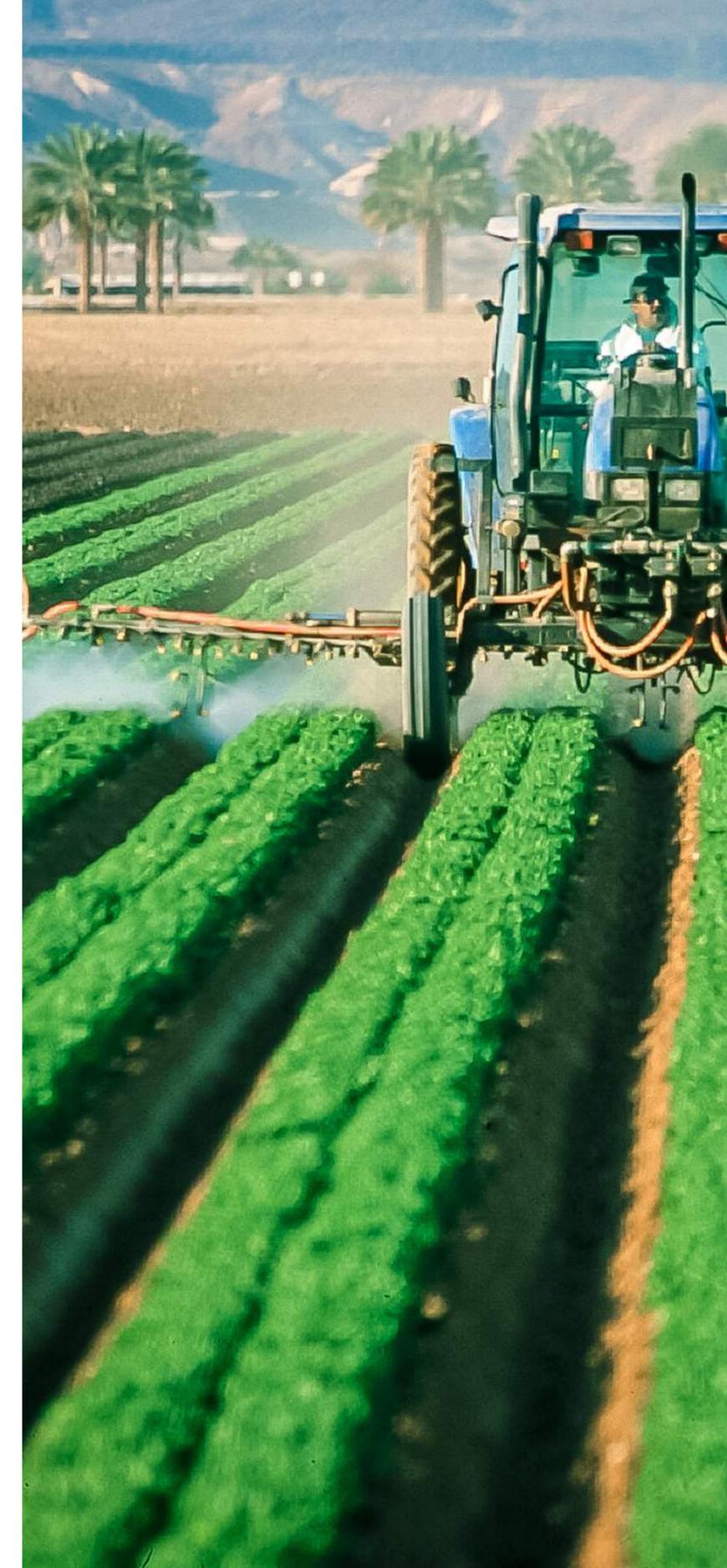
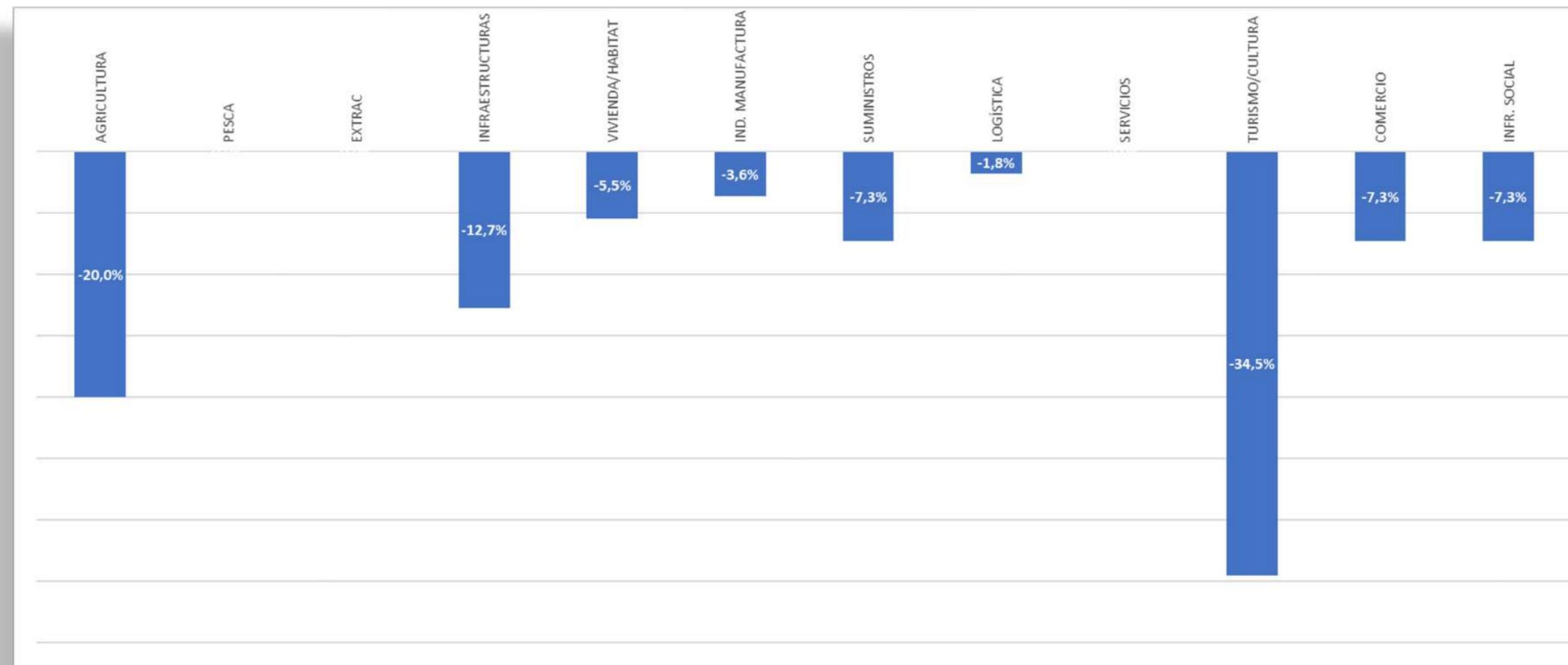


## FASE 1.4. Líneas tractoras

# LT E. Camp d'Alacant

## Vanguardia Rural

Afectación a Sectores:



# FASE 1.5

## PRIORIZACIÓN LINEAS TRACTORAS

Resumen de statement, pilares, tendencias y líneas tractoras preeliminarias



**"The place to Be..."**  
Un sitio para ser lo que quieras.



Multicultural

Empoderada Emprendedora

Tres Mundos



**AUTOSUFICIENCIA COLECTIVA**

**COLECTIVO AL CORPORATIVISMO**

**LOGISTICA CONTROL DE OPERACIÓN**

**SOSTENIBILIDAD INCLUSIVA**

**PRIVACIDAD RECONSIDERADA**

**GLOBALIDAD & ULTIMA MILLA**

**LUJO SENSIBLE**



**1**  
LT1. Alicante Habitable, Excelencia Urbana

**2**  
LT2. Alicante Verde, Revolución Ecológica

**3**  
LT3. Alicante Creativa, Modernidad Económica

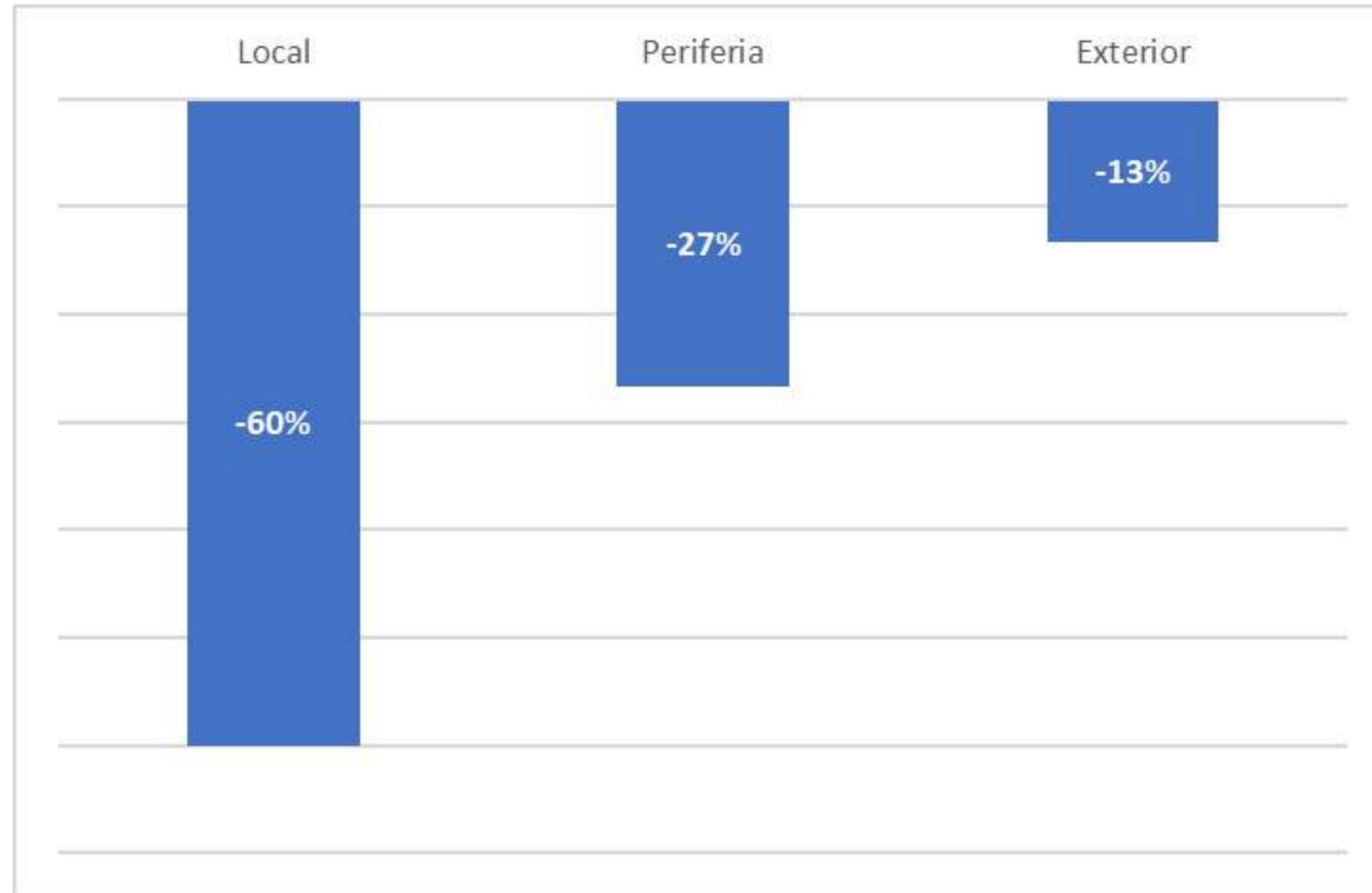
**4**  
LT4. Alicante Manufacturas, Capitalidad Industrial

**5**  
LT5. Camp d'Alacant, Vanguardia Rural

## FASE 1.5

# PRIORIZACIÓN LINEAS TRACTORAS

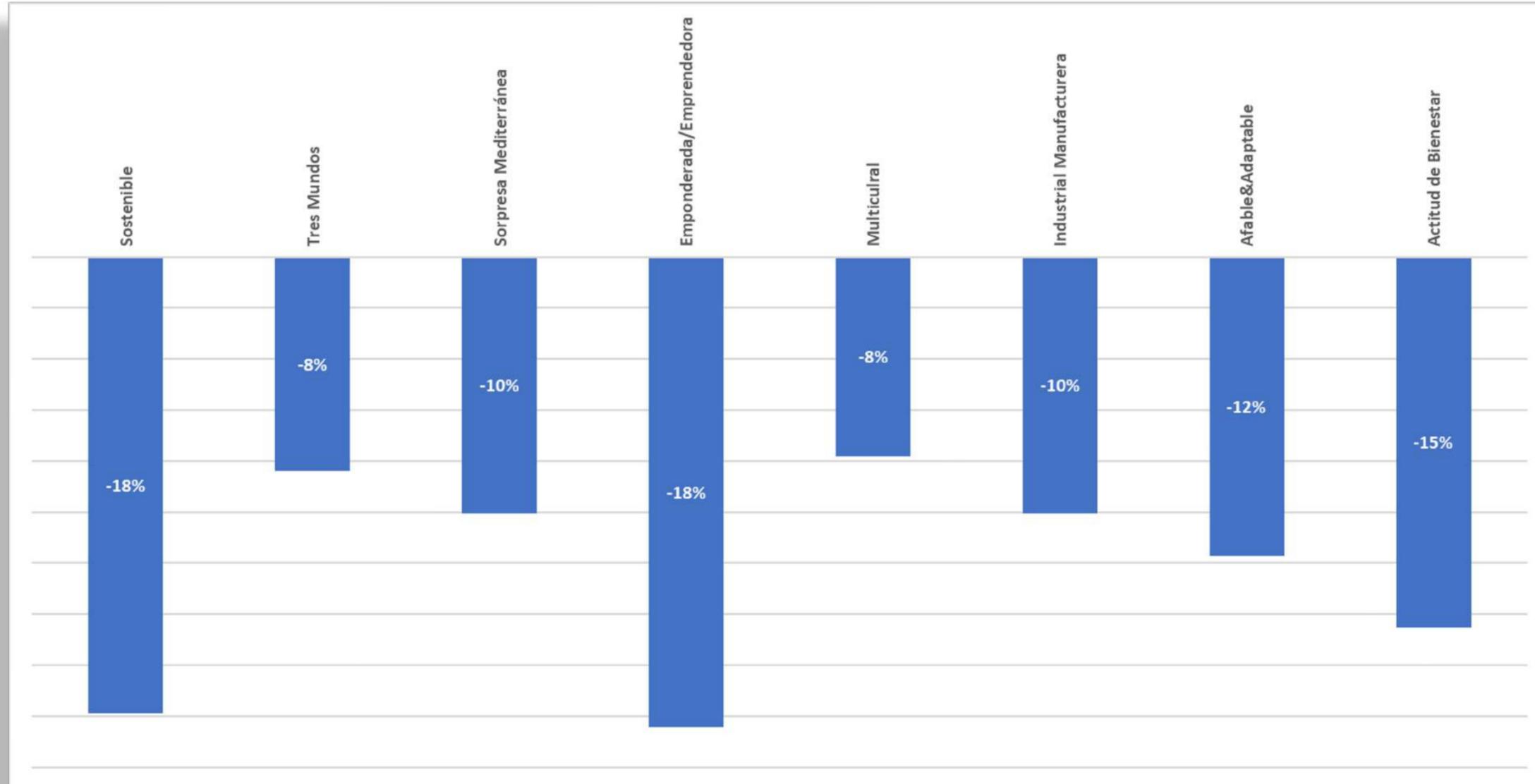
*Impactos sobre los mercados*



## FASE 1.5

# PRIORIZACIÓN LINEAS TRACTORAS

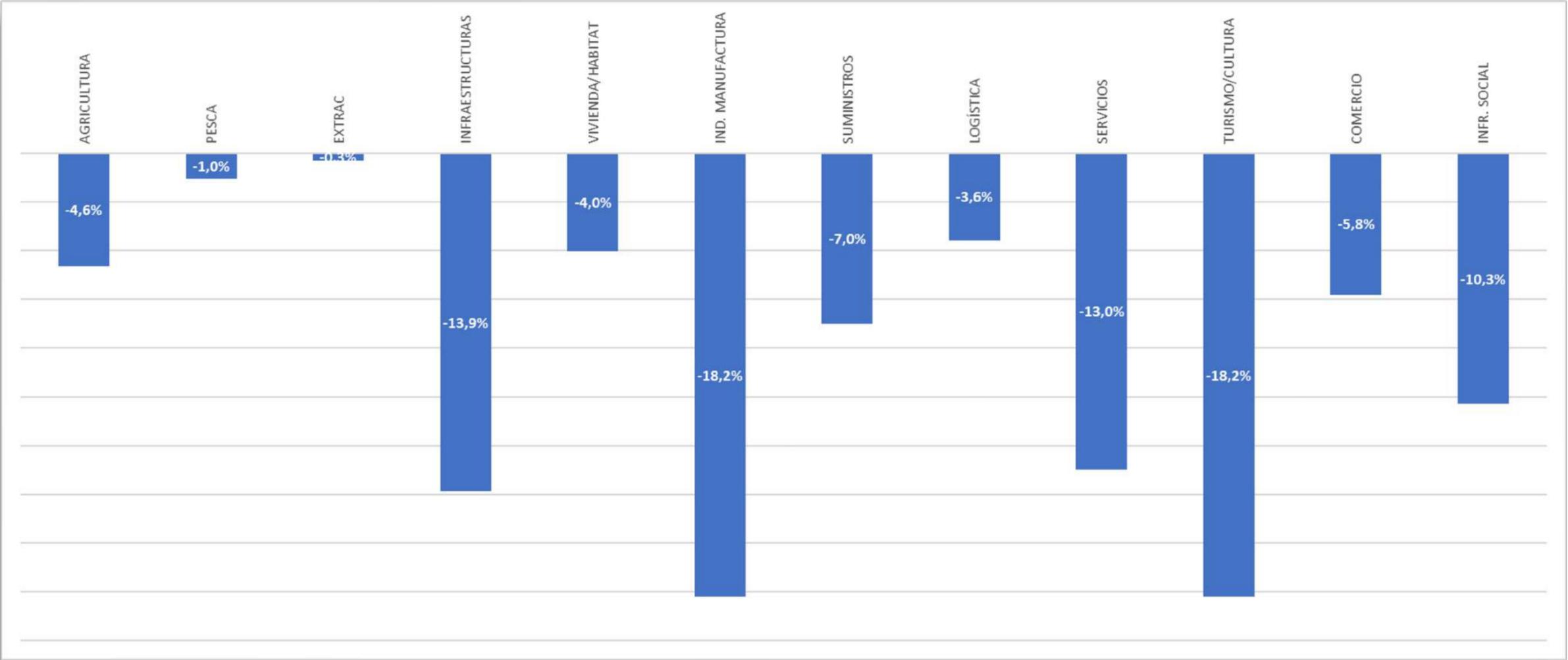
*Afectación a pilares*



# FASE 1.5

# PRIORIZACIÓN LINEAS TRACTORAS

## Afectación a sectores



## FASE 1.5

# PRIORIZACIÓN LINEAS TRACTORAS

## *Marcos de sectores, iniciativas y lección de líneas tractoras*

### LÍNEAS TRACTORAS (LT) PRELIMINAR

**A** ALICANTE HABITABLE, EXCELENCIA URBANA

**B** ALICANTE VERDE, REVOLUCIÓN ECOLÓGICA

**C** ALICANTE CREATIVA, MODERNIDAD ECONÓMICA

**D** ALICANTE MANUFACTURA, CAPITALIDAD INDUSTRIAL

**E** CAMP D'ALACANT, VANGUARDIA RURAL

El equipo de trabajo CEEI ELCHE & LOOP ha desarrollado un foro de análisis de las líneas tractoras, en el que se han aplicado cuatro criterios de debate:

- **Transversalidad:** Capacidad de afectación directa o indirecta a varias LTs
- **Iniciativas involucradas:** número de proyectos comunicados por el ERET
- **Impacto sobre sectores:** Capacidad de tracción en un pool de sectores
- **Afectación a Pilares:** variaciones sobre la propuesta inicial en base al análisis de las iniciativas aportadas por el ERET

Partiendo de estas premisas, se han seleccionado dos líneas tractoras prioritarias:

- **Alicante Creativa, Modernidad Económica**
- **Alicante verde, Revolución Ecológica**

*El resultado del ejercicio es un pool de líneas de trabajo bien fundamentadas que permitan identificar y escenificar acciones de máximo impacto dentro del entorno del territorio.*

## FASE 1.5

# PRIORIZACIÓN LINEAS TRACTORAS

*Marcos de sectores, iniciativas y lección de líneas tractoras*



## FASE 1.5

# PRIORIZACIÓN LINEAS TRACTORAS

## Marcos de sectores, iniciativas y lección de líneas tractoras



La línea tractora de **Alicante Creativa, Modernidad económica** tiene un elevado potencial de arrastre sobre otras líneas tractoras, especialmente la centrada en la **Sostenibilidad** de cara a generar un elevado potencial de atracción a nivel social, integrando las nuevas iniciativas e inversiones en las otras líneas, Excelencia Urbana, Capitalidad Industrial y Vanguardia Rural. En el gráfico se representa el nivel de interdependencia entre las diferentes líneas.

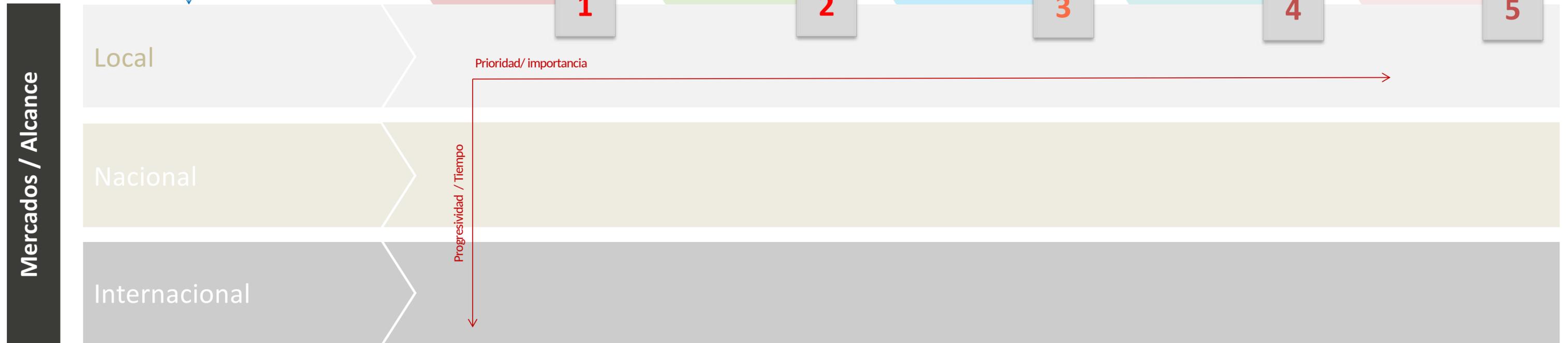
### Factores potenciadores:

- El eje potenciador de la economía de la provincia en el escenario post-covid19 por su transversalidad es la LT3 Alicante Creativa, Modernidad Económica:
  - Concienciación del momento de la provincia
  - Potenciación social del talento proactivo
  - Vertebración de las otras LTs.
- El motor de la actualidad y coyuntura de LT2 Alicante Verde representa:
  - Posicionamiento en la sostenibilidad directamente con la LT3
  - Potencia los pilares y activos diferenciales de la provincia
  - Se articula especialmente con las LT1 y LT5
- El eje articulador del urbanismo y convivencia en el escenario post-covid19 es la LT1 Alicante Habitable:
  - Eje tractor del talento desde el atractivo urbano y ambiental
  - Eje ordenador y generador de valores y hábitos cívicos y de pertenencia
  - Se articula con la LT2 Alicante Verde
- Las líneas LT4 Alicante Manufactura y LT5 Camp d'Alacant se relacionan como elementos potenciadores de la principal LT3 Alicante Creativa.
- No se ha obtenido suficiente información de proyectos por parte de los miembros del ERET, que permita una clasificación de mayor relevancia respecto de las otras líneas. Aunque somos conscientes de su gran peso económico.

# FASE 1.5

## PRIORIZACIÓN LINEAS TRACTORAS

### Líneas tractoras y mercados





# FASE 2

Escenificación de las oportunidades identificadas



# FASE 1.6

## IDENTIFICACIÓN OPORTUNIDADES A ESCENIFICAR

*Seleccionar oportunidades en forma de escenarios*



# Circularidad de los residuos sólidos

Factor diferencial y trascendente de las ciudades y sistemas biológicos del presente y del futuro, imprescindible para mantener el equilibrio y la competitividad en el tiempo, bajo un balance positivo entre recursos del entorno y su explotación.

La provincia necesita generar colaboraciones entre las administraciones y el sector privado para implementar rápida y ampliamente proyectos de reciclaje avanzado que protejan los entornos naturales que son un activo de la marca Alicante, así como fuente de conocimiento, cultura, tecnología y economía.



ESCENARIO 1

## CIRCULARIDAD DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS

Selección de oportunidades en forma de escenarios

### LÍNEAS TRACTORAS PRINCIPALES

2

#### ALICANTE VERDE, REVOLUCIÓN ECOLÓGICA

- 27. Plan de Acción Ambiental de Elche
- 28. Formalización de la Carta Verde Ciudadana NaturElx
- 32. Prestación nuevo Servicio de Limpieza viaria y recogida, transporte y entrega de residuos en el término municipal ilicitano
- 33. Mejora Planta de Tratamiento de Residuos Urbanos y de Clasificación de Envases de Elche
- 34. Programa de Concienciación Ciudadana sobre buenas prácticas en materia de consumo de agua y de gestión de residuos en Elche
- 35. Plan Municipal de Infraestructuras Estratégicas para la Competitividad y la Sostenibilidad en Elche
- 59. Complejo integral de reciclaje eco sostenible para la Vega Baja

### LÍNEAS TRACTORAS ASOCIADAS

4

#### ALICANTE MANUFACTURA, CAPITALIDAD INDUSTRIAL

- 135. Promoción de la Ecoinnovación y la Economía Circular para la Industria 4.0 del Calzado

5

#### CAMP D'ALACANT, VANGUARDIA RURAL

- 150. Redacción Estrategia de Desarrollo Rural Sostenible, Integrado y Circular del Camp d'Elx
- 161. ECO DISTRITO sur de Alicante

ESCENARIO 1

# CIRCULARIDAD DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS

*Líneas tractoras y escenario*



ALICANTE CREATIVA,  
MODERNIDAD  
ECONÓMICA

ALICANTE VERDE,  
REVOLUCIÓN  
ECOLÓGICA

ALICANTE HABITABLE,  
EXCELENCIA URBANA

ALICANTE  
MANUFACTURA,  
CAPITAL INDUSTRIAL

CAMP D'ALACANT,  
VANGUARDIA RURAL

	1	2	3	4	5
Local					
Nacional					
Internacional					

MERCADOS/ALCANG  
E

## ESCENARIO 1

# CIRCULARIDAD DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS

## Escenario de oportunidad



### ACTORES

**1. Proyecto Converter:** colaboración de la ciencia y la industria para dar solución al problema del hiperpackaging o productos de un solo uso y que son aprovechados a través de la economía circular.

- **Converters:** provee de modelos de packaging al proyecto.
- **Administración:** facilitador de la iniciativa.
- **Centro investigación de materiales:** desarrolla el proyecto piloto.
- **Empresa textil o moda:** receptor, elaborador y transformador de los residuos masivos contaminantes en las prendas textiles o calzado finales.

**2. Logística y almacenaje:** Soluciones para el transporte y almacenamiento de los materiales.

**3. Empresa separación materiales:** encargada de realizar la separación de materiales no procesables, emitidos.

**4. Fabricador transformador:** responsable de realizar la transformación / conversión del residuo masivo.

**5. Usuarios:** consumidores del nuevo producto servicio.

### NECESIDADES

- Gestionar el fin de ciclo de vida de algunos de los principales residuos solidos masivos y contaminantes
- La industria de los materiales y manufactura requiere cada vez más de materia primas sostenible y valorizables
- Las redes requieren de un proceso de separación de los materiales no procesables.
- Introducir en la actividad manufacturera el concepto de economía circular.
- Muchos materiales y acabados necesitan de modelos de transformación, conocimiento y maquinaria para la fabricación de nuevos materiales y texturas valorizables en sectores actuales y emergentes.

### CONTEXTO DE USO

- Plantas de conversión con modelos y maquinaria obsolescente, con necesidad de actualizar a modelos circulares
- Falta de colaboración entre empresas del sector.
- Proyecto en fase piloto utilizando capacidades y experiencias en el extranjero.
- Mayor preocupación por el respeto al medio ambiente.
- Lugares donde están la mayor parte de los residuos sólidos masivos contaminantes

### SOLUCIÓN

Generar una planta piloto productiva para transformar los principales residuos sólidos masivos usados como materia prima sostenible comercializable.

## ESCENARIO 1

# CIRCULARIDAD DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS

## *Caso ejemplo de escenario de oportunidad*

Capannori, Italia.

La ciudad italiana de Capannori, es un ejemplo exitoso de proyecto de gestión relacionado con la circularidad de los residuos sólidos ya que se ha convertido en el **pueblo europeo con la mayor tasa de reciclaje y el abanderado de los pueblos 'Cero Residuos'**.

Actualmente el 99% de las personas del municipio realizan la separación de residuos. Hay tiendas donde los productos se venden al peso, la ciudad ofrece un descuento de impuestos para soluciones reutilizables y sin empaque. Más de 2.200 familias y todos los comedores públicos compostan. Cuentan con el primer centro de investigación europeo en 'Cero Residuos' y una particular "isla ecológica" donde entregan todos aquellos objetos que ya no necesitan en los hogares pero cuya vida útil todavía no ha terminado o se puede prolongar, entre otros aspectos.

El proyecto, que surgió de la necesidad de buscar soluciones para reducir los residuos, ha derivado de una estrategia que no solo contemplaba acciones sobre el reciclaje sino también sobre la reutilización y la concienciación social.



Fuente: [outride](#), [zerowasteeurope](#)

El eje fundamental del éxito está en la consulta activa a los vecinos, los cuales aportan cercanía a la solución y mitigan el problema de los productos de ciclo corto. Además también se han maximizado estos ciclos a través de la recirculación del producto entre vecinos, buscando alargar los ciclos

## ESCENARIO 1

# CIRCULARIDAD DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS

### *Caso ejemplo de escenario de oportunidad*



## Proyecto Agro posidonia - Creama

La Xarxa Agrícola de Creama y el Ayuntamiento de Denia han impulsado una iniciativa para aprovechar restos de posidonia en explotaciones ganaderas cercanas. El denominado proyecto agro-posidonia es un ejemplo de economía circular y contribuye a reducir la huella de carbono, según remarca Creama. De esta forma, los excedentes procedentes de la retirada de las playas tras los temporales se convierte en un recurso que se utiliza cerca de su origen, lo que reduce la distancia de transporte.

Las algas y la posidonia son un excelente material como lecho para el ganado gracias a sus propiedades salinosas. Tradicionalmente se depositaba en los corrales y contribuía a repeler los parásitos. Además, su yodo actúa como cicatrizante de las posibles heridas que tengan los animales.



Fuente: [CREAMA](#)

Apostar por la economía circular para reducir la huella de carbono da lugar a nuevas oportunidades de negocio que aseguren el crecimiento económico del territorio.

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Población con menos residuos de Europa:
  - <https://gestoresderesiduos.org/noticias/italia-capannori-el-primer-pueblo-europeo-con-cero-residuos>
  - <https://www.comune.capannori.lu.it/progetto-eco/>
  - <https://www.comune.capannori.lu.it/grandi-temi/rifiuti-zero/>
  - <https://zerowasteurope.eu/2013/09/the-story-of-capannori-a-zero-waste-champion/>
- Plataforma digital que evita desperdicio de alimento: <https://www.springwise.com/innovation/food-drink-finding-a-home-for-imperfect-food-drink>
- App que encuentra casas cercanas para alimentos no deseados: <https://www.springwise.com/sustainability-innovation/food-drink/olio-food-waste-app>
- Aprovechamiento de microbios para cultivar cemento: [https://www.springwise.com/innovation/property-construction/making-eco-friendly-cement-with-microbes?mc\\_cid=86b0df8518&mc\\_eid=e5cbf6a89d](https://www.springwise.com/innovation/property-construction/making-eco-friendly-cement-with-microbes?mc_cid=86b0df8518&mc_eid=e5cbf6a89d)
- Máquinas de reciclaje de bricolaje crean productos de plástico personalizados en casa: <https://www.springwise.com/diy-recycling-machines-create-custom-plastic-products/>
- Bloques de construcción hechos con residuos plásticos: <https://www.springwise.com/innovation/sustainability/construction-blocks-made-from-used-plastic>

# Inclusividad de los entornos responsables seniors

Los últimos estudios confirman que España se encuentra entre los primeros puestos del mundo en lo que respecta a la esperanza de vida. Se espera que en 2040 ocupe el primer puesto de la lista por lo que la colaboración entre individuos, empresas y administración va a ser clave para la realización de acciones concretas que supongan una reestructuración de los factores sociales, económicos, sanitarios, legales, laborales, políticos, etc. que conforman la vida de las personas.

A medida que la generación de los Baby Boomers envejece, el cuidado de personas mayores se consolida como negocio. La provincia de Alicante posee elementos de valor muy afianzados que, sin duda, favorecen el surgimiento de nuevas oportunidades vinculadas a combatir la soledad y el aislamiento social, nuevas definiciones del concepto de trabajo para las personas mayores, sistemas de aprendizaje activo, mejorar la eficiencia del cuidado y sistema sanitario, etc.



## ESCENARIO 2

# INCLUSIVIDAD DE LOS ENTORNOS RESPONSABLES SENIORS

Selección de oportunidades en  
forma de escenarios

## LÍNEAS TRACTORAS PRINCIPALES

### 1 ALCANTE CREATIVA, MODERNIDAD ECONÓMICA

- 75. Potenciación Promoción de la Programación Cultural de Elche
- 81. Promoción de la oferta de viviendas de diversa tipología (urbana, rural, litoral)
- 96. Semáforos Inteligentes
- 97. Pasos de Peatones Inteligentes
- 99. APP Móvil para seguimiento consumos (uso ciudadano)
- 100. Sistema para detección de Plazas de Aparcamiento (Aparcamiento Inteligente)
- 129. Oficina turística virtual

### 2 ALCANTE VERDE, REVOLUCIÓN ECOLÓGICA

- 40. Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Elche (PMUS ELX)
- 47. Creación de huertos urbanos en el Palmeral de Elche
- 166. Potenciar la Movilidad Sostenible en el Municipio de Almoradí, con especial atención a las Pedanías y áreas Rurales del conjunto de municipios que le rodean: creación de itinerarios peatonalizados seguros, de conexión entre zonas verdes.

## LÍNEAS TRACTORAS SECUNDARIAS

### 3 ALCANTE HABITABLE, EXCELENCIA URBANA

- 1. Conexión Marina Alta: Optimización del sistema de movilidad entre los municipios de la comarca.
- 2. Plan Centro Elche (estudio itinerarios tráfico, dotación aparcamientos, rehabilitación edificios históricos, peatonalización de calles comerciales, regulación actividades económicas, etc.
- 5. Renovación de Espacios Públicos Urbanos
- 6. Programa Vivienda Accesible 2021-2023
- 11. Desarrollo del Proyecto Estratégico VIDA RURAL (COUNTRY & LIVING)
- 13, Potenciación de la programación cultural/ocio en la zona centro.
- 15. Centro Residencial de diversidad funcional
- 17. Almoradí Residencial Corazón de la Vega Baja

ESCENARIO 2

# INCLUSIVIDAD DE ENTORNOS RESPONSABLES SENIORS

*Líneas tractoras y escenario*



MERCADOS/ALCANG E	Local	1	2	3	4	5
	Nacional					
	Internacional					

# INCLUSIVIDAD DE ENTORNOS RESPONSABLES SENIORS

## Escenario de oportunidad



### ACTORES

- 1. Personas mayores:** Potenciales clientes de oferta Silver Economy.
- 2. Patronato e instituciones de promoción asistencial** instituciones de cuidado de la tercera edad
- 3. Museos / Centros asistenciales** instituciones socioculturales y de actividades de ocio de mayores
- 4. Plataformas asistenciales digitales** oferta digital de servicios para la tercera edad y silver economy
- 5. Servicios sanitarios / rehabilitación** instituciones publico/privadas sanitarias y de atención geriátrico.
- 6. Servicios de cuidado y limpieza** instituciones de servicios de limpieza y cuidado de mayores.
- 7. Hostelería y catering** empresas de servicios de alimentación.
- 8. Gobierno y administración** instituciones de gobierno y normativa para la dependencia y asistencia

### NECESIDADES

- Espacios **adaptados a las necesidades** de la edad.
- **Servicios centralizados:** alimentación, limpieza, sanidad...
- Productos inmobiliarios con **soluciones alineadas a la edad:** intercambio, renting...
- Vivir en un entorno en **armonía con la naturaleza.**
- Mantener la **independencia y libertad.**



### CONTEXTO DE USO

- **Preocupación por el confinamiento** de las personas mayores en **residencias.**
- Entorno **privilegiado y exclusivo** de mar o montaña.
- Capacidad de **generar espacios** respetuosos con el medio ambiente.
- **Nuevos modelos de negocio** alrededor del producto/servicio inmobiliario.
- Crecimiento de la **oferta de servicios** al target silver.

### SOLUCIÓN

Desarrollo de modelos de producto y servicios inmobiliario/complementos adaptados a las necesidades de los segmentos de la silver economy en una relación holística con el medio ambiente y el entorno socioeconómico.

## ESCENARIO 2

# INCLUSIVIDAD DE ENTORNOS RESPONSABLES SENIORS

## *Caso ejemplo de escenario de oportunidad*



### Inclusividad en entornos responsables seniors. Nueva Zelanda

Ryman ha sido pionero en la vida de jubilación durante más de 35 años. Buscan dar soluciones a un rango de la población que requiere de una solución de habitabilidad diferente y accesible de la que ha vivido hasta ahora: una solución de concepto “espacio efímero” eco-sostenible de alquiler-compra que, sin ser ortopédicas, estén adaptadas a las necesidades de la edad, ofrezcan servicios centralizados y permitan disfrutar de un entorno en armonía con la naturaleza.

No se trata de comprar una casa nueva, un mismo producto pero más moderno, sino un producto inmobiliario 100% pensado para silvereconomy, para el tramo final de tu vida, nuevo, rejuvenecido, adaptado y que inmobiliariamente como producto esté alineado con tu realidad (ej.: soluciones de intercambio inmobiliario o de renting).

En un tramo de edad en la que más que metros cuadrados, cocina o lavadero, requieres de soluciones de movilidad, espacio muy cualificado adaptado a lo que tienes o tendrás y una oferta de servicios centralizados de mantenimiento, salud y entretenimiento entre otros.



La clave está en generar soluciones de modelo de negocio que sean capaces de desarrollar una propuesta de valor que contenga el modelo de servicio inmobiliario, el ecosistema de servicios focalizados en las necesidades silver economy bajo una oferta integral de un producto/servicio inmobiliario y arquitectónico alineado con la estrategia de responsabilidad del entorno. Para adjudicarlo y prescribir un proyecto promotor.

## ESCENARIO 2

# INCLUSIVIDAD DE ENTORNOS RESPONSABLES SENIORS

## *Caso ejemplo de escenario de oportunidad*



## Inclusividad en entornos responsables seniors

En la provincia de Alicante ya contamos con alguno ejemplo de lo supone poner en marcha iniciativas que generen la inclusión del colectivo senior y que al mismo tiempo potencien y generen la riqueza en el territorio.

VIDA SOSTENIBLE COHOUSING COOP V es una gestora de viviendas colaborativas y de servicios cohousing que opera en Alicante. Creada en 2018 como cooperativa de trabajo por un equipo multidisciplinar de profesionales – arquitectos, urbanistas, economistas, abogados, psicólogos y un antropólogo-, se dedica a la gestión integral de proyectos de vivienda colaborativa, dirigidos a ofrecer un proyecto de vida en comunidad a personas que contribuyan a respaldar los valores de convivencia y apoyo mutuo presentes antaño en las comunidades de vecinos.

Dentro de Vida Sostenible Cohousing Coop V ya tienen en marcha dos proyectos en la ciudad de Alicante y otro en Barcelona con lo que están potenciando el valor de la vivienda colaborativa a través de la colaboración de entidades públicas y privadas.

Si quieres saber más sobre el proyecto puedes verlo [aquí](#)



Vida Sostenible  
Vivienda Colaborativa  
"Cohousing"

La provincia de Alicante ya está trabajando en la puesta en marcha de proyectos de vida sostenible que contribuyan a fomentar la solidaridad, el cuidado, evitar la soledad y crear espacios conjuntos

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Centro Nueva Zelanda Ryman Health Care: concepto “espacio efímero” eco-sostenible de alquiler-compra que sin ser ortopédicas, estén adaptadas a las necesidades de la edad, ofrezcan servicios centralizados y permitan disfrutar de un entorno en armonía con la naturaleza: <https://www.rymanhealthcare.co.nz/>
- Compañero digital empático para adultos mayores que motiva el compromiso, la conexión y la independencia: <https://www.intuitionrobotics.com/>
- Zapato inteligente que notifica caídas y envía datos de ubicación: <https://www.springwise.com/connected-shoe-notifies-falls-sends-location-data/>
- [Plataforma que intercambia información sobre opciones de vivienda para personas mayores: https://www.springwise.com/innovation/health-wellbeing/one-stop-platform-for-old-age-care](https://www.springwise.com/innovation/health-wellbeing/one-stop-platform-for-old-age-care)
- Creación de comunidades para los baby boomers que envejecen: <https://www.springwise.com/jimmy-buffett-builds-communities-for-aging-baby-boomers/>



# Servitización de cultivos de origen

La tecnología agroalimentaria (Agrifood y Agrotech) es, sin duda, un espacio con alto potencial de crecimiento y donde la disrupción tecnológica está llegando a las explotaciones y a las industrias de Alicante, así como a los consumidores, cada día mejor informados y concienciados con su huella social, ambiental y en la salud. Hoy en día, no se puede hablar de agricultura sin incorporar otros sectores de la industria y de los servicios derivados.

La innovación en este sector, tan importante en nuestra provincia, está relacionada con la sostenibilidad, la transparencia o la agilidad en la respuesta al cambio. Por ello, la demanda de los consumidores debe abarcar toda la cadena de valor y propiciar la modernización y competitividad de todo el sector.



### ESCENARIO 3

## SERVITIZACIÓN DE CULTIVOS DE ORIGEN

Selección de oportunidades en forma de escenarios

## LÍNEAS TRACTORAS PRINCIPALES

### 2 ALCANTE VERDE, REVOLUCIÓN ECOLÓGICA

- 51. Creación de un Instituto de Investigación sobre la **Palmera, con aplicaciones sobre variedades** dátil, conservación, comercialización, etc. Fomento de la artesanía de la palmera.
- 52. Impulso a la **producción y comercialización** de palmeras
- 54. Apoyo a la **industria agroalimentaria** (dátiles de Elche, licor de dátil, etc.)

## LÍNEAS TRACTORAS SECUNDARIAS

### 5 CAMP D'ALACANT, VANGUARDIA RURAL

- 151. Introducción de la agricultura ecológica y reparadora en el Camp d'Elx que incorpore innovación al sector agroalimentario y evite la degradación de los suelos
- 156. Desarrollo y uso de la Marca Camp d'Elx para sus productos autóctonos
- 157. Promoción de los mercadillos de agricultores (consumo responsable y sostenible de los productos provenientes de la agricultura de proximidad y ecológica)
- 158. Potenciación de los productos locales, en especial los que tengan Denominación de Origen
- 159. Organización de Rutas Gastronómicas del Camp d'Elx
- 160. Xarxa digital para facilitar la transacción de productos agrícolas desde el productor de Km0 y el consumidor final mediante sinergias entre actores involucrados en la comarca de la Marina Alta, favoreciendo el relevo generacional de las pequeñas explotaciones.

ESCENARIO 3

# SERVITIZACIÓN DE CULTIVOS DE ORIGEN

*Líneas tractoras y escenario*



Alicante Creativa,  
Modernidad  
Económica

Alicante Verde,  
Revolución  
Ecológica

Alicante Habitable,  
Excelencia Urbana

Alicante  
Manufactura,  
Capital Industrial

Camp d'Alacant,  
Vanguardia Rural

MERCADOS/ALCANG  
E

	1	2	3	4	5
Local					
Nacional					
Internacional					

# SERVITIZACIÓN DE CULTIVOS DE ORIGEN

## Escenario de oportunidad



### ACTORES

1. **Empresas cultivadoras/productoras de especies autóctonas y/ D.O Denominaciones de origen en el ámbito de verduras, frutas y hortalizas**
2. **Empresas de tecnología de invernaderos cerrados y semi cerrados**
3. **Empresas de sensórica y automatización 4.0 aplicada a la Agricultura 4.0**
4. **Administración pública**
5. **Escuelas de gastronomía y culinaria**
6. **Centros de tecnológicos de investigación de especies mejoradas y ciencia de plantas (Plant based) Obtentores (Desarrolladores de semillas)**
7. **Centros de investigación y desarrollo de la economía circular aplicada al sector agroindustrial**
8. **Centros de investigación aplicada en métodos numéricos y de digitalización industrial 4.0**

### NECESIDADES

- Desarrollo de **estrategias de producción, optimización y desarrollo de especies diferenciadas y de valor para el sector productor agrícola.**
- Desarrollo de **conocimiento aplicado** en el ámbito de suelos, riego, especies autóctonas e invernaderos automatizados y **condiciones especializadas en cultivos de alto valor añadido y diferenciación. (Exportables).**
- Mas que equipamiento hardware/software, se requiere personal con conocimiento aplicado.

### CONTEXTO DE USO

- Agricultura y acuicultura: cultivos, ganado y mariscos.
- Fabricación de insumos agrícolas: agroquímicos, maquinaria agrícola, semillas, productos farmacéuticos para ganado y otros suministros.
- Procesamiento de alimentos: preparación de productos frescos, fabricación de productos alimenticios preparados e ingredientes.
- Procesamiento no alimentario: extracción de bioenergía y biomateriales de cultivos y productos agrícolas.
- Mercadeo, venta al por mayor y distribución, logística, transporte y almacenamiento.
- Venta al por menor y servicio de comidas: supermercados, mercados de agricultores, restaurantes y otros comercios minoristas.
- Cocina enfocada al consumidor y al descubrimiento de los valores de todo tipo de alimentos.
- Regulación: calidad de los alimentos y seguridad alimentaria.
- Investigación y desarrollo del propio sector agroalimentario.
- Servicios financieros vinculados al blockchain y sus derivados a nuevos modos de financiar proyectos disruptivos en la cadena de valor agrifood.

### SOLUCIÓN

- Desarrollo de una **plataforma comercializadora de productos de origen** y categorías **complementarias** para la oferta de productos de calidad e **identificación del origen regional/local** y de **fomento de la región** y su oferta **turística** que atraiga a actores con **tecnologías de agricultura. Ej: invernaderos cerrados y semi- cerrados automatizados** y ecológicos
- **Potenciar el conocimiento de la agricultura 4.0** y los modelos regenerativos aplicados a la nutrición.
- Desarrollo de capacidades de Introducción de la **eficiencia energética circular y agricultura regenerativa aplicada**
- Desarrollo de **conocimiento aplicado en tecnologías de climatización** para **especies diferenciadas o con identidad de origen** de la región y que generan turismo rural.

## ESCENARIO 3

# SERVITIZACIÓN DE CULTIVOS DE ORIGEN

## *Caso ejemplo de escenario de oportunidad*

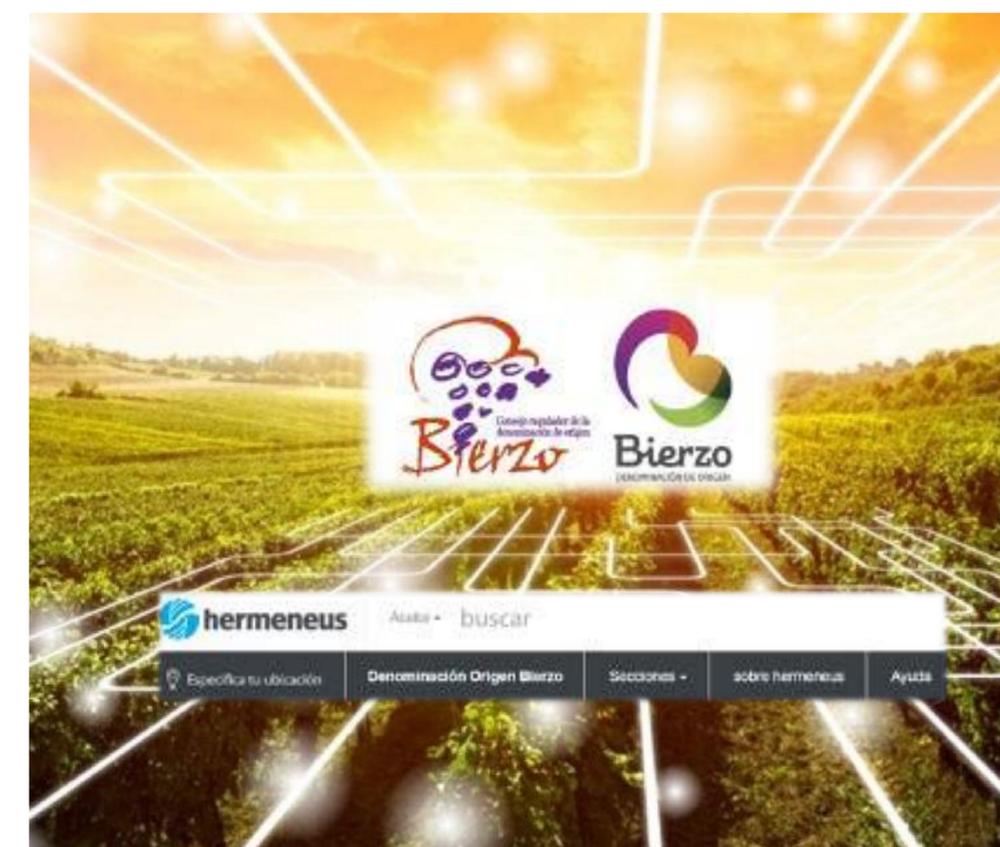
### Servitización de cultivos de origen. Bierzo España

El Consejo Regulador de los Vinos del Bierzo firma un acuerdo de colaboración con Banco Santander, a través de su Territorial en Castilla y León, para impulsar el comercio digital de las bodegas pertenecientes a la Denominación de Origen del Bierzo.

La iniciativa está dirigida a todas sus bodegas adscritas, pero especialmente a aquellas que actualmente no disponen de comercio digital o lo quieren potenciar.

A través de la plataforma Hermeneus, la cual es una vitrina de primer nivel que permite a vendedores y compradores un espacio único y directo de venta segura, las bodegas podrán promocionar y comercializar de forma rápida y sencilla sus vinos. En virtud del acuerdo con Banco Santander, durante el primer año, y sin ningún compromiso de permanencia, el alta en la herramienta de venta es totalmente gratuita.

El éxito de la plataforma a potenciado la venta cruzada de los productos originales de referencia de la región como fruta (Cerezas, Pera, Manzana, Tomate...) embutidos, quesos y frutos secos, generando un éxito de referencia en la UE.



Las plataformas digitales están destinadas a ser la herramienta de impulso a los productos regionales. La venta por proximidad regional ya no basta, y la digitalización del canal se posiciona como un elemento indispensable para llevar a cabo la expansión mas allá de la propia región. Además, estos portales digitales, sirven de herramienta para obtener la venta cruzada de todos los productos de la región.

## ESCENARIO 3

# SERVITIZACIÓN DE CULTIVOS DE ORIGEN

## *Caso ejemplo de escenario de oportunidad*

### Proyectos de agricultura de precisión satelital



La empresa alicantina Nass Solution se ha especializado en el procesado de imágenes satelitales e inteligencia artificial para predecir la situación en la que se encuentran los cultivos. De esta manera, han sabido aplicar la investigación a la agricultura con el objetivo de predecir los cultivos optimizando así la labor desarrollada por los agricultores.

A través de su plataforma, sus clientes pueden saber dónde aplicar más agua, añadir más fertilizantes o solucionar algún tipo de anomalía.

Su modo de trabajo está focalizado en procesar e interpretar la información de los cultivos para que sea el agro productor el que desde el campo solucione cualquier tipo de anomalía.

Sus principales líneas de actividad son la estimación de la producción, el control de riego y la detección de anomalías a través de la inteligencia artificial.



Fuente: Nass Solution

Apostar por la inteligencia artificial para generar nuevos servicios y proyectos que se adapten a las necesidades específicas de los agricultores contribuye a optimizar los recursos y a la profesionalización y adaptación del sector agroalimentario.

## ESCENARIO 3

# SERVITIZACIÓN DE CULTIVOS DE ORIGEN

## *Caso ejemplo de escenario de oportunidad*

### Dron agrícola



La empresa china XAG ha lanzado un nuevo dron agrícola que está diseñado para aprovechar los beneficios del diseño modular para poder atender una amplia gama de procesos agrícolas.

El dron agrícola 'V40' viene completamente equipado con un tanque de herbicida y un contenedor de semillas, mientras que su par de brazos plegables vienen equipados con rotores y boquillas de aspersión para permitir una aspersión y siembra eficientes. Sin embargo, lo que realmente hace que este dron agrícola sea único es el hecho de que utiliza un mecanismo de inclinación electrónico que ahorra energía y permite una mayor flexibilidad con menos rotores.

Con tecnología GPS, radares y la capacidad de mapear el terreno, este dron agrícola está diseñado para prácticas agrícolas que desean utilizar tecnología moderna para permitir mejores rendimientos de cultivos sin aumentar los costos.



El uso de drones en el sector de la agricultura cada vez gana más peso y relevancia por la multitud de usos a la hora de mejorar los rendimientos de los cultivos sin aumentar los costes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Kit de detección de toxinas en cultivos: [https://www.springwise.com/innovation/agriculture-energy/portable-field-tests-for-crop-toxins?mc\\_cid=750ec9bc75&mc\\_eid=e5cbf6a89d](https://www.springwise.com/innovation/agriculture-energy/portable-field-tests-for-crop-toxins?mc_cid=750ec9bc75&mc_eid=e5cbf6a89d)
- Soluciones de valor añadido para la agricultura de precisión satélite: <https://www.naxsolutions.com/blog1/satlantis-y-nax-solutions-unen-fuerzas>
- Tienda impulsada por ASAJA de productos catalanes: <https://ecommerce-news.es/nace-km-0cat-nueva-tienda-online-impulsada-por-asaja-de-productos-catalanes/>
- Impulsar el comercio digital de las bodegas adscritas a la Denominación de Origen del Bierzo: <https://www.agronewscastillayleon.com/la-do-bierzo-impulsa-la-digitalizacion-de-las-bodegas>
- Proyecto de vivienda con finca propia <https://www.springwise.com/innovation/agriculture-energy/mixed-income-housing-complex-farm>

# Servitización, formación y personas

El término “Edtech” representa la transformación hacia el modelo de enseñanza del Siglo XXI, en el que confluyen nuevas formas de aprender para el estudiante bajo tendencias como la comunicación 4.0. aprendizaje por proyectos fuera de las aulas y el uso de metodologías ágiles y de innovación.

El nuevo modelo, orientado hacia una formación permanente a lo largo de toda la vida, exigirá, entre otros aspectos, que el profesor adapte los contenidos según la demanda de su usuario, estableciendo valores y vínculos emocionales, construyendo una experiencia alrededor de la formación para fomentar el aprendizaje cooperativo, más allá de las aulas. Se trata de incentivar el pensamiento crítico a través del análisis de información, la toma de decisiones y la defensa de los proyectos.

La nueva enseñanza debe despertar la creatividad y el pensamiento lateral con el fin de que el alumnado mejore en el campo de la resolución de problemas complejos en una sociedad y entorno económico cada vez más complejo y dinámico.



#### ESCENARIO 4

## SERVITIZACIÓN, FORMACIÓN Y PERSONAS

Selección de oportunidades en  
forma de escenarios

## LÍNEAS TRACTORAS PRINCIPALES

### 1 ALCANTE CREATIVA, MODERNIDAD ECONÓMICA

71. Organización del Colectivo Elche Creativo
72. Formalización Manifiesto Elche por la Cultura, la Creatividad y la Innovación
74. Organización Actividades Culturales y Científicas en torno a los Patrimonios de la Humanidad de Elche
76. Impulso Organización Actividades Culturales y de Divulgación Científica por las Universidades de Elche
77. Organización de Campus de Verano Universidades en Elche
79. Construcción del Centro de Tecnologías Habilitadoras
104. Plan Digitalización de Pymes.
105. Desarrollar Mapas de demanda Temprana que permitan definir modelo de ciudad y territorio
106. Información y asesoramiento presentación de ofertas que incorporen consultas preliminares al mercado y una licitación de manera que incentive la presentación de ofertas que incorporen soluciones innovadoras y fomente una economía más sostenible.
107. Interconectar oferta y la demanda pública analizando los grupos de investigación, la innovación empresarial y los clústeres implantados en la Comunidad Valenciana, ateniéndose más allá de criterios estrictamente basados en precio, e incorporando incluso elementos de carácter social y medioambiental.
108. Equipos Experimentales para el fomento de empleo de triple impacto, mediante itinerarios de inserción personalizado.
109. Canal de asesoramiento 24h en temas de trabajo, formación, emprendimiento, búsqueda de empleo, relaciones laborales, etc.
110. Investigaciones sobre el mercado laboral, Itinerarios de inserción laboral.
111. Catálogo con actividades formativas presenciales/online para estudiantes, personas desempleadas y ocupadas.
112. Formación e-learning para personal docente y orientador.
113. Publicación de bolsas de ocupación, ofertas laborales e información sobre el mercado laboral.
114. Web institucional de la Mancomunidad de municipios de las comarcas El Comtat y L'Alcoià, que integra todos los servicios que la ciudadanía puede necesitar en materia de formación, inserción, orientación laboral.
115. Ibi Ciudad industrial: Web de cooperación entre el empresariado y el Ayuntamiento de Ibi para la promoción económica local.
117. Plataforma digital para comunidades emprendedoras locales.
118. Plataforma Territorial de Empleo para las comarcas de Medio y Alto Vinalopó.
119. Laboratorio de Prototipado de proyectos de impacto territorial.
120. Coworking de retorno social.
122. Plataforma Territorial de Empleo para las comarcas de Medio y Alto Vinalopó.
125. Programa para potenciar las capacidades de innovación en la empresa local.
127. "El Teixidor". Coworking social
128. "Lanzadera Petrer Emprende". Programa de asistencia al emprendimiento innovador
132. Red de espacios coworking rurales
133. Centro Innovación empresarial Pirámide



#### ESCENARIO 4

## SERVITIZACIÓN, FORMACIÓN Y PERSONAS

Selección de oportunidades en  
forma de escenarios

### LÍNEAS TRACTORAS PRINCIPALES

2

#### ALICANTE VERDE, REVOLUCIÓN ECOLÓGICA

- 28. Formalización de la Carta Verde Ciudadana NaturElx
- 34. Programa de Concienciación Ciudadana sobre buenas prácticas en materia de consumo de agua y de gestión de residuos
- 39. Constitución de la Asamblea Ciudadana del Cambio Climático
- 61. Establecer una Estrategia local de forma participativa.
- 68. Promover y gestionar la asistencia técnica y asesoramiento a las entidades públicas, ciudadanía y asociaciones locales de Almoradí, para el fomento de las iniciativas derivadas de la creación de la Comunidad Energética Local.
- 69. Promover actuaciones de promoción, información y desarrollo de capacidades en el conjunto de la ciudadanía de Almoradí, en relación a la energía renovable y la movilidad sostenible.

### LÍNEAS TRACTORAS SECUNDARIAS

4

#### ALICANTE MANUFACTURA, CAPITALIDAD INDUSTRIAL

- 138. Desarrollo de cursos y actividades formativas en habilidades digitales para profesionales del calzado
- 144. Centro de Tecnologías Habilitadoras

5

#### CAMP D'ALACANT, VANGUARDIA RURAL

- 154. Sensibilización, divulgación, preservación, recuperación y promoción de los diferentes patrimonios, paisajes, usos y costumbres del Camp d'Elx

ESCENARIO 4

# SERVITIZACIÓN, FORMACIÓN Y PERSONAS

## Líneas tractoras y escenario



MERCADOS/ALCANCE	Local	1	2	3	4	5
	Nacional					
	Internacional					

# SERVITIZACIÓN, FORMACIÓN Y PERSONAS

## Escenario de oportunidad



### ACTORES

1. **Administraciones Públicas:** Definen las líneas guías de los programas de formación ofrecen recursos para sostenerla.
2. **Empresas:** necesitan de trabajadores capaces y bien formados.
3. **Centros de FP:** ofrecen formación con enfoque hacia el mundo laboral., presupuestos limitados.
4. **Universidades:** ofrecen formación con enfoque hacia la investigación y el mundo laboral, presupuestos variables.
5. **Directores de Centros:** Administran las infraestructuras los programas educativos y el personal docente.
6. **Profesores:** son los usuarios finales, pero tienen un papel limitado en el proceso de suscripción
7. **Estudiantes:** son los beneficiarios directos de los programas de formación.
8. **Influencers:** Codesarrolladores de contenido y motivadores.

### NECESIDADES

- Ofrecer formación que sea valorada por el mercado formador (business case, inversión/ beneficios de casos de formación servitizada)
- Adaptar los servicios a las exigencias específicas (FP Dual y empleabilidad)
- Modelos de negocios auto-sostenibles
- Interconectar los distintos sectores red (co-branding, esponsorización, endorsing)
- Medir niveles de eficacia y avances IA
- Activar la empleabilidad digital



### CONTEXTO DE USO

- Formación en Universidad
- Formación en Centro de FP
- Formación en modalidad alternancia
- Aprendizaje Remoto (Apps, Widgets...)

### SOLUCIÓN

Sistema educativo online que emplea la Inteligencia Artificial para la creación de planes personalizados con un formato de aprendizaje continuo. A través de un acceso web, cada usuario accede a su cuenta y realiza un test en el que es consultado por su ocupación, conocimientos y competencias en las que quiere formarse. El algoritmo selecciona entre los millones de contenidos online estructurados y desestructurados, los que mejor se adaptan al usuario y crea su Plan de Formación Personalizado.

El sistema permite personalizar el contenido dependiendo de cómo aprenden las personas. Es decir, hay quienes prefieren aprender a través de video, otros mientras hacen ejercicio. De esa forma el algoritmo aprende los gustos y comportamientos de las personas para entregar contenido adaptado al usuario

## ESCENARIO 4

# SERVITIZACIÓN, FORMACIÓN Y PERSONAS

## *Caso ejemplo de escenario de oportunidad*



### Classlife – Plataforma para la gestión integral de la educación

La tecnología aplicada a la educación es fundamental para adaptar las clases a las nuevas necesidades de los estudiantes, así como a las nuevas formas de comunicación de los alumnos y su realidad a través de nuevas fórmulas que contribuyan a preparar mejor al alumnado hacia las profesiones del futuro, amenizar las clases y contar con herramientas que permitan adaptarse a los nuevos entornos.

La plataforma Classlife es un ejemplo de ello, se trata de un software' en la nube que incluye todas las herramientas necesarias para gestionar todos los procesos de una institución y un innovador Campus Virtual, que promueve la participación de los estudiantes gracias a su similitud con una red social. Actualmente están presentes en todos los niveles educativos ya que han logrado adaptar su plataforma a las necesidades de cada centro. Su misión es que las instituciones educativas puedan utilizar la tecnología para optimizar los procesos de forma fácil y segura.



**La clave en la educación reside en la importancia de establecer fórmulas y metodologías que respondan adecuadamente a la realidad actual de la sociedad y a las necesidades de los estudiantes, que ayude a democratizar la enseñanza y hacerla accesible a todas las personas.**

ESCENARIO 4

# SERVITIZACIÓN, FORMACIÓN Y PERSONAS

*Caso ejemplo de escenario de oportunidad*



## Aiko Robot Mentor para aprender y jugar

**El robot Aiko robot es el primer robot de una nueva generación de robots relacionales de Inteligencia artificial.**

Va más allá de una simple interacción social que puedes tener con otros dispositivos y/o robots. Aiko aprende a conocerte mejor, se adapta a ti y genera una relación a largo plazo contigo: afectiva, poderosa y única.

Aiko es también un mentor para aprender otros idiomas (Inglés, Castellano) y desarrollar tus habilidades STEAM y socio-emocionales a través de actividades basadas en el juego y conversaciones útiles.



La inteligencia artificial aplicada a la educación puede ser clave para proporcionar valor a la labor educativa contribuyendo así al fomento del pensamiento lateral y la rápida resolución de problemas.

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Startups que están transformando la educación: <https://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/startups-que-estan-transformando-la-educacion/>
- Classlife: <https://www.classlife.education/>
- Ed tech institute: <https://www.edtech-institute.com/>
- Aisoyrobotic: <https://aisoy.com/es>

# Ecosistemas energéticos autosuficientes

Estamos en proceso de construir nuevas fórmulas que contribuyan a la sostenibilidad del planeta. En el caso de la energía, cada vez son más los municipios que están creando sus propios proyectos de energía comunitaria dando un paso Adelante hacia la sostenibilidad y circularidad de la economía de la ciudad, tanto la de los ciudadanos como de las empresas implantadas en sus términos municipales.

La energía comunitaria representa una gran oportunidad para una economía descarbonizada a la hora de combatir la emergencia climática, la brecha de desigualdad y favorecer el empoderamiento ciudadano y una sociedad basada en la cooperación.

Conocer el entorno y buscar nuevas fórmulas de optimizar los recursos puede por un lado, generar mayor conciencia social y por otro lado, puede dar lugar a nuevas oportunidades de desarrollo y crecimiento en la provincia de Alicante.



## ESCENARIO 5

# ECOSISTEMAS ENERGÉTICOS AUTOSUFICIENTES

Selección de oportunidades en  
forma de escenarios

## LÍNEAS TRACTORAS PRINCIPALES

### 1 ALCANTE CREATIVA, MODERNIDAD ECONÓMICA

- 7. Programa de mejora de la eficiencia energética de instalaciones, alumbrado público y edificios municipales (EDUSI ELX).
- 8. Plan Municipal de Rehabilitación Energética Edificatoria (Elx) Coworking de retorno social.
- 22. Puntos de recarga vehículos eléctricos para una movilidad sostenible
- 23. Iluminación turística sostenible, inteligente, saludable, confortable y emocional.
- 26. Programa para potenciar las capacidades de innovación en la empresa local.

### 2 ALCANTE VERDE, REVOLUCIÓN ECOLÓGICA

- 34. Programa de Concienciación Ciudadana sobre buenas prácticas en materia de consumo de agua, energía y de gestión de residuos
- 37. Plan Municipal de Rehabilitación Energética Edificatoria
- 38. Actualización del Plan de Acción para el Clima y la Energía Sostenible (PACES)
- 39. Constitución de la Asamblea Ciudadana del Cambio Climático
- 40. Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Elche (PMUS ELX)
- 43. Fomento de la construcción sostenible y arquitectura bioclimática en Elche
- 58. Clúster de producción energética Almoradí Sur
- 61. Establecer una Estrategia local de forma participativa.
- 62. Creación de un consorcio local para la gestión de la Comunidad Energética con partes interesadas.
- 63. Creación de un sistema de producción eléctrica con energía renovable, para autoconsumo o para entrega a red, para todo el municipio de Almoradí con partes interesadas.
- 64. Creación de un sistema de Producción de calor y/o frío con energía renovable en las instalaciones escolares y deportivas del término municipal.
- 65. Mejorar la Eficiencia Energética en el conjunto del término municipal de Almoradí, y en especial en los sistemas de alumbrado Público y cuya fuente de producción sea renovable.
- 67. Potenciar la Instalación de Estaciones de Recarga Para Vehículos Eléctricos en todo el Término Municipal de Almoradí.
- 68. Promover y gestionar la asistencia técnica y asesoramiento a las entidades públicas, ciudadanía y asociaciones locales de Almoradí, para el fomento de las iniciativas derivadas de la creación de la Comunidad Energética Local.
- 69. Promover actuaciones de promoción, información y desarrollo de capacidades en el conjunto de la ciudadanía de Almoradí, en relación a la energía renovable y la movilidad sostenible.

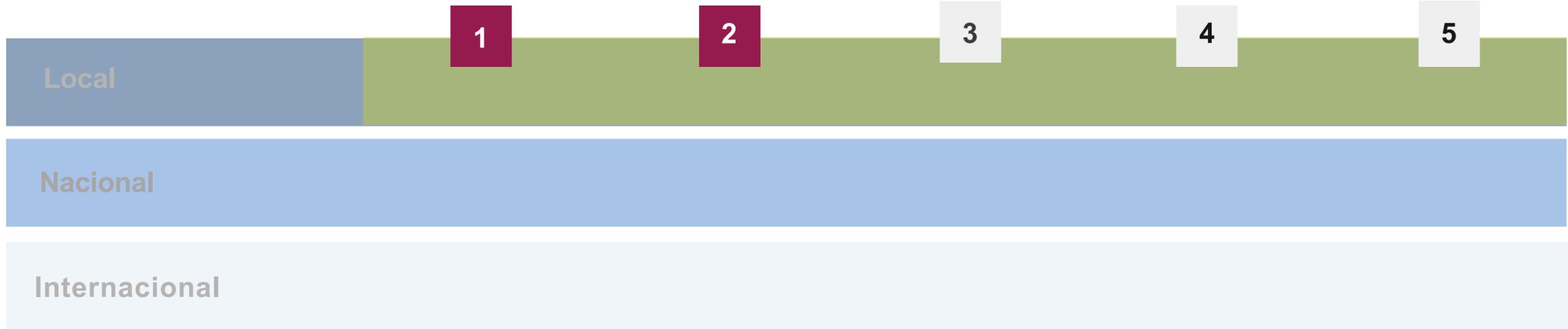
ESCENARIO 5

# ECOSISTEMAS ENERGÉTICOS AUTOSUFICIENTES

*Líneas tractoras y escenario*



MERCADOS/ALCANCE



# ECOSISTEMAS ENERGÉTICOS AUTOSUFICIENTES

## Escenario de oportunidad



### ACTORES

1. **Utilities y empresas de energía:** Como impulsores de la transformación energética local

- Generadores
- Transmisores
- Distribuidores
- Comercializadores
- Energías renovables
- Energías fósiles
- Energías renovables
- instaladores
- Desarrolladores
- Cooperativas de energía

2. **Asociaciones (de consumidores y vecinos):** como representantes de los intereses del consumidor.

3. **Entes reguladores:** Como auditores y responsables del seguimiento de los operadores energéticos. Potenciales beneficiarios de la ampliación de oferta y diseñadores de nuevos soportes de formación.

4. **Administración pública:** como ente regulador del sector y garante del servicio.

- Ministerio de Industria, Energía y Turismo
- Gobierno CCAA
- Gobiernos locales
- UE

5. **Consumidores:** clientes/usuarios domésticos

6. **Consumo comercial/industrial:** Clientes/B2b/Pymes

### NECESIDADES

- **Momentos de fluctuación,** del precio y calidad del servicio energético.
- **Momentos de consumo puntual y colectivo:** colectividades de consumo energético eventual.
- **Iniciativas de emprendimiento industrial o comercial:** relacionados a la generación, almacenamiento, transporte energético...
- **Iniciativas de desarrollo tecnológico industrial:** Tecnologías relacionadas con la generación, almacenamiento, control y transporte energético...

### CONTEXTO DE USO

- Tener **alternativas de generación:** por actores locales o periféricos.
- **Sumar y aunar esfuerzos** de auto generación y autoconsumo en comunidad.
- **Realizar formaciones técnicas en la autogeneración, almacenamiento y ahorro energético** de nuevos modelos de **ecologismo y circularidad profesionalizados** que respondan a objetivos técnicos, económicos, científicos y ambientales.
- **Descarbonizar** la generación de **energía local** y plantear soluciones de corto, medio y largo plazo.

### SOLUCIÓN

Creación de **modelos económicos y operativos de generación, almacenamiento, ahorro y control energético, adaptados a necesidades de los colectivos** y aprovechando el tejido social, comercial e industrial (**stakeholders**) en forma de **microgeneración distribuida** desde las comarcas y comunidades de vecinos o comerciales, formando **ecosistemas de desarrollo energético limpio y autosostenible**, que equilibren el mercado eléctrico en **producción y precios** y potencien la autonomía de las comunidades de consumo

## ESCENARIO 5

# ECOSISTEMAS ENERGÉTICOS AUTOSUFICIENTES

## *Caso ejemplo de escenario de oportunidad*



## Comunidad energética local

La pedanía crevillentina de El Realengo es el punto de inicio de la Comunidad Energética COMPTM. Está impulsada por el propio Ayuntamiento y el Grupo Enercoop.

Se va a desarrollar en una parcela municipal donde se han ubicado instalaciones deportivas y de recreo, y donde han instalado una cubierta de 600 metros cuadrados de paneles solares con capacidad para generar 180.000 kWh por año, con lo que se cubrirá el 50% de las necesidades energéticas de la pedanía. Además, Comptem forma parte de un proyecto experimental que combina la tecnología de autoconsumo colectivo con el almacenamiento energético a media escala, el proyecto Merlon, que cuenta con una aportación de 300.000 euros de los 400.000 de inversión realizada. El resto del coste lo sufragan los cooperativistas destinando a la amortización de la infraestructura un porcentaje del descuento que reciben en su factura.

La idea de Enercoop es poder en marcha tres nuevas comunidades con el uso de cubiertas públicas (colegios, consultorios médicos, dependencias municipales...) o privados, tejiendo "paneles de abeja" con el objetivo de que en 2030 "el 50% de la energía del municipio esté generada en la comunidad".



Fuente: Enercoop

Las comunidades energéticas locales se tratan como laboratorio de autosuficiencia energética que podrían propiciar la integración de nuevas fuentes de energía descentralizada, así como, aportar flexibilidad en el comercio de energía.

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Financiación comunidades energéticas:  
<https://www.idae.es/ayudas-y-financiacion/comunidades-energeticas>  
<https://comunidadesenergeticas.org/>
- Soria, primera comunidad energética autosuficiente: <https://www.primenergy.es/blog/un-pueblo-de-soria-primera-comunidad-energetica-autosuficiente-de-toda-espana/>
- Proyecto Merlon: <https://www.esmartcity.es/comunicaciones/comunicacion-comunidades-energeticas-locales-laboratorio-autosuficiencia-energetica-integracion-nuevas-fuentes-energia-descentralizada-flexibilidad-comercio-energia-proyecto-merlon>
- Crevillent, primera comunidad energética de España: <https://www.grupoenercoop.es/crevillent-la-primera-comunidad-energetica-de-espana/>

# Servitización de la industria pesquera

Vivimos en un entorno totalmente vinculado al mar. El clima, las comunicaciones así como el turismo así lo reflejan, sin embargo, no hemos sabido cuidarlo y respetarlo como se merece.

La industria pesquera, sobre todo la vinculada a la pesca artesanal, está experimentando las consecuencias del medio marino.

El gran reto reside ahora en la protección de los océanos y en la búsqueda de oportunidades que hagan que la actividad pesquera vaya mucho más allá de la actividad puramente extractiva y se apueste por la búsqueda de nuevas oportunidades que aseguren una pesca justa, respetuosa y sostenible.



ESCENARIO 6

## SERVITIZACIÓN DE LA INDUSTRIA PESQUERA

Selección de oportunidades en forma de escenarios

### LÍNEAS TRACTORAS PRINCIPALES

#### 1 ALCANTE CREATIVA, MODERNIDAD ECONÓMICA

122. Pesca turismo en costas alicantinas

140. Rumb Nau-TIC: herramienta digital de servicios náuticos y rutas marítimas recreativas y deportivas

#### NOTA:

Los criterios que se han tenido en cuenta en la selección de esta oportunidad a escenificar han sido:

- Si bien en los proyectos presentados por los miembros de ERET, el peso del sector pesquero es muy reducido, hemos considerado en este piloto desarrollar una oportunidad de denominamos de “**nicho**”.
- En muchos de los proyectos planteados de forma explícita se incluye el concepto de “servitización”, siendo este un reto crucial a abordar por muchos sectores de la provincia de Alicante.
- El sector pesquero es uno de los más tradicionales de la provincia y durante siglos la principal actividad económica de muchos municipios costeros. Alguno de ellos sigue manteniendo puestos relevantes en el ranking de capturas dentro del Mediterráneo.

ESCENARIO 6

# SERVITIZACIÓN DE LA INDUSTRIA PESQUERA

*Líneas tractoras y escenario*



	1	2	3	4	5
MERCADOS/ALCANCE					
Local					
Nacional					
Internacional					

## ESCENARIO 6

# SERVITIZACIÓN DE LA INDUSTRIA PESQUERA

## Escenario de oportunidad



### ACTORES

1. **Empresas pesqueras:** como reclutadores de profesionales de la mar.

2. **Asociaciones (Federaciones y Cofradías):** Como representantes de los intereses del sector.

3. **Entes formativos:** como proveedores y responsables de cursos y módulos reglados en sus centros. Potenciales beneficiarios de la ampliación de oferta y diseñadores de nuevos soportes de formación.

Escuelas náuticas  
Formación profesional  
Universidades  
Centros privados

4. **Administración pública:** Como ente regulador del sector y garante de la calidad formativa.

Ministerio de fomento  
Secretaría de pesca  
Gobierno Vasco  
Europa

5. **Trabajadores del sector:** Como clientes o beneficiarios de nuevos cursos o formación interna para el desarrollo profesional.

6. **Desempleados:** Como potenciales clientes/usuarios del centro en busca de un empleo de calidad.

### NECESIDADES

- **Valorizar el sector:** prestigiar el empleo y fomentar una profesión atractiva desde las aulas.
- Garantizar el **relevo generacional** de puestos no reglados.
- Realizar **formaciones técnicas** en los propios buques: hidráulica, motores, electricidad.
- Mayor **relación y colaboración** en la selección.
- Un **ecologismo y náutica profesionalizados**. Colaborador, no-politizado y expertise en circularidad

### CONTEXTO DE USO

- Cultura de empresa cerrada, no hay colaboración entre entidades y no se publicitan sus dinámicas o iniciativas Empleo de calidad: mejoras de las condiciones laborales, salariales, estabilidad...
- Amplitud de profesionales y capacidad de desarrollo: Inspectores, flota, gestores de flota, comercial... Generadores de tecnología: relacionados con la pesca, sostenibilidad, logística internacional.
- Sector primario no importante para Europa. Ecologismo tampoco colabora en sinergias como sucede en el norte de la UE.
- Espacio de trabajo remoto en el mar y estancias de larga duración.

### SOLUCIÓN

**Creación de un agente acelerador independiente, capaz de estructurar y paquetizar los activos de conocimiento de las empresas pesqueras, introducirlas en los planes de estudios de formación reglada y no reglada en formatos digitales de alto valor con objeto de obtener profesionales preparados y orientados capaces de generar la necesaria transformación circular del sector**

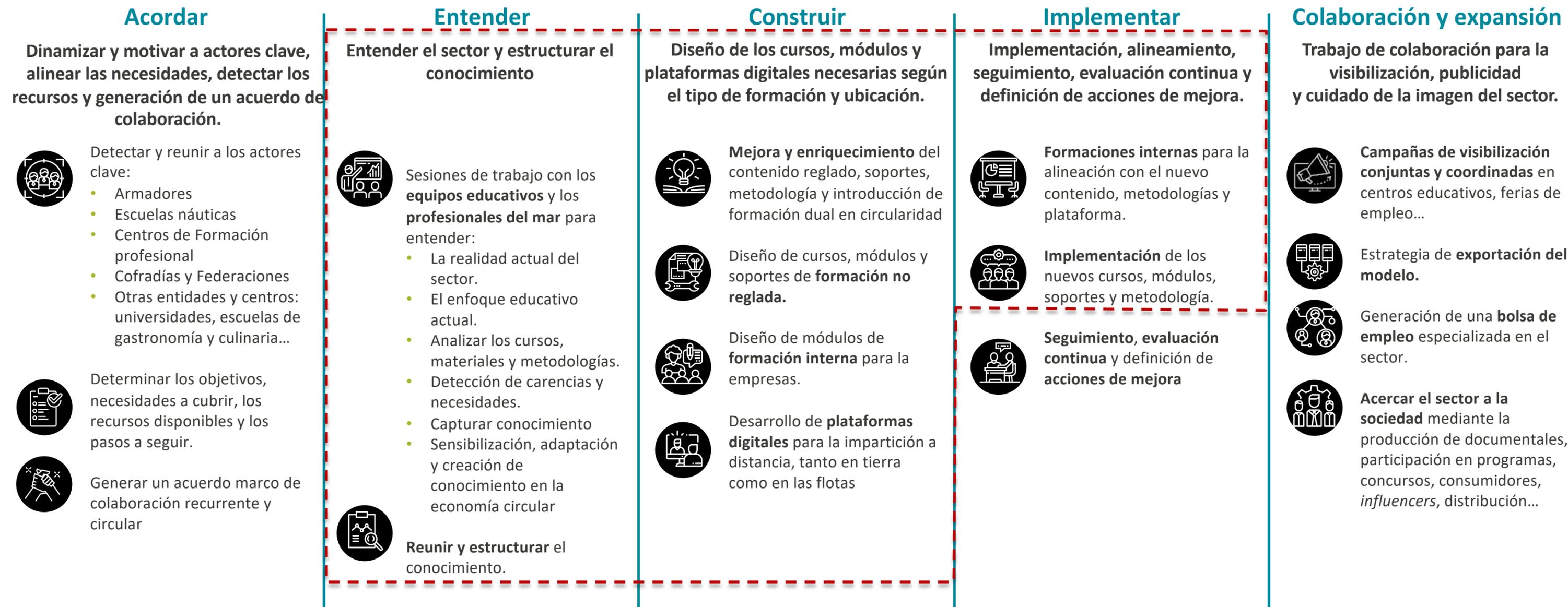


# SERVITIZACIÓN DE LA INDUSTRIA PESQUERA

Caso ejemplo de escenario de oportunidad



Definición del plan de trabajo para la creación de un centro educativo de la circularidad marítima 4.0



El escenario de oportunidad demanda un agente acelerador independiente, capaz de estructurar y paquetizar los activos de conocimiento de las empresas pesqueras, introducirlos en los planes de estudios de formación reglada y no reglada en formatos digitales de alto valor con objeto de obtener profesionales preparados y orientados capaces de generar la necesaria transformación circular del sector

## ESCENARIO 6

# SERVITIZACIÓN DE LA INDUSTRIA PESQUERA

## Caso ejemplo de escenario de oportunidad

### Servitización de la industria pesquera. Singapur

Para fortalecer la seguridad alimentaria, Singapur está siguiendo tres estrategias amplias, también conocidas como las tres canastas de alimentos. Estos son "Diversificar fuentes de importación", "Crecer localmente" y "Crecer en el extranjero". Para "Grow Local", Singapur tiene una visión de "30 por 30", es decir, producir localmente el 30 por ciento de las necesidades nutricionales de Singapur para 2030. Para hacerlo, la industria agroalimentaria de Singapur tendrá que "crecer más con menos" para adoptando soluciones innovadoras, aprovechando la I+D y empleando tecnologías sostenibles y resilientes al clima.

En la piscicultura costera, The Fish Farmer PteLtd ha incorporado soluciones IoT para hacer frente a las situaciones de bajo nivel de oxígeno disuelto en el agua que enfrentan sus granjas. Las granjas están equipadas con sistemas de monitoreo de la calidad del agua en tiempo real que envían una alerta al agricultor cuando se detectan malas condiciones de calidad del agua. Las medidas de mitigación, como los sopladores de aire que funcionan con baterías que se cargan con paneles solares, se pueden activar para oxigenar el agua.



La industria pesquera afronta grandes retos (devastación de los océanos, condiciones climáticas adversas, seguridad alimentaria). La sofisticación tecnológica liderada por la automatización y monitorización continua son las claves para lograr niveles mayores de productividad, sin causar daño medioambiental

## ESCENARIO 6

# SERVITIZACIÓN DE LA INDUSTRIA PESQUERA

## *Caso ejemplo de escenario de oportunidad*

### Granja vertical más grande del mundo

**La nueva granja vertical proporcionará microgreens de origen local y lubina rayada híbrida criada de manera sostenible a los consumidores en todo el noreste de América.**

Upward Farms, la empresa de agricultura vertical acuapónica en interiores con sede en Nueva York, ha anunciado la incorporación de la granja vertical más grande del mundo a su red. La nueva instalación, ubicada en el condado de Luzerne, Pensilvania, tendrá 250,000 pies cuadrados. Para principios de 2023, planea proporcionar microvegetales frescos de origen local y lubina rayada híbrida criada de manera sostenible a los consumidores en todo el noreste de los Estados Unidos.

Upward Farms diseña y opera granjas verticales que albergan ecosistemas de plantas y peces, suministrando estos productos a los tenderos locales. Al reutilizar los desechos del pescado y transformarlos en fertilizante orgánico para verduras de hoja verde, la acuaponía de Upward Farms es una plataforma que aprovecha la escalabilidad de la agricultura de interior con los beneficios de la agricultura regenerativa.



Aprovechar la escalabilidad de la agricultura de interior con los beneficios de la agricultura regenerativa puede ser una solución para asegurar la transformación circular del sector

## ESCENARIO 6

# SERVITIZACIÓN DE LA INDUSTRIA PESQUERA

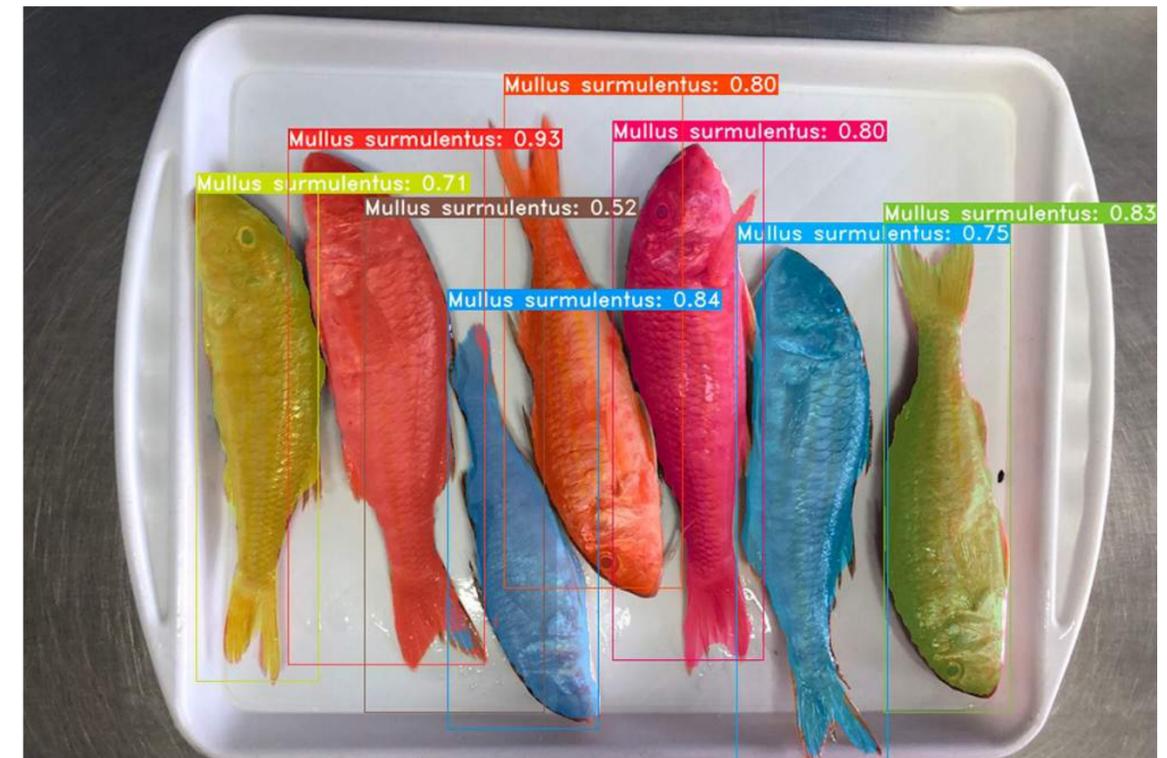
## *Caso ejemplo de escenario de oportunidad*

### Deepfish

Investigadores del Departamento de Tecnología Informática y Computación de la Universidad de Alicante (UA), asociados con el Instituto de Ecología Litoral (IEL) y la colaboración de las cofradías de pescadores de El Campello, han puesto en marcha el proyecto DeepFish cuyo objetivo es desarrollar un prototipo de visión artificial para la identificación de especies y obtener sus datos biométricos a través de deep learning.

Es estudio ha ayudado a ver cómo se están explotando las especies y como herramienta eficaz con la que poder controlar el equilibrio natural de las poblaciones de especies clave para el ecosistema. Además, DeepFish facilitará que los stocks pesqueros estén gestionados adecuadamente, de manera que se conserven dentro de límites biológicos seguros, poniendo especial atención a aquellos cuyo estado es desconocido, y a aquellos que no alcanzan el Buen Estado Ambiental.

Actualmente el proyecto se encuentra en una segunda fase y su objetivo es avanzar en las capacidades del sistema ampliando el número de especies de peces objetivo. En esta segunda fase se han unido a Campello, las Cofradías de Pescadores de Alicante y Torrevieja.



Fuente: <http://deepfish.dtic.ua.es/>

La investigación es uno de los pilares fundamentales para asegurar la transformación del sector pesquero y dar con nuevas fórmulas que aseguren el equilibrio natural del medio

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Granja vertical: <https://www.springwise.com/innovation/agriculture-energy/worlds-largest-ever-indoor-farm>
- Primera piscifactoría habilitada para IA de Singapur  
<https://www.thefishfarmer.com/>  
<https://www.thepeakmagazine.com.sg/gourmet-travel/sat-smart-fish-farm/>
- La industria acuícola de Singapur — Contribuyendo a la seguridad alimentaria de Singapur: <https://www.was.org/articles/The-Singapore-Aquaculture-Industry-Contributing-to-Singapores-Food-Security.aspx#.YfcLb-rMJPY>
- Proyecto deepfish: <http://deepfish.dtic.ua.es/project/>
- Proyecto gravity wave: <https://www.thegravitywave.com/reciclaje-de-plastico/>



# FASE 3

Elaboración de la propuesta para el desarrollo de la oportunidad



## CIRCULARIDAD EN EL SECTOR DEL CALZADO

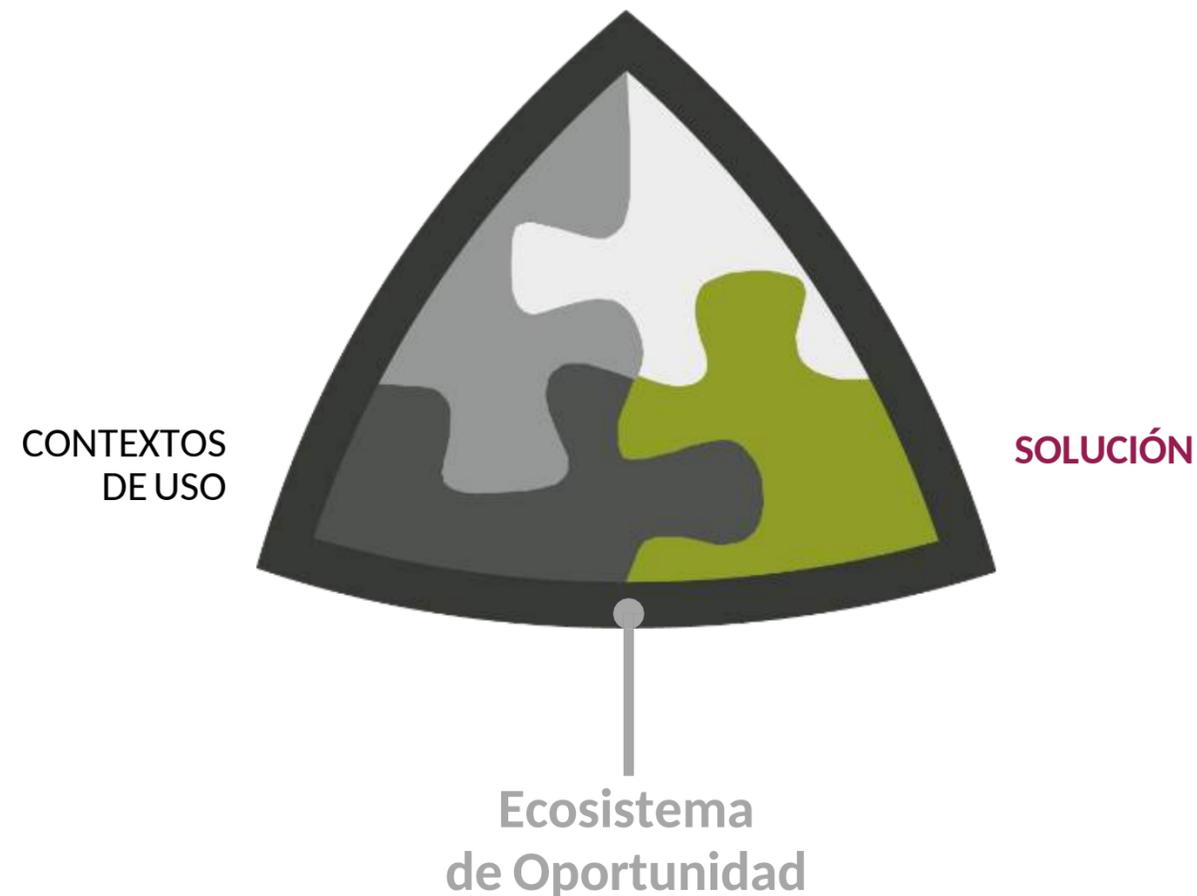


## FASE 3.1

# Modelo y plan de trabajo

### El reto

Una vez escenificadas las oportunidades de alcance provincial, se procede a implementar el desarrollo de las oportunidades. En este proyecto piloto hemos seleccionado el escenario 1 “Circularidad de los residuos sólidos”, focalizándolo en el sector calzado



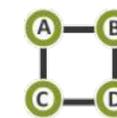
Objetivos y descripción del aporte de valor



Actores (agentes, instituciones y empresas), rol, responsabilidad y beneficio



Acciones y actividades clave



Relaciones de valor e interacciones entre actores



Canales/Mercados



Alcance e impacto de la oportunidad

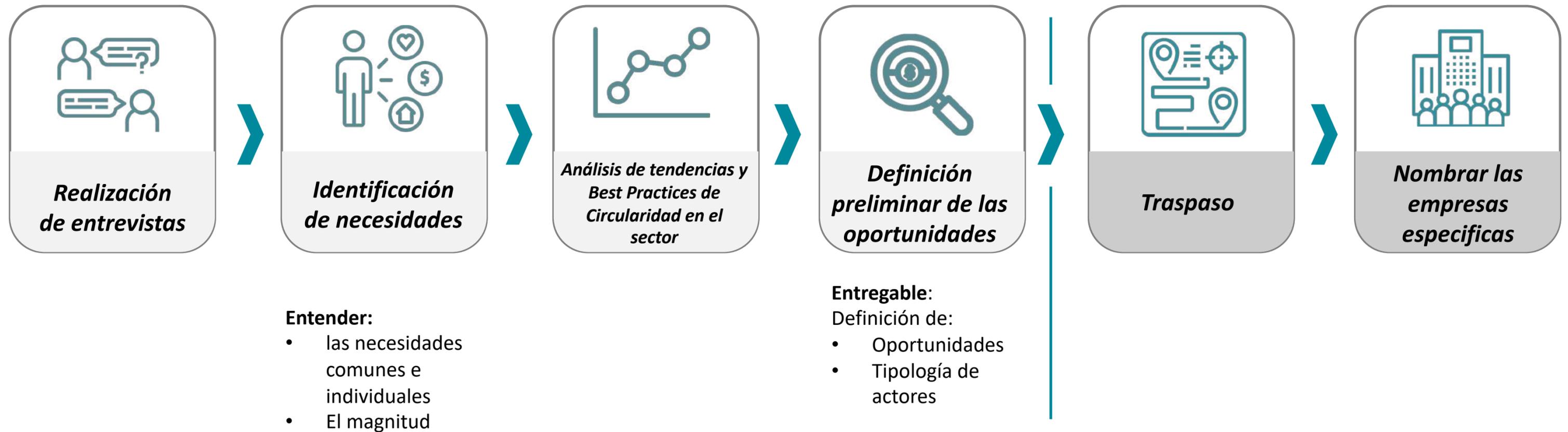
## FASE 3.1

# PLAN DE TRABAJO

## Circularidad en el sector calzado

### Fase 1 - Definir

### Fase 2 - Desarrollar



En este proyecto piloto solo se contempla la ejecución de la Fase 1 puesto que la Fase 2 depende de la involucración de los actores implicados y la elaboración de los planes de negocio específicos para su ejecución.

## FASE 3.1

# AGENTES CLAVE IMPLICADOS

*Álvaro Sánchez*

**aec**

Asociación Española de Empresas  
de Componentes para el Calzado

*Javier Navarro y Francisca Arán*



**INESCOP**  
CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO

*Marian Cano*

**avecal**  
avecal.es



## FASE 3.2

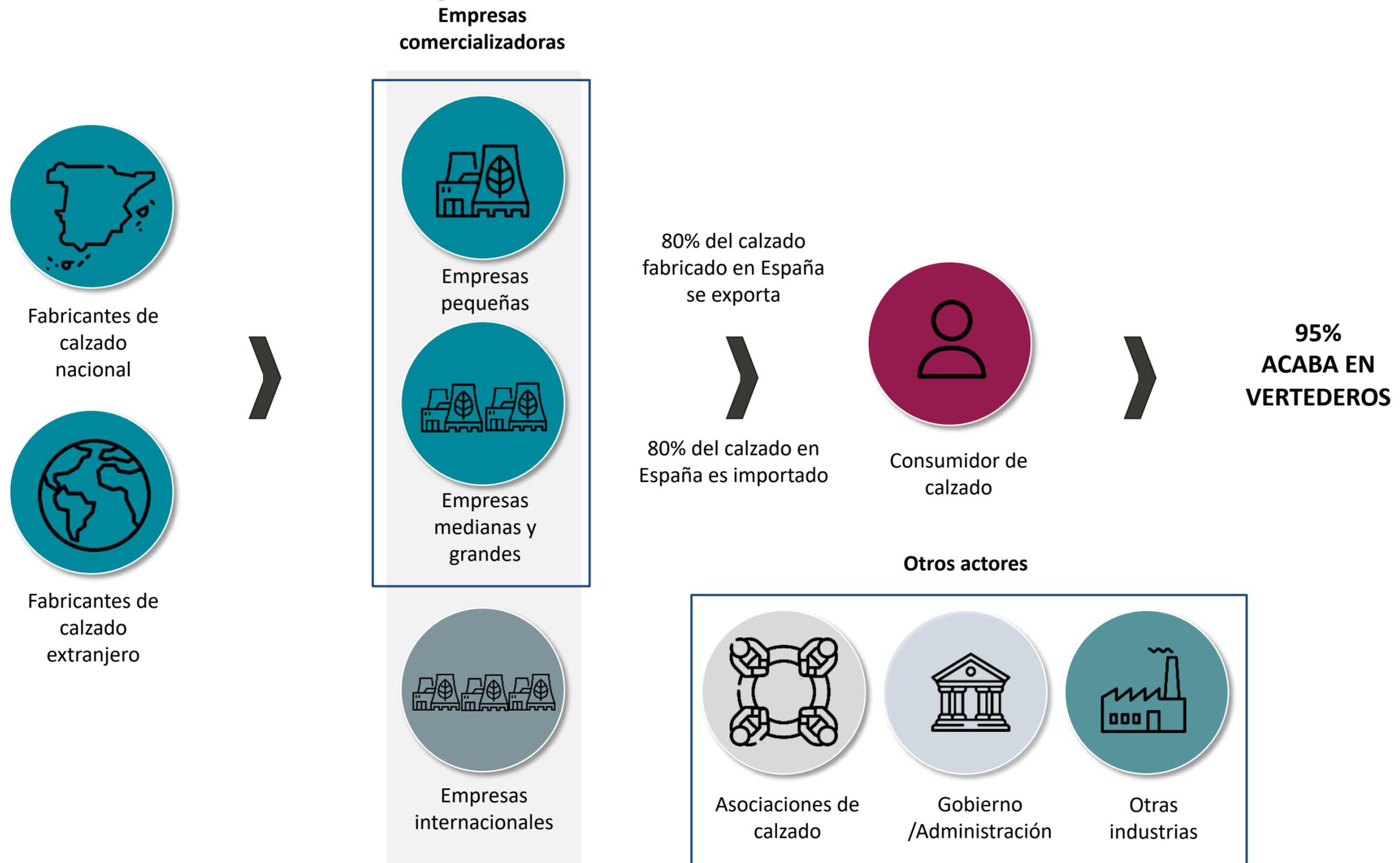
# IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES



## FASE 3.2

# IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

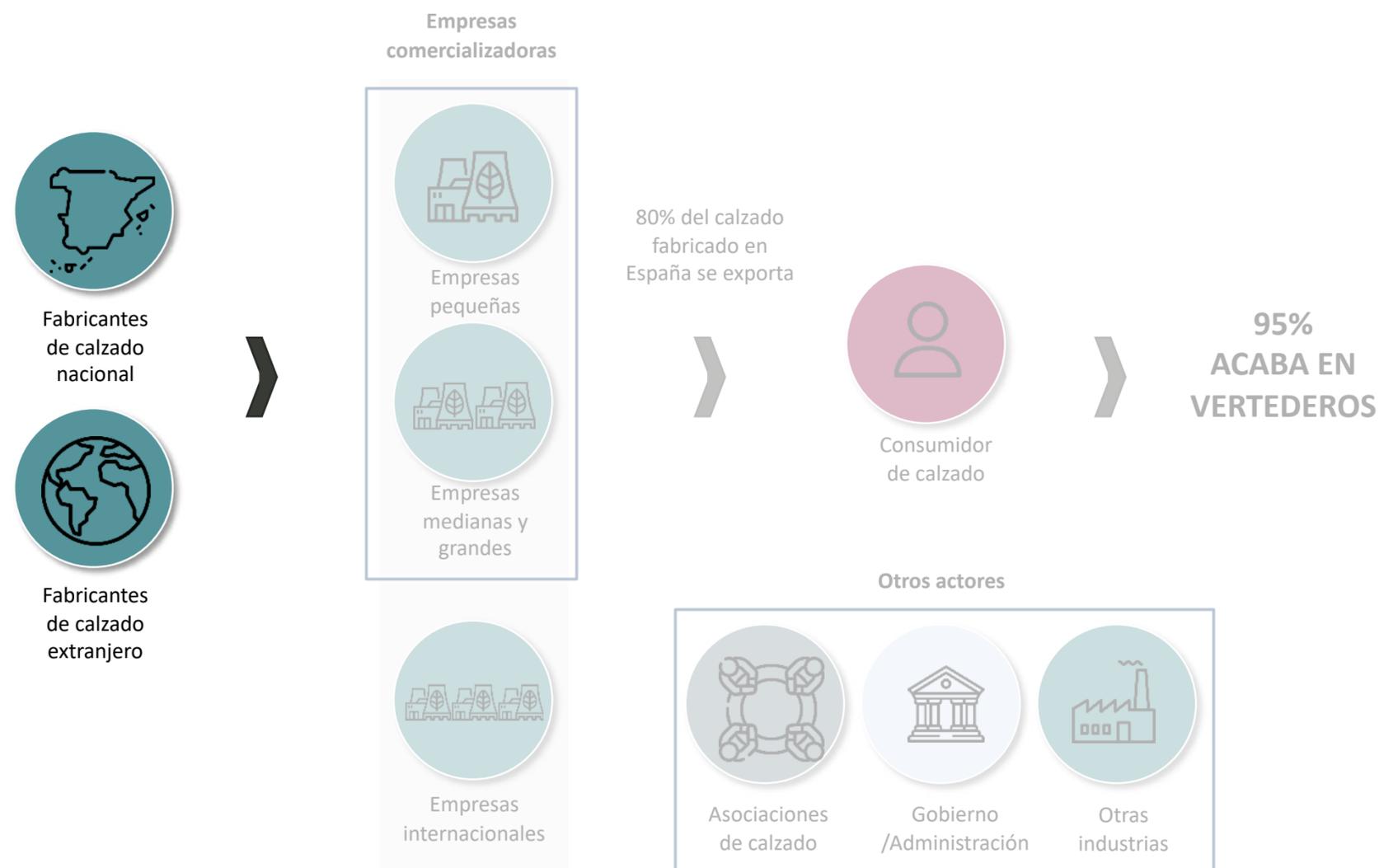
*Necesidades identificadas (todas las organizaciones)*



## FASE 3.2

# IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

## Retos fabricantes de calzado



### Retos fabricantes de calzado nacional:

- Fabricar **calzado sostenible**
  - **Menos materiales**
  - **Ecodiseño**
  - Añadir **piezas recicladas** al producto
- **Digitalización del producto** (que el producto lleve información de como reciclarlo)
- Trabajar en la **trazabilidad** del producto

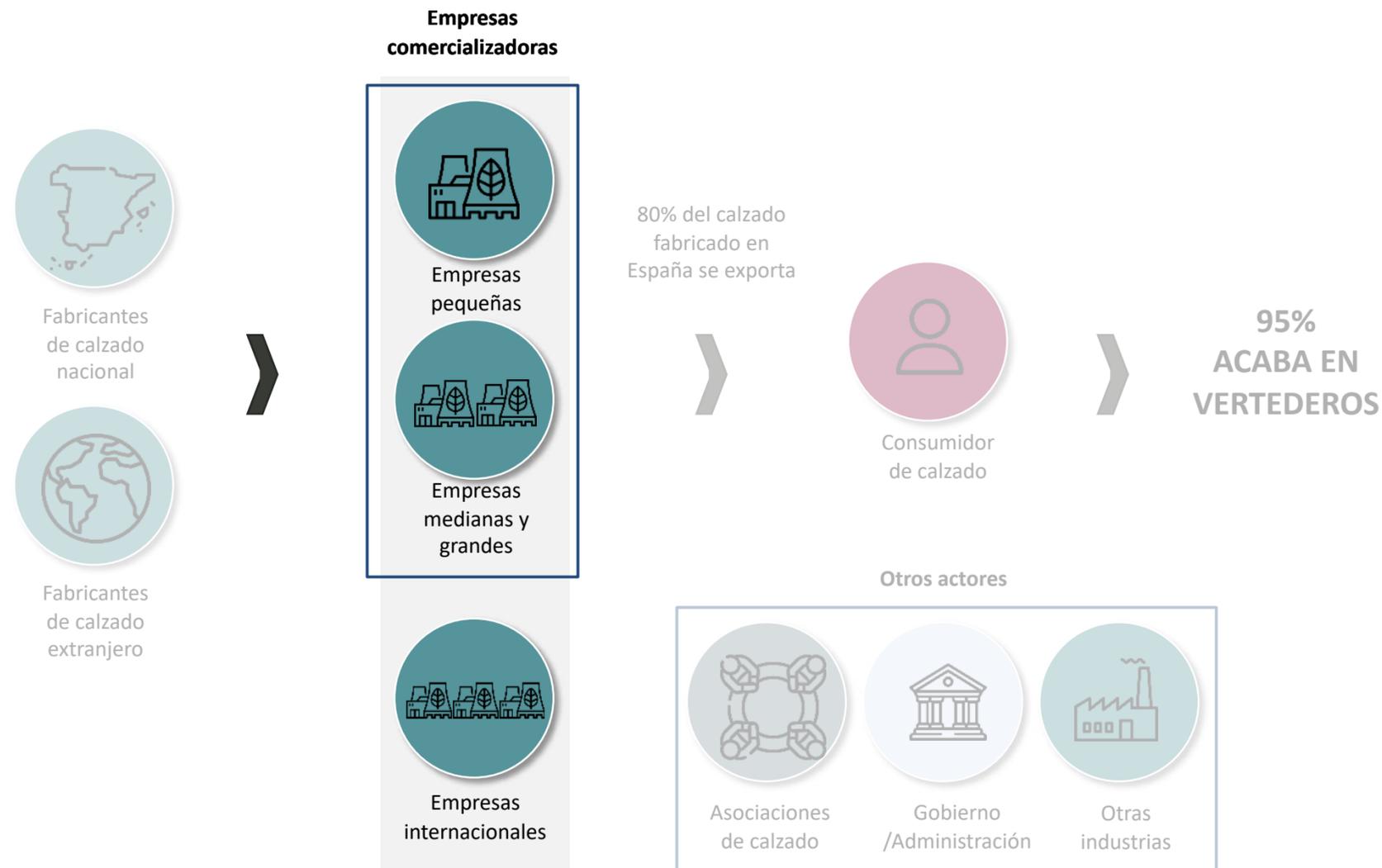
### Retos con fabricantes de calzado extranjero:

- **No se hacen responsables** de con que **materiales** está fabricado el calzado

## FASE 3.2

# IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

## Retos empresas comercializadoras



### Retos empresas pequeñas:

- Reducir **deuda**
- Contratar **personal motivado**
- **Evolucionar** positivamente
- Comercializar **calzado sostenible**
- Ser más **competitivas internacionalmente**
- Aumentar la **capacidad económica y operativa** para intensificar **las inversiones en calidad de producto**
- Promover y poner **contenedores de recogida**
- **Sinergias con otras empresas de otros sectores**

### Retos empresas medianas/grandes:

- Aumentar la **capacidad económica y operativa** para intensificar **las inversiones en calidad de producto**
- **Pensar más en el sector a nivel general**, “predicar con el ejemplo”, ser empresas tractoras
- Promover y poner **contenedores de recogida**
- **Sinergias con otras empresas de otros sectores**

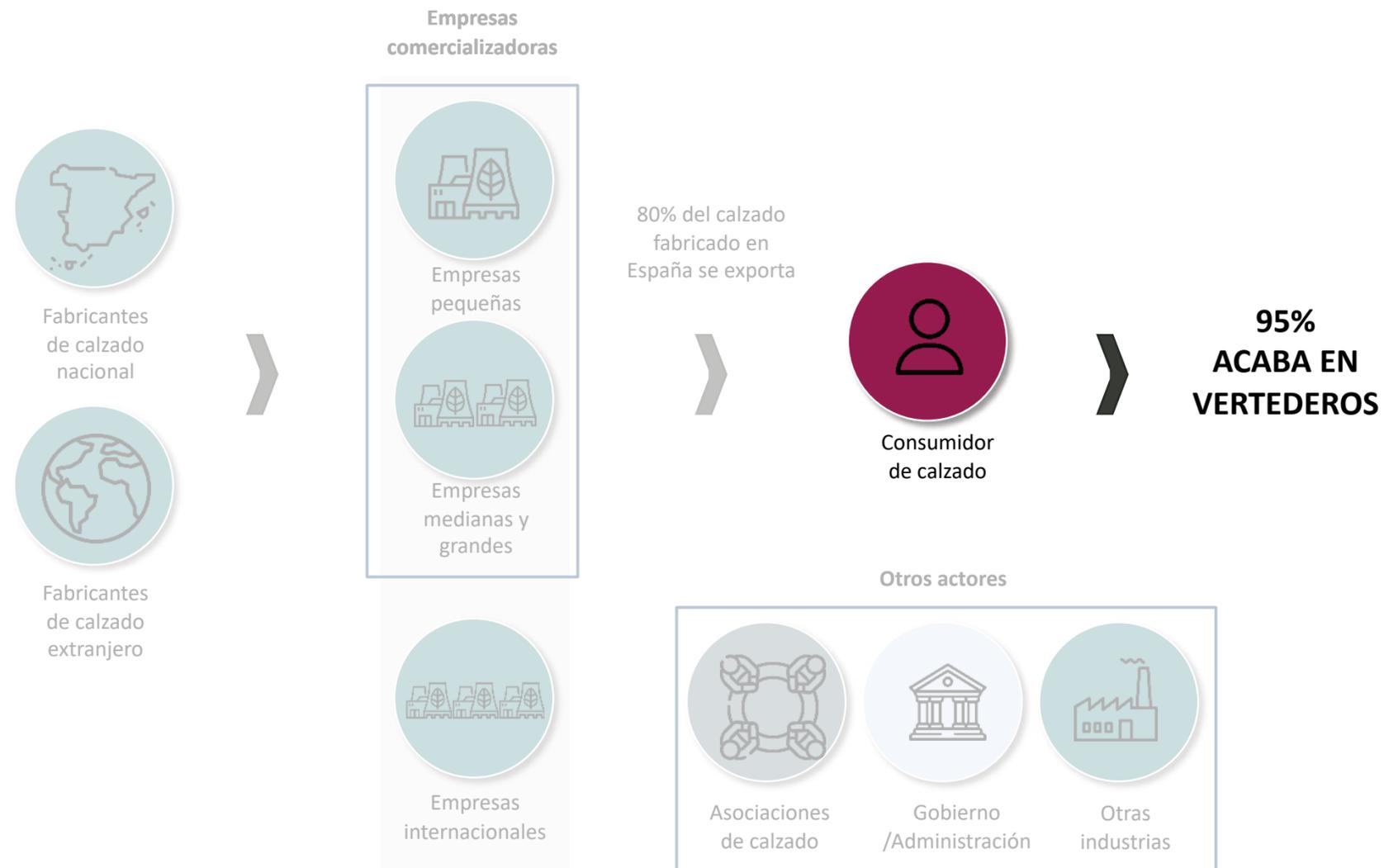
### Retos con las empresas internacionales:

- **No se hacen responsables** de la **recogida y reciclado del calzado** al final de su vida útil
- **Disrupción del sector español**

## FASE 3.2

# IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

## Retos consumidor



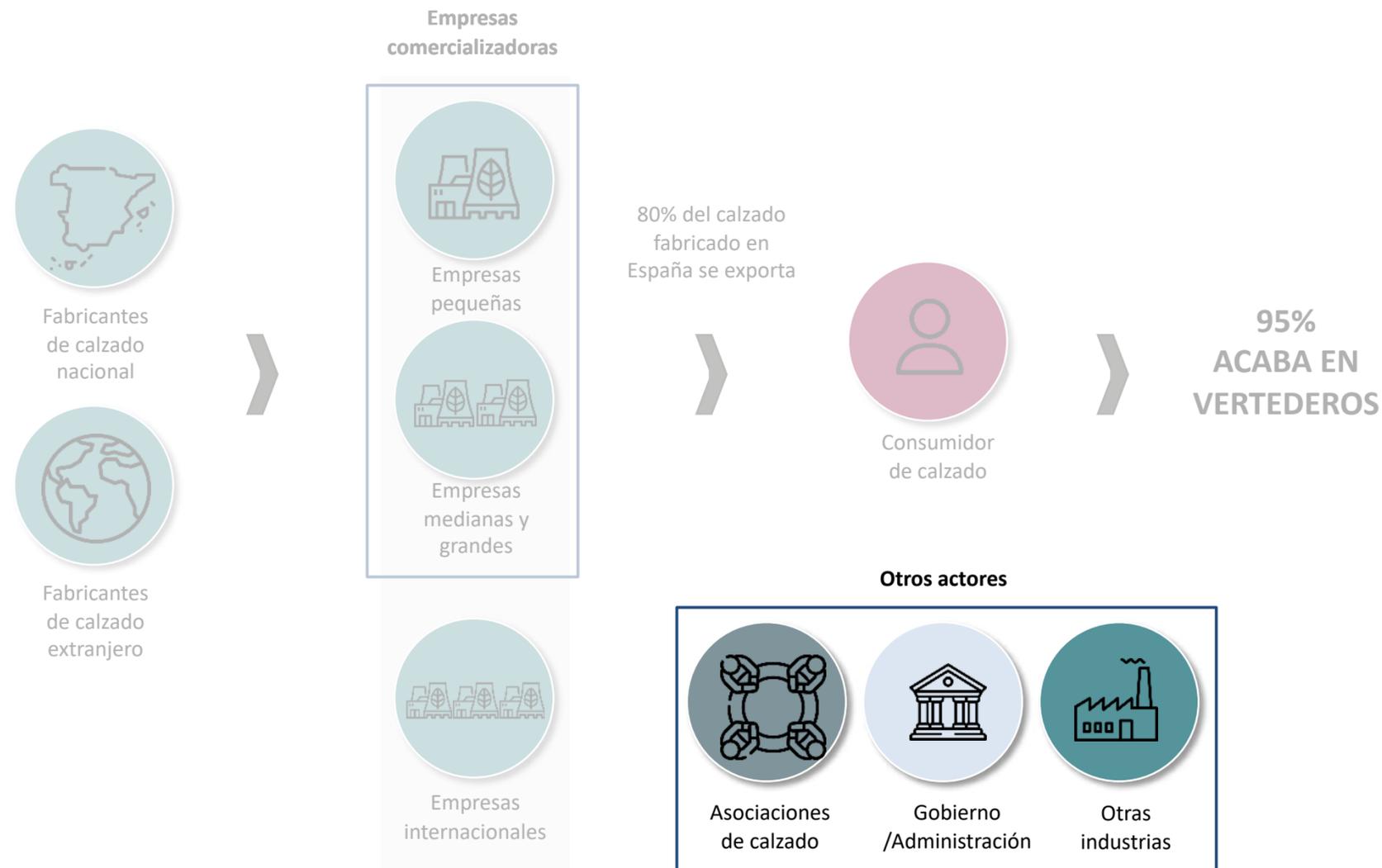
### Retos con el consumidor de calzado:

- Exigen calzado con **sellos, certificados de sostenibilidad**
- Prefieren productos con **diseño atractivo**
- **Cambiar la mentalidad** de “ciudadano mediterráneo”
- **Aportar en el reciclaje del calzado**, al final de su vida útil

## FASE 3.2

# IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

## Retos otros actores relevantes



### Retos de asociaciones de calzado:

- No disponen de **indicadores reales** de cómo está el sector auxiliar
- Seguir creando y promoviendo **iniciativas** hacia un sector del calzado sostenible
- **Educar al consumidor**, promover la **recogida de residuos**
- **Dar soluciones** a las PYMES

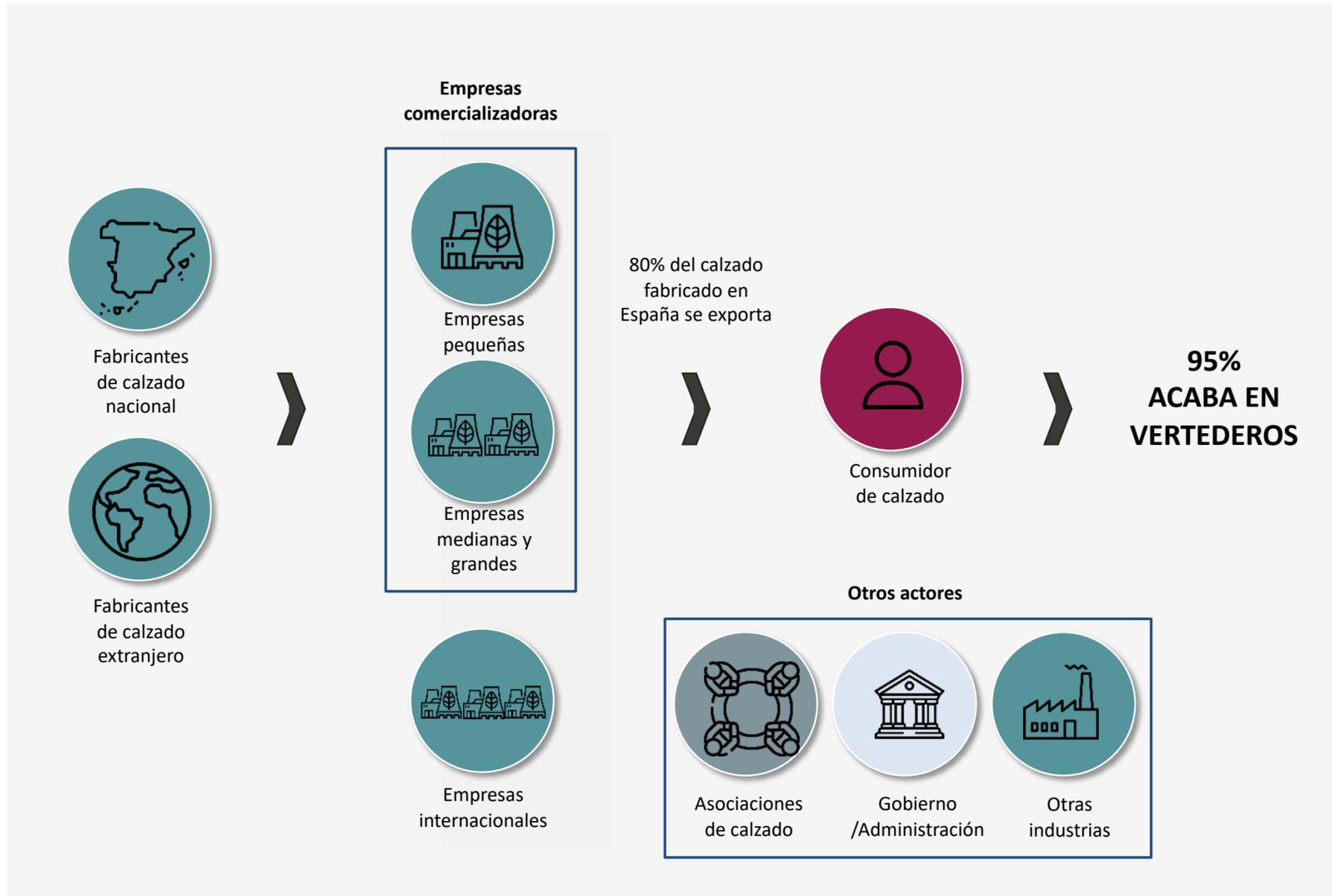
### Retos del gobierno/administración:

- **Gestionar la importación de calzado**, exigir a las empresas que importan, tomar medidas
- Exigir **implementar políticas de sostenibilidad**
- **Promover la recogida** de residuos
- Acercarse más, **dar soluciones a nivel local**

## FASE 3.2

# IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

### Necesidades del mercado de calzado



### Necesidades del mercado:

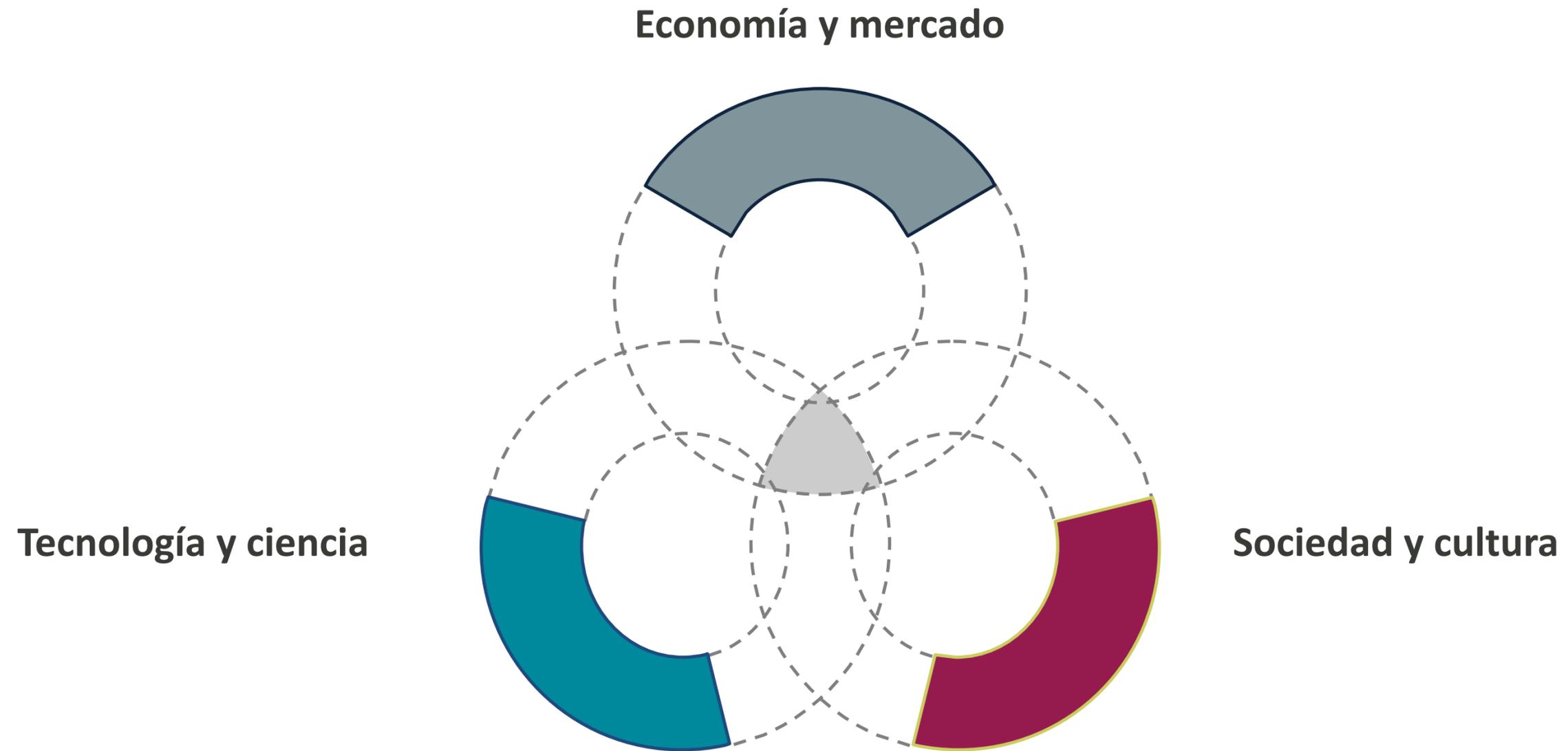
- **Solucionar la disrupción que genera el calzado importado (80%).** Controlar las importaciones extranjeras de calzado
- **Generar una mayor competitividad** de las empresas españolas frente a las extranjeras
- **Mayor compromiso de las empresas nacionales** con la sostenibilidad/circularidad
- Buscar **indicadores de valor**, y educar al **consumidor** para sea consciente, y este informado
- **Reducir el porcentaje de calzado desechado (95% va a vertederos), promoviendo la recogida de residuos urbana a todos sus niveles** (empresas, consumidores, administración)
- Generar **indicadores reales de la industria auxiliar**
- **Buscar solución a que el reciclado sea más caro que la fabricación de un zapato con componentes sostenibles.**

**Necesidad de salir de la crisis actual** trabajando en nuevas oportunidades para generar una evolución positiva, y rejuvenecer el mercado, todo ello haciéndolo posible mediante la construcción de una economía circular y sostenible en el sector del calzado español, que implique a todos los actores de la cadena

## FASE 3.3

# Tendencias

*Los movimientos del entorno*



# Tendencias, inquietudes y retos desde la Tecnología

## Científicos desarrollan un sistema para reciclaje del calzado

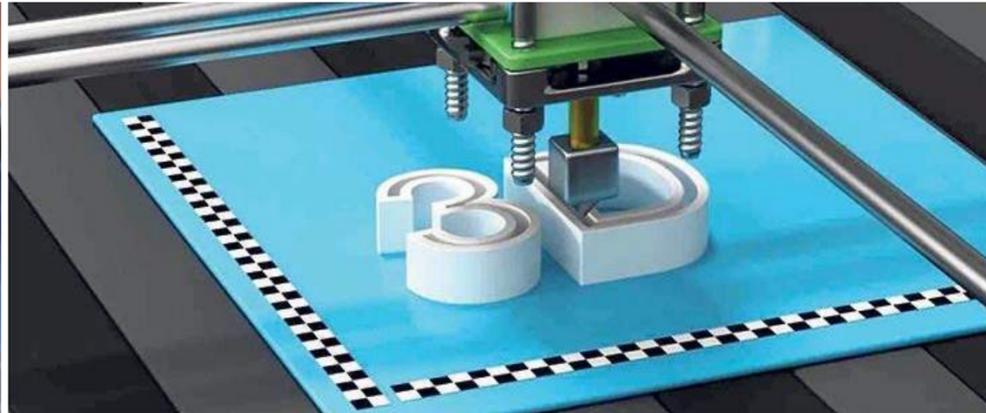


- Científicos de la Universidad de Loughborough del Centro de Investigación de la Construcción (IMRC), han creado un **sistema para reciclar zapatos, separando los componentes**, resultado de la investigación del proceso durante diez años, y financiado por el Consejo de Investigación de Ciencias Físicas (ESPRC).
- En un **principio se realiza un proceso manual de separación de materiales como cordones, botones y ojales**. En un segundo proceso los zapatos son triturados de forma automática quedando reducidos a **pequeños gránulos** de un calibre de 3 a 4mm, que mediante un sistema de bajo coste, insuflado aire, **elimina primero las partículas textiles como el cuero, que se separa del resto, después de varias cribas se realiza la separación en cuatro residuos principales: cuero, espumas, caucho y otros materiales.**

Nuevas tecnologías para facilitar el reciclado de calzado, que hasta este momento se veía muy complejo y difícil de llevar a cabo

Fuentes: [Conciencia Eco](#)

## Eco-fabricación aditiva mediante impresión 3D



- Para llevarlo a cabo, se emplearán diversas **técnicas de tratamiento de residuos, combinadas con la fabricación aditiva o impresión 3D** de materia prima consumible, **consiguiendo crear un novedoso material con el que se fabricarán componentes de calzado como suelas, punteras o tacones.**
- Se prevé que el **calzado confeccionado con fabricación aditiva genere a finales de esta década unos ingresos globales por valor superior a 5.800 millones de euros**, lo que supondrá el 1,5 por ciento de la industria zapatera mundial. Asimismo, se calcula que **para el 2023, solo las ventas de piezas de calzado impresas con tecnología 3D moverán 896,5 millones de euros en todo el mundo.**

Cada vez se están tomando más medidas para solucionar el problema del reciclado de calzado, una de ellas es la eco-fabricación, que se prevé que crezca considerablemente en los próximos años

Fuentes: [Fedit](#)

## Inescop impulsa la primera planta de reciclaje de Europa para los sectores del calzado, textil y juguete



- Esta planta piloto, **la primera en España y Europa de estas características, ha sido desarrollada por INESCOP** (Centro Tecnológico del Calzado), AITEX (Centro Tecnológico del Textil) y AIJU (Centro Tecnológico del Juguete), con una ayuda del Ivace de 741.000 euros y cofinanciación europea (FEDER).
- Con el uso de esta tecnología, **las empresas conseguirán reducir sus residuos, reutilizar sus excedentes, tanto para su propia fabricación, como para convertirlos en materias primas que puedan emplearse en otros sectores como el del mueble o automoción** y, mejorar su huella de carbono, convirtiéndose así en una empresa circular.

Inescop como primera promotora de la creación de una planta de reciclaje en Europa

Fuentes: [Alicantepieza](#)

# Tendencias, inquietudes y retos desde la Economía

## Segunda vida del calzado



- La empresa de inserción **Proyecto Lázaro** recogió **959 toneladas de ropa y calzado** usado a través de **contenedores** en la **provincia de Alicante** a lo largo de **2021**. El objetivo es dar una **segunda vida** a estos productos a través del modelo de economía circular y contribuir a la **sostenibilidad** del sector de la moda pero también **emplea a personas en riesgo de exclusión social** que son quienes los recogen, clasifican, los ponen a punto y distribuyen.

Se ven nuevas iniciativas en el mercado para hacer frente a esta problemática, dando una segunda vida a la ropa y calzado, creando así una economía circular

Fuentes: [Diario de Alicante](#)

## Alpargatas artesanales: el calzado que triunfa es sostenible



- Firmas de referencia como Castañer o Mascaró mantienen la producción artesanal con la que contaban en sus orígenes, pero igualmente existen otras marcas de alpargatas de más reciente fundación que han apostado por esa elaboración. **Es el caso de Mint&Rose, que ha sabido aprovechar la tradición española para colar sus alpargatas** entre las favoritas de las chicas que más saben de moda. Como explican en su página web, crean "colecciones atemporales hechas por manos artesanas, **haciendo uso de técnicas con tradición centenaria y usando materiales de alta calidad**". El objetivo, que duren "más y mejor", es decir, la **sostenibilidad en su nivel más básico**.

Otras iniciativas se observan en el mercado, como la fabricación artesanal, con materiales de alta calidad y sostenibles, para aumentar la vida útil del producto.

Fuentes: [Fashion](#)

## 6 zapatillas de material reciclado que demuestran que el calzado también puede ser sostenible



- Las 'No trace' de **Victoria** están hechas con **neumáticos reciclados y confeccionadas en algodón 100% orgánico**.
- **Trenton**: Sus zapatillas Nylite Ocean, están hechas con **nylon regenerado a partir de redes de pescadores y plásticos de consumo**.
- **Camper** presenta un nuevo modelo ecológico basado en **materiales reciclados por Ecoalf**
- **Veja**: Zapatillas **vegas**.
- **Tommy Hilfiger** ha lanzado dos nuevos modelos de zapatillas diseñados con **fibra de piel de manzana reciclada, una alternativa al cuero, de origen biológico**.
- **Doly**: Zapatillas fabricadas con materiales reciclados a partir de **botellas de plástico PET, sus tapones, algodones reciclados...**

Las empresas cada vez están más concienciadas con la fabricación de calzados sostenibles.

Fuentes: [VOGUE](#)

# Tendencias, inquietudes y retos desde la Sociedad

## Los consumidores españoles, cada vez más interesados en la sostenibilidad



- Los consumidores españoles de calzado y prendas de vestir cada vez están **más preocupados sobre el impacto medioambiental de los productos que adquieren**. Según un estudio realizado por SAP y Qualtrics para conocer la percepción que tienen los consumidores de moda de la sostenibilidad, el **40 por ciento de los encuestados considera que la sostenibilidad es un elemento muy importante a la hora de realizar las compras** de este tipo de artículos.

Cada vez hay más consumidores que buscan la compra de calzado sostenible, ya que les preocupa el impacto medioambiental

Fuentes: [Rd Calzado](#)

## El nuevo consumidor de calzado poscovid y como compra



- Según Vilalta, **“la digitalización, la sostenibilidad y la personalización son tendencias importantes**, que influyen en el mercado mundial del calzado debido a la demanda de los consumidores, y que condiciona las estrategias de los líderes del mercado”.
- Otra de las tendencias poscovid en el sector del calzado es la impresión **3D que “se está convirtiendo cada vez más en un pilar de la fabricación de calzado”**, apunta Vilalta “permite a los fabricantes hacer frente a incrementos de demanda y una amplia variedad de diseños junto con la tendencia masiva de la personalización”.

El covid ha cambiado la forma en la que compran los consumidores de calzado, demandando cada vez más productos sostenibles

Fuentes: [FASHIONUNITED](#)

## Los consumidores y las empresas europeas apuestan por calzado más sostenible

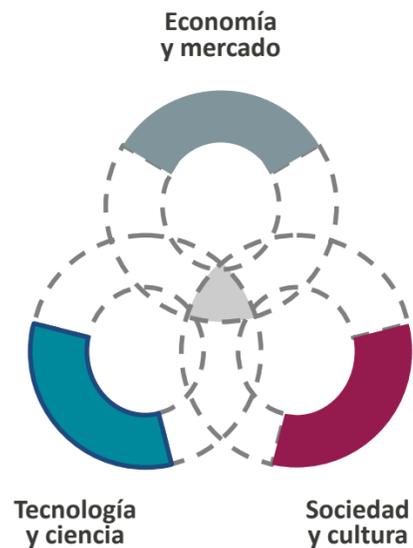


- El proyecto ha analizado la situación del mercado en términos de calzado sostenible en diferentes países de la UE a través de dos tipos de cuestionarios, uno dedicado a los consumidores y otro a los fabricantes de calzado y componentes.
- Son **conscientes de las preocupaciones medioambientales** y valoran adoptar un comportamiento de consumo más ecológico y consciente. Quisieran estar **informados sobre el desempeño medioambiental y técnico del producto**. Consideran la **información sobre la reparación y reciclaje del calzado muy o bastante significativa**. Están **dispuestos a separar los componentes reciclados del calzado y pagar un precio más alto** por un calzado más ecológico. Aun así, **consideran la calidad, durabilidad, comodidad y precio como algo muy importante** al comprar un par de zapatos.

Se observa un consumidor cada vez más concienciado, pero aún así, este, valora con mucha importancia la calidad, durabilidad, comodidad y precio del calzado

Fuentes: [Shoes from Spain](#)

# Interacción de tendencias y la oportunidad



## Tecnología

### Nuevos sistemas de reciclaje y de fabricación sostenible de calzado

Se le empieza a dar una mayor importancia al medio ambiente con la creación de nuevas tecnologías enfocadas al reciclaje, y a la fabricación de calzado sostenible



## Economía

### Nuevas iniciativas en el mercado enfocadas a la sostenibilidad

Las empresas del sector del calzado, cada vez están teniendo mayores iniciativas, lanzando productos sostenibles al mercado, y contribuyendo a una economía más circular fomentando la recogida de productos viejos, dando una segunda vida a productos desechados



## Sociedad

### Incrementa la preocupación por la sostenibilidad por parte del consumidor, siendo este más cauto a la hora de realizar sus compras

Los consumidores cada vez le dan más relevancia a que los productos que compran posean una mayor información acerca de los mismos, acerca de su reciclabilidad, y están dispuestos a pagar un precio mayor por productos sostenibles



El sector del calzado, tanto en oferta, como en demanda, tiende hacia un futuro con mayor preocupación y donde se le dará una mayor importancia a la sostenibilidad y reciclabilidad de sus productos

## FASE 3.4

# Best Practices de circularidad



## FASE 3.4

# Best practices en circularidad sector calzado



## VAER

### Proceso:



Residuos textiles



Zapatillas más  
sostenibles/circulares

### Resultado:

VAER contribuye a una industria de **la moda circular**, utilizando **residuos textiles para crear zapatillas sostenibles, modernas y únicas para el consumidor consciente**. No ven los textiles usados como un residuo, sino como un material valioso que se puede utilizar para fabricar un calzado impresionante y sostenible.

Fuente: [VAER: Resumen | LinkedIn](#)

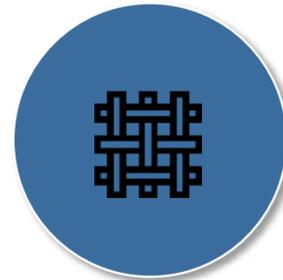
## FASE 3.4

# Best practices en circularidad *sector calzado*



### VICTORIA

#### Proceso:



Tejidos ecológicos



Algodones tintados  
reciclados



Zapatillas más  
sostenibles/circulares

#### Resultado:

La colección victoria SS22 está marcada por la sostenibilidad, los **tejidos ecológicos y el uso de algodones tintados reciclados DREC©**, hacen de estas zapatillas un producto único en el mercado.

Fuente: [NEO2](#), Victoria

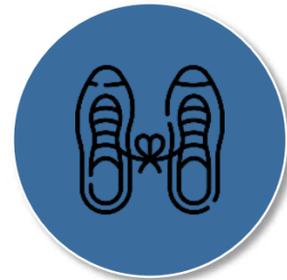
## FASE 3.4

# Best practices en circularidad sector calzado



## CAMPER X ECOALF

### Proceso:



Empeines, cordones, y forro 100% reciclado



Suela con alto % en materiales reciclados



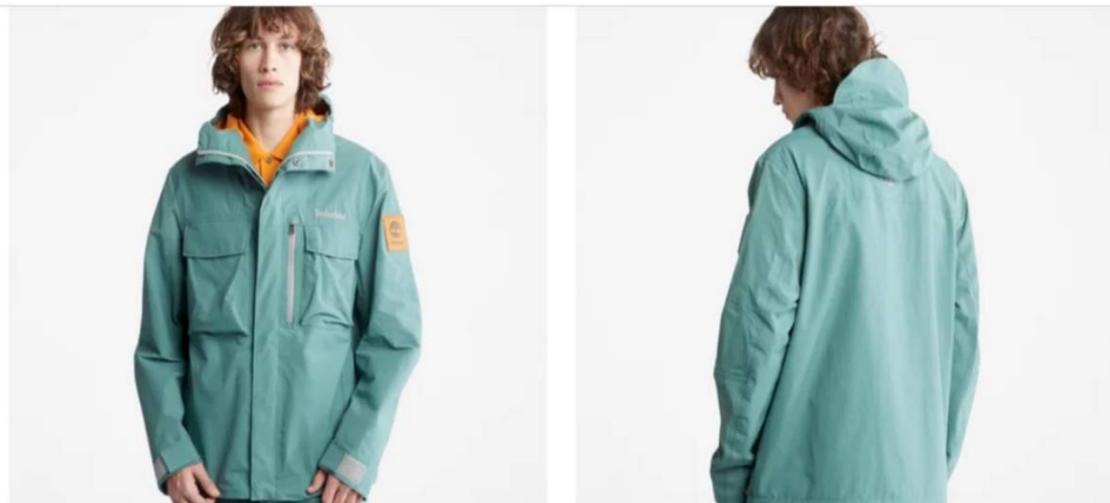
Zapatillas más sostenibles/circulares

### Resultado:

**Camper** que con su largo recorrido ya ha creado calzado de alta calidad con el menor impacto medioambiental, y **Ecoalf** que su núcleo es crear prendas a partir de materiales reciclados, **se han unido con el objetivo de crear un nuevo modelo de calzado ecológico a partir de materiales reciclados.**

## FASE 3.4

# Best practices en circularidad *sector calzado*

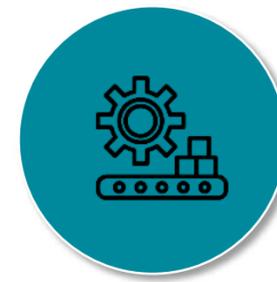


## TIMBERLAND

### Proceso:



Recogida de productos  
utilizados



Re fabricación de  
productos



Ropa circular

### Resultado:

“Próximamente través de nuestro programa de diseño circular Timberloop™ programa de diseño circular, **recuperamos los artículos usados y les damos una nueva vida con el objetivo de evitar un viaje al vertedero.**”

Fuente: [Timberloop](#), [Emprendedores](#)

## FASE 3.4

# Best practices en circularidad *sector calzado*

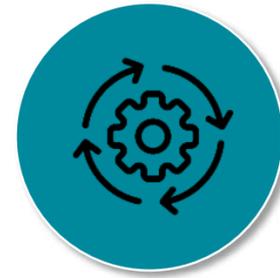


### MMARTINY

#### Proceso:



Recogida  
de neumáticos viejos



Procesado  
de materiales



Suelas de calzado  
reciclado

#### Resultado:

**Reutilización de neumáticos viejos** para la fabricación de suelas de **calzado**, y reducir el **impacto medioambiental** y generar una **economía circular**

Fuente: [Martinycas Arena by Bridgestone](#)

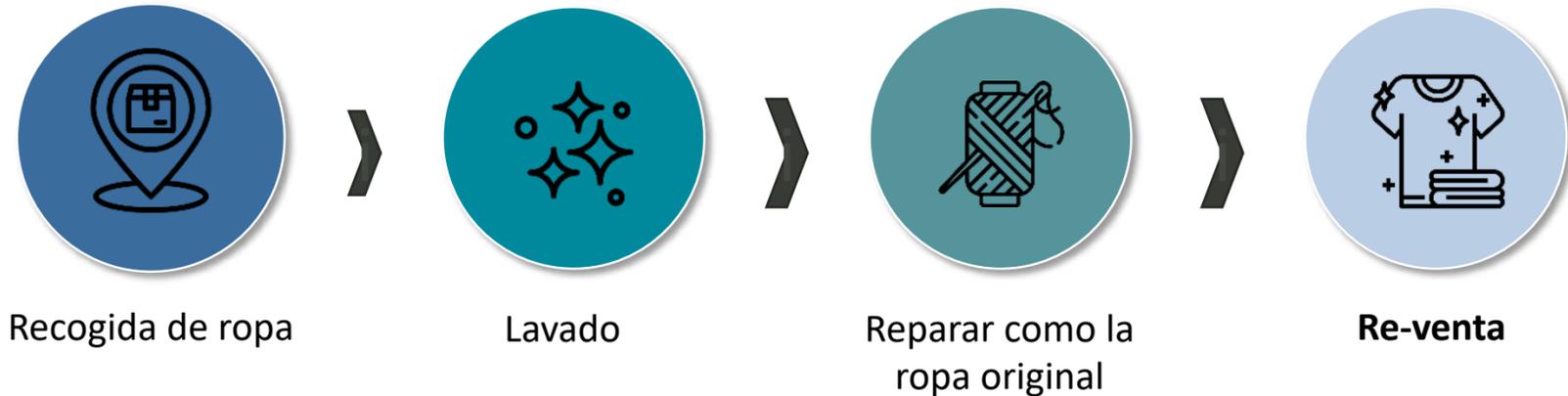
## FASE 3.4

# Best practices en circularidad *sector calzado*



### THE NORTH FACE

#### Proceso:



#### Resultado:

**The North Face Renewed** es una **colección de ropa remodelada y renovada para explorar**. Es la gran calidad y el rendimiento que espera de The North Face con **menos impacto en la tierra**.

Fuente: [The North Face](#), [Emprendedores](#)

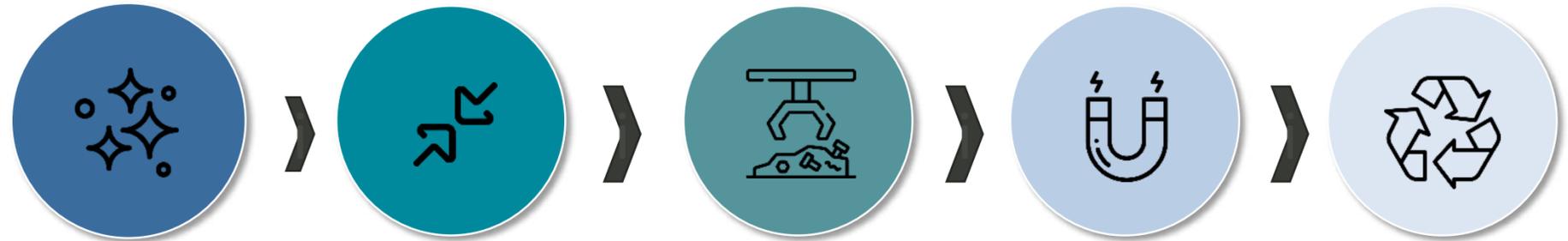
## FASE 3.4

# Best practices en circularidad *sectores ajenos*



## PLANTAS DE RECICLAJE DESGUACES DE VEHÍCULOS

### Proceso:



**Descontaminación:**  
Retirada de  
baterías, líquidos,  
plásticos, textiles y  
cableado

Los **metales se  
comprimen** para  
ser almacenados  
o llevados a  
terminar de  
reciclar

Los **restos del vehículo  
se prensan** para  
trasladarlos a la planta  
de **fragmentación**. Un  
molino de martillos los  
tritura en fragmentos  
de entre 20 y 40  
centímetros

Los fragmentos  
pasan por  
corrientes  
magnéticas que  
**separan las partes  
metálicas** (un 75%  
aproximadamente)  
del resto de  
materiales

La chatarra se  
envía a la industria  
siderúrgica, donde  
se **recicla**.

### Resultado:

En España se llega a **recuperar hasta el 87% del peso total del vehículo. Un 76% se recicla y un 11% se valoriza energéticamente**

Fuente: [Interempresas](#)

## FASE 3.4

# Best practices en circularidad *sectores ajenos*



**CONSTRUCCIÓN:**  
Hormigón reciclado y materiales  
reciclados para la composición del mismo

### Proceso:



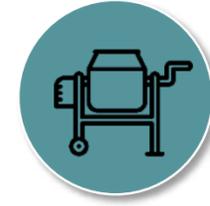
Cenizas de cáscara  
de arroz en vez de  
activadores químicos



Papel de aluminio doméstico,  
sustituyente del aluminio en  
polvo metálico



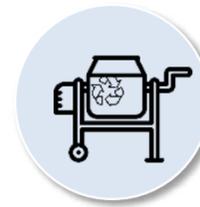
Residuos o escoria de procesos de  
la obtención de hierro y del  
combustible, usados como  
precursores sustituyentes del  
cemento comercial



Hormigón con  
materiales  
reciclados



Trituración de residuos de  
hormigón de otras  
infraestructuras



Hormigón  
reciclado

### Resultado:

Reciclar uno de los materiales más utilizados en el mundo y unos de los más intensos en cuanto a emisiones de co2. Se consigue reducir el desecho del proceso y reducir sustancialmente la huella de co2 de la fabricación

Fuente: [DEHORMIGÓN](#), [ATRIA Innovation](#)

## FASE 3.4

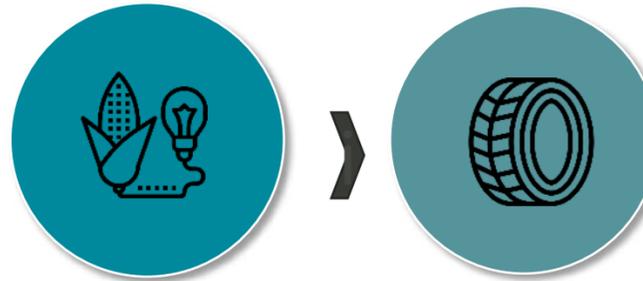
# Best practices en circularidad *sectores ajenos*



### MICHELIN:

## Neumáticos de materiales más sostenibles

### Proceso:



**Biomasa** (Residuos  
varios)

**Neumáticos de  
materiales alternativos**

### Resultado:

Neumáticos compuestos a partir de **biomasa** (residuos de madera, cascarilla de arroz, hojas y tallos de maíz) **para sustituir al butadieno procedente del petróleo.**

Fuente: [Michelin España](#)

## FASE 3.4

# Best practices en circularidad *sectores ajenos*



### MUZZICYCLES:

Bicicletas hechas a partir de material reciclado

#### Proceso:



Recogida  
de botellas



Trocear  
los materiales



Trituración y  
proceso de  
endurecimiento



Bicicletas  
sostenibles

#### Resultado

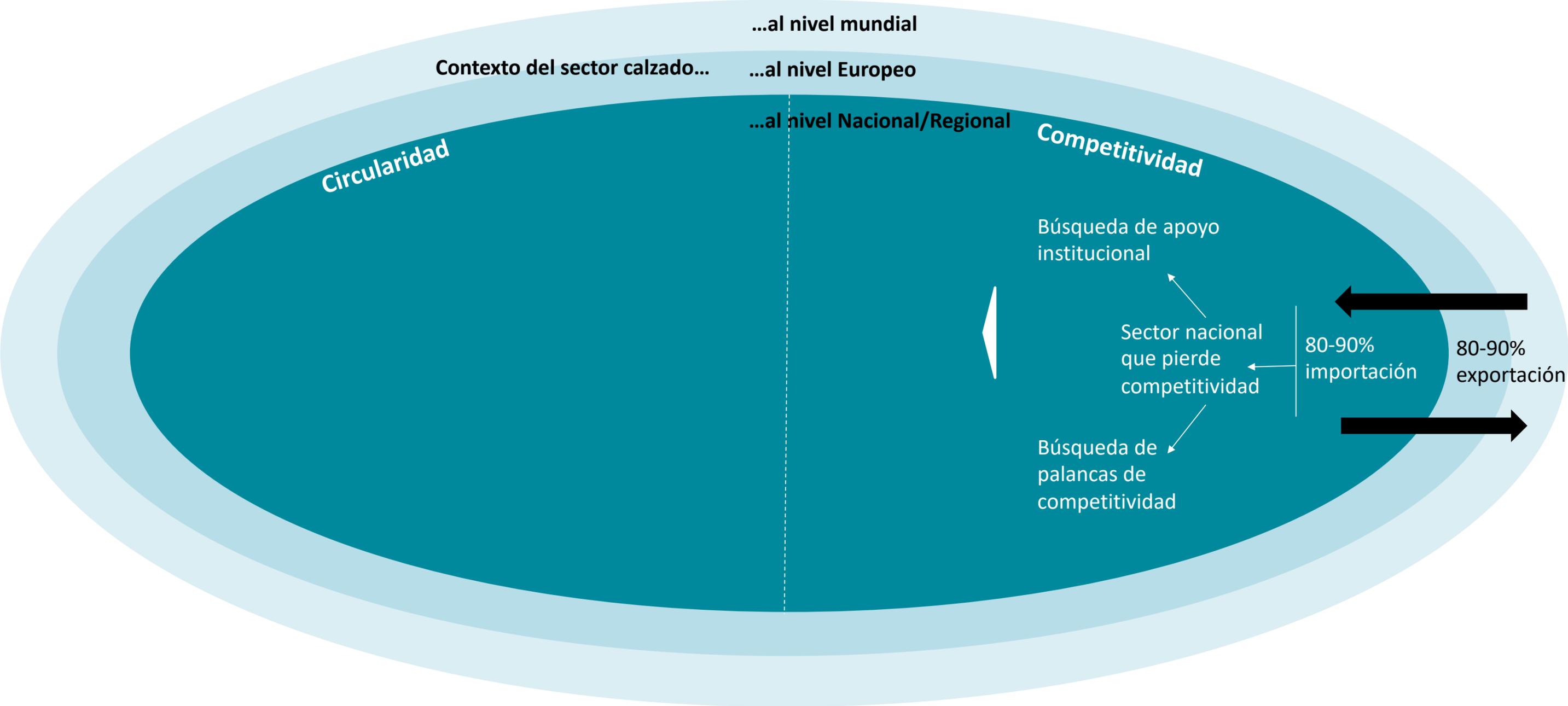
Bicicletas fabricadas a partir de **materiales (botellas) reciclados** dotadas de una serie de características únicas, como su **resistencia y ligereza**. Además, cuenta con una gran **durabilidad, ya que no se oxida**.

Fuente: [Ciclosfera](#)

**FASE 3.5**

**Definición preliminar de la oportunidad y actores**

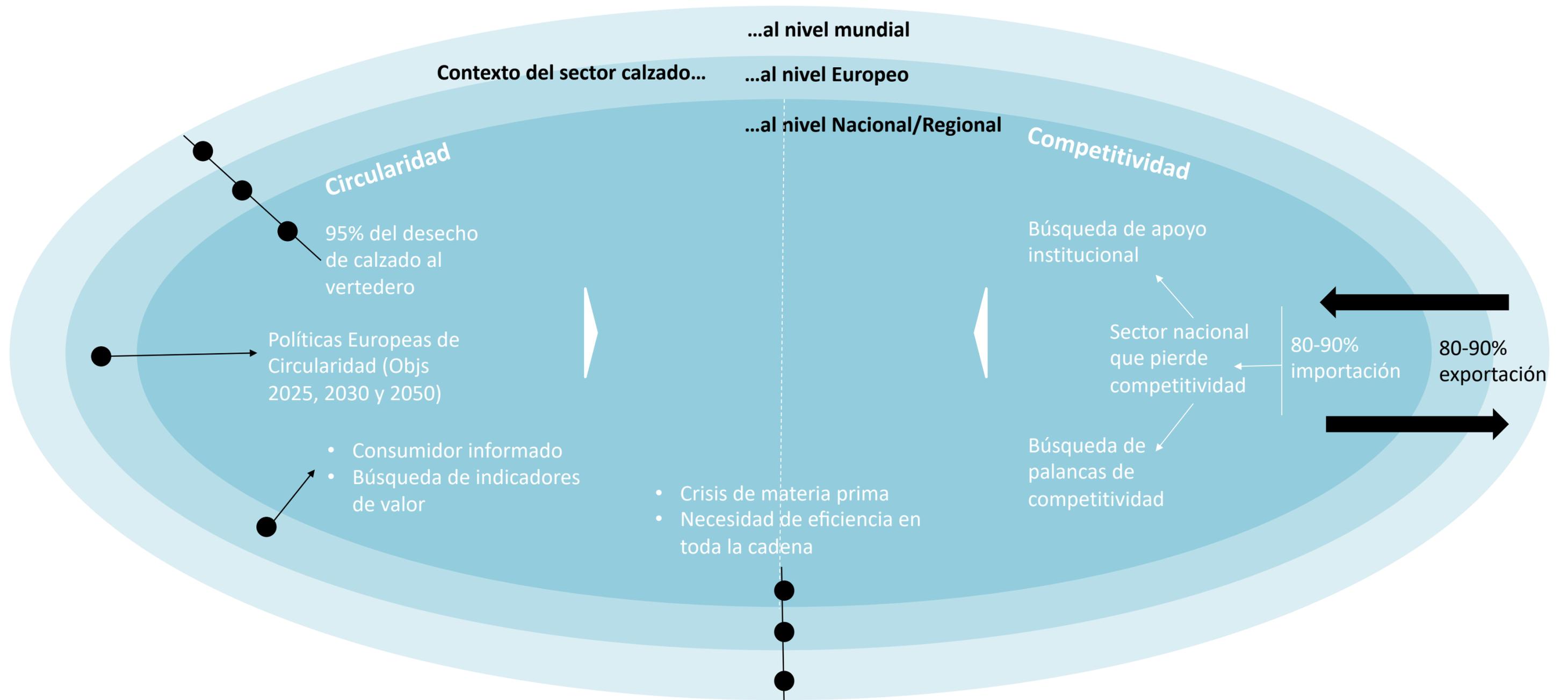
*El contexto de la oportunidad de la circularidad en el sector de calzado*



## FASE 3.5

# Definición preliminar de la oportunidad y actores

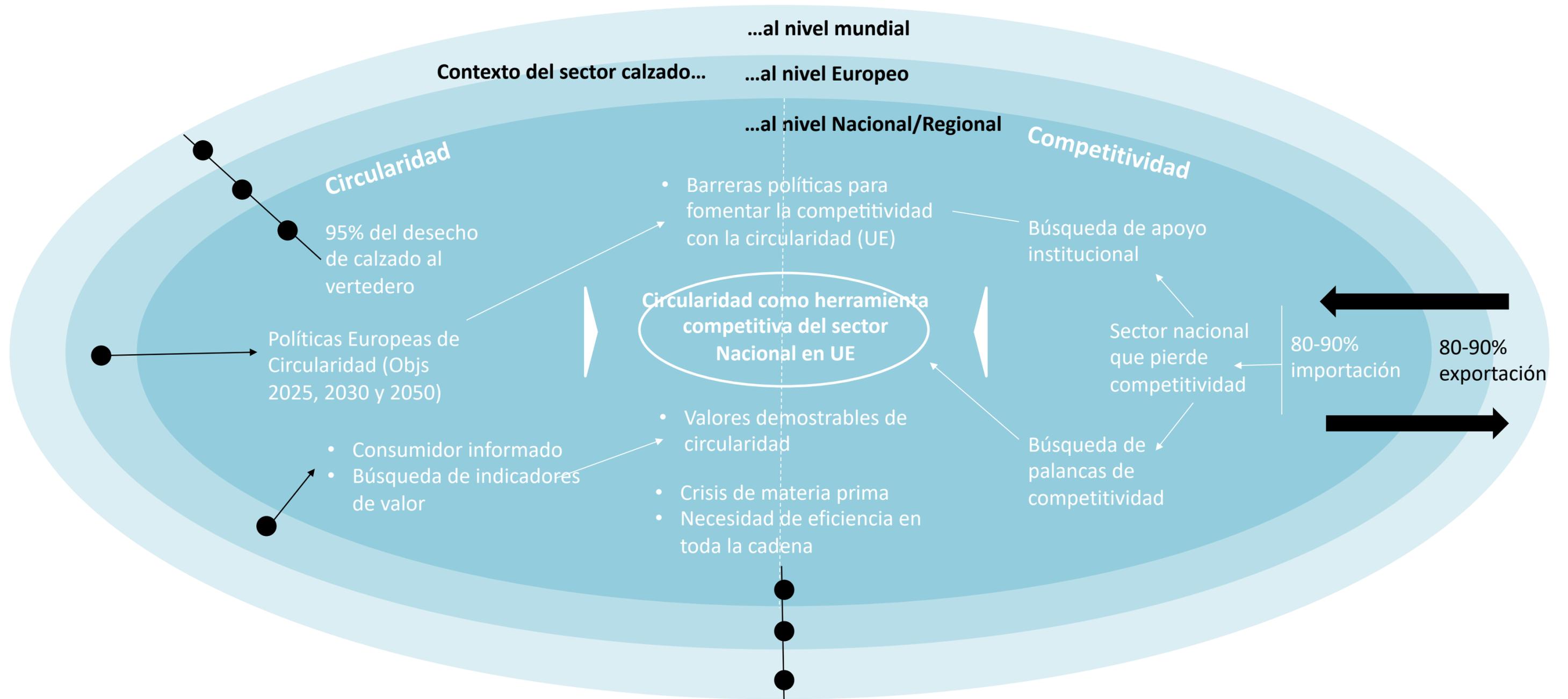
## El contexto de la oportunidad de la circularidad en el sector de calzado



## FASE 3.5

# Definición preliminar de la oportunidad y actores

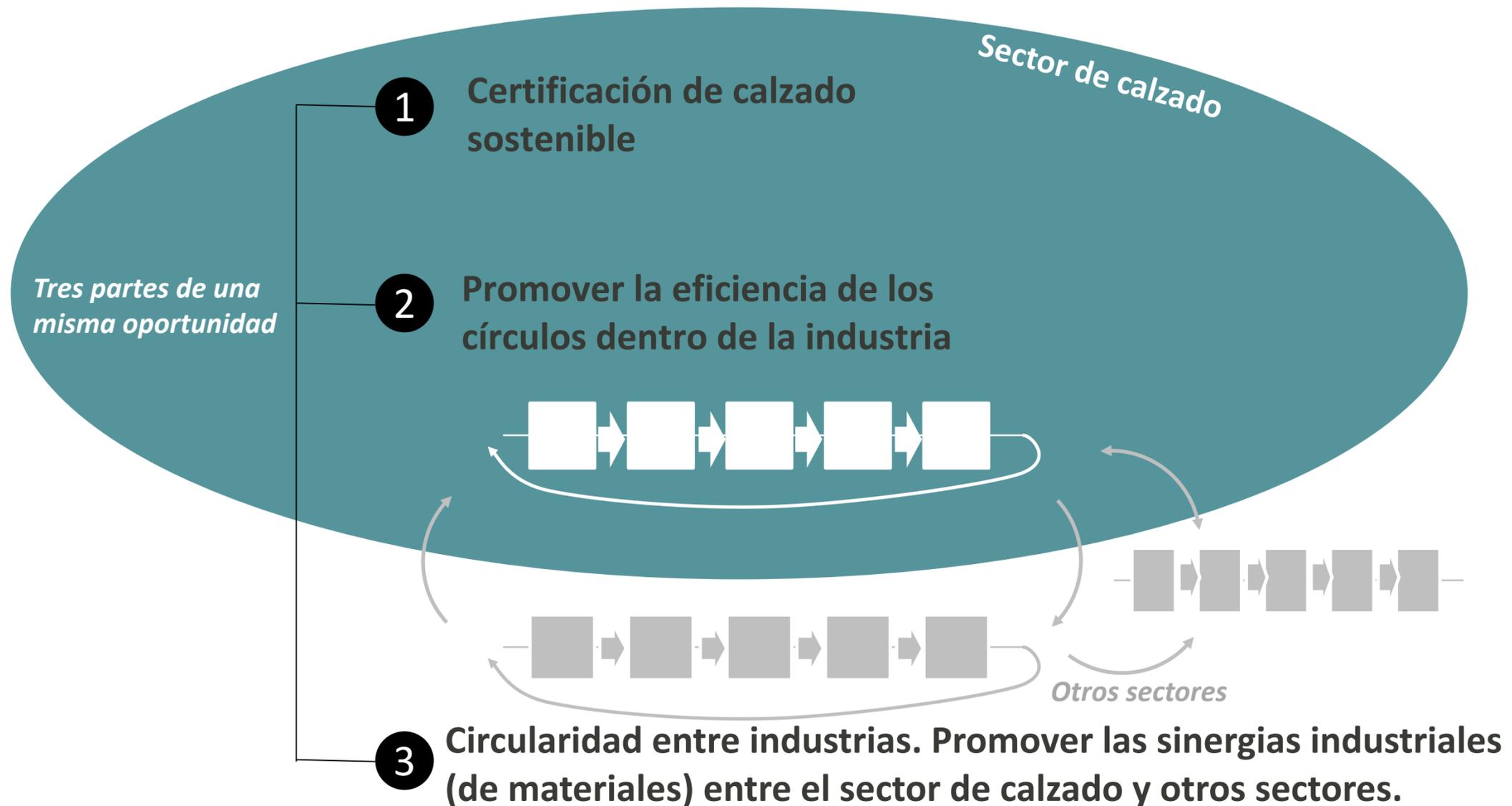
## El contexto de la oportunidad de la circularidad en el sector de calzado



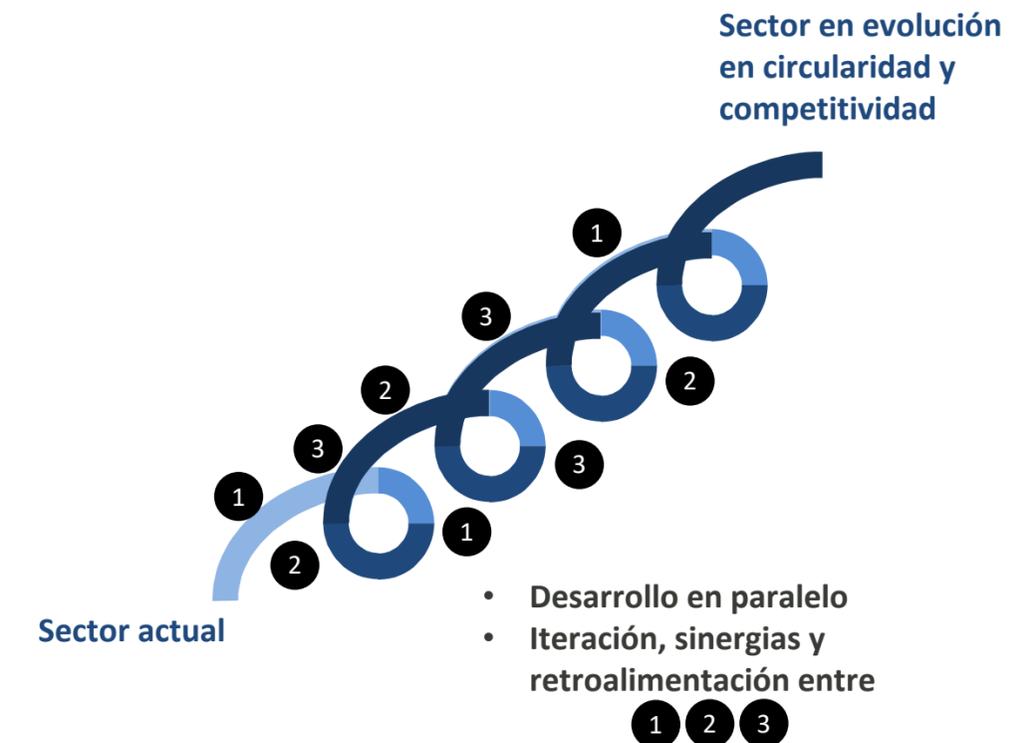
# Definición preliminar de la oportunidad y actores

## La oportunidad global

Objetivo: Circularidad como herramienta competitiva del sector Nacional en UE



## Desarrollo en paralelo



El desarrollo conjunto de la oportunidad global (1, 2 y 3) permite liderar las políticas del calzado entorno a la circularidad, demostrando las capacidades del sector con casos, técnicas, procesos, y soluciones

# 1 Certificación de calzado sostenible



# Definición preliminar de la oportunidad y actores

## 1 Certificación de calzado sostenible

### Descripción de la oportunidad

Crear un certificado de calzado sostenible, como “denominación de origen”, que garantice la reciclabilidad del producto, avala las estrategias de ecodiseño empleadas y el porcentaje de materiales reciclados incorporados.

### Analogías



Certificado de origen (CO) documento que especifica y acredita el lugar de origen de las mercancías, para satisfacer los requisitos aduaneros o comerciales



Sello NATURE, representa un punto de referencia de confianza para productos de cosmética natural y ecológica. Productos compuestos de sustancias 100% naturales, derivadas de origen natural e idénticas a las naturales



Certificaciones que demuestran la fiabilidad de los sistemas de obtención de materia prima, diseño y gestión del producto. Reconocimiento por parte de los consumidores.

### Razonamiento

- **Posicionamiento competitivo al nivel internacional**
- Permite una **comunicación transparente** con el consumidor, **poniendo en valor las iniciativas circulares realizadas**.
- **Diferenciación** en la oferta de producto
- Generar **sentido de pertenencia en el sector**, motivando a los empleados a participar en una iniciativa de impacto positivo.
- Aumentar la **capacidad económica y operativa** para intensificar **las inversiones en calidad de producto**
- Promover el sistema de **recogida fiable: diálogo con la Administración**
- **Sinergias con otras empresas de otros sectores**

### Principales acciones

Involucrar los actores de la cadena

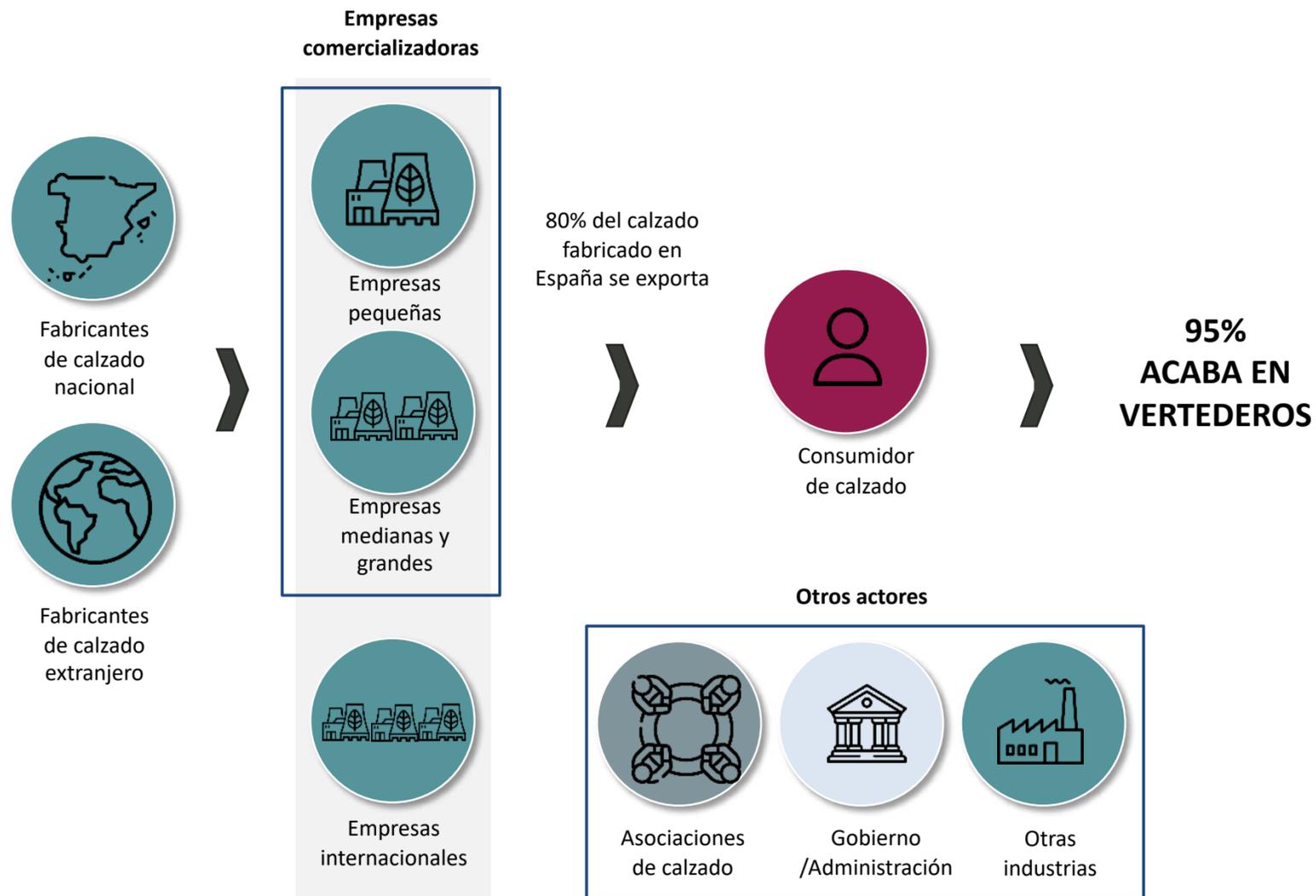
Decidir el alcance de la certificación

Establecer criterios y proceso de la certificación

Conseguir reconocimiento de la certificación al nivel político Europeo

# Definición preliminar de la oportunidad y actores

## 1 Certificación de calzado sostenible



### Actores clave de la oportunidad

Actor	Roles y acciones
<b>Asociaciones de calzado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liderazgo en la creación de la certificación</li> <li>Selección de los tipos de calzado y las empresas comercializadoras a incluir en una primera fase.</li> <li>Coordinación de los actores: <ul style="list-style-type: none"> <li>Entidades administrativas: <ul style="list-style-type: none"> <li>Para el sistema de recogida</li> <li>Para el reconocimiento de la certificación</li> <li>Integración en los planes de circularidad regionales y nacionales</li> </ul> </li> <li>Expertos en ecodiseño</li> <li>Especialistas de materiales...</li> </ul> </li> <li>Definición conjunta de los criterios e indicadores de la certificación</li> <li>Asegurar el aumento sostenido en el tiempo de la <u>credibilidad</u> de la certificación. (ej. FSC)</li> </ul>
<b>Empresas comercializadoras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participar en la generación de criterios e indicadores</li> <li>Participar en pruebas piloto: <ul style="list-style-type: none"> <li>Para testar técnicas, materiales y procesos distintos</li> <li>Para identificar retos y soluciones</li> </ul> </li> <li>Construir el relato de la certificación a través de su marca y sus canales de comunicación.</li> </ul>



**2 Promover la eficiencia de los círculos dentro de la industria**

# Definición preliminar de la oportunidad y actores

## 2 Promover la eficiencia de los círculos dentro de la industria

### Descripción de la oportunidad

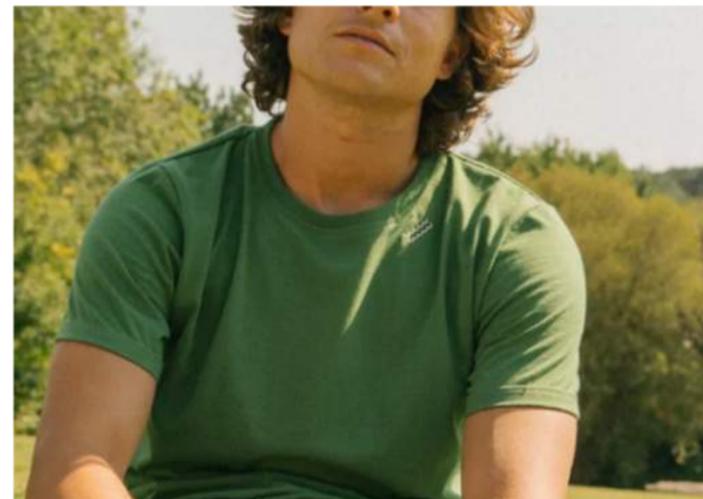
Identificar y maximizar sinergias entre fabricantes del sector de calzado, ganando eficiencia de recursos y materia prima: 1. aprovechamiento de desecho industrial de los procesos entremedios de fabricación, y 2. aprovechamiento de desecho a final de la vida útil.

Iniciar la especificación de materia prima reciclada en procesos de diseño.

### Analogías



Fontarel fabrica botellas de agua a partir de PET reciclado (otras botellas), para reducir la huella de carbono



Hopaal fabrica ropa en Francia a partir de algodones y otros materiales reciclados

### Razonamiento

- Eficiencia en el uso de recursos y materias primas
- Reducción de las tasas de desecho (cada vez más exigentes)
- Producir calzado con valores diferenciales a comunicar al consumidor
- Digitalización del producto (que el producto lleve información de como reciclarlo)
- Trabajar en la trazabilidad del producto
- Crear iniciativas concretas, tangibles y demostrables para responder a los criterios de la certificación. (oportunidad parte 1)

### Principales acciones

Involucrar los actores de la cadena

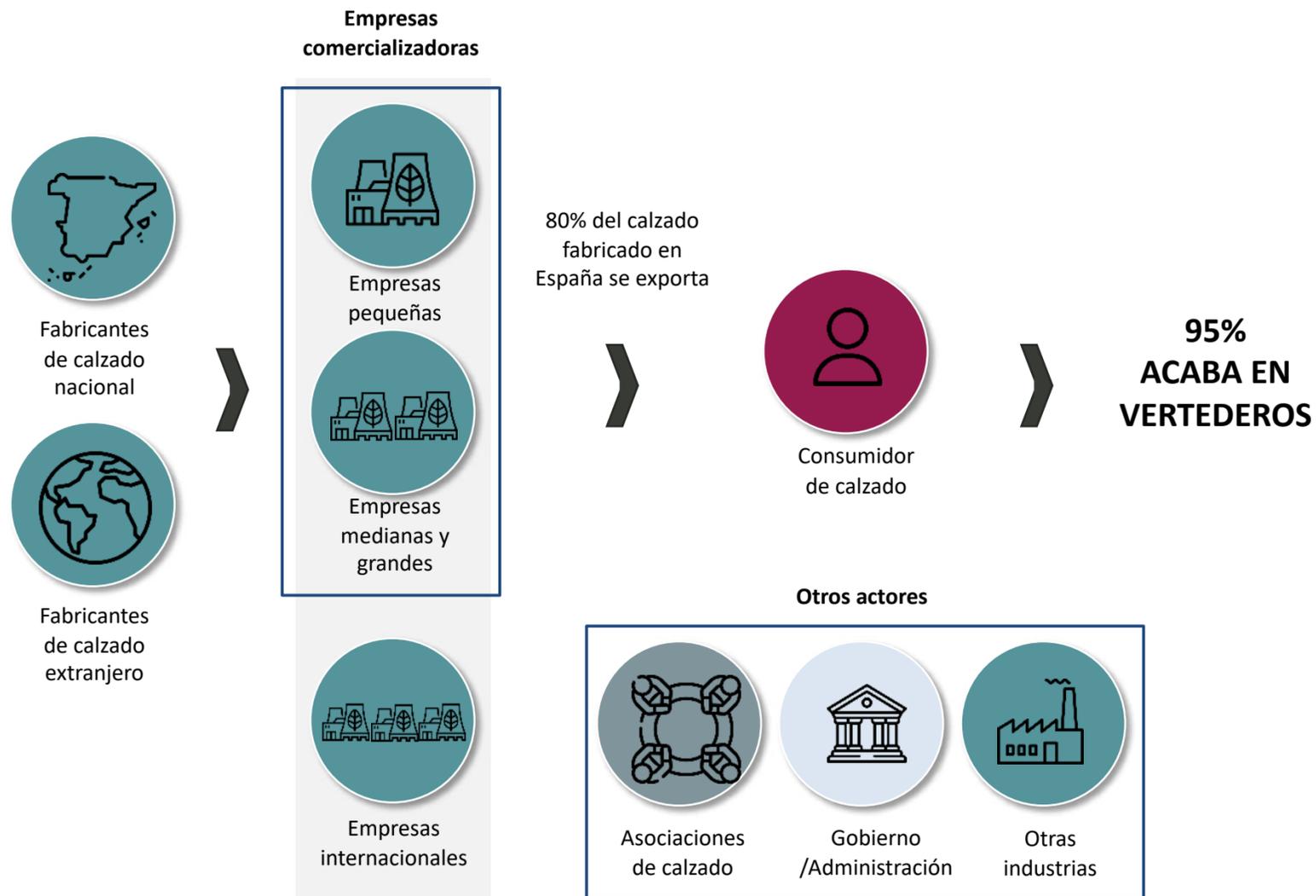
Crear sinergias

Recogida de residuos

Reutilización de residuos en la fabricación de calzado

# Definición preliminar de la oportunidad y actores

## 2 Promover la eficiencia de los círculos dentro de la industria



Actores clave de la oportunidad	
Actor	Roles y acciones
<b>Asociaciones de calzado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liderazgo y coordinación de los actores</li> <li>Diálogo y enlace con las entidades públicas:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Subvenciones y ayudas publicas</li> <li>Recursos para el sistema de recogida</li> <li>Integración en planes regionales y nacionales de circularidad</li> </ul> </li> <li>Identificación de sinergias entre procesos/materiales: el rol de conector</li> </ul>
<b>Empresas comercializadoras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participar en pruebas piloto:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Para probar técnicas, materiales y procesos distintos</li> <li>Para identificar retos y soluciones</li> </ul> </li> <li>Incorporar materia prima reciclada en el diseño del producto</li> </ul>
<b>Otras industrias - Procesadores de materiales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asesoramiento técnico y económico de procesos</li> <li>Capacidad técnica y logística</li> </ul>

A man with a beard, wearing a brown jacket, is looking down at a dark-colored shoe he is holding in his hands. He is in a store, and in the background, there are shelves filled with various styles of shoes, including loafers and dress shoes. The lighting is soft and focused on the man and the shoe he is holding.

3 Circularidad entre industrias.  
Promover las sinergias industriales  
(de materiales) entre el sector de  
calzado y otros sectores.

# Definición preliminar de la oportunidad y actores

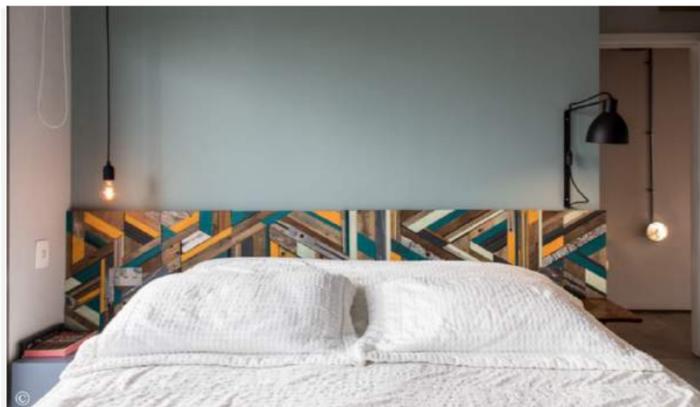
## 3 Circularidad entre industrias. Promover las sinergias industriales (de materiales) entre el sector de calzado y otros sectores

### Descripción de la oportunidad

Identificación de sinergias entre el sector calzado y otras industrias.

- **Sinergias directas:** desecho de un proceso de otra industria aplicado como materia prima en el calzado, y viceversa.
- **Sinergias indirectas:** desecho proveniente de varios subprocesos o combinación de materiales de diferentes industrias, aplicado como materia prima en el calzado, y viceversa.

### Analogías



Escombros de madera de construcciones civiles reutilizados en la fabricación de mobiliario (Deshacerse de estos residuos es ilegal)



Reutilización de polvo de neumático para uso en plantas de asfalto para carreteras, mejoran la durabilidad del asfalto y reducen la contaminación acústica

### Razonamiento

- Conexión entre las industrias de **una zona específica**, apalancando el valor de la circunstancias específicas de la región.
- **Eficiencia** al nivel regional, generando una **estrategia de la región difícil a copiar** en otra zona.
- Eficiencia en el uso de **recursos y materias primas**
- **Reducción de las tasas** de desecho (cada vez más exigentes)
- Producción de calzado con **valores diferenciales** a comunicar al consumidor
- Crear iniciativas concretas, tangibles y demostrables para responder a los **criterios de la certificación**. (oportunidad parte 1)

### Principales acciones

Involucrar los actores de la cadena

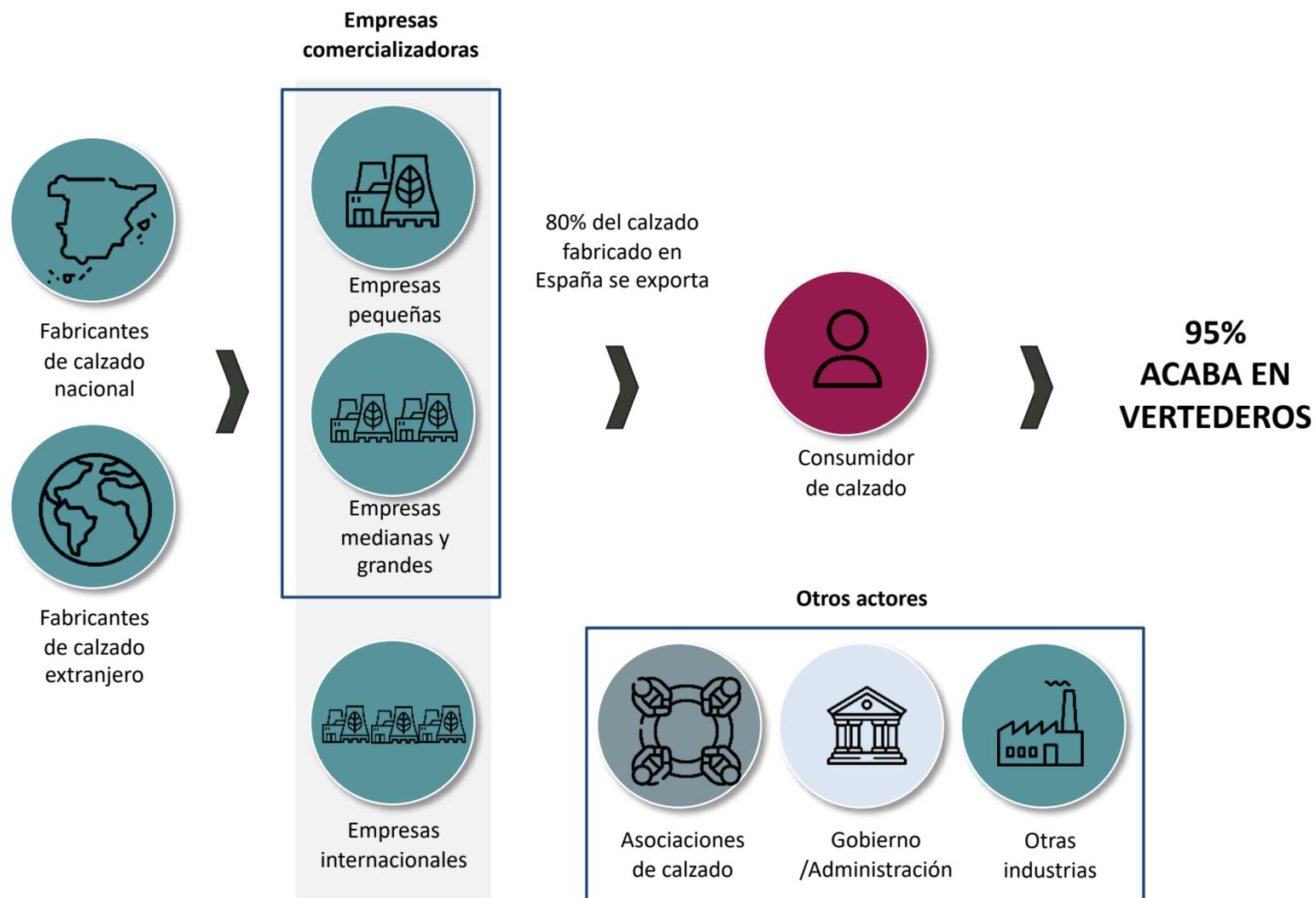
Recogida de calzado usado y otros desechos

Desarrollo de más plantas recicladoras

Identificar industrias que se puedan beneficiar de estos materiales

# Definición preliminar de la oportunidad y actores

3 Circularidad entre industrias. Promover las sinergias industriales (de materiales) entre el sector de calzado y otros sectores.



Actores clave de la oportunidad	
Actor	Roles y acciones
<b>Asociaciones de calzado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinación con asociaciones de otros sectores de la región</li> <li>• Identificación de sinergias entre procesos/materiales: el rol de conector</li> <li>• Liderazgo y coordinación de los actores</li> <li>• Diálogo y enlace con las entidades públicas:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subvenciones y ayudas publicas</li> <li>• Recursos para el sistema de recogida</li> <li>• Integración en planes regionales y nacionales de circularidad</li> </ul> </li> </ul>
<b>Empresas comercializadoras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar en pruebas piloto:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para testar técnicas, materiales y procesos distintos</li> <li>• Para identificar retos y soluciones</li> </ul> </li> <li>• Incorporar materia prima reciclada en el diseño del producto</li> </ul>
<b>Otras industrias - Procesadores de materiales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoramiento técnico y económico de procesos</li> <li>• Capacidad técnica y logística</li> </ul>
<b>Otras industrias – fabricantes de otras industrias de la región</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoramiento técnico e identificación de oportunidades de aplicación de los materiales, tanto en sus productos como en productos de calzado.</li> <li>• Colaboración en la realización de pilotos</li> </ul>





# ACTIVIDAD TRANSVERSAL

Definición de un Hub de innovación colaborativa territorial construido desde la perspectiva de los Agentes del Ecosistema Emprendedor de la provincia de Alicante

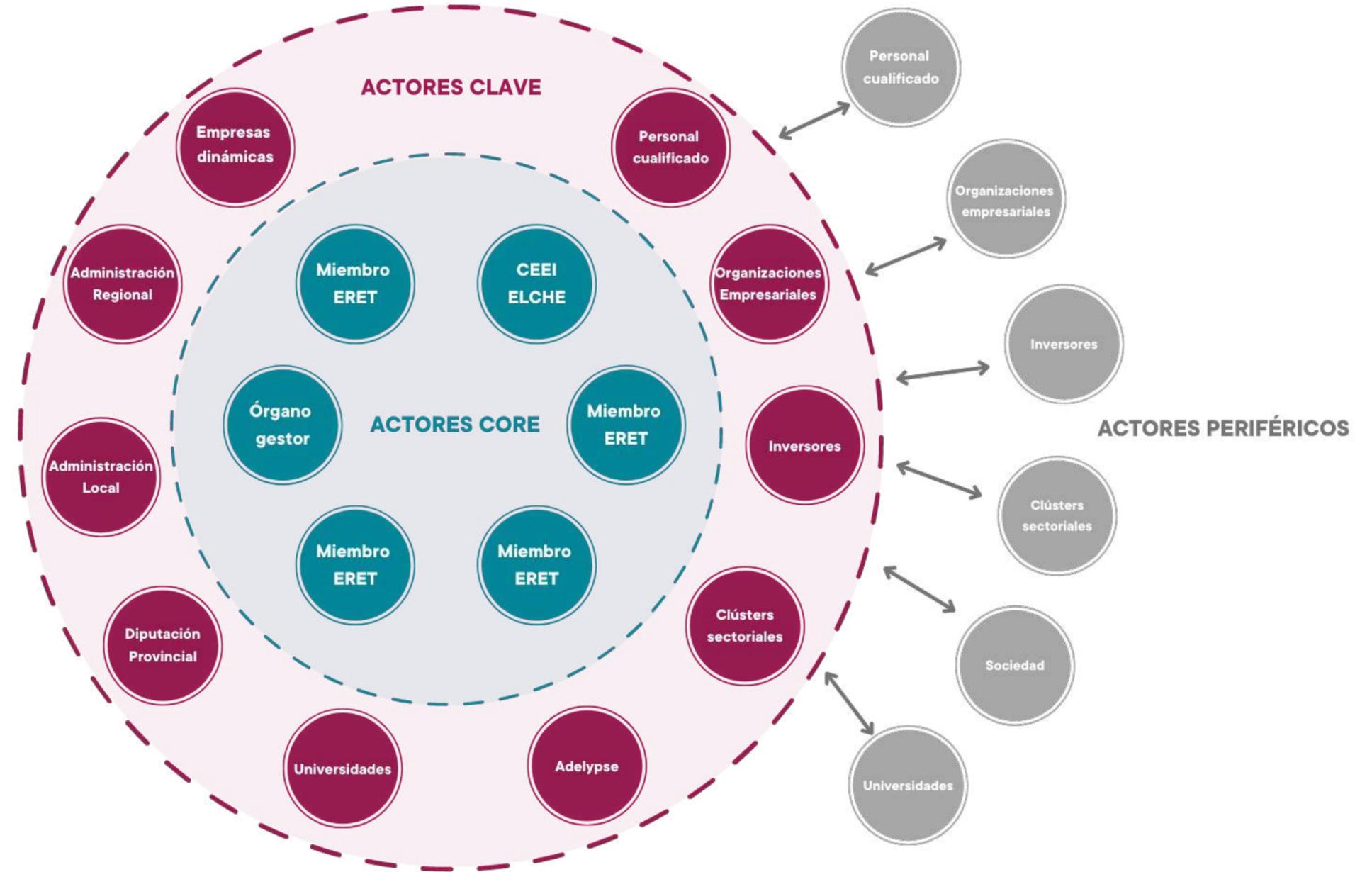
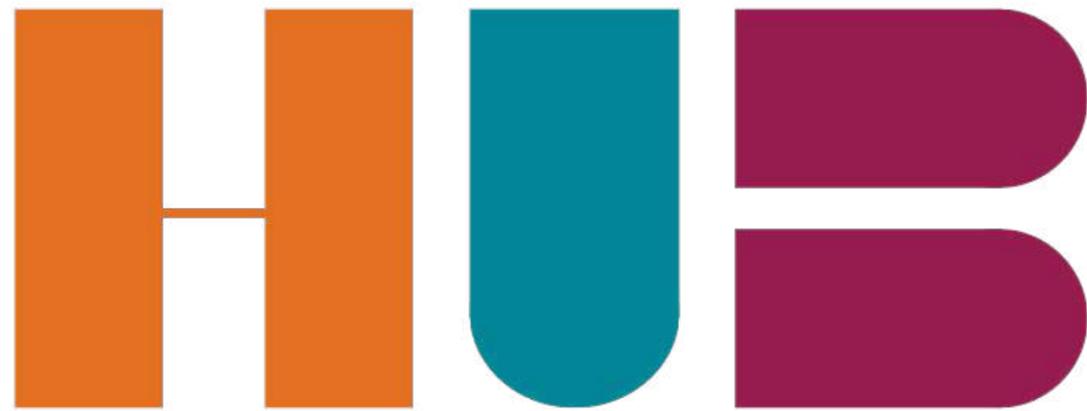
# Objetivo



*Definición de la estructura de un Hub de innovación colaborativa territorial entre los Agentes del Ecosistema Emprendedor Valenciano y su entorno socio económico, con el propósito de articular un Equipo de Reflexión Estratégica Territorial que identifique, maximice y dinamice la implementación de nuevas oportunidades de desarrollo económico local dentro de la provincia de Alicante.*

# Estructura del HUB

Definición del rol de los diferentes actores: core, clave y periféricos

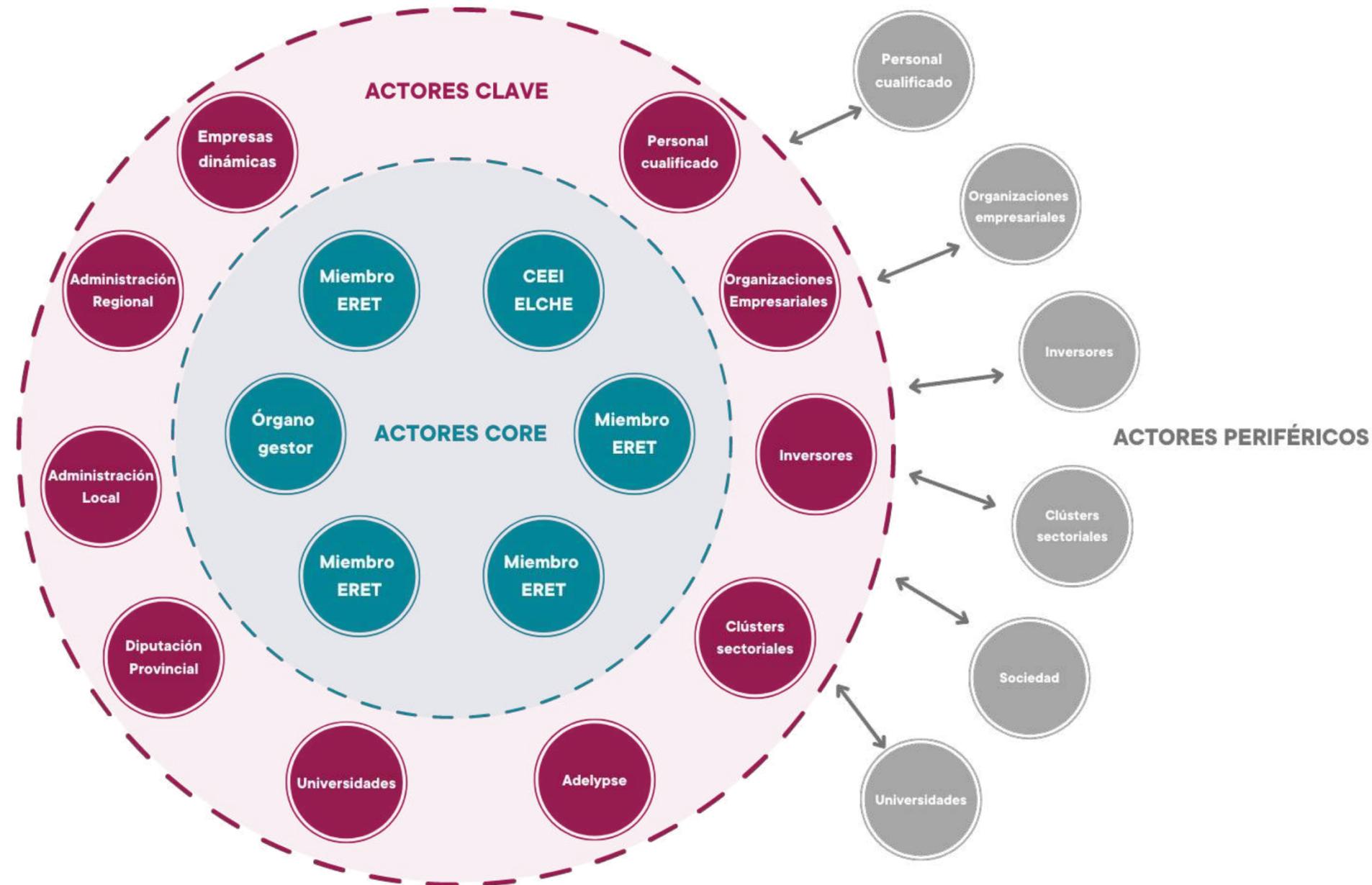


# Estructura del HUB

## Definición de actividades a desarrollar

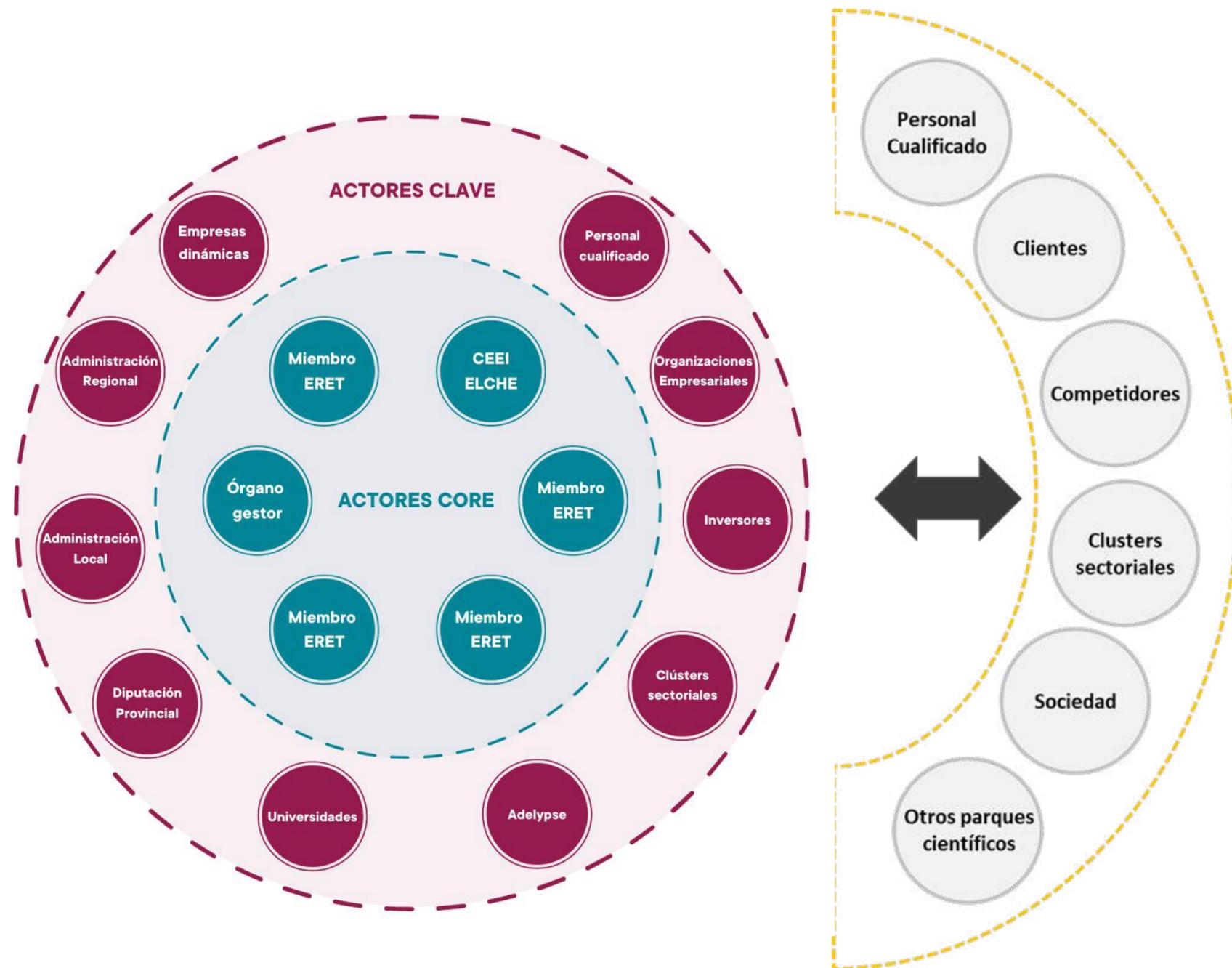
### Actividades a realizar

- Identificar y promover oportunidades y búsqueda continua de sinergias internas y externas
- Organizar workshops y encuentros de exploración de oportunidades con los miembros
- Dar formación y organizar conferencias en herramientas de innovación territorial, financiación y gestión de proyectos innovadores
- Facilitar el networking y la comunicación entre los miembros del ERET así como entre terceros; además de realizar tareas de promoción, publicaciones y similares en el ámbito de la innovación territorial



# Estructura del HUB

*Beneficios obtenidos por la pertenencia al HUB*



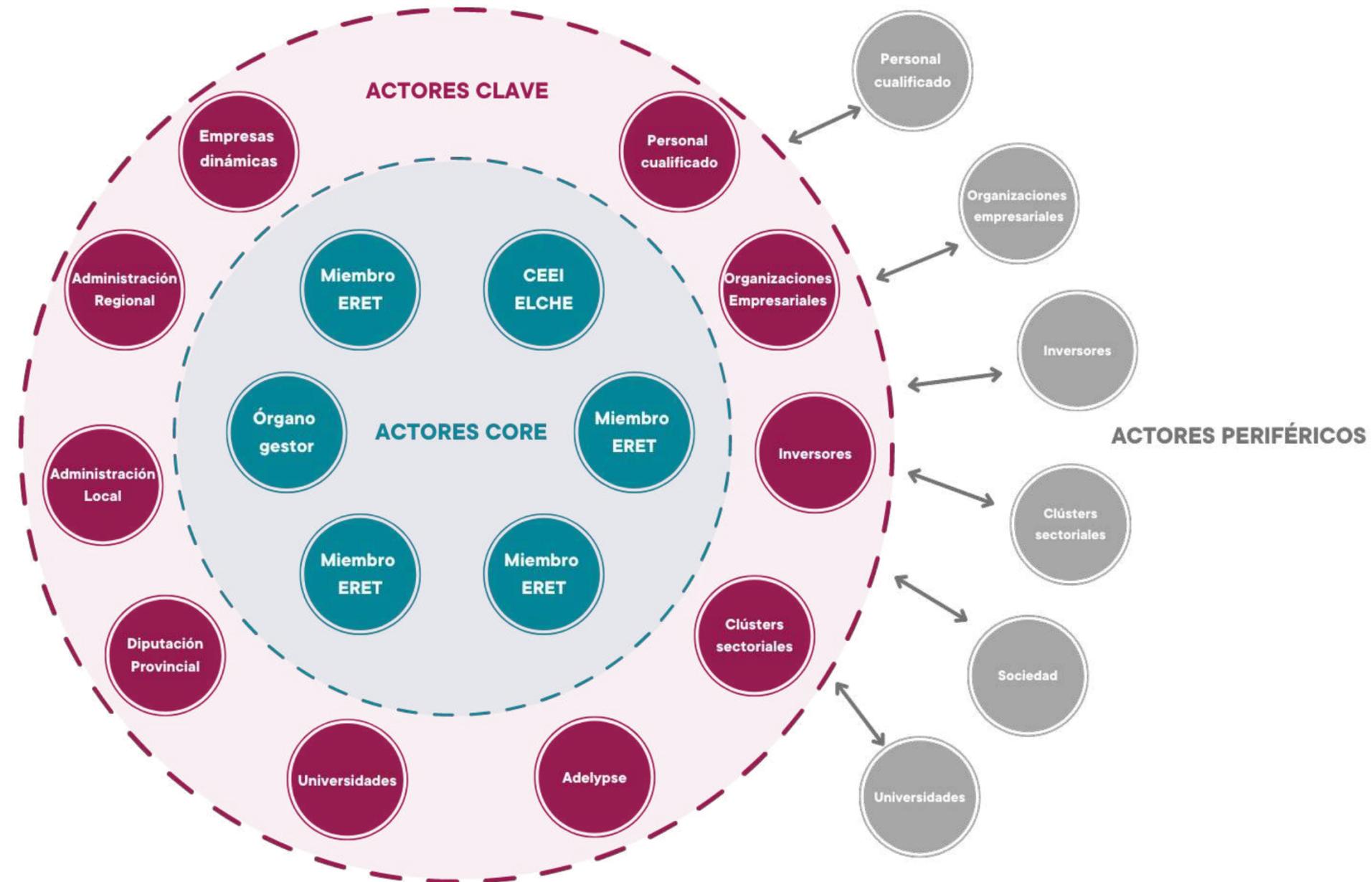
Además de los beneficios internos, el Hub tiene el potencial de mejorar la posición competitiva de sus miembros.

# Estructura del HUB

## Financiación del HUB

### Financiación

- Para la etapa inicial se deben buscar ayudas y financiamiento público que ayude a lanzar el Hub
- Una vez identificadas las primeras oportunidades el Hub debe comenzar a autofinanciarse parcialmente por la prestación de servicios añadidos o bien mediante un fee aportado por cada miembro



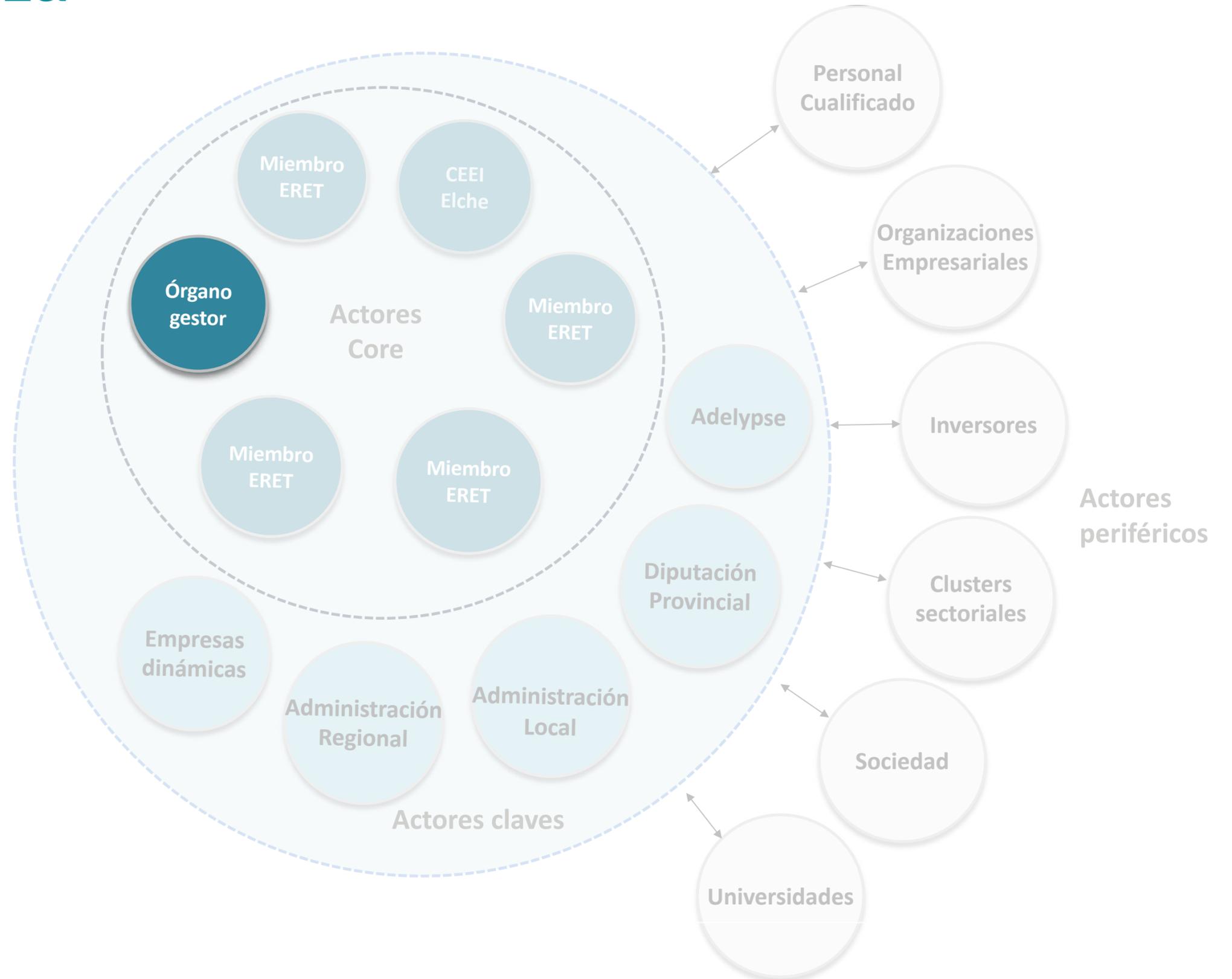
# Modelo de Gobernanza

## Órgano Gestor

### Funciones del Órgano Gestor

El Hub debe contar con un órgano gestor (idealmente que forme parte del Core) y que permita:

- Facilitar y promover la interacción y el intercambio de conocimientos entre los miembros
- Tener una voz única que represente al HUB ante otros actores
- Promover el crecimiento y la mejora de la efectividad del Hub
- Vigilar e informar al resto de los miembros de tendencias y noticias relevantes
- Recoger casos de éxito y transmitir el conocimiento
- Mapear y actualizar los pool de conocimientos de sus miembros e identificar carencias en este sentido



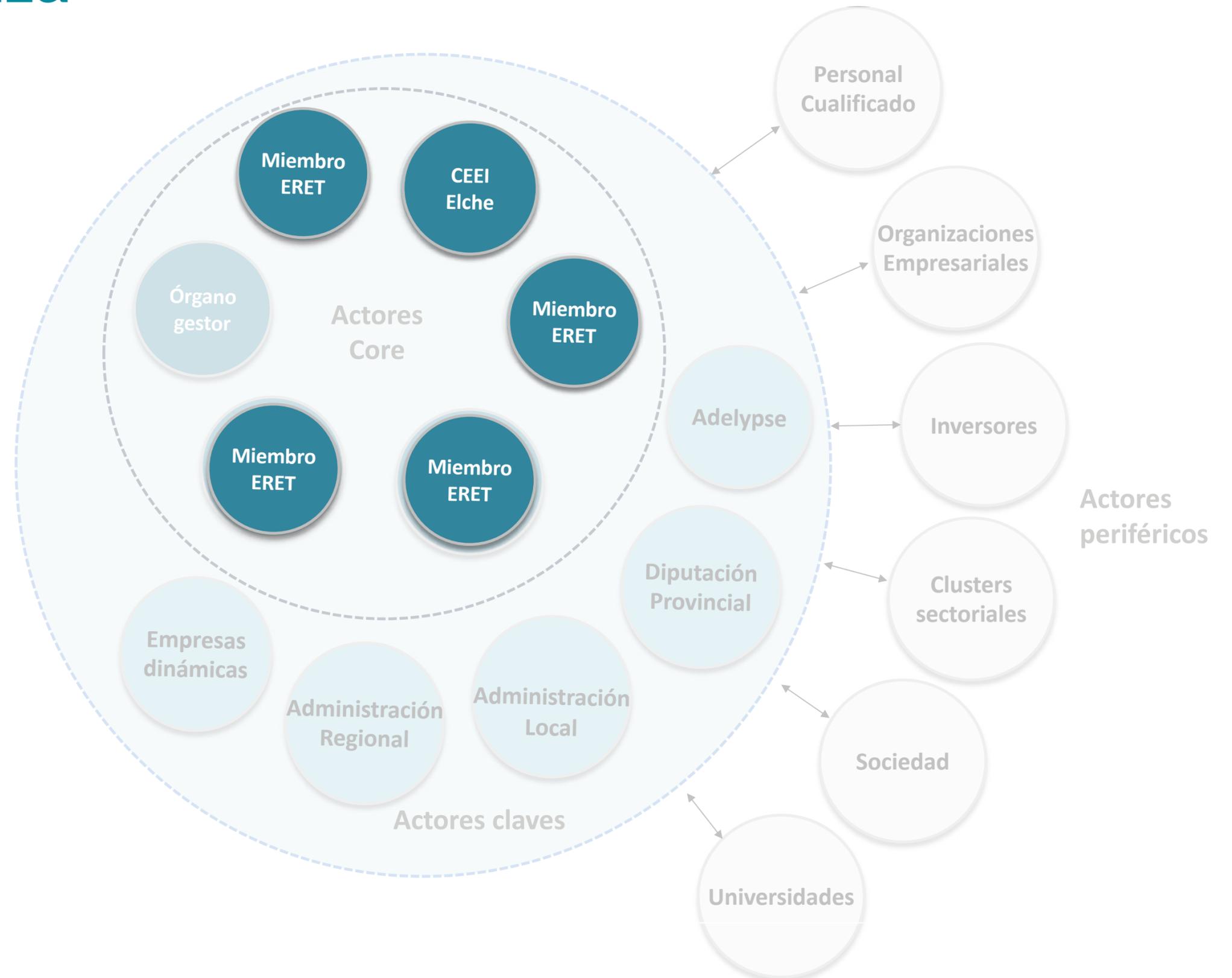
# Modelo de Gobernanza

## Steering Committee

### Steering Committee

*Consejo formado por representantes de las principales instituciones que forman el Core del Hub. Entre sus funciones tendría:*

- Elegir al Órgano gestor y validar su trabajo.
- Definir la estructura del Hub y la estrategia a seguir
- Definir el modelo de financiación



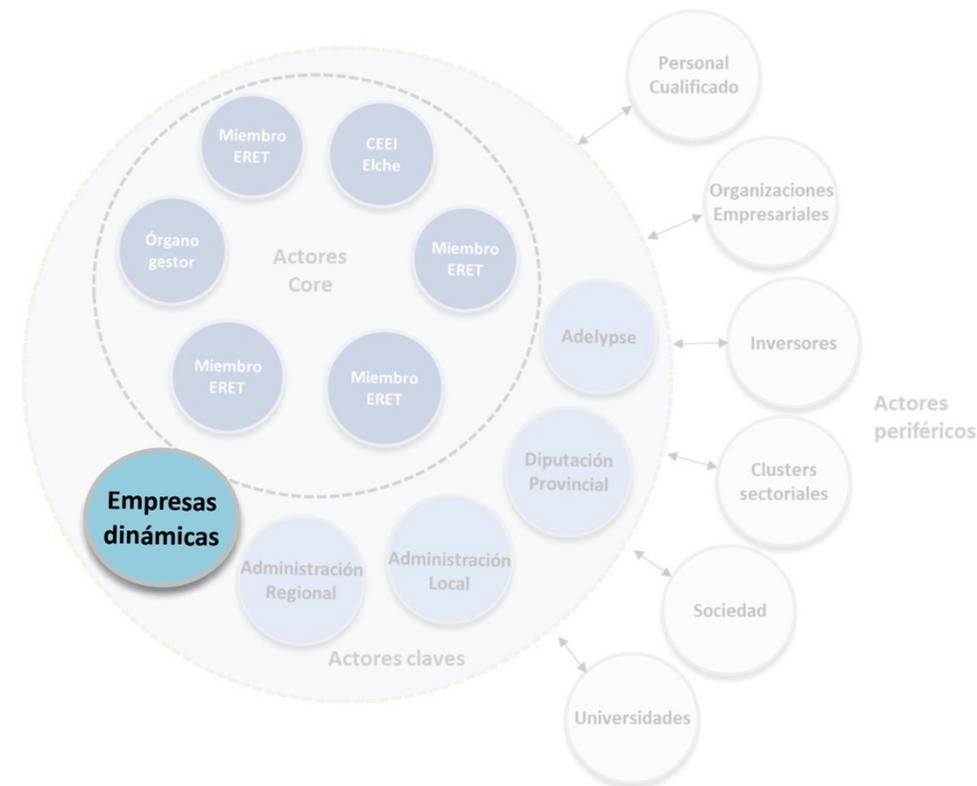
# Papel de los actores

## Empresas Dinámicas ALC

Empresas  
dinámicas

### Papel y contribución

- Conocimiento de mercado
- Industrialización
- Redes comerciales, acceso a clientes
- Innovación
- Financiación
- Baño de realidad
- Contacto con solucionadores
- Asesoramiento
- Profesionalizar la implementación de proyectos



### Motivación & Beneficio

- Ejecución de proyectos
- Rentabilidad
- Nuevas soluciones
- Innovación
- Ventaja competitiva
- Posicionamiento/marca
- Talento

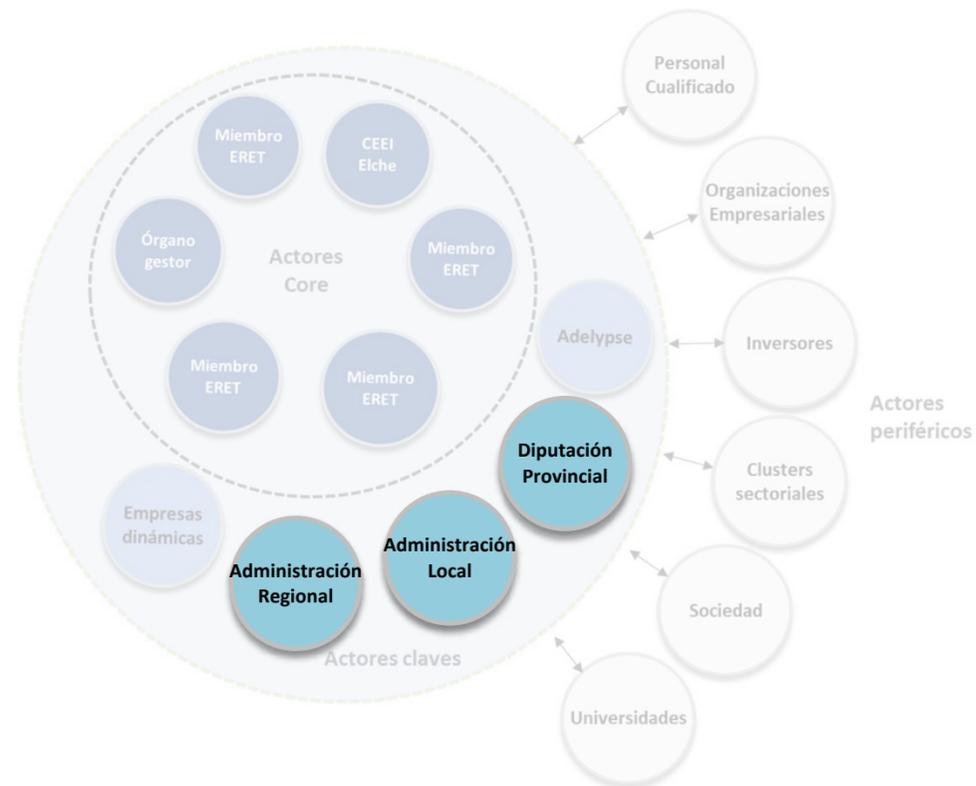
# Papel de los actores

## Administraciones Públicas

Administración Pública

### Papel y contribución

- Compra pública
- Políticas
- Regulación
- Facilitar la creación de empresas
- Financiación
- Estrategia de desarrollo local
- Acceso a información pública



### Motivación & Beneficio

- Generación de empleos
- Bienestar Social
- Actividad económica
- Impuestos

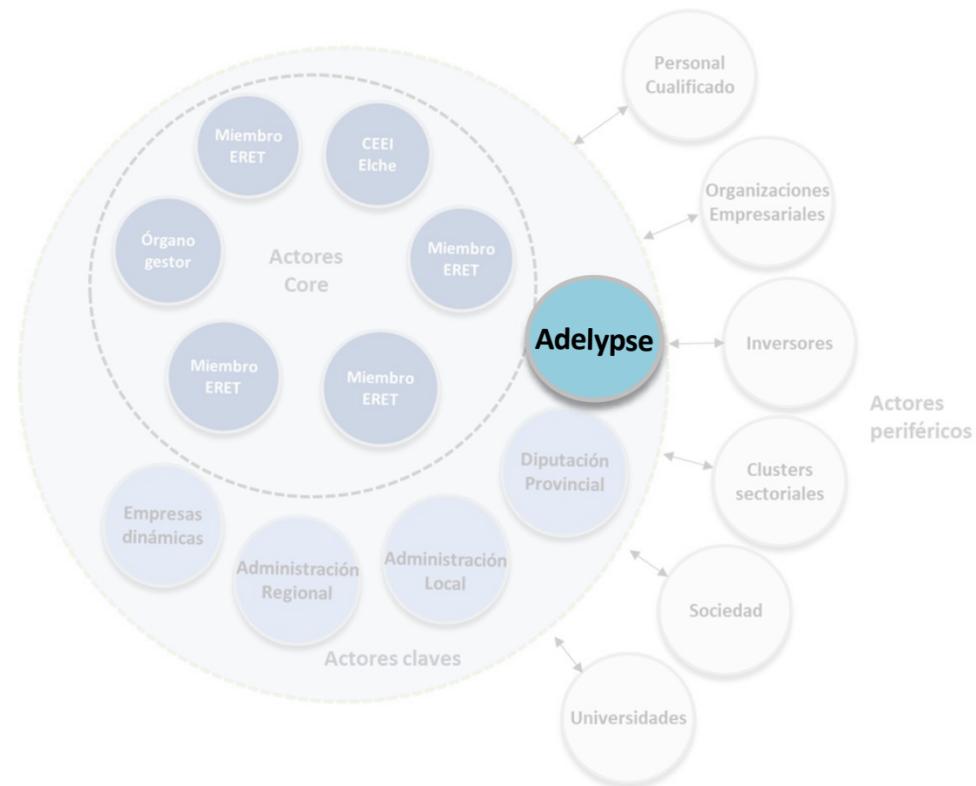
# Papel de los actores

## Adelypse

Adelypse

### Papel y contribución

- Interactuar con sociedad
- Testear soluciones propuestas
- Conocimiento del territorio
- Servicios de apoyo
- Contactos con el empresariado
- Divulgación
- Generación de Consorcios



### Motivación & Beneficio

- Desarrollo territorio
- Consideración social
- Sinergia de actividades
- Investigaciones
- Validación de nuevos proyectos y servicios

# Papel de los actores

## Organizaciones empresariales

Organizaciones  
Empresariales

### Papel y contribución

- Fuente de innovación
- Conocimiento aplicado
- Generar empleo de calidad
- Realidad del mercado
- Disrupción
- Agilidad
- Nuevas soluciones



### Motivación & Beneficio

- Recursos
- Financiación
- Agilidad ante Administraciones
- Sinergias
- Nuevos mercados
- Clientes
- Tecnologías
- Aplicaciones industriales
- Visión de mercado
- Metodologías detección oportunidades

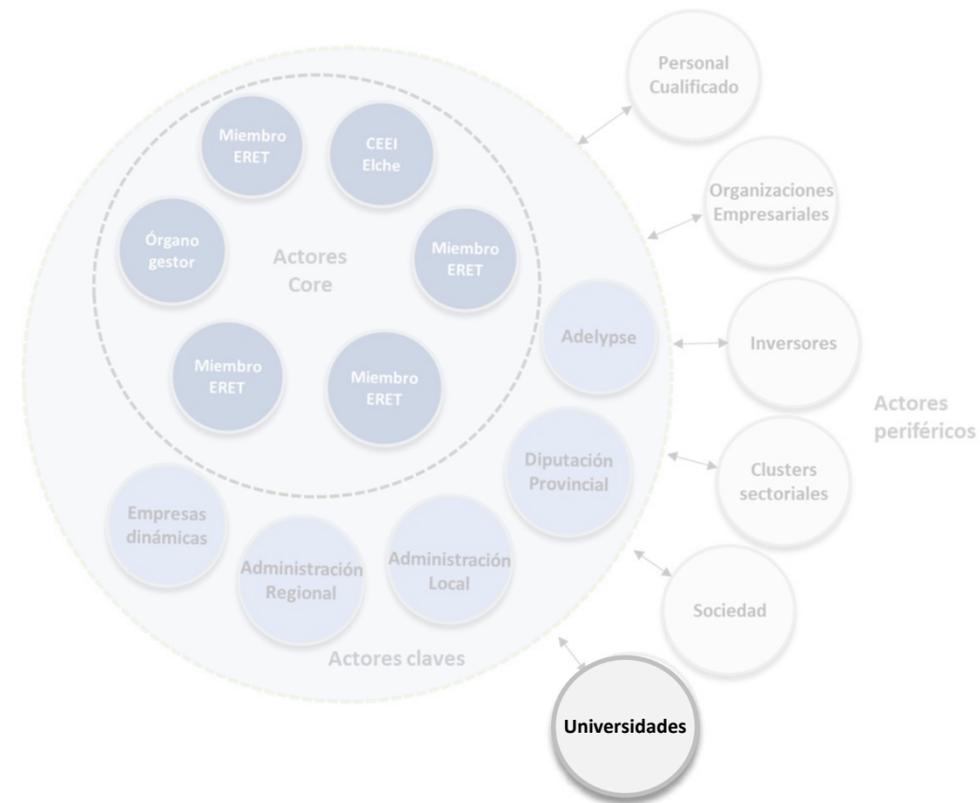
# Papel de los actores

## Universidades

Universidades

### Papel y contribución

- Conocimiento
- Investigación básica más aplicada
- Personal investigador
- Formación continua
- Transferencia de tecnologías
- Instalaciones
- Equipamiento
- Ecosistema



### Motivación & Beneficio

- Prestigio
- Retorno
- Royalties
- Matrículas
- Prácticas para estudiantes
- Mejora de programas docentes
- Financiación

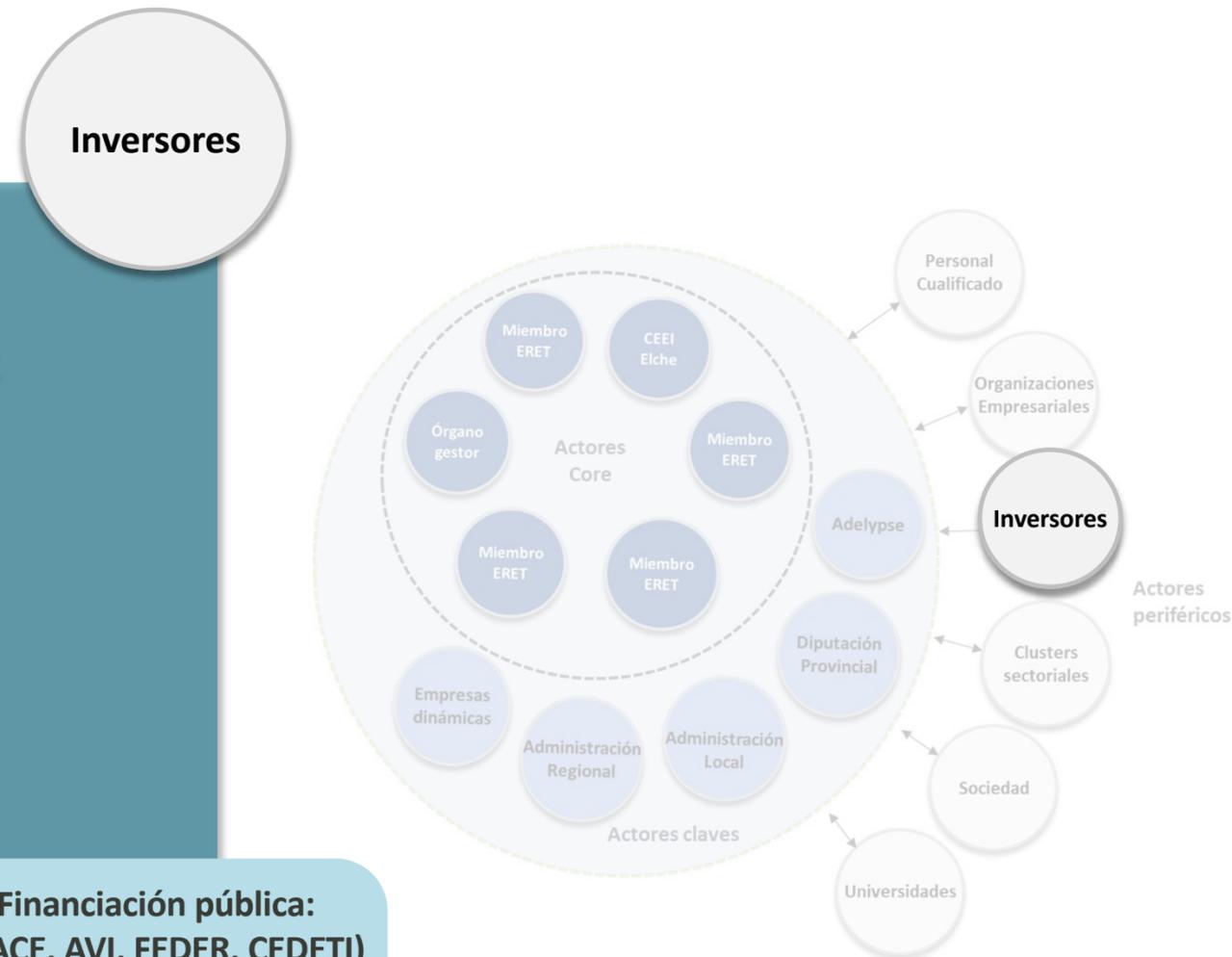
# Papel de los actores

## Inversores

### Papel y contribución

- Financiación
- Baño de realidad
- Prestigio/confianza
- Empresa tractora
- Ecosistema
- Valoración de riesgos
- Asesoramiento de gestión

**Financiación pública:**  
(IVACE, AVI, FEDER, CEDETI)  
**Venture Capital**  
**Banca Pública**  
(AFIN, ICO, IVF)  
**Business Angels**



### Motivación & Beneficio

- Rentabilidad
- Conocimiento
- Nuevos mercados

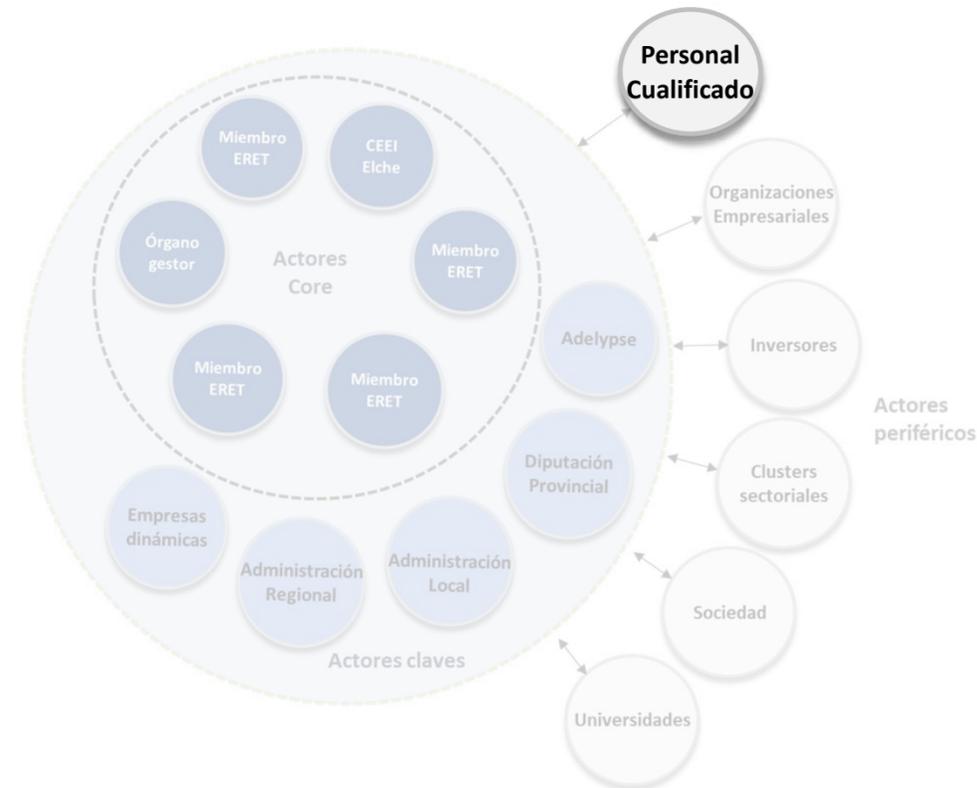
# Papel de los actores

## Personal Cualificado

### Papel y contribución

- Ayudar a rentabilizar
- Consultoría, asesoría, marketing
- Patentes, normativa, fiscalidad
- Tecnología
- Impulsar productos
- Promocionar/lanzar
- Reducción de costes
- Publicidad

Personal  
Cualificado



### Motivación & Beneficio

- Clientes
- Posicionamiento
- Crecimiento
- Conocimiento de metodologías de innovación abierta
- Rentabilidad

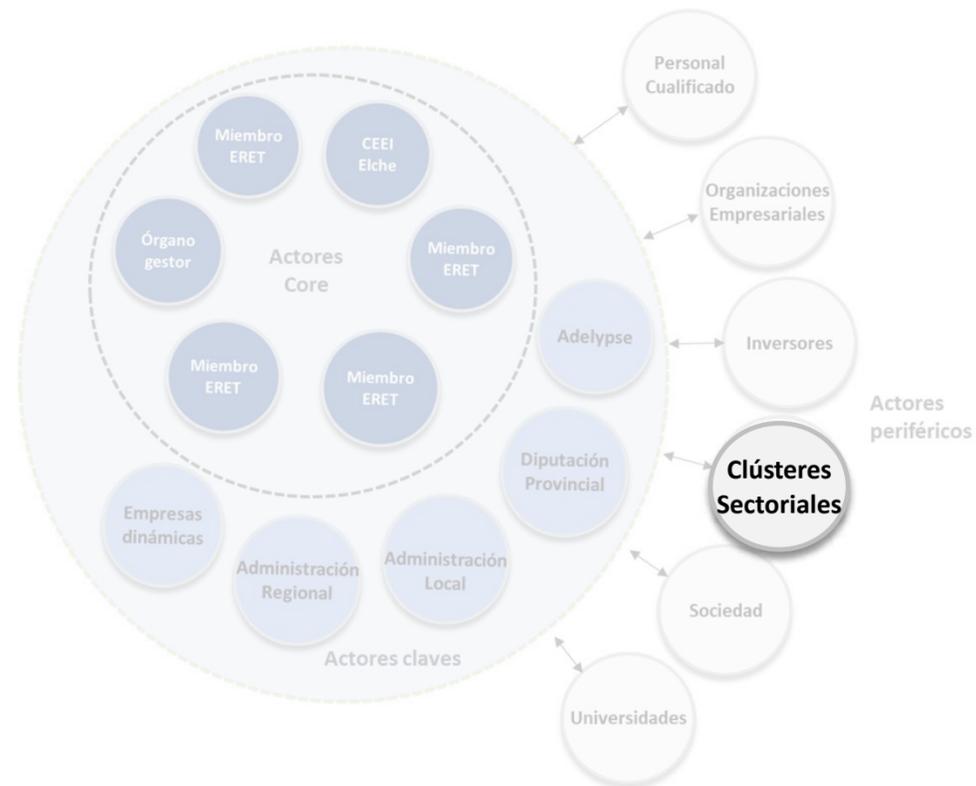
# Papel de los actores

## Clústeres Sectoriales

Clústeres Sectoriales

### Papel y contribución

- Nuevos socios
- Clientes
- Retos de mercado
- Conocimientos/capacidades
- Representantes de tipo de empresa



### Motivación & Beneficio

- Soluciones para sus socios
- Desarrollo del sector



# HUB

FINANCIA:



COORDINA:



METODOLOGÍA:

