

**PROCESO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA PARA LA  
ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL  
PARTICIPATIVO PARA LAS COMARCAS DE ANDORRA- SIERRA DE  
ARCOS Y BAJO MARTÍN**

**“norteTeruel 2014-2020, por un crecimiento inteligente, sostenible e  
integrador”**



**Acta del Taller 2. Empresarial**

Sede de ADIBAMA. Albalate del Arzobispo  
Miércoles 24 de Junio de 2015



## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>3.</b>
<b>2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA GENERAL DEL TALLER</b>	<b>4.</b>
<b>3. ASISTENTES</b>	<b>5.</b>
<b>4. DESARROLLO DEL TALLER</b>	<b>6.</b>
<b>5. RECAPITULACIÓN Y CIERRE</b>	<b>19.</b>
<b>6. EVALUACIÓN DEL TALLER</b>	<b>20.</b>
<b>ANEXO I. Cuestionario de evaluación</b>	<b>21.</b>

## 1.-INTRODUCCIÓN

La Asociación para el Desarrollo Integral del Bajo Martín y Andorra-Sierra de Arcos (ADIBAMA) se encuentra en pleno proceso de elaboración de la Estrategia de Desarrollo Local Participativo (Periodo 2014-2020).

En la elaboración de la Estrategia se ha diseñado un proceso participativo con el apoyo de Aragón Participa abierto a todas las instituciones, agentes económicos y sociales, tejido asociativo y vecinos de las comarcas de Andorra-Sierra de Arcos y Bajo Martín.

Como objetivo del proceso se busca la generación de un espacio de reflexión y debate que impulse el potencial local y de respuesta a las necesidades del territorio en el que actúa ADIBAMA. Todo ello debe concluir con la proposición de actuaciones y necesidades concretas a incluir en el Borrador de la Estrategia de Desarrollo Local.

El presente documento sintetiza, a modo de acta, el desarrollo del Taller 2. Empresarial, celebrado el pasado 24 de junio de 2015, de 19'05 a 21'45 horas en la Sede de la asociación ADIBAMA en Albalate del Arzobispo.

## 2.-OBJETIVOS Y METODOLOGÍA GENERAL DEL TALLER

El Taller 2 “Empresarial”, tiene carácter temático, centrándose en aspectos empresariales, con tratamiento a las diversas empresas e industrias, minería y energía, sector agroalimentario, tecnologías de la información y comunicación (TICs), etc. Los objetivos perseguidos con este taller pueden sintetizarse en dos cuestiones fundamentales:

- Someter a la consideración de los agentes sociales convocados el contenido del borrador de la EDLP (necesidades territoriales, líneas y estrategias), especialmente en lo que respecta a aquellas cuestiones vinculadas con la temática del taller; recogiendo las posibles discrepancias u omisiones detectadas.
- Priorizar las necesidades territoriales incluidas en el borrador de la EDLP y proponer acciones concretas a incluir en su documento definitivo.

Para el desarrollo de la sesión se estableció el siguiente orden del día:

19:00 horas **Bienvenida y presentación del taller.** José Vicente Querol. Gerente de ADIBAMA.

19:10 horas **Presentación de la dinámica participativa para el Taller 2.** José Antonio Guillén. Técnico de Geoter Consultores SC.

19:30 horas **Desarrollo del taller 2.** José Antonio Guillén. Técnico de Geoter Consultores SC.

21:35 horas **Recopilación y cierre del taller.** José Antonio Guillén. Técnico de Geoter Consultores SC.



### 3.-ASISTENTES

En cuanto a la asistencia al taller, se recoge a continuación el listado de personas que completaron la hoja de asistencia:

<b>PARTICIPANTES:</b>		
<b>Nombre y apellidos</b>	<b>Entidad</b>	
Del Río, José Miguel	Yesos Alabastrinos SL	
Escosa, Pilar	Yesos Alabastrinos SL	
Esteban Dolz, Javier	Ibercaja	
Garín, José Carlos	Ebroverde	
Gómez Pina, Jesús	Aracep SL	
Gómez, Ana	Aracep SL	
López, José Javier	Mediodigital.net	
Ortín Albalate, Oscar	Cárnicas Ortín SL	
Pina Bonias, María Jesús	Aceites Albalate SL	
Puerto Sauras, José María	Asociación de Empresarios	
Sanz Félez, Pascual	Caja Rural de Teruel	
Sola Gutiérrez, José Antonio	J. A. Sola – Economista Auditor de Cuentas	
Suñer, Manuel	Salazonera Aragonesa SL	
Suñer, Marc	Salazonera Aragonesa SL	
<b>ORGANIZACIÓN:</b>		
<b>Nombre y apellidos</b>	<b>Entidad</b>	<b>Cargo</b>
Querol, José Vicente	ADIBAMA	Gerente
Monzón, Olivia	ADIBAMA	Técnico
Guillén Gracia, José	Geoter Consultores, SC	Asistencia técnica y facilitación
Lacaba Burriel, Carlos	Geoter Consultores, SC	Asistencia técnica y facilitación

#### 4.-DESARROLLO DEL TALLER

D. José Vicente Querol -Gerente de ADIBAMA-, da la bienvenida y agradece a los asistentes su participación en el taller. A continuación, explica brevemente los objetivos que se buscan alcanzar con este proceso participativo, así como valorar las líneas estratégicas incluidas en el borrador de la Estrategia de Desarrollo Local, y que están relacionadas con la temática del taller.

Continuando con el orden del día, José Antonio Guillén -técnico de Geoter Consultores SC-, empresa encargada de la asistencia técnica y dinamización del proceso participativo, expone la dinámica de trabajo va a llevar a cabo en el taller. Señala que los talleres a celebrar en este proceso son de carácter sectorial, por lo que corresponde a éste abordar las cuestiones relacionadas con empresas e industrias, minería y energía, sector agroalimentario, tecnologías de la información y comunicación (TIC's). A este respecto, el objetivo fundamental del taller es presentar las cuestiones relativas a ésta temática incluidas en el borrador de la EDLP; debatir y priorizar las 19 necesidades temáticas destacadas en dicho documento y aportar las consideraciones, propuestas y proyectos concretos que los asistentes convocados estimen convenientes.

La intervención continúa con la descripción de la dinámica elegida para abordar el debate y priorización de las 19 necesidades objeto de trabajo, en este caso, la denominada Matriz de priorización de Stephen Covey.



Tras la explicación del funcionamiento del taller, se crean cuatro grupos y se establece un tiempo para que los asistentes completen su propuesta de priorización de necesidades de acuerdo a la metodología de la dinámica elegida.

Una vez los asistentes han finalizado el proceso de priorización de las medidas se pasa a la puesta en común de la priorización.

José Vicente Querol puntualiza que se ha entregado con la documentación una hoja con las propuestas que pueden ser subvencionables por la iniciativa LEADER y la tipología de proyectos que pueden incluirse. La aportación de propuestas es necesaria para recogerlas en el documento final, ya que las líneas que se establezcan serán las que puedan tener financiación, las que no estén incluidas no podrán serlo.

José Antonio Guillén comenta que se pueden aportar nuevas necesidades o modificar las actuales, debiéndose justificar y argumentar.

A modo de ejemplo para facilitar el debate, da cuatro pautas para facilitar la inclusión de una necesidad en uno u otro cuadrante:

- a) Si la necesidad es transversal tendrá mayor priorización que una necesidad solamente sectorial
- b) Que la competencia para llevar a cabo la necesidad pueda ser objeto de actuación de ADIBAMA, si lo es, comportará una mayor priorización.
- c) Que tenga una oportunidad de llevarse a cabo de forma urgente y no pueda posponerse, por ejemplo una línea de financiación o subvención que tenga un plazo inminente de presentación.
- d) Si genera o mejora actividad económica, si crea empleo y valor añadido, se prioriza más que las que no lo hagan.

De acuerdo a estas pautas, incluye la primera de las necesidades en el cuadrante 1 para que comience el análisis y debate conjunto de las 14 necesidades territoriales objeto de trabajo en este taller:

### **Necesidad Nº 3. Crear empleo**

José Antonio Guillén argumenta que se incluye en el primer cuadrante “Importante, urgente” porque en la actual situación se necesita la creación de empleo y es uno de los objetivos estratégicos de ADIBAMA. No obstante, matiza que la incluye para iniciar el proceso a modo de ejemplo, ya que deben ser los asistentes al taller los que valoren, debatan y prioricen las necesidades.

Entre los asistentes se plantea que esta necesidad no lo es tal ni un objetivo, sino que es una consecuencia. Argumentan que para crear empleo, en primer lugar debe existir la empresa, que sea viable y posteriormente creará empleo. Si las empresas consiguen beneficios, generarán puestos de trabajo, sino se destruirán los existentes. La secuencia es que debe crearse riqueza para crear empleo y después se creará riqueza en el territorio.

Entre los asistentes hay una opinión mayoritaria en este aspecto por lo que se propone incluir la necesidad en el centro de la matriz, al considerar la necesidad una consecuencia. Ven más prioritario crear medios para que se genere actividad económica en primer lugar y, después, empleo.



#### **Necesidad Nº 4. Diversificar la estructura económica de estas comarcas**

En cuanto a esta necesidad hay una mayor diferencia entre la priorización. Los argumentos que giran en torno a incluirla en el primer cuadrante “Importante, urgente”, inciden a que el sector productivo es muy similar en las dos comarcas, los sectores de actividad principales como pueden ser la agroalimentación y la industria minera extractiva, predominan en ambos territorios, al igual que con el resto de sectores. Por esto, si se ve como necesario la diversificación de otros sectores como puede ser el terciario o de servicios y generar nuevos perfiles de trabajo relacionados con la comercialización.

Otros asistentes se decantan más por el cuadrante 2 “Importante, no muy urgente”, argumentando que esta diversificación vendrá como consecuencia del mantenimiento de la estructura actual, con el tiempo se irá ampliando y variando la estructura económica.



La inclusión de la necesidad en uno u otro cuadrante no consigue obtener un apoyo en uno u otro sentido, por lo que se ubica la necesidad entre los cuadrantes 1 y 2.

#### **Necesidad Nº 5. Fortalecer el tejido empresarial, particularmente el de pymes y pequeñas empresas**

El debate de esta necesidad presenta una diferencia entre los asistentes, argumentándose motivos para incluirla en varios cuadrantes (del 1 al 3).

Los asistentes que se decantan por el cuadrante 1 “Importante, urgente” mencionan que se echa en falta apoyo desde las instituciones para el mantenimiento de las pequeñas empresas.

Los argumentos para incluirla en el cuadrante 2 “Importante, no muy urgente”, porque las empresas están fortalecidas, al estar asentadas en el territorio, no tiene tanta urgencia como otras necesidades.

Por último, las opiniones para situarla en el cuadrante 3 “No muy importante, urgente” hacen referencia a la falta de potenciación de los recursos propios, más que a las empresas, potenciando los recursos se fortalecerán las empresas. Como ejemplo se cita el fomento del turismo vinculado a la gastronomía y al proceso productivo (visitas a empresas, degustación de productos, etc.). En el territorio existen productos agroalimentarios de una calidad muy alta y pueden ser potencializados para que las empresas puedan abrir otras líneas de negocio (degustaciones, visitas a las empresas, venta online...), o bien otros perfiles profesionales tanto dentro como fuera de la empresa (comerciales, telemarketing). Esta última opinión puede ponerse en relación con la necesidad siguiente (número 6).

Al finalizar el debate, la necesidad se incluye en el cuadrante 1 “Importante, urgente”, por las oportunidades que pueden abrirse en torno a este tema.

#### **Necesidad Nº 6. Mejorar la competitividad de las pequeñas empresas locales y su acceso a los mercados**

Los argumentos en torno a esta necesidad son similares a los expresados en la anterior. Las opiniones son mayoritarias para incluirla en el cuadrante 1 “Importante, urgente”. Debe mejorarse la competitividad cuanto antes y para conseguirlo debe hacerse con una mejora tecnológica (actualización de la maquinaria), la formación de los trabajadores, y la comercialización.

La formación de los empresarios y trabajadores es fundamental, se cita el ejemplo del reciclaje y conocimiento de los nuevos vehículos (tractores, coches) que deben hacer los pequeños talleres de los pueblos, ya que el nivel tecnológico alcanzado en los últimos años, hace que en ocasiones dependiendo

del problema haya que acudir al concesionario oficial en Alcañiz o Zaragoza. Estas empresas deben formarse para ser competitivas.

Se incluye en el cuadrante 1 “Importante, urgente”.



### **Necesidad Nº 9. Mejorar las infraestructuras básicas, particularmente la red de telecomunicaciones y TIC**

Los territorios del Bajo Martín y de Andorra-Sierra de Arcos presentan un déficit importante en cuanto a las infraestructuras de telecomunicaciones. La banda ancha y la cobertura a móviles es muy mala en todo el territorio. Existe el servicio pero la calidad es muy mala, influyendo de manera importante en el asentamiento de empresas en el territorio, habiéndose dado el caso de empresas que rechazan implantarse en la zona por esta baja calidad del servicio de telecomunicaciones.

Es necesaria la mejora de estas redes como se ha manifestado en la anterior necesidad: formación de empresarios y trabajadores y oportunidades para nuevas líneas de negocio como telemarketing.

Otros argumentos indican que esta necesidad tiene una mayor o menor urgencia dependiendo de las empresas, planteándose opiniones en este aspecto de no tener urgencia.

La diferencia de argumentos hace que no se incluya esta necesidad en ningún cuadrante y se deja entre los cuadrantes 1 y 2.

### **Necesidad Nº 10. Mejorar las infraestructuras comarcales de apoyo a empresas y emprendedores y la cooperación entre ellos**

Al igual que se ha argumentado en las necesidades 5 y 6 en este caso va a depender de las empresas y las opiniones se sitúan entre los cuadrantes 1 y 2. Se incluye en la matriz entre ambos cuadrantes.

En cuanto a esta necesidad, José Vicente Querol matiza que el conjunto de las necesidades han de valorarse teniendo como referencia el territorio de las dos comarcas, no en el caso particular de cada empresa o del propio sector empresarial. Las necesidades surgen de los talleres realizados sobre empleo y jornadas de networking. Por esta razón se incluyen medidas como las que se están tratando en el taller.

### **Necesidad Nº 13. Promover la cultura del emprendimiento, del esfuerzo y del autoempleo**

Al igual que otras necesidades, en este caso surge de las jornadas de networking celebradas entre junio y julio de 2014.

Entre los asistentes las opiniones oscilan entre el cuadrante 2 y el 4. Los argumentos acerca de incluirla en el cuadrante 2 la consideran importante porque es la base de la estructura económica, los emprendedores saben que es la cultura del esfuerzo y crear su propia empresa. Pero consideran a la vez que no es la comarca o territorio el que tenga que hacerlo, además de no ser urgente, depende de los propios emprendedores.

Otras opiniones plantean que un emprendedor lo es o no, depende de cada uno, si hay una promoción en este sentido funcionará en la medida en que haya personas convencidas en serlo.

Las diferencias en incluirla en uno u otro cuadrante vienen en el aspecto de la importancia, ya que todos coinciden en que no es una necesidad urgente. La importancia se argumenta que es un problema de la sociedad en general, ya que de los empresarios no depende si hay o no hay más emprendedores, es un tema más social, educativo, etc.

La necesidad no consigue unificar las opiniones para incluirla en uno u otro cuadrante, por lo que se sitúa entre los cuadrantes 2 “Importante, no muy urgente” y 4 “No muy importante, no muy urgente”

### **Necesidad Nº 17. Luchar contra la brecha digital, por el uso generalizado de las TIC**

Nuevamente esta necesidad está en relación con una de las anteriores, en este caso con la 9. En el debate surge diversidad de opiniones en cuanto a la inclusión en uno u otro cuadrante. La urgencia y la importancia viene dada por la llamada “brecha digital”, relacionada con la escasa alfabetización digital de todo tipo de usuarios, no solamente por parte de empresarios y trabajadores, sino también de consumidores.

En este aspecto se incluye una propuesta que lleve a cabo una formación en TIC’s la propuesta vale para la necesidad 9 y 17. La nueva propuesta es “Formación en TIC’s”.

Al igual que en la necesidad 9, se deja entre los cuadrantes 1 y 2, al no conseguir una unanimidad entre uno u otro cuadrante.



**Necesidad Nº 28. Potenciar la diversificación industrial a través de la innovación y la mejora tecnológica**

Nuevamente, la necesidad se encuentra estrechamente relacionada con la necesidad 4, a la que se ha puede aportar el matiz de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i).

Como ha ido sucediendo a lo largo del taller, las opiniones difieren entre incluirla entre el cuadrante 2 y 3. Como se ha comentado antes, la diversificación irá llegando con el tiempo, siendo este el principal argumento para los que la incluyen en el 2 “Importante, no muy urgente”. En cuanto a los argumentos para situarla en el cuadrante 3 citan que es más importante el “saber hacer” que las herramientas en sí. La innovación y mejora tecnológica van a ir por detrás del proceso de hacer o crear un producto, posteriormente se podrá mejorar o innovar en este aspecto. En este aspecto, ya se ha incluido en la matriz en la necesidad 4.

Al final se decantan las opiniones en incluir la necesidad en el cuadrante 2.

**Necesidad Nº 29. Apoyar al sector minero-energético de Andorra por su carácter estratégico y su papel de motor de la economía comarcal**

El debate de esta necesidad pone de manifiesto la diferencia entre los dos territorios que forman la zona de actuación de ADIBAMA. En la comarca del Bajo Martín no se ve tan necesario el apoyo al sector minero energético como en Andorra-Sierra de Arcos que es un referente en este sector.

A la hora de priorizar las opiniones van desde incluirla en el cuadrante 1 hasta el 4, prácticamente formando una opinión antagónica

Los argumentos para incluirla en el cuadrante 4 “No muy importante, no muy urgente” se refieren a que el sector minero energético en la comarca de Andorra-Sierra de Arcos está en manos de grandes empresas, sobre todo ENDESA. El tamaño y cifra de negocio de las empresas hace que no sea ni importante, ni urgente ni tampoco necesario el apoyo del sector.

Por parte de los asistentes que incluyen la medida en el cuadrante 1, valoran la importancia que ha tenido y tiene en el territorio, ya que si no existe una empresa como esta que alternativa queda en un territorio en el que ha predominado todo lo relacionado con el “monocultivo” del carbón. Indican que no se refiere la medida a apoyar a una determinada empresa, sino a un sector que tiene trascendencia en el territorio: minero-energético. La importancia se ha visto con la pérdida de la minería de interior que suponía un fuerte volumen de empleo. También debe entenderse aquí otro tipo de recursos que se extraen en ambos territorios y tienen importancia como es el alabastro en el Bajo Martín y las arcillas en Andorra-Sierra de Arcos y otros comunes en los dos como las gravas.

Otro argumento para incluirla en el 1 sería la generación de empleo que crea la industria extractiva, no solo hay que tener en cuenta los empleos de la central térmica.

Las posturas son tan opuestas pero predomina al final la inclusión de la necesidad entre los cuadrantes 3 “No muy importante, urgente” y el 4 “No muy importante, no muy urgente”. Las diferencias van en la urgencia, ya que el predominio de opiniones es que se considera “importante” esta necesidad.

#### **Necesidad Nº 30. Ordenar, regularizar y promocionar el suelo industrial disponible en la zona**

Esta necesidad cuenta con un consenso general para incluirla en el cuadrante 4 “No muy importante, no muy urgente”, debido a la existencia de suficiente suelo industrial disponible en ambas comarcas y a que ya está regulado en polígonos industriales.

#### **Necesidad Nº 31. Poner en valor un producto autóctono como es el alabastro, a través de I+D+i, con nuevos productos y nuevos mercados**

En esta necesidad se plantea la idea de poner en valor todos los recursos, no sólo el alabastro. Se indica por parte de José Guillén que la inclusión del alabastro es a modo de ejemplo de un recurso endógeno. El debate no suscita diferencias, en cuanto a su inclusión en el cuadrante 1, indicando que se extienda a todos los recursos endógenos o autóctonos.



### **Necesidad Nº 37. Apoyar al pequeño comercio local para que se adapte a las nuevas condiciones de un mercado cada vez más globalizado**

Al debatirse esta necesidad se ve complicado el mantenimiento del comercio local frente a otras alternativas como grandes superficies u otros municipios con más servicios. La globalización hace que el pequeño comercio apenas pueda subsistir.

En este aspecto se aportan ideas que van desde dar a conocer y divulgar que supone el comercio local para el mantenimiento de servicios y puestos de trabajo, que dé servicio a los visitantes. Las ayudas que se pueden dar pueden venir por mejoras o cambios como puede ser para un restaurante ofrecer comidas online. La importancia que tiene en el mantenimiento de empleo y de servicios hace que las opiniones que van en esta línea incluyan la necesidad entre el cuadrante 1 y 2.

Otras opiniones mencionan la competencia que tienen estos establecimientos (grandes superficies, comercio online) y con los que es muy difícil competir. En el territorio son muy comunes los desplazamientos a Alcañiz y a Zaragoza para realizar trámites, visitas médicas, etc. y aprovechando los viajes para realizar compras. A este respecto se menciona que los productos de calidad existentes en el territorio se deben poner más en valor para que pueda venir gente a comprar y a visitar la zona. Como ejemplo se cita la posibilidad de visitar una empresa agroalimentaria y posteriormente comprar sus productos en el comercio local, otra posibilidad es la de ofertar en el comercio local todos los productos



de la zona. Otra manera de actuar en apoyo al comercio local es la mejora de los propios establecimientos, hacerlos más atractivos.

Para los asistentes que dan estas opiniones, la necesidad la incluyen entre los cuadrantes 2 y 3.

Las diferencias entre ambas opiniones no lo son tanto en relación a dejar el enunciado de la medida reducida, así la redacción podría ser “Apoyar al pequeño comercio local”, ya que como se ha planteado en anteriores medidas la adaptación a nuevos mercados o tecnologías depende más de tipo de empresas que del sector en general.

En relación al comercio local se menciona como ejemplo la existencia de una tarjeta de fidelización: “Tu tarjeta amiga” impulsada por la Asociación de Comerciantes de Andorra-Sierra de Arcos y Bajo Martín, junto a ADIBAMA, con promociones y ofertas, que está siendo un éxito.

Al final del debate se opta por situar esta necesidad entre los cuadrantes 2 “Importante, no muy urgente” y 3 “No muy importante, urgente”.

En cuanto a propuestas se menciona el ejemplo de otros lugares, en los que se ha creado una moneda local para comprar en los establecimientos de la zona, beneficiando a los clientes con descuentos importantes, promociones, etc. La propuesta es “Crear una moneda local para comprar en el comercio local” y como modelo pueden verse ejemplos de otros lugares en los que se han llevado a cabo experiencias similares.

La redacción de la necesidad se reduce al dejar la primera parte: “Apoyar al pequeño comercio local”.

### **Necesidad Nº 38. Desarrollar el potencial de empleo que posee el sector de servicios sociosanitarios, salud y ocio**

Entre los asistentes se ve que tiene futuro debido sobre todo al envejecimiento de la población. Existe demanda de estos servicios, y hay poca gente que está dispuesto a iniciar una actividad empresarial en este sentido ya que hacer viable una empresa en este sector se ve complicado, ya que no se concentra el trabajo en un único centro, sino que debe realizarse con desplazamientos a varios pueblos, incrementándose el gasto.

En relación a este sector, es muy necesaria la formación de trabajadores para atender a los usuarios de estos servicios.

Las opiniones en cuanto a que cuadrante es ubica la necesidad difieren entre el 2 y 3. Los argumentos para incluirla en el 2 inciden en la urgencia, por el momento se considera que la asistencia en ambas

comarcas está cubierto el servicio, existen empresas gestoras de residencias, por lo que no es tan urgente la consecución de la necesidad. Las opiniones para incluirla en el 3 inciden en que es urgente por el envejecimiento de la población aunque no es uno de los sectores empresariales importantes. Además, debe contar con el apoyo institucional para generar plazas o dotar de recursos a los usuarios, es necesaria la implicación privada y pública.

Se busca consenso y al final se incluye la necesidad en el cuadrante 2 “Importante, no muy urgente”.



Finalizada la fase de debate y priorización, los cuadrantes de la matriz quedan de la siguiente forma:

	URGENTE	NO “muy” URGENTE
IMPORTANTE	5, 6, 31	28, 38
NO “muy” IMPORTANTE		4



Entre 1 y 2: **4, 9, 10, 17**

Entre 2 y 3: **37**

Entre 2 y 4: **13**

Entre 3 y 4: **29**

En el centro de la matriz quedaría la necesidad **3**.

Con la priorización ya realizada, desde ADIBAMA comentan la posibilidad de añadir nuevas propuestas para completar el borrador de la Estrategia, mencionándose por los asistentes las siguientes:

- Formación en TIC's

Necesario tanto para trabajadores como para empresarios.

- Medidas encaminadas a la mejora energética en las empresas, incluyéndose las del sector agrario.

Las empresas del sector agrario suelen estar fuera de este tipo de apoyos o medidas para conseguir una mejora energética, por lo que es necesario incluirlas.

- Medidas encaminadas a la eficiencia energética de las empresas de todos los sectores, incluyendo al sector público como privado.
- Apoyo para empresas de transformación de recursos endógenos (p.e. pellets)

Esta medida facilitaría la creación de puestos de trabajo evitando además riesgos como los incendios.

- Rebajas y/o bonificaciones en la factura eléctrica a las empresas establecidas en el medio rural.
- Condicionar la exportación del alabastro a la transformación en el territorio

Los productos endógenos como el alabastro deben conseguir una semielaboración o elaboración total del producto, evitándose la venta como materia prima.

- Creación de una escuela-taller sobre el alabastro para formar trabajadores cualificados que transformen el producto.

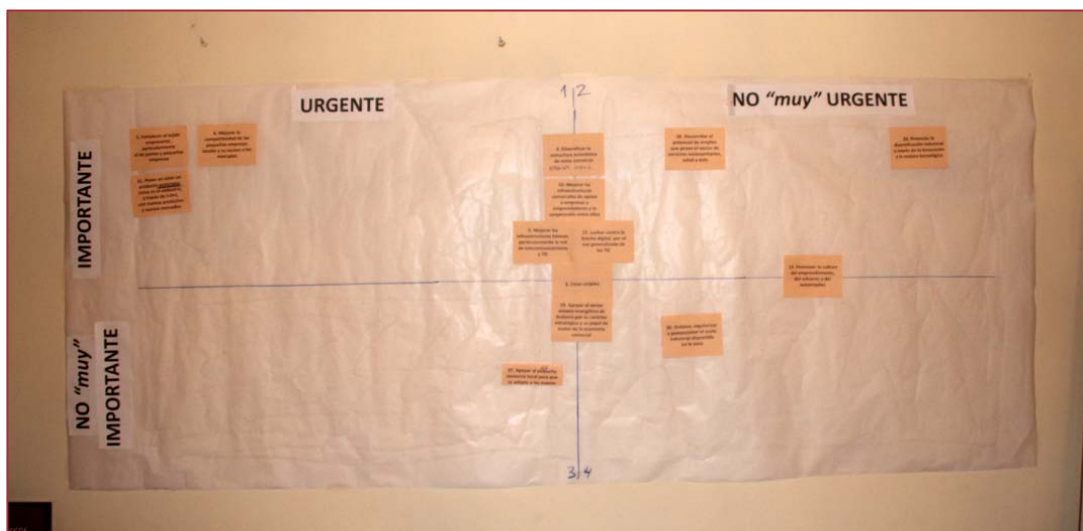
En este aspecto resulta esencial el crear un oficio para realizar el trabajo de procesado del producto y evitar la venta de la materia prima, quedándose en la zona un valor añadido.

- Mejora de la comercialización de los productos de calidad, concentrando o aglutinando los diferentes productos bajo una marca como norteTeruel.
- Crear una comercializadora de productos locales.

La mejora incidiría en la venta o televenta de los productos de la zona.

- Impulsar la vía de ferrocarril de Zaragoza a Barcelona para la instalación del punto de carga en La Puebla de Híjar

Se configuraría así una vía vital para la salida de productos no sólo de la zona sino de territorios cercanos como las comarcas de Cuencas Mineras y Bajo Aragón.



## 5.-RECAPITULACIÓN Y CIERRE

Concluido el debate con el que se ha priorizado la totalidad de las necesidades que recoge el borrador de Estrategia de Desarrollo Local Participativo al respecto de la temática relativa a este taller, José Antonio Guillén realiza una síntesis del contenido de la sesión, destacando los siguientes aspectos:

- La importancia destacada que adquieren todas las necesidades vinculadas con el mantenimiento del sector empresarial existente, ya que sin esta base, es muy difícil crear empleo.
- Otro aspecto muy valorado es el de la puesta en valor de productos de calidad y recursos endógenos, de forma que las empresas mantengan su actividad y puedan desarrollar nuevas líneas de trabajo vinculadas a la comercialización.

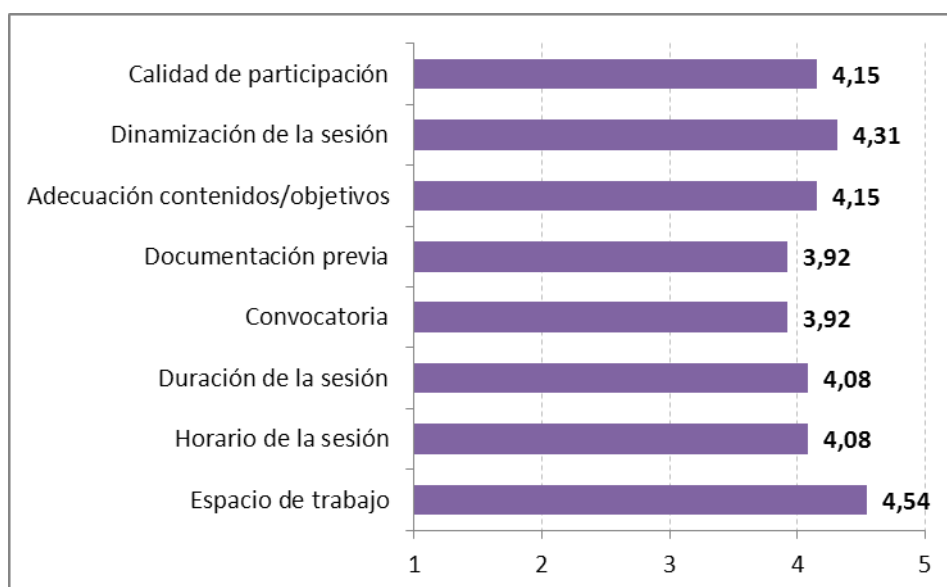
Finaliza su intervención recordando la posibilidad de que los asistentes a este taller continúen participando en el proceso, bien asistiendo a los próximos talleres previstos, bien a través de las herramientas de participación disponibles en la Web de Aragón Participa: <http://aragonparticipa.aragon.es/elaboracion-de-la-estrategia-adibama>

Toma la palabra José Vicente Querol quien agradece la asistencia a este taller y anima a la participación en el resto del proceso, dando por concluida la sesión a las 21,45 horas.

## 6.-EVALUACIÓN DEL TALLER

A continuación se describen los resultados obtenidos con la cumplimentación por parte de los participantes del cuestionario de evaluación relativo al taller “Taller 2. Empresarial” celebrado en la sede de ADIBAMA en Albalate del Arzobispo el 24 de junio de 2015.

El objeto de este cuestionario (Anexo I) es el de valorar ocho aspectos relacionados con la organización y desarrollo del taller (espacio de trabajo, duración y horario de la sesión, documentación previa, calidad de la participación, etc.) Además, el cuestionario ofrece la oportunidad de que los participantes incluyan, a través de una pregunta abierta, cualquier sugerencia u observación al respecto.



En conjunto, el taller obtuvo una calificación de 4'14 puntos sobre 5 posibles, no recogiéndose ninguna sugerencia u observación.

## ANEXO I. Cuestionario de evaluación



**PROCESO DE PARTICIPACIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL PARTICIPATIVO 2014-2020 PARA LAS COMARCAS DE ANDORRA-SIERRA DE ARCOS Y BAJO MARTÍN**

**norteTERUEL 2014-2020, por un crecimiento inteligente, sostenible e integrador**

**Taller 2. Empresarial. Albalate del Arzobispo, 24 de junio de 2015**

1. Por favor, valore de 1 a 5 (1= nada satisfactorio; 5= muy satisfactorio), las siguientes cuestiones relacionadas con la mesa/taller de trabajo en la que ha participado:

Aspectos a valorar	Puntuación				
	1	2	3	4	5
Espacio de trabajo	1	2	3	4	5
Horario de la sesión	1	2	3	4	5
Duración de la sesión	1	2	3	4	5
Convocatoria	1	2	3	4	5
Documentación previa	1	2	3	4	5
Adecuación de contenidos a los objetivos de la sesión	1	2	3	4	5
Dinamización de la sesión	1	2	3	4	5
Calidad de participación	1	2	3	4	5

2. Sugerencias u observaciones:

