

# AGENDA URBANA

SIGÜENZA  
(GUADALAJARA)



Ayuntamiento  
de Sigüenza



Plan de Recuperación,  
Transformación y Resiliencia



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU

## **Agenda Urbana de la ciudad de Sigüenza (Guadalajara)**

### **Participantes**

#### **Equipo Técnico (Elaboración, estrategia, diseño y maquetación)**

Repueblo (Impulso Factoría de Creación, S.L.)

#### **Instituciones**

Ayuntamiento de Sigüenza

Diputación de Guadalajara

Junta de Comunidades de Castilla - La Mancha

#### **Otros participantes**

Consejo Rector de la Candidatura a Patrimonio Mundial "Paisaje Dulce y Salado de Sigüenza y Atienza"

Asociación de Empresarios de Sigüenza

ADEL (Asociación para el Desarrollo Local de la Sierra Norte)

#### **Con la colaboración de**

Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana

#### **Con la financiación de**

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

NextGen EU

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



# LA SIGÜENZA DEL FUTURO

Ser Alcaldesa de Sigüenza, mi ciudad, **es un orgullo y ser la primera mujer en la historia de la ciudad** que ocupa tal posición es, sin duda, un honor. Pero también es símbolo de un cambio, una señal que deja entrever que, aunque aún queda mucho por hacer, **la sociedad está preparada para afrontar nuevos retos.**

Con la Agenda Urbana Española y **la designación de Sigüenza como proyecto piloto, nos enfrentamos a ese gran reto marcado por la Agenda 2030**, que es hacer de nuestros pueblos y ciudades, lugares agradables para vivir, donde la igualdad de oportunidades, la sostenibilidad social, económica y ambiental, dejen de ser utopías para llegar a convertirse en una realidad.

Sigüenza tiene por delante otros dos grandes retos, como son la celebración del IX Centenario de la Reconquista de la ciudad en 2024 y su candidatura a Patrimonio Mundial por la UNESCO. **La Agenda Urbana, es la hoja de ruta** para conseguir que Sigüenza pueda llegar a convertirse en esa ciudad que, tanto seguntinos como visitantes, desean y merecen.

Ilusionada, pero consciente del gran trabajo que tenemos por delante, estoy convencida de que la Agenda Urbana es **el camino a seguir para conseguir ese desarrollo equitativo, justo y sostenible** que todos buscamos hoy, para la Sigüenza del futuro.

**Mª JESÚS MERINO**

**ALCALDESA DE SIGÜENZA**

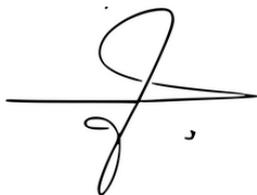
# SIGÜENZA, PATRIMONIO HUMANO

Sigüenza es una de esas ciudades en las que si las piedras hablaran, sentarían cátedras de historia. **Un territorio clave de la España Interior desde el Medioevo**, donde el agua dulce y el agua salada forjaron **una economía singular**.

Por esa y muchas otras razones es hoy **orgullosa candidata a ser elegida Patrimonio Mundial** por la UNESCO, con el apoyo de todas las instituciones, de sus habitantes y también de sus visitantes. Una candidatura basada en esa **singularidad de los paisajes dulces y salados**.

Pero de nada sirve ser un **gran polo de atracción cultural, histórico y turístico** si ello no revierte en una **mejora de la vida de las personas** y en un futuro esperanzador para las siguientes generaciones.

Por ello, **esta Agenda Urbana trata de una ciudad** que quiere ser ese ejemplo positivo de lo rural desde su patrimonio humano, de lo inmaterial a lo material. **Porque lo importante no es mantenernos vivos, sino mantenernos humanos**.



**LUIS DE CRISTÓBAL**  
DIRECTOR DE REPUEBLO



# CONTENIDO



---

**03**

PRÓLOGOS  
DE LA AGENDA

---

**06**

ACERCA  
DE REPUEBLO

---

**07**

INTRODUCCIÓN  
A LA AGENDA URBANA

---

**14**

ANTECEDENTES  
DE SIGÜENZA

---

**23**

DIAGNÓSTICO DE  
LA CIUDAD

---

**30**

PLAN DE ACCIÓN

---

**85**

CONCLUSIONES

---

A close-up photograph of a person's hand resting on a wall covered in vibrant green moss. The hand is wearing a dark sweater with a colorful, geometric pattern in blue, red, and yellow. The background is slightly blurred, showing more of the mossy wall and a hint of a landscape.

**REPUEBLO**  
TERRITORIO INNOVADOR

## ACERCA DE REPUEBLO

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

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

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

**AGENDA URBANA SIGÜENZA**

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

**ALBERT EINSTEIN**

# **INTRODUCCIÓN A LA AGENDA URBANA**

# PROYECTO PILOTO NACIONAL DEL MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA

## Sigüenza, elegida Proyecto Piloto de Agenda Urbana Española

En el proceso de selección de Proyectos Piloto de Planes de acción local de la Agenda Urbana, **la propuesta de Sigüenza resultó especialmente significativa por su capacidad de generar un impacto en el territorio y por la singularidad que aporta su candidatura a ser Patrimonio Mundial de la UNESCO.**

En sí mismo, Sigüenza es un municipio singular, localizado en la Comarca Sierra Norte de Guadalajara, zona con un alto índice despoblación, **muy representativo de la "España vaciada"**. Cuenta con una población de 4.300 hab. y 28 núcleos de población.

A pesar de su pequeño tamaño, tiene un papel de cabecera en la Comarca Sierra Norte de Guadalajara y, con su apuesta por la Agenda Urbana, **pretende aumentar su influencia y ofrecer servicios a los territorios rurales cercanos y ser ejemplo** para algunas comarcas adyacentes de Soria.

También resulta destacable su apuesta por el carácter integrado de las actuaciones propuestas entre las que **destacan la recuperación del casco histórico y la mejora de su accesibilidad, el fomento del entorno natural y su conservación; la apuesta por generar, junto con las pedanías nuevas actividades productivas;** propuestas relacionadas con el turismo (digitalización y desestacionalización) y las destinadas a mejorar la calidad de vida de la población más envejecida.

Por último, señalar su esfuerzo por una gobernanza horizontal, destacando la colaboración con las Universidades de Castilla - La Mancha, Alcalá de Henares y la UNED.

La Agenda Urbana de Sigüenza se plantea como la herramienta para liderar el futuro de la ciudad.

### Sonia Hernández Partal

Subdirectora General Adjunta de Políticas Urbanas  
Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana





## DESCRIPCIÓN

La Agenda Urbana de Sigüenza es **un plan de acción con Horizonte 2030** que contiene **acciones específicas para la mejora económica, social y ambiental** del conjunto del municipio, incluyendo las 28 pedanías que la conforman.

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

## OBJETIVO DE LA AGENDA URBANA DE SIGÜENZA

El objetivo de esta agenda es **mejorar la vida presente y futura** de la ciudad de Sigüenza y sus pedanías, con un triple balance económico, social y ambiental, logrado **a través de un eje vertebrador: la candidatura para convertirse en Patrimonio Mundial** de la UNESCO..

La candidatura, al igual que todas y cada una de las acciones de esta Agenda Urbana, son objetivos territoriales, en las que **su consecución depende de todos y cada uno de los agentes, públicos, privados y civiles** y de la cogobernanza entre ellos.

## CONSIDERACIONES PRELIMINARES

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

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

## LA SIGÜENZA QUE QUEREMOS

**Sigüenza tiene un objetivo vertebrador del territorio, convertirse en Patrimonio Mundial** por la UNESCO, con su candidatura "Paisaje Dulce y Salado de Sigüenza y Atienza", que ya se encuentra en la lista indicativa de España.

Dicho objetivo es la columna vertebral de este Plan de Acción y **debe servir para mejorar todos y cada uno de los aspectos que lo conforman, desde todos los ángulos**. Por y para todas las personas del territorio, presentes y futuras.

Este plan de acción es fruto de los trabajos compartidos y alineados de tres fuentes: en primer lugar desde el propio Ayuntamiento de Sigüenza, en segundo lugar desde la sociedad civil y empresarial y en tercer lugar, la coordinadora de la Agenda: Repueblo.

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

Y tenemos que hacerlo **desde el punto de vista de la integración e inclusión social, económica y política de todos los intervinientes**. En ello debemos hacer especial énfasis en las 28 pedanías de Sigüenza, núcleos de población que no siempre se han tenido en cuenta.

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

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

Por último, destacar que **Sigüenza, ha decidido convertirse en el espejo de otros territorios de la España Rural**, con un modelo de cinco equilibrios y su proyecto vertebrador. Un modelo alineado con las necesidades de los pobladores, actuales y potenciales, con las agendas internacionales y con el balance entre el crecimiento y la sostenibilidad en el ADN.

Esta es la Sigüenza que queremos.

# MARCO METODOLÓGICO DE LA AGENDA URBANA DE SIGÜENZA

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

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

Fruto de la combinación de ambas metodologías, hemos definido **3 grandes líneas estratégicas** que contienen impactos en todos los objetivos que plantea el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

Dichas grandes líneas estratégicas desembocan en **40 acciones específicas**, en las que se tiene en cuenta los siguientes criterios: **prioridad, coste, agentes implicados y horizonte temporal**.

Por tanto, un trabajo de lo general a lo particular: 3 grandes líneas estratégicas, que contienen, cada una varios de los objetivos estratégicos y diversas acciones específicas, dónde se tienen en cuenta los criterios mencionados.

**Todo ello representado gráficamente de la siguiente manera:**

LÍNEA  
ESTRATÉGICA



OBJETIVOS  
AGENDA URBANA



ACCIÓN  
ESPECÍFICA



PRIORIDAD



HORIZONTE  
TEMPORAL



COSTE



AGENTES IMPLICADOS



# MARCO GEOGRÁFICO DE LA AGENDA URBANA DE SIGÜENZA

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



## Marco de influencia **Local**

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



## Marco de influencia **Regional**

Estamos enmarcados en Castilla - La Mancha pero, nuestros lazos se dan también con municipios de la provincia de Soria, con quienes compartimos muchos retos.



## Marco de influencia **Nacional**

Somos un caso de éxito de la España rural. Un territorio líder en turismo, consciente de sus limitaciones, pero también de sus potencialidades. Podemos ser ejemplo para otros territorios.



## Marco de influencia **Europeo**

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

# OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA AGENDA URBANA ESPAÑOLA



**1. Uso racional del suelo**



**2. Revitalización urbana**



**3. Reducción del cambio climático**



**4. Economía circular**



**5. Movilidad sostenible**



**6. Equidad social y cohesión**



**7. Economía local**



**8. Acceso a la vivienda**



**9. Innovación y digitalización**



**10. Gobernanza**



# ANTECEDENTES DE SIGÜENZA

# NUESTRA CIUDAD, EN CIFRAS



# 4.298

habitantes en los  
29 núcleos de población





# 29

## núcleos de población componen Sigüenza y pedanías





Ayuntamiento  
de Sigüenza

# 3

Entre los tres primeros  
municipios más turísticos de  
Castilla - La Mancha

# 12,81%

desempleo registrado  
(EPA febrero 2022)



# 122 KM

Distancia de Sigüenza al  
Aeropuerto Adolfo Suárez de  
Madrid, unos 80 minutos.

# 359

empresas tienen su sede en  
Sigüenza, de las cuales un 45%  
están ligadas al turismo.

# < 9%

Menos de un 9% de los jóvenes  
entre 12 y 25 años asegura que  
se quedará en Sigüenza. El resto  
afirma no verlo viable por falta  
de oportunidades o desearía vivir  
en otra ciudad..

# > 79%

De las mujeres afirma que  
Sigüenza es un lugar atractivo  
para su proyecto vital. El 62%  
considera que la ciudad está  
comprometida contra la  
violencia de género.



# 23.264

Euros de Renta Media de los empadronados en Sigüenza (en el 2019)

# 785

personas extranjeras residentes. 370 americanos, 232 europeos, 140 africanos y 43 asiáticos

## > 67%

de los jóvenes encuestados califica su vida actual en Sigüenza como notable o sobresaliente y sólo un 14% le pone un "suspenso"

## > 60%

de los empresarios encuestados considera el alto coste de contratar personal como uno de los principales lastres para el crecimiento de su negocio

# SIGÜENZA Y LAS 28 PEDANIÁS

La ciudad de Sigüenza está compuesta por 29 núcleos: la capital más otros 28 núcleos agregados. De los 4.298 habitantes, 3.832 son capitalinos y 466 pedáneos, siendo la población más extensa de 51 personas. **Esta configuración supone una verdadera oportunidad** para resolver algunos de los problemas que el núcleo central tiene y **su fortalecimiento es clave** para lograr los objetivos territoriales.

Municipio	Habitantes	Municipio	Habitantes
Alboreca	17	Matas	0
Alcuneza	31	Mojares	31
Barbatona	15	Moratilla	17
La Barbolla	17	Olmedillas	15
Bujalcayado	6	Palazuelos	51
Bujarrabal	37	Pelegrina	15
Carabias	8	Pozancos	34
Cercadillo	17	Querencia	2
Cubillas del Pinar	14	Riba de Santiuste	15
El Atance	0	Riosalido	41
Guijosa	21	Torrevaldealmendras	5
Horna	11	Ures	9
Imón	25	Valdealmendras	2
La Cabrera	4	Villacorza	6

# CONVERTIRSE EN PATRIMONIO MUNDIAL COMO OBJETIVO VERTEBRADOR...



## "Paisaje Dulce y Salado de Sigüenza y Atienza"

La candidatura del "Paisaje Dulce y Salado de Sigüenza y Atienza" ha sido aceptada por el Consejo de Patrimonio Histórico para ser incluida en la lista indicativa española de Patrimonio Mundial. Esta relación es un inventario de los bienes susceptibles de ser declarados Patrimonio Mundial en un futuro, cuyo objetivo es reflejar la diversidad cultural y natural de un país con un potencial valor universal excepcional. Una vez que permanezca un año en la Lista Indicativa, podrá presentar su candidatura formal a la Lista de Patrimonio Mundial.

El paisaje Dulce y Salado de Sigüenza y Atienza forma parte de la paramera de Sigüenza que se extiende entre el Sistema Central y la Cordillera Ibérica. La interacción entre el ser humano y este excepcional espacio natural ha conformado un ecosistema propio, definido desde la Edad Media, que se ha mantenido hasta la actualidad sin apenas modificaciones con una miríada de pequeñas aldeas y pueblos que dependen de la ciudad de Sigüenza como principal núcleo de población de la comarca, seguido de la villa de Atienza.

El área incluida se extiende desde el Parque Natural del Barranco del río Dulce al sur hasta la villa de Atienza al norte, abarcando una superficie de 219 km<sup>2</sup> encuadrados dentro de la paramera de Sigüenza, una de las representaciones naturales más significativas e íntegras de este tipo paisajístico en la península ibérica.

El paisaje Dulce y Salado de Sigüenza y Atienza engloba una ciudad (Sigüenza), una villa (Atienza) y 15 aldeas, en un modelo de organización territorial de base medieval surgido tras la conquista cristiana del territorio en el siglo XII, que dejaba entre ambas villas uno de los conjuntos de salinas de interior más importante de Europa. Un complejo sistema de equilibrios entre el Señorío episcopal de Sigüenza, dependiente del Obispo y el Señorío de Atienza, dependiente directamente del Rey, al que se sumaría la presencia de importantes familias nobiliarias, como los Mendoza que tratarían de controlar las salinas y sus rentas.

Fuente: Consejería de Educación, Cultura y Deportes, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

# ... DE UNA MARCA TURÍSTICA CONSOLIDADA A NIVEL NACIONAL



## Sigüenza, capital rural y medieval

Sigüenza es **uno de los destinos turísticos más consolidados** de Castilla-La Mancha, especialmente entre los visitantes nacionales. La marca turística se identifica principalmente por dos motivos a día de hoy: el patrimonio histórico-cultural y su gastronomía.

Sigüenza y sus núcleos agregados poseen un atractivo turístico muy destacado para **viajeros españoles, especialmente de fin de semana y temporada** (Semana Santa y verano), donde la Catedral y el Doncel, así como el conjunto arquitectónico general, son sus principales exponentes.

Desde el lado de la gastronomía y oferta turística, el Parador Nacional y sus restaurantes, donde destacan dos "Estrella Michelin", atraen a visitantes gourmet y de eventos.



## Sigüenza, capital rural y medieval

En el año 2024, Sigüenza celebrará el **IX Centenario de la Reconquista**. Un hecho que ocurrió en 1124, el 22 de enero, festividad de San Vicente. Día en el que, según la tradición, al tercer asalto tropas castellanas al mando del obispo D. Bernardo de Agén tomaron el castillo seguntino.

Una oportunidad clave para **trabajar en el expediente necesario de la Candidatura a Patrimonio Mundial**, que requiere una gran inversión de todo tipo de recursos y, por supuesto, la aprobación y participación ciudadanas.

# DIAGNÓSTICO

# EL ESPEJO DE LA ESPAÑA INTERIOR

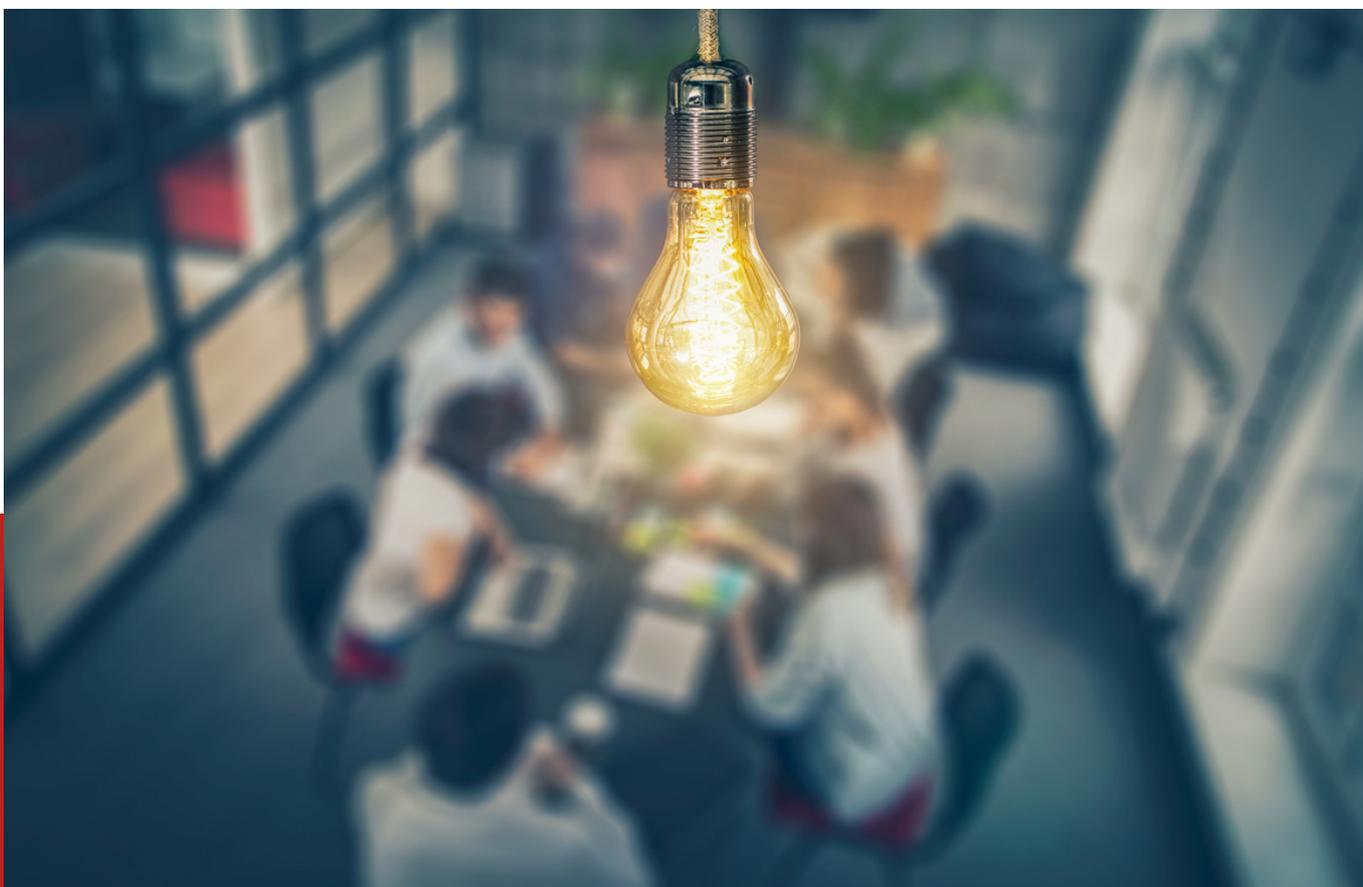
Sigüenza es un referente regional y nacional de capital rural que vive en su propia espada de Damocles: o se reinventa o se pone en un riesgo irreversible.

Los **proyectos identitarios son clave para un territorio**: alinean a los diferentes agentes, ilusionan a la población y atraen inversión, innovación y talento. Hoy, Sigüenza tiene un claro ejemplo: su carrera por convertirse en **Patrimonio Mundial**.

Pero como cualquier proyecto que acapara toda la atención, tiene un **riesgo manifiesto: olvidar otras áreas**, otras necesidades, otras particularidades. El turismo ha sido, es y será un gran motor para Sigüenza, pero debe complementar a todos los sectores.

Por tanto, encontrar **un equilibrio natural** entre sectores, entre diferentes, en lo económico, en lo social, en lo ambiental es la verdadera **visión transversal** y de futuro que la ciudadanía está reclamando. Una nueva gobernanza activa.

Por eso, **Sigüenza se ha parado a reflexionar** quién es y qué quiere ser. Y está dispuesta a dar un paso adelante y ser un referente en positivo de **una ciudad abierta al turismo e ilusionante** para sus habitantes. Un verdadero espejo para la España Interior.



# DIAGNÓSTICO DE SIGÜENZA

**La presente Agenda Urbana es el resultado de un proceso de participación de diversos agentes del territorio,** liderado por el equipo de gobierno del Ayuntamiento de Sigüenza, la ciudadanía, las asociaciones, el resto de la corporación municipal y otras administraciones, tales como la Diputación de Guadalajara, la Junta de Comunidades de Castilla - La Mancha y el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

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

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

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

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

Muy probablemente, existen otras debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que pudieran ser tenidas en cuenta. No obstante, nuestro objetivo es que ni el diagnóstico, ni especialmente el plan de acción, resulten abrumadores para los agentes ejecutores, lo cual iría en sí mismo contra la propia voluntad de la Agenda. Además, **está Agenda es un espacio abierto y dinámico que debe evolucionar junto a la ciudad.**

Es importante destacar nuevamente que Sigüenza está compuesta por 29 núcleos urbanos, que pueden aportar muchas soluciones siendo vistas como **un territorio integrado.** Un área funcional con una **gobernanza mejorada** que permita retener y atraer más población, ser más atractiva para la inversión y que permita generar el caldo de cultivo para las personas emprendedoras.

# DIAGNÓSTICO DEBILIDADES DE SIGÜENZA

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

**D1**

## **Debilidad 1. Exceso de foco en el turismo**

El turismo es un gran sector dinamizador, pero su temporalidad provoca desequilibrios económicos, gentrificación y poca atención en otros sectores productivos.

**D2**

## **Debilidad 2. Ubicación geográfica**

Pese a no encontrarnos a una gran distancia de Madrid o Guadalajara, existe una distancia significativa a la autovía, lo que unido al clima, complica el transporte de personas y mercancías.

**D3**

## **Debilidad 3. Falta de vertebración territorial**

Sigüenza es un municipio con 29 núcleos de población, cuya gobernanza y logística es compleja. A la vez, una nueva vertebración podría ser la pieza clave para solucionar alguno de los retos.

**D4**

## **Debilidad 4. Jóvenes desmotivados**

La gran mayoría de jóvenes seguntinos (más de un 90%) o bien no cree viable vivir en el futuro en Sigüenza o no lo desea, lo que supone un gran lastre para los planes a largo plazo

# DIAGNÓSTICO AMENAZAS PARA SIGÜENZA

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

**A1**

## **Amenaza 1. Desertización demográfica**

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

**A2**

## **Amenaza 2. Pérdida de servicios**

La despoblación lleva a una dinámica contractiva, la de la pérdida de servicios públicos, que lleva, a su vez, a más pérdida de población. Es fundamental la cooperación entre instituciones para frenarla.

**A3**

## **Amenaza 3. Incertidumbre global**

Vivimos una época con fuertes desequilibrios regionales y globales, que pueden alterar cualquier previsión y cualquier política pública. Hay que trabajar distintos escenarios para afrontar alteraciones.

**A4**

## **Amenaza 4. Mercado de trabajo ineficaz**

Por un lado, los altos costes de contratación suponen un lastre para las empresas, que generan menos empleo del deseado. Los trabajadores no perciben lo suficiente como para cambiar de residencia.

# DIAGNÓSTICO FORTALEZAS DE SIGÜENZA

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



F1

## **Fortaleza 1. Marca turística consolidada**

Sigüenza tiene un posicionamiento a nivel nacional considerable y cuenta con un elevado número de visitantes, lo que le permitirá no sólo optimizar su ingreso, sino dotar de visibilidad a las acciones.



F2

## **Fortaleza 2. Objetivo vertebrador**

La Candidatura a Patrimonio Mundial es el eje transversal, no sólo de esta Agenda Urbana, sino de todo el municipio. Una hoja de ruta común para todas las personas, ilusionante y transversal.



F3

## **Fortaleza 3. La capital referente rural**

Si un municipio como Sigüenza entra en riesgo de despoblación, toda la provincia y la región tendrán un serio problema. Esto lleva a que todas las fuerzas se alineen para evitarlo, y genera un efecto llamada.



F4

## **Fortaleza 4. Infraestructuras públicas**

Pese a que la eventual pérdida de servicios supone una amenaza, Sigüenza tiene dotaciones de salud, educación, empleo, deportes, etc y además, su carácter capitalino la convierte en un nexo.

# DIAGNÓSTICO OPORTUNIDADES PARA SIGÜENZA

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

01

## Oportunidad 1. El mundo post-pandemia

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

02

## Oportunidad 2. Los fondos NextGen

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

03

## Oportunidad 3. El turismo *Silver*

El turista de más de 55 años es el viajero más atractivo actualmente para los territorios rurales: puede viajar entre semana, tiene un bajo impacto y un alto ingreso. Es una oportunidad fundamental para Sigüenza.

04

## Oportunidad 4. Ley de Despoblación

La innovadora Ley de Despoblación de Castilla-La Mancha permite, a municipios como Sigüenza, tener una ventaja competitiva en materia fiscal frente a otros lugares de la España Interior.

# PLAN DE ACCIÓN



# UNA SIGÜENZA PRÓSPERA Y ABIERTA

Sigüenza camina hoy, llena de ilusión y asumiendo su responsabilidad, para convertirse en esa tierra que muestre al mundo que un proyecto de todas las personas permite que convivan las realidades con los sueños.

Sigüenza presenta su Plan de Acción de Agenda Urbana **asumiendo una gran responsabilidad**. Responsabilidad hacia todas las personas, hacia el pasado, el presente y el futuro, hacia otros territorios de la España rural y lo hace desde un espacio común.

Los espacios comunes nos permiten comprender que lo que los une es más grande que lo que nos separa. **Ser Patrimonio Mundial** no tiene ideología, ni edad, ni género. Toda **una piedra angular con la que construir un proyecto de territorio**.

El mundo se ha hecho realmente pequeño en las últimas dos décadas. Hoy podemos interconectar con el planeta en tiempo real. Y **comunicar quiénes somos, qué podemos aportar, cuáles son nuestros sueños y también nuestras realidades**, en lo que debemos mejorar.

Por ello, esta Agenda Urbana es un espacio en el que caben realidades y sueños, pasados y futuros, personas, edificios, paisajes, proyectos, alimentos, **unidos por la ilusión de mostrar Sigüenza al mundo**, una tierra abierta, próspera en la que **juntos, todo es posible**.



# UNA AGENDA QUE BUSCA 5 EQUILIBRIOS SIMULTANEOS



## URBANÍSTICO

Entre el cuidado del patrimonio y la accesibilidad de la ciudad

## REGIONAL

Como territorio con 29 núcleos urbanos y capital comarcal

## NATURAL

Capaz de interactuar de manera positiva con su entorno

## SOCIAL

Que tenga en cuenta a todas las personas sin excepción

## TURÍSTICO

Ser un destino excelente y un gran lugar para vivir



El **alma de una ciudad** va más allá de su historia, sus calles, sus monumentos. Las personas - locales y foráneas, jóvenes y mayores, mujeres y hombres- son parte imprescindible de la **diversidad enriquecedora de cualquier sociedad**, que construye riqueza cultural, económica y social.

Una Sigüenza **inclusiva, igualitaria y comprometida** con sus personas mayores es la mejor oportunidad para hacerla atractiva como el mejor lugar para **vivir, emprender y visitar**.

Y lo vamos a hacer con un triple compromiso:



## Nº 1 - Compromiso con la inclusión

Una sociedad inclusiva requiere que **todas las instalaciones de una ciudad estén habilitadas para el uso de todas las personas**. Los equipamientos tienen que ser accesibles, la oferta adaptada, y los recursos necesarios para conseguirlo, ya sea en grupos convencionales o en grupos específicos tienen que estar perfectamente implementados.



## Nº 2 - Compromiso con la igualdad

La igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres es **uno de los principios que sustentan una sociedad justa e igualitaria**, por ello es fundamental diseñar acciones encaminadas a lograr objetivos como la conciliación, la erradicación de la violencia de género o el fomento del emprendimiento femenino, entre otros.



## Nº 3 - Compromiso intergeneracional

Las distintas generaciones que conforman la población de Sigüenza deben poder disfrutar de la oportunidad de participar en los retos comunes, a través del diálogo y la colaboración basados en la escucha activa. En este compromiso es fundamental **poner en valor la experiencia y conocimiento** que las personas mayores ofrecen a la sociedad.

# 3 GRANDES LÍNEAS ESTRATÉGICAS UNIDAS AL DECÁLOGO DE LA AGENDA URBANA ESPAÑOLA



## Línea 1. Una Sigüenza de **lunes a jueves**

La mejora de la calidad de vida de las personas residentes, unida a un esfuerzo por atraer visitantes en estos días y mejorar su ingreso, son la palanca clave para una Sigüenza próspera y de futuro.



## Línea 2. Modelos de **desarrollo sostenibles**

Tanto la población actual, como los futuros pobladores, como la candidatura a Patrimonio Mundial, precisan nuevos modelos sostenibles, no sólo económicos, sino urbanos y energéticos.



## Línea 3. **Gestión territorial eficiente**

Sigüenza es un municipio con 29 espacios interconectados, que necesitan redefinir la manera en la que interactúan, promoviendo una gestión eficiente y que satisfaga las necesidades de todas las personas.

# 01

## UNA SIGÜENZA DE LUNES A JUEVES



# UNA SIGÜENZA DE LUNES A JUEVES Y LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



Una Sigüenza de lunes a jueves es no sólo **la línea estratégica que tiene un mayor impacto en la ciudadanía**, tanto actual como futura, de Sigüenza, sino que **es la pieza clave para sostener la población y los servicios** de la ciudad. Además, sin una estrategia para una Sigüenza viva de lunes a jueves, no se desestacionaliza el turismo, lo que minora su ingreso, aumenta su impacto negativo y nos aleja del reconocimiento de Patrimonio Mundial.

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



## Objetivo 2 - Revitalización Urbana

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



## Objetivo 4 - Economía Circular

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



## Objetivo 5 - Movilidad Sostenible

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



## Objetivo 7 - Economía Local

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



## Objetivo 8 - Acceso a la Vivienda

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



## Objetivo 9 - Innovación y Digitalización

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



La necesidad de activar la economía, el ocio, las oportunidades y, en general, la vida de lunes a jueves es **la demanda principal de prácticamente todas las personas y agentes** de Sigüenza. Es una tarea complicada y ante la que numerosas poblaciones turísticas perecen. Por tanto, debe ser **un esfuerzo de territorio, en el que se impliquen todas las áreas** y entidades dinamizadoras, públicas y privadas.

Y se debe hacer con un triple objetivo:



## Nº 1 - Dinamización de la ciudad

Una ciudad activa en su ocio, en el comercio y con una dotación abundante de servicios públicos y privados es un buen lugar para vivir. Mejorar lo que ya existe y poder hacer frente a viejas y nuevas demandas va a permitir que la ciudad sea más dinámica y viva.



## Nº 2 - Atracción de pobladores

La retención y atracción de pobladores es, sin duda, uno de los principales retos de los territorios de la España rural. Sigüenza debe resultar atractiva para que las personas que la habitan permanezcan, que los que se fueron regresen y que otros, puedan encontrar en ella su nuevo hogar.



## Nº 3 - Impacto turístico positivo

Un turismo masificado de temporada supone una ineficiencia en términos económicos y sociales. Impide a las empresas realizar contrataciones fijas, a las personas tener una estabilidad y a los habitantes, un balance. Por ello y con vistas a ser Patrimonio Mundial, Sigüenza debe buscar nuevos mercados.



## 01

### Acción 1 - Plan de atracción de jóvenes a Sigüenza y pedanías

PRIORIDAD  
MÁXIMA



COSTE  
BAJO



CORTO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
DE SIGÜENZA



Los jóvenes no solo son el presente de una ciudad, sino que **son imprescindibles en el diseño, construcción y mantenimiento de las urbes del futuro**. Y Sigüenza no puede prescindir de este valor social y su talento para convertirse en el mejor lugar para poner en marcha un proyecto vital de futuro.

Aprovechando los incentivos que desde el gobierno central y regional se han puesto en marcha para **fomentar el alquiler entre personas jóvenes**, es interesante **hacer una campaña de comunicación** importante para que la juventud no sólo de Castilla - La Mancha sino de otras zonas de España, elijan la comarca para disfrutar de estas ayudas al arrendamiento.

**Sigüenza debe aprovechar la digitalización de muchos de los empleos a los que acceden nuestros jóvenes** hoy en día, sin necesidad de un horario establecido en una oficina concreta, todo ello además potenciado tras la pandemia del Covid 19 con las nuevas modalidades de teletrabajo.

Sigüenza tiene en sus manos **ofrecer un espacio atractivo para los jóvenes donde emprender un proyecto vital** rodeado de monumentos históricos, buena gastronomía y un entorno natural privilegiado. Sin duda, **una calidad de vida al alcance de pocas ciudades**. Sigüenza goza, además, de unas ventajas fiscales importantes.

**La Ley de Despoblación de Castilla La-Mancha plantea deducciones del IRPF** por vivir en zonas en riesgo de despoblación, permiten que parejas jóvenes puedan no pagar durante varios ejercicios. Esta puede ser la puerta a una revitalización de alguno de los núcleos agregados de Sigüenza, con nuevos pobladores atraídos por los incentivos, el entorno y las oportunidades.



## 02

### Acción 2 - Construcción de un centro de día para mayores no dependientes

PRIORIDAD MÁXIMA



COSTE ALTO



MEDIO PLAZO



AYUNTAMIENTO Y OTRAS ADMONES



Gran parte de la población de Sigüenza son mayores, como lo demuestran las más de 450 plazas en residencias o la pirámide de población. Muchas de estas personas son dependientes, pero no todas. Actualmente no cuentan con un espacio de día en el que realizar actividades de ocio, cultura o deporte.

**Es fundamental para su bienestar que exista un centro donde puedan convivir y realizar actividades que fomenten un estilo de vida saludable y un envejecimiento activo**, tanto física como mentalmente. Además, se debe tener en cuenta también a los habitantes de los núcleos agregados, a los que debe facilitarse el transporte.

A la fecha de diseño del presente Plan de Acción de Agenda Urbana existe el inicio de un pliego de **licitación para la rehabilitación de un espacio multifuncional** que albergará, a priori, 50 plazas concertadas como centro de día. Pero no debemos esperar a estas obras, ya que es una **necesidad extendida y urgente**.

Por ello, se requiere un sistema de cogobernanza eficaz y veloz para poder dar solución a esta necesidad de los mayores, especialmente porque **durante los dos años de pandemia han sufrido intensamente la soledad, la falta de actividad y de ocio**. Las actividades propias de un centro de día servirán para reducir el impacto negativo de estos dos años.



## 03

### Acción 3 - Plan de especialización en eventos rurales entre semana

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
BAJO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTOS  
Y OTROS AGENTES



Desde el año 2018 **la despoblación y la España rural están en primera línea de importancia de las agendas públicas**, de las noticias en medios de comunicación y en los destinos de patrocinio y mecenazgo de empresas y fundaciones. Además, la pandemia del Covid-19 ha puesto de manifiesto la necesidad de nuevos modelos de vida.

Entre esos modelos de vida ha ganado mucho peso el teletrabajo, ya que las oficinas han perdido peso relativo en muchas empresas y también aumentan los *freelancers*, aquellos que prestan servicios por cuenta propia. Además, **los eventos relacionados con el medio rural** no dejan de aumentar y son cada vez más habituales y variados.

**Sigüenza tiene una oportunidad única en especializarse en ser la sede** de gran parte de estos eventos. Con activos como una excelente oferta turística, una ciudad monumental y espacios adecuados para juntar a un gran número de asistentes, unido a la cercanía a Madrid y buena conexión con Zaragoza, es una idea muy sólida.

**El sector de los eventos y las ferias genera una enorme riqueza para las ciudades** que los albergan. Un tipo de turismo que atrae a profesionales y empresas con un **excelente ticket promedio y desestacionalizado, ya que suelen ser entre semana**. Pero las ciudades que aspiran a serlo deben salir a buscar a sus potenciales clientes.

El propio Plan de Sostenibilidad Turística puede trabajar en esta línea, **realizando un dossier** con los espacios adecuados, alojamientos y servicios adicionales para el sector y, lo más importante, **"saliendo a buscar al cliente"**, como se dice popularmente. A finales de este año 2022, la Feria Presura tendrá sede en Sigüenza y puede ser un gran pistoletazo de salida a esta especialización.



## 04

### Acción 4 - Rehabilitación del Cine Capitol como sala multiusos y de congresos

PRIORIDAD MÁXIMA



COSTE MUY ALTO



MEDIO PLAZO



AYUNTAMIENTOS Y OTROS AGENTES



Allá por 1930 se inauguró en Sigüenza el Cine Capitol, en la Alameda. Espacio que ningún *milenial* ha podido ver o al menos recordar, ya que lleva desde 1984 cerrado. Algunos planes desde entonces para recuperarlo, siendo, posiblemente, el del año 2010 de la Junta de Comunidades el que más posibilidades tuvo de prosperar.

El caso es que **han pasado casi cuatro décadas y Sigüenza es hoy una ciudad más turística, con miras más altas**, como lo demuestra aspirar a ser Patrimonio Mundial y con unos tiempos muy propicios, véase los **Fondos NextGen o la New Bauhaus**, ambos promovidos por la Comisión Europea.

Esta madurez turística, la oportunidad de los fondos que vienen de Europa y las aspiraciones **se unen a la reforma de La Alameda**, que tendrá lugar este año 2022 y que buscan rejuvenecer ese nexo de unión de la vida social seguntina, donde sucede casi todo y por la que todas las personas pasan.

Por ello, esta vez **no se puede volver a dejar atrás la rehabilitación de este simbólico edificio**, con capacidad para albergar ese centro multifuncional que convierta a Sigüenza en un **punto de exposiciones y de eventos líder en el mundo rural** español y, por supuesto, referente castellanomanchego.

Evidentemente, el coste de esta rehabilitación es muy elevado, pero **sus efectos prácticos y emocionales en la vida de la ciudad pueden ser una cuestión clave** para esta Sigüenza de lunes a jueves que queremos y debemos revitalizar, llenar de luz y esperanza. Un espacio abierto a todas las personas, respetuoso con el medio ambiente y que permita crear e innovar.



## 05

### Acción 5 - Rehabilitación de la Casa de la Cultura de Sigüenza

PRIORIDAD MÁXIMA



COSTE MUY ALTO



MEDIO PLAZO



AYUNTAMIENTOS Y OTROS AGENTES



Otro espacio cuya **rehabilitación es fundamental para la vida activa de Sigüenza** es la Casa de la Cultura, sita en el Paseo de los Arcos y que actualmente se utiliza para algunas actividades deportivas y de ocio. Aunque se trata de **un espacio con un potencial mucho mayor que el uso actual**.

Una Casa de la Cultura rehabilitada **podrá albergar el Archivo Municipal y otra serie de dependencias municipales**, así como servir de salas para la sociedad civil. Por ejemplo, para revitalizar al tejido asociativo con actividades. Un espacio abierto a la ciudadanía y a sus necesidades.

El panorama energético actual, además, hace que el coste de calefacción y energía de edificios como la Casa de la Cultura sean insostenibles, por lo que **gran parte del esfuerzo de la rehabilitación debe ir a fines de eficiencia y sostenibilidad energética**. La acción 27 de la presente agenda propone el uso de biomasa para edificios públicos.

Al igual que en la acción anterior, las rehabilitaciones de edificios se consideran de las acciones más costosas, pero a la vez más **necesarias para el propósito transversal y vertebrador de esta Agenda Urbana: convertir a Sigüenza en territorio Patrimonio Mundial** por la Unesco y articular en torno a ello todas las acciones que la ciudad precisa.



## 06

### Acción 6 - Servicio de ludoteca para fomentar la participación de las mujeres

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
BAJO



CORTO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
DE SIGÜENZA



Más de un 53% **de las mujeres de Sigüenza considera que la falta de conciliación es el primer aspecto que afecta a la igualdad** de oportunidades entre mujeres y hombres. Esto es altamente relevante en la vida pública, donde la presencia de la mujer se ve reducida, ya que no puede acudir a eventos y actos por este hecho.

Una ciudad abierta y próspera debe permitir a la mujer **participar, en igualdad de condiciones en la toma de decisiones** y en cualquier aspecto de la vida pública. Cuestiones del hogar que culturalmente deberían ser equitativas, lamentablemente no lo son. Las labores de concienciación y educación tienen sus efectos en una esfera temporal de medio y largo plazo.

Pero mientras esas labores surten efecto, existen **medidas muy eficaces para reducir la brecha de género**, como en este sentido de la conciliación. La **creación de un servicio de ludoteca**, donde madres y padres puedan dejar a sus hijas e hijos durante la actividad pública, política, empresarial o de eventos de la ciudad, es una de ellas.

Esta acción no tiene que tener un elevado coste, ya que la ludoteca puede funcionar sólo en ciertos momentos del mes y en **un espacio cedido por el propio ayuntamiento**. La persona contratada para este espacio puede ser una persona joven desempleada del territorio, con experiencia en el cuidado de niñas y niños.

El efecto de esta práctica es inmediato. Al incorporar más mujeres en todos los aspectos de la vida pública de Sigüenza, **se cumplen varios objetivos**. En primer lugar, avanzar en materia de conciliación personal y laboral. En segundo, en materia de igualdad de género. Y en tercer lugar, la mejora de las ideas y de la participación ciudadana en todos los ámbitos.



## Acción 07 - Plan de bilingüismo turístico de la ciudad

PRIORIDAD  
MÁXIMA



COSTE  
BAJO



CORTO  
PLAZO



AYUNTAMIENTOS  
Y OTROS AGENTES



Actualmente, **el turismo extranjero supone menos de un 7% de los visitantes a Sigüenza**, lo que pone de manifiesto la enorme **oportunidad que supone internacionalizar el turismo** de la ciudad, aprovechando acontecimientos como el IX Centenario de la Reconquista, la candidatura Patrimonio Mundial y factores como la cercanía a Madrid y el Tren Medieval.

Se debe tener en cuenta que **el turista internacional es muy exigente y requiere una serie de servicios y oferta adecuada** para elegir nuestro territorio como destino. Actualmente, existe oferta de alto nivel de alojamiento y gastronomía, unido por supuesto al valor patrimonial e histórico de la ciudad..

No obstante, **la información turística no está apenas resaltada en diferentes idiomas, especialmente en inglés**, idioma aceptado como internacional por el turismo, ni tampoco en francés, origen principal del turista foráneo actual. Por ejemplo, la web [visitasiguenza.es](http://visitasiguenza.es) o la señalética, debería ya estar en un formato, al menos bilingüe.

Sigüenza está inmerso en un **Plan de Sostenibilidad Turística que debería tener en cuenta esta internacionalización del turismo**, pero no sólo desde el lado de lo público. Se debe hacer un esfuerzo para internacionalizar y estandarizar la información comercial de restaurantes y alojamientos.

Todo lo anterior hace que esta acción sea de máxima prioridad, ya que **tiene un coste relativamente bajo y una rentabilidad alta**, porque es una condición necesaria, pero no suficiente, para otras acciones turísticas de esta agenda, que permitan atraer turistas de lunes a jueves, y revitalizar el territorio con un turista de menor impacto.



## 08

### Acción 8 - Creación de rutas turísticas inclusivas para personas con discapacidad

PRIORIDAD  
MEDIA



COSTE  
MEDIO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTOS  
Y OTROS AGENTES



Vertebrar el territorio de forma accesible y **hacer del turismo una posibilidad para todas las personas y un derecho universal, es un objetivo que debe estar presente en una ciudad como Sigüenza que aspira a ser Patrimonio Mundial**. Un turismo inclusivo, además, genera impacto económico y nuevas oportunidades de negocio en la zona.

En este sentido, **Castilla-La Mancha cuenta, por ahora, con un total de 14 rutas turísticas accesibles**. Turismo sin barreras que permite que las personas con movilidad reducida o algún tipo de discapacidad puedan disfrutar atractivos turísticos, arquitectónicos y culturales de la comunidad castellanomanchega

**Es hora de que Sigüenza forme parte de este turismo accesible** y abra sus calles, monumentos y comercios a todas las personas, y que sea capaz de **promover la actividad turística con independencia de las capacidades funcionales**, implantando la accesibilidad universal y el diseño para todas las personas en todas las áreas del sector turístico.

Es fundamental establecer **nuevos itinerarios** y propuestas accesibles por las zonas monumentales de la ciudad; **augmentar la cualificación profesional de las personas que trabajan en el sector**; potenciar los recursos accesibles y ofrecer información actualizada de los recursos y servicios accesibles, entre otros.

**Teniendo en cuenta la orografía de la ciudad de Sigüenza y su entorno**, así como las dificultades reales de adaptación de acerado y otros elementos urbanos, se propone comenzar la implementación de una Sigüenza inclusiva a través de la creación de una visita virtual en 360° de las rutas turísticas de la ciudad en la página web del Ayuntamiento y el diseño de una guía en formato de lectura fácil para aquellas personas con discapacidad intelectual o deterioro cognitivo.



## 09

### Acción 9 -Plan de marketing para atraer al turista *Silver* desestacionalizado

PRIORIDAD  
MÁXIMA



COSTE  
MEDIO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



El denominado **turismo *silver***, el de las personas a partir de los 60 años es un segmento en **continuo crecimiento y que cualquier territorio desea**. Son visitantes que generalmente tienen un bajo impacto, un ticket promedio de medio a alto y lo más importante de todo, viajan entre semana, huyendo de la masificación de los fines de semana.

Este tipo de turista, especialmente desde la pandemia del *Covid-19*, realiza un mayor número de visitas, pero de tiempo inferior, generalmente en vehículo privado o en viaje organizado. **Al turista *silver* le gustan los destinos culturales y de patrimonio, con buena gastronomía y, sobre todo, los paquetes cerrados, donde sabe de antemano cual va a ser su desembolso.**

Diversificar el turismo en Sigüenza hacia esa deseada desestacionalización pasa, en gran parte, por atraer al *silver* nacional y extranjero. Pero para ello, se necesita **una estrategia territorial y un plan de acciones de comunicación, marketing y de gestión de oferta**. Lo primero es preguntarse por qué otros destinos sí atraen a estos turistas y Sigüenza en menor medida.

Consideramos que **el Plan de Sostenibilidad Turística debe poner un énfasis especial en este segmento** y debe trabajar en ese plan de comunicación y marketing con las empresas del sector, proponiéndoles paquetes armados que mezclen alojamiento, gastronomía, cultura y visita a un precio atractivo. Incluso transporte para grupos.

Este proceso debe identificar también dónde están los nichos de mercado y qué acciones llevar a cabo para promocionar Sigüenza donde este se encuentre, **mediante un marketing mix eficaz y medible, mezclado con la trazabilidad y seguimiento del cliente**. Porque uno de los objetivos con el turismo *silver* debería ser convertirlo en habitual, al menos una vez cada año.



## 10

### Acción 10 - Trazabilidad del turista para la mejora del ingreso y de la oferta

PRIORIDAD MÁXIMA



COSTE MEDIO



MEDIO PLAZO



AYUNTAMIENTO Y OTROS AGENTES



Una de las cuestiones más importantes en el marketing es el denominado embudo de ventas. **Conocer quiénes son los clientes potenciales, cuántos preguntan o se interesan**, cuántos compran y cuántos repiten permite a las empresas mejorar su rentabilidad, llegar más a sus potenciales clientes y, sobre todo, **convertirlos en habituales**.

**Exactamente lo mismo sucede con un destino.** Saber de dónde vienen los visitantes, cuánto y en qué gastan, cómo valoran su experiencia, si lo recomendarían, si repetirían y otros aspectos similares, permite a los departamentos de turismo **volver mucho más eficiente la oferta y la comunicación**.

Actualmente, sólo la oficina de turismo lleva algún tipo de recogida de datos y de manera artesana. Esto supone que hay muchos visitantes de los que no se tiene registro o información y de los que se tiene, es poco avanzada y, además, no se utiliza después. Y es aquí donde nace una pregunta fundamental: **¿cómo conseguimos los datos de nuestros visitantes?**

Existen numerosas herramientas para conseguir la trazabilidad del turista, pero **la cuestión clave es cómo incentivarles a usarlas y a darnos la información**. Evidentemente hay que darle un incentivo, una recompensa y es aquí donde suele entrar **el concepto de la gamificación**. Es decir, convertir la visita en un juego, en una experiencia 360.

**Digitalizar el turismo seguntino mediante experiencias virtuales**, con códigos QR que almacenen estadísticas y con sistemas transparentes de recogida de información en alojamientos, restaurantes y actividades culturales es básico. Y es posible hacer todo ello respetando la privacidad de datos, porque lo que se busca es conocer mejor a nuestro cliente para lanzarle una oferta mejor.



## Acción 11 - Plan de marketing para atraer al turista internacional de lujo

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
BAJO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



**El turismo de lujo es un segmento que está teniendo un espectacular auge en Madrid en los últimos años.** Claro ejemplo de ello es la apertura de hoteles de lujo como Four Seasons, el Ritz Mandarin Oriental, el Canopy by Hilton, el Hard Rock Hotel, el Rosewood Villa Magna o un JWMarriott.

Tras la pandemia y con la normalización del turismo, Madrid recibe a visitantes de lujo de norteamérica, latinoamérica, oriente próximo, asiáticos y europeos. **Un turista muy acostumbrado a viajar con un ticket promedio elevadísimo, que está demandando conocer nuevos lugares,** nuevas propuestas y que no tiene problema en costearlo.

Todos estos hoteles tienen un **servicio de concierge**, que se encargan, entre otras cosas, de **organizar viajes, actividades y escapadas a sus huéspedes.** Los propios *concierge* también precisan conocer nuevos lugares con los que sorprender a los viajeros, muy demandantes y exigentes.

Por tanto, una medida altamente eficaz es organizar un *fam-trip*, **un viaje donde se invite a los hoteles de lujo de Madrid y a los medios de comunicación especializados** en lujo a una ruta de 2 o 3 días por Sigüenza, con alojamiento y comida, para que ellos mismos puedan ofertar en el futuro a sus huéspedes **Sigüenza como destino de escapada de lujo entre semana.**

Esta acción va complementada con la siguiente, la número 12 y es una de las que menor coste tiene y mayor impacto potencial en cuanto al turismo de lunes a jueves en Sigüenza.



## 12

### Acción 12 - Oferta centralizada de paquetes turísticos cerrados de nivel medio-alto

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
MEDIO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



Tal y como se ha comentado en otras acciones, **desestacionalizar el turismo es un proceso que requiere de una acción meditada y con una estrategia adecuada**. El turista silver, el turista extranjero y el de nivel medio-alto puede ayudar en esa tarea, pero tiene requerimientos comunes específicos.

Uno de los más importantes es que no quiere comprar "piezas sueltas", sino que **quiere un paquete completo, con precios y actividades cerradas**. Sigüenza tiene una oferta en todos los sentidos fascinante, pero que debe ser centralizada para crear estos paquetes.

Pensemos, por ejemplo, en lo atractivo que podría resultar **comer dos días seguidos en restaurantes con Estrella Michelin**, además de dormir en un Parador, en un Relais & Châteaux o en una casa rural, visitar la Catedral y tener una visita guiada por cualquiera de los núcleos pedáneos.

Este es sólo un ejemplo de un paquete que muchos turistas querrían y que **haría que pudieran visitar Sigüenza en temporada baja o media y entre semana**. El Plan de Sostenibilidad Turística puede trabajar con los empresarios en crear estos paquetes y posteriormente darles la visibilidad adecuada entre agencias, medios y redes sociales.



## 13

### Acción 13 - Aumento del peso específico de la oferta como destino *Starlight*

PRIORIDAD  
BAJA



COSTE  
MEDIO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



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

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

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

A principios de 2022 el proyecto ‘Cielos de Guadalajara’, ha recibido hoy la máxima certificación de calidad de la Fundación Starlight, **la certificación de Reserva Starlight**, lo que nos sitúa como uno de los principales destinos de referencia para la observación astronómica en nuestro país. Esto nos regala **una nueva oportunidad.**

**Colocar observatorios en espacios clave** como el Parador para la observación nocturna y una señalética para este tipo de turista es clave. Además, lo más importante es **la creación de cursos y actividades entre semana** para atraer a todas aquellas personas que quieren formarse y enmarcarla dentro de la acción 3.



## 14

### Acción 14 - Creación de un *naming* para las nuevas rutas turísticas y potenciar la del Cid

PRIORIDAD  
MEDIA



COSTE  
BAJO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



Recientemente **Sigüenza ha creado un sistema de rutas, cinco de ellas para bicicleta de montaña y cinco para senderistas**. Rutas perfectamente señalizadas, de diferentes niveles y con amplia información en [visitasigüenza.es](http://visitasigüenza.es). Potenciar el turismo natural es uno de los objetivos de estas rutas.

Actualmente están numeradas y su título lleva la descripción de lo que recorre. **Como herramienta de marketing turístico y de participación ciudadana, proponemos un concurso para bautizar estas rutas**, con nombres atractivos y que se recuerden, especialmente en redes sociales. Un plan de naming de las rutas las ayudará a darles más visibilidad.

Cambiando la numeración por nombres atractivos podemos jugar con las señales y **promover la gamificación del turismo de naturaleza, lo que nos ayudará a mejorar la trazabilidad**, como se destacó en la acción 10. Además, crear un concurso en redes sociales no tiene un elevado coste y puede ayudar a que visitantes vengan a hacerlas para tomar fotos y pensar nombres.

Además, **por Sigüenza cruza el Camino del Cid**, una ruta cultural promovida por un Consorcio formado por las Diputaciones Provinciales de Burgos, Soria, Guadalajara, Zaragoza, Teruel, Castellón, Valencia y Alicante. Cuenta con **señalética para cuatro modalidades: moto, cicloturismo, senderismo y bicicleta de montaña**.

Aumentar la visibilidad de las etapas que cruzan Sigüenza y pedanías permitirá aumentar la propia visibilidad de nuestras rutas locales, aumentar el número de turistas y, nuevamente, trabajar en la trazabilidad de los turistas. Incluso, se puede **proponer al Consorcio celebrar eventos en Sigüenza**, siguiendo las acciones 3, 8 o 9 de esta Agenda Urbana.



## Acción 15 - Establecimiento en Sigüenza del sistema de transporte a demanda

PRIORIDAD  
MEDIA



COSTE  
ALTO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y JUNTA



Una de las cuestiones más preocupantes de Sigüenza es la cantidad de personas que trabajan en la ciudad, pero viven en otros territorios, especialmente en Guadalajara capital, desde donde se desplazan cada día. Allí cuentan con algunos servicios que no hay en Sigüenza, especialmente en el ámbito sanitario.

Sigüenza está conectado con 4 trenes diarios con Madrid, pero **la movilidad con otros destinos cercanos depende, casi en exclusiva, del vehículo privado**, al que muchas personas por cuestión de edad, condición física o situación económica no pueden acceder. Carecer de esta posibilidad es motivo de cambio de residencia, en algunos casos.

A finales del año 2021, la Junta de Comunidades de **Castilla-La Mancha aprobó el primer proyecto piloto de Transporte Sensible a la demanda**, pionero en España, y con el objetivo de corregir las desigualdades existentes en el medio rural. El piloto se puso en práctica en la Serranía de Cuenca.

El transporte a demanda, en palabras del Consejero Nacho Hernando es "**un transporte flexible y dinámico, sin horarios ni itinerarios fijos**, que cubre las necesidades de desplazamiento en las horas que no son cubiertas por las líneas regulares, todo ello, a través de un vehículo compartido cuya capacidad se adapta a la demanda".

**La necesidad de este sistema en Sigüenza y la Comarca Sierra Norte es notoria**, por lo que proponemos como acción instar a la Junta a replicar el piloto conqense en nuestro territorio, con dos objetivos claros: mejorar la vida de los habitantes y de hacer que aquellos que trabajan en Sigüenza y viven fuera, puedan mudarse al territorio.



## 16

### Acción 16 - Cuidado y recuperación de los accesos al río

PRIORIDAD  
BAJA



COSTE  
MUY ALTO



LARGO  
PLAZO



VARIOS  
AGENTES



En Sigüenza, como en otros muchos lugares de la España rural, los más ancianos del lugar recuerdan con mucho cariño e ilusión cuando **el río era un espacio central de convivencia y ocio**, de socialización y deporte. Cuestión siempre del pasado, porque muchos lugares dieron la espalda a los ríos, por diferentes razones.

Los paisajes dulce y salado son, literalmente, parte de la candidatura Patrimonio Mundial de Sigüenza y Atienza. Por lo tanto, **recuperar el río para la vida pública y turística es clave**, desde varios de los equilibrios que debemos tener en cuenta para el territorio, y para **mejorar la interacción entre lo humano y natural**.

Lamentablemente, la gobernanza y competencia de los ríos no es una cuestión sencilla, sino que requiere multitud de factores y agentes a tener en cuenta. **Cuidar la naturaleza y el entorno es un objetivo prioritario**, pero sin ayuda externa no podemos llevarlo a cabo. Se precisa de apoyo de administraciones de rango superior.

# 02

## **NUEVOS MODELOS DE DESARROLLO SOSTENIBLES**





La situación global de incertidumbre está cambiando a gran velocidad la manera de entender la vida, el empleo y los negocios. La Agenda 2030, los Fondos Europeos y las nuevas tendencias evidencian un sinfín de oportunidades empresariales y nuevas metodologías productivas y de marketing. Por ello, territorios como el de Sigüenza pueden convertirse en nuevos núcleos de decisión, mediante la conjunción de estrategias, políticas públicas y relato.

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



## Objetivo 2 - Revitalización Urbana

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



## Objetivo 3 - Cambio Climático

Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia, es un objetivo fundamental.



## Objetivo 4 - Economía Circular

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



## Objetivo 7 - Economía Local

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



## Objetivo 9 - Innovación y Digitalización

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



Las sociedades que más avanzan lo hacen gracias a la innovación y al desarrollo, pero ambas **deben ser sostenibles económica, ambiental y socialmente**. Por ello, se han quedado obsoletos algunos modelos productivos y han nacido otros nuevos. Los territorios que son capaces de adaptarse a los cambios, o mejor aún, de adelantarse a ellos, se convierten en pioneros. Pero además, para Sigüenza esto es especialmente importante, porque **incidirá directamente en la decisión de la UNESCO de elegir la candidatura a Patrimonio Mundial de Sigüenza**.

Esta transformación debe suceder en tres aspectos:



## Nº 1 - Renovación sector primario

Los modelos intensivos de ganadería y agricultura han sido predominantes y rentables en las últimas décadas, pero sus externalidades negativas, unidos a una demanda de mayor calidad, dan múltiples oportunidades. La candidatura patrimonio se verá muy potenciada con esta transformación.



## Nº 2 - Industrialización sostenible

La pandemia puso en valor la producción nacional, especialmente en sectores estratégicos. Además, los fondos europeos, unidos a la ley castellanomanchega de despoblación, suponen un propicio caldo de cultivo para empresas que pueden competir globalmente desde Sigüenza.



## Nº 3 - Nuevo modelo energético

La dependencia energética y los elevados precios de energía lastran la competitividad en ciudades frías y que requieren transporte terrestre. Por ello, sin perjuicio del patrimonio, deben buscarse nuevos proyectos energéticos que nos hagan más autónomos y menos dependientes.



## Acción 17 - Plan de relevo generacional para los comercios y negocios existentes

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
NULO



LARGO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y EMPRESARIOS



En Sigüenza muchos **negocios han cerrado recientemente o planean cerrar próximamente por jubilación de la propiedad** y carecen de un relevo generacional. Algunos de ellos son servicios importantes para la vida de la ciudad y su cierre supone no sólo la pérdida de tejido comercial, sino que obliga a algunas personas a ir a otras poblaciones para conseguir esos productos o servicios.

Por otro lado, **cada vez son más las personas que desearían emprender un negocio**. Algunas viven en Sigüenza, otras son seguntinos desplazados y otros, potenciales pobladores. Dudar de la viabilidad de un negocio o tener que realizar una gran inversión son algunos de los principales miedos a la hora de emprender un negocio.

Crear un modelo sostenible de *relevo generacional para los comercios y negocios* es, por tanto, **beneficioso para todas las partes**: los antiguos propietarios ven cómo se renuevan esos espacios en los que tanta ilusión y trabajo han empleado, la ciudad gana vitalidad y tejido empresarial joven y se dota de opciones reales a los pobladores.

Para poder llevar a cabo esta acción hay dos factores fundamentales que se deben tener en cuenta: el alquiler del espacio donde se ejerce la actividad y el asesoramiento de calidad a los nuevos gestores de los negocios, posiblemente sin experiencia previa. **El Ayuntamiento es el ente clave para unir oferta y demanda.**

De hecho, esta acción es complemento perfecto a otras acciones de la presente agenda que pretenden **dinamizar el territorio, atraer a más población y generar un modelo de integración**. Por eso último, se podría plantear una serie de ayudas a colectivos desfavorecidos para que continúen con estos comercios y negocios.



## 18

### Acción 18 - Digitalización de empresas, especialmente de su gestión y procesos

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
MEDIO



LARGO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



Muchas veces **confundimos digitalización con vender on-line**, incluso con tener una página web. Hoy en día, las herramientas digitales nos permiten **mejorar el modelo de negocio desde todos sus ámbitos**, especialmente en el lado de la gestión empresarial y sus procesos. Pensemos en la gestión de personal, de stocks o de logística.

Las economías más avanzadas poseen **modelos de gestión más eficientes** gracias a la tecnología, aplicada no sólo a las grandes empresas, sino también a las pymes, incluso a los empresarios individuales. La mejora en la gestión empresarial hace que los negocios sean más competitivos y permite a las empresas **adaptarse mejor a la demanda y poder crecer y crear empleo**.

El problema suele residir en que los empresarios están muy ocupados en resolver su día a día, que ignoran la existencia de estas herramientas y que, de conocerlas, les resultan altamente complejas o no comprenden su efectividad. Por ello, **es muy importante un acompañamiento a estas personas para implantarlas en su negocio**.

No podemos olvidar que una empresa que crece no sólo genera empleo, sino que genera industria secundaria a su alrededor. Por tanto, **las alianzas entre empresas para su digitalización también son importantes y las asociaciones empresariales tienen una labor fundamental** en este ámbito, en el que la Administración Pública sólo puede y debe ser facilitadora.

Facilitadora también de información, ayudando a todas las partes implicadas a canalizar ayudas y subvenciones a la transformación digital de las empresas. El 33% de los empresarios encuestados del territorio afirman que la falta de ayudas es un lastre para su negocio, por lo que consideramos que existe un déficit en la comunicación institucional en este sentido.



## 19

### Acción 19 - Plan de Incentivos para la rehabilitación de edificios del Casco Histórico

PRIORIDAD MÁXIMA



COSTE ALTO



LARGO PLAZO



AYUNTAMIENTO Y OTRAS ADMONES



**El abandono de los cascos históricos** es un problema que se repite en multitud de lugares de la geografía nacional y mundial. Los requerimientos de conservación del Patrimonio son fundamentales a la hora de conservar la historia arquitectónica de los municipios, pero puede suponer un arma de doble filo: eleva sus costes y desincentiva la rehabilitación.

Esto es un hecho evidente en Sigüenza, donde el parque de vivienda en los dos núcleos calificados como Bien de Interés Cultural (BIC), Palazuelos y Sigüenza, con un número elevado de vivienda abandonada o altamente deteriorada. **No podemos olvidar el efecto negativo que esto tiene para la vida diaria, pero también para la candidatura a Patrimonio Mundial.**

Por ello, se propone la creación de un sólido y atractivo **plan de incentivos a la rehabilitación de edificios en el casco histórico** de ambos núcleos, capaz de atraer inversión y regenerar la vida en estas partes de Sigüenza. Dicho plan de incentivos debe ir acompañado, por supuesto, de una **aceleración en los procesos burocráticos** de concesiones y permisos de obras.

La rehabilitación de estos edificios pueden tener un uso turístico, lo que además reactiva la economía de Sigüenza. Como caso de éxito, tenemos un gran ejemplo en la propia Castilla - La Mancha, donde el Consorcio de Toledo lleva a cabo **programas basados en la concesión de ayudas económicas dirigidas a los propietarios de edificios del casco histórico.**

La creación de un modelo similar en Sigüenza y pedanías, uniendo a todas las administraciones y procurando actuaciones rápidas y eficientes, forjarán un cambio en la dinámica de los cascos históricos, promoviendo un **balance entre habitantes y visitantes, entre inversión y rentabilidad y será un sustento fundamental para la candidatura a Patrimonio Mundial.**



## 20

### Acción 20 - Plan de recuperación de "seguntinos expatriados" para su regreso al territorio

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
BAJO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



En numerosas ocasiones los territorios se preocupan excesivamente en atraer "nuevos pobladores", mientras que resulta mucho más sencillo repoblar con personas que tienen un **vínculo emocional con el territorio**. Algunas de estas personas son nacidas en Sigüenza y que viven en otros lugares, por motivos de estudio, o porque no encontraron su oportunidad profesional.

Otras personas quizás no hayan nacido o vivido en Sigüenza, pero sí es la tierra de sus padres y han pasado en ella los veranos, las fiestas o los fines de semana. Recordemos que muchísimas personas actualmente y, especialmente a raíz de la pandemia del COVID-19, **están buscando territorios con mayor calidad de vida** para residir. Y esto es más fácil si existe un vínculo.

Las asociaciones son excelentes proveedores de información de aquellos que se marcharon y puedan plantearse regresar. También las empresas, como generadores de empleo que pueda resultar clave para la mudanza. Y también, el Ayuntamiento, que puede informar a estos potenciales repobladores de ayudas al emprendimiento, así como de las ventajas fiscales.

Esta no es una tarea de alto coste económico, pero sí **requiere una buena coordinación entre agentes y un empeño claro** por parte de todos. Por tanto, se propone un plan a medio plazo, con grupos de trabajo de todos los ámbitos, incluso un plan de comunicación y medios para visibilizar a Sigüenza como el territorio que quiere recuperar a sus "expatriados".

El Plan debe tener una parte inicial en la que se haga una base de datos con estos potenciales repobladores, **teniendo en cuenta su formación y experiencia**. Se debe unir con las necesidades de las empresas, especialmente con el relevo de negocios y también es fundamental dotar a estas personas de la información necesaria.

Y, en último lugar, por supuesto, convertirlos en casos de éxito que sirvan para atraer futuros repobladores a Sigüenza.



## 21

### Acción 21 - Plan específico de formación para conectar la oferta y demanda de empleo

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
MEDIO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



Pese a la existencia de personas desempleadas en el territorio y a las ofertas de empleo, especialmente en el sector turístico, existe una descompensación del mercado laboral, con empresas que no encuentran el personal cualificado que buscan y personas que no encuentran un empleo estable.

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

- **Las empresas** deben informar a los agentes públicos de las necesidades presentes y futuras que tienen. Sector, puesto, habilidades técnicas, humanas, tipología del empleo, etc. De esta manera, las administraciones pueden favorecer planes de formación adaptadas a las necesidades del mercado, como se hace en varios países del norte de Europa.
- **El Ayuntamiento** debe trasladar a otras administraciones las necesidades de las empresas, con el fin de diseñar de manera rápida los planes de formación que las empresas requieren en el presente y el futuro

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

**Esta acción tiene dos fases.** La primera, en la que la Ayuntamiento y Empresas deben sentarse a decidir cómo comunicar esta información, cada cuánto tiempo y la estrategia. En la segunda fase, el Ayuntamiento debe favorecer la rápida aplicación y diseño de los planes de formación, en co-gobernanza con administraciones de nivel superior..



## 22

### Acción 22 - Creación de un servicio de bicicleta eléctrica compartida

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
MEDIO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



**La movilidad en Sigüenza y pedanías es una de las cuestiones clave**, tanto para la vida diaria (personal, profesional y empresarial), como para la candidatura a Patrimonio Mundial. No es ningún secreto que la orografía de la ciudad es compleja, con **numerosas calles con pendientes empinadas y con muchas áreas en las que aparcar es complejo**.

Además, hoy en día, la lucha contra el cambio climático es un axioma presente en toda la política pública y **las ciudades deben ser parte activa en la mejora de la vida de las personas**. Por ello, un servicio de bicicleta eléctrica como el que existe en cientos de ciudades en todo el país, tendría un impacto positivo en varios aspectos.

En primer lugar un sistema de bicicleta compartida fomenta un **estilo de vida más saludable**. En segundo lugar, **reduce el número de desplazamientos en vehículo privado**, lo que se traduce en reducción de la contaminación ambiental y acústica y en una mejora de la movilidad. En tercer lugar, **mejora la eficiencia en las visitas de los turistas y aumenta el ingreso**.

En este último sentido, el sistema de bicicleta compartida puede tener un **sistema híbrido de precio reducido para los residentes** y normal para los visitantes, sirviendo además como reclamo turístico. Permite, también, que más personas se desplacen a Sigüenza en tren y no requieran coche privado dentro de la ciudad.

Por supuesto, un sistema de bicicleta eléctrica supone una estrategia compleja, que debe iniciarse por **un piloto que evalúe el impacto, la rentabilidad y sirva como test de aprendizaje** para mejorar en el futuro. Cuestiones como las climatológicas no deben ser ignoradas a la hora de incorporar una red de este tipo.



## 23

### Acción 23 - Creación de un proyecto de *Cohousing Senior*

PRIORIDAD  
BAJA



COSTE  
BAJO



LARGO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



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

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

En España ya existen varias cooperativas orientadas a este modo de vida que tienen una ventaja añadida: **la rehabilitación de edificios vacíos en los municipios donde operan.** Por ello, es una oportunidad ideal para núcleos poco poblados de Sigüenza, que debe, en primer caso, evaluar dónde podrían abrirse y, posteriormente, presentarlo a estas cooperativas para poder ponerlo en marcha.

Es un **proceso lento, pero que genera oferta de empleo y que puede revitalizar** poblaciones, ya con una importante especialización en residencias y cuidado de mayores. Un sector intensivo en empleo y con una elevada demanda en crecimiento debido al envejecimiento de la población. En este caso, supone una alternativa de calidad para mayores no dependientes.



## 24

### Acción 24 - Creación de *pop-up* para mujeres emprendedoras de Sigüenza y comarca

PRIORIDAD  
MEDIA



COSTE  
BAJO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



Sigüenza tiene, con **el turismo, la oportunidad de tener una ventana de visibilidad** y comunicación ante miles de personas cada año. Esta oportunidad se puede y debe aprovechar para trabajar a favor de los objetivos de esta Agenda Urbana y mediante estrategias orientadas a los colectivos foco.

Además, no podemos olvidar la particularidad de Sigüenza como capital de sus propios núcleos urbanos, de su comarca y de "la otra Guadalajara". Por ello, se propone la **creación de un espacio "pop-up" para emprendedoras en el casco histórico** para exhibir y comercializar productos y artesanías de mujeres de la Comarca.

**Un espacio pop-up es un establecimiento efímero**, cuyos productos mostrados cambian con una alta rotación, incluso semanalmente. Tienen dos factores clave: la misma temporalidad de lo exhibido y que requieren estar en un espacio con mucho tránsito. La ventaja es que puede activarse en un espacio no comercial, por ejemplo una sala multiusos.

Este espacio no sólo activaría la economía, sino que **es un reclamo turístico que aumenta el ticket promedio del visitante y sirve para dar visibilidad a las emprendedoras del territorio**, a sus alimentos, a sus artesanías, que pueden incluso trabajar mediante promociones y activaciones conjuntas, favoreciendo las sinergias entre ellas.

**El espacio debe estar en una zona con mucho tránsito** y puede cambiar con el tiempo su localización. Es muy importante darle promoción, tanto en redes sociales, como con elementos visuales en la ciudad. Además, **puede promover la colaboración entre artistas o empresas de fuera de Sigüenza**, que mejoren el marketing de las emprendedoras de la Comarca.



## 25

### Acción 25 - Aumento del peso específico del coworking LaCasa como espacio de comunidad

PRIORIDAD  
BAJA



COSTE  
MEDIO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



Pese al poco tiempo que lleva en funcionamiento, el espacio de trabajo colaborativo o coworking La Casa, se ha convertido **en un referente comarcal y en un dinamizador de la ciudad**. Ha servido para atraer y ser sede de empresas dinámicas y es un ejemplo claro de cómo las alianzas entre agentes son las que más avances promueven en el mundo rural.

Es también ejemplo de lo importante que es la rehabilitación y nuevos usos de los edificios históricos, claves en la revitalización de los municipios. La Casa del Doncel es un edificio de titularidad privada cedido a un bien público.

Una vez el espacio se ha consolidado y cumple su propósito inicial, debemos **llevarlo a un siguiente nivel**: convertirlo en el espacio físico de una comunidad que va más allá de sus propias paredes. Esto es, que sea **el espacio de referencia para todas las empresas y personas emprendedoras del territorio**, aunque no tengan allí su sede.

Para ello, en un primer paso se debería **contar con expertos en dinamización de espacios colaborativos**, para que diseñen una estrategia y unos pasos a seguir que, generalmente son poco costosos o no tienen coste alguno. Unas jornadas colaborativas invitando a estas personas al territorio sería una fantástica forma de comenzar.

Posteriormente, **el espacio necesita una persona dinamizadora que lleve a cabo la estrategia** fruto de este grupo de expertos y de la experiencia de usuario diseñada. Hoy en día, se pueden crear comunidades híbridas entre lo físico y lo digital, oportunidad única para convertir a LaCasa en espacio referente para otros territorios de la España rural.



## 26

### Acción 26 - Reconversión de la agricultura y la ganadería hacia modelos sostenibles

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
MUY ALTO



MEDIO  
PLAZO



OTRAS  
ADMINISTRACIONES



219 kilómetros cuadrados. Uno de los espacios más grandes de la historia en ser candidatos para ser reconocidos Patrimonio Mundial por la Unesco. Una candidatura, la del Paisaje Dulce y Salado de Sigüenza y Atienza, que tiene **un enorme reto en la interacción e interrelación entre humanos y naturaleza en el medio físico.**

Por otro lado, uno de los **ejes prioritarios de las políticas y estrategias de la Unión Europea** es la agricultura sostenible, como **se recoge en el Pacto Verde y en la Política Agraria Común (PAC)**, entre otras grandes líneas. Pese a ello, el entorno de Sigüenza, sigue utilizando gran cantidad de productos químicos y métodos nocivos en su sector primario.

Según el propio Consejo Rector de la candidatura, es fundamental para lograr el objetivo, un **equilibrio del territorio** a través de este cambio en el modelo de producción. Los productos que erróneamente se denominan como "tradicionales", son los que incrementaron los rendimientos de la tierra desde mitad del siglo XX, pero que ignoraron sus externalidades negativas.

El problema que esta transformación encuentra es **la reticencia de los agricultores a un cambio de productos y técnicas**, y por tanto, debe crearse una **política de incentivos muy clara y eficaz** para conseguirlo. Además, la demanda de este tipo de agricultura no deja de crecer internacionalmente.

Evidentemente, **no está en mano del municipio la política de incentivos** para lograrlo, pero sí puede instar a las autoridades competentes en materia agrícola, a través del Ayuntamiento y del Consejo Rector, a **promover este cambio de modelo productivo**, beneficioso para todas las partes y tan necesario para lograr el objetivo vertebrador del territorio.



## Acción 27 - Fomento de la biomasa para dotar de autonomía energética a edificios públicos

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
ALTO



LARGO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTRAS ADMONES



Sigüenza es un territorio que, por su clima y orografía, **precisa de gran cantidad de energía, especialmente para calefacción** y también para iluminación, sobre todo en los meses de invierno. La calificación de Bien de Interés Cultural hace que, además, gran parte de la ciudad no pueda instalar placas de producción fotovoltaica en sus tejados.

Pese a ello, trabajar para la eficiencia energética no es sólo una cuestión de lucha contra el cambio climático, sino que es una **imperiosa necesidad para los ayuntamientos**, ya que ante situaciones de precios disparados de la electricidad se producen desequilibrios en los presupuestos municipales.

Las calderas de biomasa son aparatos que proporcionan solo calefacción o calefacción + agua caliente sanitaria (ACS) **mediante la combustión de desechos vegetales y también de residuos producidos por el hombre**. La obtención de energía a partir de la biomasa es considerado un método de energía renovable ya que la fuente de obtención es virtualmente inagotable.

Esto supone ventajas en varios aspectos: **reducir la factura de la calefacción** en edificios públicos, aumentar el impacto positivo de Sigüenza en la lucha contra el cambio climático, un aprovechamiento eficiente y sostenible de los residuos y crear la **oportunidad de una explotación sostenible del bosque**, para la creación de pellet.

Con ello, se impulsaría la gestión forestal con un doble objetivo: potenciar un mosaico agroforestal que **reduzca el riesgo y la propagación de incendios forestales** y, por otro lado, estimular la industria de la madera como actividad económica.



## 28

### Acción 28 - Instalación de puntos de recarga de coche eléctrico

PRIORIDAD  
MEDIA



COSTE  
MEDIO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTRAS ADMONES



**El coche eléctrico es un segmento en claro crecimiento** y que, muy probablemente en 2025 su uso haya superado el 10% del parque móvil en España. Evidentemente, para los propietarios de este tipo de vehículos, la posibilidad de recarga es una cuestión fundamental a la hora de decidir a dónde viajar.

Es por ello, que **establecer un punto de recarga es una oportunidad** para fomentar el uso del eléctrico en la zona, para **atraer a turistas** que actualmente no pueden venir porque no existe dónde recargar y, además, **fomentar la descarbonización de la economía**. Pese a existir un gran número de puntos de recarga en toda España, su concentración crea muchos puntos muertos en el mapa.

Actualmente sólo existe un cargador en El Molino de Alcuneza, pero **ninguno en la zona histórica-comercial de Sigüenza, y tampoco en el Parador**. Las ayudas a la electrificación del parque móvil van en aumento en los últimos años y hay que tener en cuenta el elevado poder adquisitivo de los propietarios, que los convierten en turistas con elevado gasto promedio.

Adicionalmente, Sigüenza puede buscar **patrocinios de compañías del sector automóvil** que apoyen en los eventos rurales, deportivos o de la candidatura a Patrimonio Mundial por la Unesco, con el fin de establecer sinergias que la potencien y estimulen. Recordemos que las alianzas público-privadas son esenciales para el cumplimiento de objetivos.



## 29

### Acción 29 - Plan para el fomento del alquiler emprendedor de locales comerciales

PRIORIDAD MÁXIMA



COSTE ALTO



LARGO PLAZO



AYUNTAMIENTO DE SIGÜENZA



Atraer nuevos negocios a Sigüenza y su entorno es uno de los objetivos que vertebran esta Agenda Urbana, clave para **fijar población y revitalizar toda la comarca**, haciéndola atractiva para la llegada de nuevos emprendedores que piloten proyectos pioneros o mantengan aquellos negocios tradicionales ya existentes.

Una de las dificultades con las que se encuentran las personas que quieren emprender un negocio es **encontrar un espacio adecuado**, ya sea porque no reúne las características necesarias para su puesta en marcha o por las **reticencias de los propietarios** a poner en alquiler un local que, probablemente, haya sido parte del patrimonio familiar, con el vínculo emocional que conlleva.

Ante esta situación, se propone que el Ayuntamiento de Sigüenza sea un **aliado de este emprendimiento**, tanto para quienes tienen locales comerciales como para aquellos que desean poner en marcha una actividad comercial que amplifique la actividad comercial y riqueza de la ciudad, convirtiendo a Sigüenza en un destino no solo turístico sino también de emprendimiento.

Atendiendo a aquellas personas propietarias de locales o espacios comerciales, es necesario que el Ayuntamiento ofrezca **deducciones fiscales a quienes oferten sus espacios para alquiler**.

De esta manera se incentiva la actividad comercial en la ciudad y se favorece la dinamización de sus calles.

Con respecto a las personas emprendedoras, y para facilitar la puesta en marcha de cualquier actividad comercial, el Ayuntamiento podría destinar una partida anual para reformas de los locales así como **agilizar los procesos burocráticos** de obtención de licencias municipales de actividad y apertura.



## Acción 30 - Instalación de Fibra en el Polígono Industrial

PRIORIDAD  
MÁXIMA



COSTE  
MEDIO



CORTO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



**La competitividad de las empresas es una cuestión fundamental para el desarrollo de un territorio.** Y las infraestructuras y las facilidades lo son para que nuevas empresas surjan o decidan cambiar su sede operativa o productiva. Hoy en día, más importante que cualquier otra infraestructura es, sin duda, internet.

**El Polígono Industrial de Sigüenza no cuenta actualmente con fibra,** lo que supone para muchas empresas un lastre y por supuesto, hace que muchas otras elijan otros lugares para instalarse. Esta es una cuestión clave para los nuevos modelos de negocio y para la creación de una nueva clase emprendedora seguntina.

Por ello, se debe poner **solución con carácter urgente** a esta cuestión, en un acuerdo entre el Ayuntamiento, la Junta de Comunidades de Castilla - La Mancha y los proveedores de fibra para, en concordancia con la Ley de Despoblación de Castilla - La Mancha, poder atraer inversión, emprendimiento y talento.

# 03

## GESTIÓN TERRITORIAL EFICIENTE





Sigüenza es el núcleo central no sólo de sus 29 núcleos de población, sino que es capital comarcal y también la población de referencia de "la otra Guadalajara", toda aquella que no pertenece al Corredor del Henares. Por ello, su avance y dinamismo es fundamental para otros territorios y para numerosas personas, empresas y colectivos.

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



## Objetivo 1 - Uso racional del suelo

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



## Objetivo 2 - Revitalización Urbana

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



## Objetivo 6 - Equidad y cohesión

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



## Objetivo 10 - Gobernanza

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



Un territorio dinámico y con un nivel alto de vibración es **el ecosistema propicio para la prosperidad y el bienestar**. Un ecosistema donde todas las partes se complementen e interactúen de manera positiva y eficiente, permite a todos los agentes evolucionar y aportar más al conjunto. La función pública es una piedra angular en este sentido, como facilitador, proveedor y de asignador eficiente de recursos. Pero **una gestión eficiente del territorio es parte de todos**.

Esta transformación debe suceder en tres aspectos:



## Nº 1 - Eficiencia del sector público

Un sector público eficaz, flexible y con una escucha activa es esencial para dinamizar un territorio y facilitar el crecimiento y nacimiento de otros proyectos. En general, los seguntinos están satisfechos con los servicios, pero existen aspectos que se pueden y deben mejorar.



## Nº 2 - Eficiencia de la sociedad civil

La gestión del territorio es también función de las personas emprendedoras y empresarias, de las asociaciones y de toda la sociedad civil. La participación e iniciativas ciudadanas son claves para que el territorio cumpla sus objetivos y alcance los equilibrios necesarios.



## Nº 3 - Capitalidad eficiente

Sigüenza es un municipio relativamente pequeño, pero que ejerce de capital de muchos núcleos y municipios. En este sentido, la gobernanza puede generar ineficiencias y centralismos, que deben ser compensados e ir más allá, convertirlos en oportunidades.



## 31

### Acción 31 - Reformulación de Sigüenza y Pedanías como un "sistema de barrios"

PRIORIDAD MÁXIMA



COSTE ELEVADO



LARGO PLAZO



SIGÜENZA Y OTROS AGENTES



Como se indicó previamente, Sigüenza tiene una capitalidad múltiple: es capital de la comarca de la Sierra Norte, es capital de "la otra Guadalajara" y también, es capital de su propio municipio. Una ciudad con **28 núcleos agregados, en los que viven más de 400 personas tiene una complejidad en términos de logística y gobernanza elevadísima.**

Pero en esta Sigüenza abierta y próspera, de todos y para todos, debemos ser muy conscientes de las necesidades de este medio millar de habitantes y de **su derecho a unos servicios de calidad.** Por ello, promover una nueva Sigüenza, con un sistema de barrios, donde las pedanías sean parte de la solución es una tarea fundamental.

Tan fundamental como complejo y costoso. **Reformular este sistema tiene que plantearse desde multitud de ángulos: político, logístico, urbanístico, legal, natural, social, económico y debe tener en cuenta la voz de todas las personas implicadas,** así como de expertos multisectoriales para poder llevarla a cabo.

Pese a la complejidad y elevado coste, es **muy necesaria también para la candidatura a Patrimonio Mundial, extensa en territorio y con muchísimos retos en conservación de patrimonio.** Los núcleos de población habitados y vivos son mucho más fáciles de mantener y conservar.

Por todo lo anterior, **proponemos como un objetivo prioritario del territorio y con visión de largo plazo, afrontar esta reformulación,** que permita mejorar la eficiencia y servicios de los núcleos agregados, trabajar en la conservación del patrimonio y servir como solución a varias de las necesidades planteadas en la presente Agenda Urbana.



## 32

### Acción 32 - Creación de las "brigadas de pedanías" para dotarlas de mejor mantenimiento

PRIORIDAD  
MEDIA



COSTE  
ELEVADO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTRAS ADMONES



**Vertebrar el territorio seguntino** pasa por convertir a los núcleos, tanto el central como el agregado, en **un sistema eficiente de barrios** que se den solución recíproca y que interactúen económica y socialmente entre ellos. Pero es importante que todos estén bien conservados, atendidos y sean un buen espacio para vivir.

Un número importante de los núcleos agregados está prácticamente despoblado y carece de infraestructura para su conservación. Por ello, se propone la **creación de una "Brigada de Pedanías", un equipo multidisciplinar** que vaya rotando por los diferentes núcleos para dar solución a sus habitantes y necesidades.

**Cuestiones como la limpieza y mantenimiento de calles y carreteras, alumbrado público, conservación y también forestal** pueden y deben ser resueltas. Las brigadas darían solución a estas necesidades, rotando de núcleo en núcleo., dando también informe al Ayuntamiento de posibles necesidades detectadas.

Para dar solución a este problema se debe buscar una **cogobernanza entre administraciones**, ya que el Ayuntamiento no puede sacar actualmente nuevas plazas y mediante una licitación es complejo por razón de presupuesto. Por ello, tanto la Diputación de Guadalajara como la Junta de Comunidades tienen un papel fundamental.

Ser capaces de cumplir esta acción nos permitirá **mejorar la gestión territorial y, además, conservar la naturaleza y patrimonio**. No podemos olvidar que ambas son cuestiones fundamentales para la Candidatura a Patrimonio Mundial.



## 33

### Acción 33 - Promover la creación de una federación de asociaciones seguntinas

PRIORIDAD  
MEDIA



COSTE  
MÍNIMO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y ASOCIACIONES



**La participación ciudadana y el asociacionismo son claves para el desarrollo de los entornos rurales.** Son parte activa en las actividades culturales, deportivas y de ocio, también en la vida activa de los mayores y en **involucrar a todos los colectivos en la vida pública** del entorno. Por ello, promoverlo es una cuestión fundamental para revertir la despoblación.

Según las propias asociaciones, **la vida asociativa está estancada en Sigüenza** y excesivamente ligada a las fiestas. Además, **el 76% de los jóvenes afirma no participar en asociaciones**, en la mayoría de los casos, porque ninguna le resulta de su interés, o simplemente porque no las conoce o no sabe bien a qué se dedican.

En la propia provincia de Guadalajara, en la Mancomunidad del Alto Tajo, decidieron, allá por el 2017 **crear una Federación de Asociaciones** para “promover y apoyar iniciativas que contribuyan a dar a conocer el patrimonio histórico, artístico, turístico, etc. de la Mancomunidad Alto Tajo o cualquier otra que permita dinamizar la zona y generar puestos de trabajo”.

**Los socios de la Federación son las propias asociaciones**, de todos los ámbitos y pensamientos, unidas por un propósito común. Sirven a las administraciones públicas como detector de necesidades de los habitantes y también como **parte activa en las soluciones del territorio**. Además, son voz de la población itinerante y favorece su participación activa.

Por ello, proponemos que el tejido asociativo seguntino cree su propia Federación inspirada en la del Alto Tajo. Con ello, se da **una única voz a soluciones y problemas, lo que le otorga mayor legitimidad y peso específico para opinar y decidir en la vida pública**. Además, con una visión abierta que permita a los jóvenes su participación ciudadana.



## 34

### Acción 34 - Instalación de pictogramas en zonas urbanas para favorecer la accesibilidad cognitiva

PRIORIDAD  
MEDIA



COSTE  
BAJO



CORTO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y DIPUTACIÓN



El TEA (Trastorno del Espectro Autista) diagnosticado en España es actualmente de casi un 1% de la población, y se calcula un aumento imparable en la próxima década. **Cada vez más niños y niñas nacen con este trastorno** y se ignoran sus causas.

Las personas autistas y por extensión todas las personas con discapacidad del desarrollo intelectual, tienen una **dificultad para entender los signos y señales urbanas** como lo hace la mayoría de la población, lo que pone en riesgo su seguridad y su **inclusión en la vida diaria**.

Por ello, Sigüenza debe tener en cuenta las necesidades de estas personas, residentes o visitantes, en el **diseño de su señalética, mediante pictogramas**, en el ámbito de la movilidad, en el comercial y también en el turístico y de ocio.

**Un pictograma es un signo claro y esquemático** que sintetiza un mensaje sobrepasando la barrera del lenguaje; con el objetivo de informar y/o señalar. Son imágenes muy sencillas, sin demasiados detalles que puedan complicar el significado.

En el área de movilidad, destacan los **pictogramas para cruces y pasos de peatones**, que pueden ir pintados en la vía o colgados de señales verticales. Esto no sólo reduce el riesgo de accidente, sino que facilita que estas personas puedan ser más autónomas.

**Mercados y tiendas pueden incorporar también pictogramas** de manera muy sencilla, como hacen ya muchas grandes superficies y pequeños comercios en toda España. El objetivo en este caso es ayudarlas a realizar con independencia actividades tan cotidianas como hacer la compra.



## 35

### Acción 35 - Declaración de Sigüenza en Ciudad Amiga del Espectro Autista

PRIORIDAD  
MEDIA



COSTE  
BAJO



CORTO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y DIPUTACIÓN



En consonancia con la acción anterior y poniendo el énfasis en lo poco conocido y reconocido que es, actualmente, en la vida pública los problemas que sufren las personas con Trastorno del Espectro Autista, **Sigüenza decide dar un paso al frente** y no sólo convertirse en inclusiva en sus calles y comercios, sino que decide **liderar la visibilidad de este colectivo**.

Esta acción se lleva a cabo mediante **una moción municipal**, por la cual se expongan las dificultades que afronta este colectivo, especialmente en el medio rural y **se contemplen distintas medidas de sensibilización, concienciación y difusión** para fomentar el respeto a la diversidad desde edades tempranas.

Es necesario **crear una mesa de trabajo con asociaciones y/o fundaciones que trabajen con el espectro autista** y llevar a cabo acciones educativas y participativas, que pueden hacerse en centros escolares, en los edificios públicos y en los deportivos, La Concejalía de Bienestar Social, junto a la de Educación pueden, además **promover cursos** en este sentido.

En un sentido más amplio, la declaración de Sigüenza como Ciudad Amiga del Espectro Autista puede también convertirla en el **destino referente en el medio rural para este colectivo e invitarle a realizar sus actos y eventos en Sigüenza**, inclusiva y abierta para todas estas personas. Acción que potencia a su vez otras acciones de esta Agenda Urbana.

En el ámbito turístico y promocional, incorporar la "lectura fácil" en señales y folletos, la incorporación de señalética en monumentos y la calificación de Ciudad Amiga, **favorece no sólo la inclusión, sino que tiene un gran impacto positivo en materia de marketing turístico, como "destino inclusivo"**.



## 36

### Acción 36 - Creación de una mesa sectorial de la mujer seguntina

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
MÍNIMO



CORTO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y ASOCIACIONES



Casi la mitad de las mujeres de Sigüenza considera que no existe igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en Sigüenza y muchas de ellas ponen de manifiesto **la falta de mujeres en la toma de decisión de algunos aspectos de la vida pública, en especial de la empresarial, especialmente por la conciliación.**

Gran parte de **las acciones de esta agenda tienen perspectiva de género y deben ser lideradas por el Ayuntamiento.** Por ello, para volver estas acciones más eficaces y con un impacto mucho mayor, se propone la creación de una mesa sectorial de la mujer seguntina, encabezada por el propio equipo de gobierno del Ayuntamiento.

Para que esta mesa tenga un recorrido en el tiempo y sus propuestas y acciones sean eficaces, **es fundamental la participación del tejido asociativo** en ella. No debe ser una mesa de la administración pública, sino una mesa que emane de la voluntad y necesidad de la mujer de la ciudad y entorno.

Sigüenza cuenta con asociaciones específicas de mujer, que deben estar representadas. Además, debe existir representación de cada grupo político en la oposición, de manera ponderada por número de concejales, establecido previamente, para que permanezca como estructura en el tiempo, independientemente de los cambios de gobierno.

Una mesa sectorial de la mujer permitirá, además, **avanzar en otras acciones de esta agenda y adelantarse a problemáticas futuras**, identificar a Sigüenza como un espacio igualitario y reducir la brecha de género.



## Acción 37 - Visibilización de la mujer seguntina mediante el cambio de nombre de calles

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
BAJO



CORTO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
DE SIGÜENZA



En el callejero de Sigüenza **no existe actualmente ninguna calle con el nombre de mujer**. Un dato significativo de como la vida pública de la ciudad ha sido primordialmente masculina a lo largo de los tiempos. Tan sólo **un ejemplo más de una brecha de género** por la que aún queda mucho por hacer.

Este hecho **supone una triple oportunidad**: no sólo permite hacer una acción a favor de la igualdad, sino que permite mejorar la participación ciudadana y, además, llevar acciones en materia de comunicación y marketing. En este sentido, el proceso de cambio de nombre puede realizarse mediante propuestas y debates.

Además, **permite involucrar a los jóvenes**, dándoles a conocer la historia de la ciudad y **haciéndoles sentir parte activa de los cambios**. Esto permite que no vean la ciudad como algo de los adultos, sino un espacio en el que ellos pueden opinar, incluso, del nombre de las propias calles.

Por ello, se propone **la acción #Sigüenzatienenombredemujer**, para que todas las personas puedan participar y tengan visibilidad en redes sociales. Incluso, las personas más activas pueden inaugurar el cambio de nombre de algunas calles junto a la corporación municipal, **en un acto que mezcle igualdad de género, juventud y participación ciudadana**.

Adicionalmente, esta acción puede ser el **germen de un proceso de participación de la juventud en la vida pública de Sigüenza**, que minore el sentimiento entre los jóvenes de desafección con el territorio y de que el futuro se encuentra en otro lugar. No podemos olvidar que sólo el 8% de los jóvenes tiene claro que vivirá de adulto en Sigüenza.



## 38

### Acción 38 - Mejora de la integración de las personas refugiadas en la vida pública

PRIORIDAD  
BAJA



COSTE  
MÍNIMO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTROS AGENTES



Sigüenza cuenta desde hace 30 años con un centro de refugiados que acoge a personas venidas desde todo el mundo por necesidad, donde inician un nuevo proyecto vital. Es la oportunidad idónea para construir una Sigüenza **multicultural, diversa y solidaria** entre la propia sociedad, agentes sociales y del tercer sector y administraciones.

En estos 30 años, **más de 10.000 personas han pasado por este centro de acogida** y, sin duda, han dejado en Sigüenza y su gente una huella imborrable, y es una oportunidad única para continuar haciendo de la ciudad un espacio abierto y solidario, atractivo para personas refugiadas que se establezcan en ella como nuevos pobladores y emprendedores.

Además de la integración laboral y educativa, es fundamental que se continúe trabajando en la **integración social de las personas refugiadas en la vida pública**, para que sientan que forman parte de la ciudad, de sus costumbres y actividades, además de sentirse bienvenidos para aportar sus propias tradiciones culturales que enriquezcan las seguntinas.

La participación de las personas refugiadas en actividades escolares para dar a conocer cómo se vive en otras partes del mundo, la **pobilidad de un sistema de prácticas laborales** o la celebración **del Día Municipal del Refugiado** como homenaje a quienes han tenido que migrar a Sigüenza, son posibles acciones.

Una Sigüenza abierta y próspera debe ser también un espacio amable con las personas que han tenido que desplazarse y **la política pública debe tenerlas en cuenta**. Y tenerlas en cuenta es, por supuesto, hacerlas sentir parte viva y activa de la vida de la ciudad y, por qué no, participar en solucionar los retos del conjunto de la población.



## 39

### Acción 39 - Establecimiento de carriles bici ínter e intraurbanos

PRIORIDAD  
ALTA



COSTE  
ELEVADO



MEDIO  
PLAZO



AYUNTAMIENTO  
Y OTRAS ADMONES



Los pueblos y las ciudades pequeñas son espacios ideales para desplazarse en bicicleta. Distancias cortas, poco tráfico y una juventud que puede vivir más libre que en las grandes ciudades. Pero debe hacerse en un entorno correctamente indicado y seguro, especialmente de noche.

Además, **la movilidad es una de las cuestiones clave en Sigüenza, también para la candidatura a Patrimonio Mundial**, donde los aparcamientos disuasorios y el sistema de residentes es una necesidad creciente. Si aumentamos el transporte en bicicleta, damos solución a varios de los retos urbanos.

Por ello, **la creación de un sistema de carril-bici, tanto interurbano como intraurbano con los núcleos agregados, es una cuestión muy importante**. Pensemos, por ejemplo, en los jóvenes que desplazan para realizar actividades deportivas o de ocio, que actualmente requieren del transporte de las madres y padres.

Esta acción se puede realizar conjuntamente con el piloto de la acción 22 de la presente agenda y darle una visibilidad más amplia, para favorecer el uso de la bicicleta. Incluso, puede ir acompañada de **incentivos a la compra de bicicleta eléctrica**, con el fin de convertir a Sigüenza en una ciudad con un uso intensivo de vehículo no contaminante.



## Acción 40 - Diseño y construcción de la Circunvalación del tráfico de Sigüenza

PRIORIDAD  
MÁXIMA



COSTE  
MUY ALTO



LARGO  
PLAZO



TODOS  
LOS AGENTES



El centro de Sigüenza es confluencia de varias vías, muy relevantes en clave comarcal y con gran cantidad de tráfico, en gran parte pesado. **Los camiones con transporte de mercancías, tractores y maquinaria pesada no deberían pasar por el entorno de una zona patrimonial**, en la que niños y mayores desarrollan su vida social.

Además, en perspectiva de Candidatura a Patrimonio Mundial, un casco urbano lo más peatonalizado y verde posible será relevante para el logro perseguido. Por ello, **se propone el diseño y construcción de una Circunvalación que permita al tráfico pesado evitar el centro de la ciudad**, mejorando además su propia eficiencia.

**Sigüenza no tiene una orografía fácil**, en la que el río, las vías del tren y el pinar impiden desarrollar este proyecto con facilidad. Por eso, proponemos un estudio entre todas las administraciones para dar solución a una cuestión tan importante para el territorio.



## 41

### Acción 41 - Creación de una mesa de Agenda Urbana para cumplir las acciones

PRIORIDAD  
MEDIA



COSTE  
MÍNIMO



LARGO  
PLAZO



TODOS  
LOS AGENTES



El presente Plan de Acción de **Agenda Urbana de la ciudad de Sigüenza nace por y para la ciudadanía, presente y futura**. Por ello, el propio diseño es dinámico, es decir, puede y debe cambiar y evolucionar con el tiempo, así como contar con el **respaldo y participación activa** de todas las personas y agentes del territorio.

El tejido asociativo, empresarial, los jóvenes, los mayores, la mujer, **deben estar representados y poder participar activamente con las diferentes administraciones públicas**. Evidentemente, el Ayuntamiento de Sigüenza es el principal actor, pero el peso relativo de otras como la Diputación de Guadalajara o la Junta de Comunidades de Castilla - La Mancha es elevado.

Todo lo anterior lleva a una mayor eficiencia y rapidez en el cumplimiento de las presentes acciones, algunas de ellas muy complejas de llevar a cabo, bien por los recursos necesarios, bien por la coordinación que deben tener entre diferentes. Por ello, se propone la **creación de la mesa de Agenda Urbana, que busque el seguimiento y cumplimiento de las acciones**.

# CONCLUSIONES

**Sigüenza tiene ante sí un reto fascinante**, toda una candidatura a ser Patrimonio Mundial por la UNESCO, que ha conseguido entrar en tiempo récord, en la Lista Indicativa de España. Un logro que pone de manifiesto no sólo la solidez de la candidatura, sino el **consenso y esfuerzo común entre los diferentes agentes para convertirla en realidad**.

**Un territorio con un proyecto vertebrador como el seguntino tiene una fuerza mucho mayor para lograr objetivos constructivos**, ya que toda la energía se canaliza hacia un propósito común. Pero también genera otro tipo de cuestiones que deben ser tenidas en cuenta, analizadas y, en el caso de ser negativas, compensarlas.

**El turismo es un sector con un comportamiento dinamizador elevado, pero genera algunas distorsiones y desequilibrios**, desde todos los ángulos. Desde el punto de vista urbano, gentrificación y masificación. Desde el punto de vista natural, residuos y contaminación. Desde el punto de vista social y económico, desigualdad y descontento.

Sigüenza está hoy en ese momento, en encontrar sus propios equilibrios: urbanístico, regional, natural, social y turístico. En **hacer que ese proyecto vertebrador no sólo sea de todos, sino también para todos y que sirva para una Sigüenza mejor**, más dinámica, con más población, más empresas, más servicios y más feliz.

Sigüenza tiene también **el reto de asumir la capitalidad de "la otra Guadalajara"**, la que no pertenece al Corredor del Henares y ser el espejo en el que la España rural se mire orgullosa, complemento y no competencia de la ciudad, opción para naturales y foráneos y llena de vida y esperanza.

No es cuestión baladí **fomentar la participación ciudadana**, para lograr que la población más allá de apoyar ese proyecto común, sea parte actora activa en y de él. Aumentar la participación de todos, especialmente de los jóvenes, es una cuestión clave para el futuro. Y es que **la desafección de los jóvenes con el territorio debe ser una cuestión prioritaria**.

También existen multitud de oportunidades en una cuestión que debe ser obligatoria: la inclusión. **Sigüenza debe ser ese espacio en el que nadie se sienta discriminado y en el que todos puedan llevar una vida sin barreras**, sin limitantes, sin limitaciones. Sigüenza debe ser también un ejemplo de ciudad amiga y accesible.

Y nada, nada de esto, podría ni podrá ser posible sin **la actividad privada, motor básico de la vida de cualquier municipio, generadora de empleo y de riqueza**. Sigüenza debe ser también el terreno fértil para que se siembre emprendimiento y florezca, para que el mix de tradición, ingenio y tecnología dé un fruto sano y sostenible.

Y tampoco podría ni podrá serlo sin **la unión de las administraciones, que deben ser valientes y abiertas a colaborar** y trabajar con diferentes, por y para nuestro objetivo común.

**Porque juntos, todo es posible.**

# AGENDA URBANA

SIGÜENZA



Ayuntamiento  
de Sigüenza

## FIRMANTES DE LA AGENDA URBANA DE SIGÜENZA

En Sigüenza, a 06 de junio de 2022

**María Jesús Merino Poyo**

**Alcaldesa de Sigüenza**

**Luis de Cristóbal Bernabé**

**Director de Repueblo**

