

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS E INICIATIVAS PARA CONTRIBUIR A FRENAR LA DESPOBLACIÓN



Introducción.....	4
GRUPO 1: VIVIENDA EN SOLUCIONES HABITACIONALES	
1. Plan Municipal de vivienda.....	5
2. Colabora X Paisaje	6
GRUPO 2: MOVILIDAD Y TRANSPORTE	
3. Servicio Público de Transporte a Demanda	8
GRUPO 3: EMPLEO Y ACTIVIDAD ECONÓMICA	
4. Rural Ticket	10
5. Concactiva	12
6. Apadrina un Olivo	14
7. Vivero cellerista Vitivinícola	15
GRUPO 4: TELETRABAJO RURAL	
8. Aceros de Hispania	17
GRUPO 5: SERVICIOS A LA POBLACIÓN	
9. Alpartir.....	18
10. Programa Casas Nido en el Medio Rural	19
11. Casas Canguro.....	21
12. Riberizando los ODS.....	22
GRUPO 6: TELECOMUNICACIONES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	
13. Red de Municipios Inteligentes.....	23
14. Ribaguifi	25
GRUPO 7: PERMANENCIA DE JÓVENES Y MUJERES	
15. Mujeres Bosque.....	26
16. La Artesa.....	27
GRUPO 8: INICIATIVAS DE REPOBLACIÓN RURAL: ATRACCIÓN E INTEGRACIÓN DE NUEVOS POBLADORES	
17. Cohousing La Vereda.....	28
18. Habitate	30
19. Volveralpueblo.org	32
20. Proyecto AIRE	34
21. Proyecto Arraigo.....	35
GRUPO 9: INICIATIVAS DE CONVIVENCIA MULTICULTURAL	
22. Nuevos Senderos (CEPAIM)	36
GRUPO 10: VIDA SOCIAL Y CULTURAL	
23. ARTmósfera	37
24. Festival El Gaire	39
25. Poborina Folk	40
26. Un pueblo a ganchillo.....	41
GRUPO 11: CULTURA COMO MOTOR PARA EL DESARROLLO RURAL	
27. Pueblos en Arte	42
28. Te enseñó mi pueblo	43
29. Film Commission Monegros.....	45
30. El Hacedor.....	46
31. Playa 220.....	48
GRUPO 12: PUESTA EN VALOR DEL MEDIO AMBIENTE Y PROMOCIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	
32. Banco de Recursos Comunitarios.....	50
33. Megara Energía	52
34. Grupo operativo de Agrocompostaje	54
35. Reserva de la Biosfera del Alto Bernega	55
36. Geoparque Sobrarbe	57
37. Parque Cultural Chopo Cabecero.....	58
38. Life + Olivares Vivos.....	60
39. EUROPACE.....	62
GRUPO 13: GESTIÓN DE BANCOS DE RECURSOS (PÚBLICOS O PRIVADOS) INFRAUTILIZADOS U OCIOSOS: VIVIENDA, LOCALES, TIERRAS...	
40. Valdelavilla Pueblo Lingüístico	64
41. ADRISS Banco de Tierras, casas y negocios	66
42. La Fruta del Manubles	67

GRUPO 14: SERVICIOS DE PROXIMIDAD: INICIATIVAS NOVEDOSAS DE COMERCIO Y SERVICIOS ADAPTADOS A LOS ESPACIOS DE BAJA DENSIDAD (SERVICIOS ITINERANTES, COMPARTIDOS, ETC)

43. CACOMER	68
44. La Exclusiva	70
45. Multiservicios Rurales	72

GRUPO 15: INICIATIVAS DE PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD, COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA, COCREACIÓN, ETC.

46. Centro de Iniciativas Turísticas	73
47. Recartografías	74
48. La Riada	75
49. MIAU Museo Fanzara	76

GRUPO 16: OTROS

50. Asociación de Periodistas Rurales	78
---	----

EJEMPLOS EN EUROPA

51. Wigtownshire	80
52. FLINC	81
53. Cooperativa Vun der Atert	83
54. Sucesión de empresas sector hotelero y hostelero en la región norte de Eifel....	85
55. Mobile Mail Service	87
56. Beim Lis	88
57. Contratista del Centro Rural Joven	89
58. Publicación "siguiendo los pasos de viejos sabores del condado de Przeworsk....	91
59. Zeitgeist Enns	93
60. MaticVizjac	94



Este manual que tiene en sus manos ha sido elaborado gracias al proyecto de cooperación entre territorios rurales Pueblos vivos Aragón financiado por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y el Gobierno de Aragón para el programa de desarrollo rural de Aragón 2014-2020, uno de cuyos objetivos es diseñar instrumentos y propuestas de actuación que ayuden a resolver necesidades para mejorar las condiciones de vida y oportunidades para la población local y ayudar a la instalación e integración de nuevos pobladores.

Esta preocupación de los Grupos de acción local participantes en Pueblos vivos Aragón (Ceder Somontano, Adefo Cinco Villas y Agujama-Gudar Javalambre y Maestrazgo), es compartida con multitud de entidades, organizaciones y administraciones que, sobre todo durante los últimos años, han diseñado y puesto en marcha múltiples de iniciativas inspiradoras para nosotros y para otros agentes que buscan revitalizar nuestro medio rural.

La finalidad de este manual es recoger de una manera útil todas esas iniciativas, clasificarlas por áreas temáticas y crear un banco de conocimiento accesible para cualquier persona interesada, de modo que, de una manera rápida, pueda calibrar si esas acciones podrían ser aplicables en otros territorios.

En estas fichas, el lector podrá conocer, con un simple vistazo, las principales características de estos proyectos, así como su impacto, las claves del éxito o del fracaso, las dificultades encontradas, la financiación, los recursos utilizados y su potencial para ser transferido a otros territorios, gracias a todas las personas, entidades y proyectos que han suministrado la información para la creación de este manual.

Dinamizar los territorios rurales, hacerlos atractivos para las personas y crear redes son objetivos que compartimos muchas de las personas que vivimos y trabajamos en zonas rurales. Compartir conocimientos y recursos, y por último, poner en práctica lo aprendido con constancia y positividad nos ayudará sin duda a conseguirlos.

BUENA PRÁCTICA 1: Plan Municipal de Vivienda



✉ artieda@dpz.es

👤 Victor Iguacel

☎ 680223399

🌐 <http://www.artieda.es/portfolio/empenta-artieda/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El Plan Municipal de vivienda se lleva a cabo a través del Ayuntamiento de la localidad y el apoyo técnico de la Asociación Empenta Artieda.

El objetivo es generar un modelo de integración de los jóvenes en las viviendas municipales primando la retornabilidad.

- Elaboración de un inventario de vivienda infrautilizada en el municipio, con una puntuación asignada a cada vivienda de habitabilidad y de uso por parte de sus propietarios.
- Estudio sobre fórmulas de arrendamiento, cesión, contratos de alquiler, etc. Que pudieran servir para que el ayuntamiento gestionara dichas viviendas en conjunción con las que ya dispone.
- Desarrollo de una tabla de precio de vivienda en función de las condiciones de habitabilidad, metros cuadrados, tipo de calefacción, etc.

Valoración externa tras la entrevista

Empenta Artieda es el ejemplo de un grupo de jóvenes que deciden unirse y cambiar cosas prácticas en el pueblo. El que se fijaran en la vivienda como uno de los factores limitantes, que no favorecerían la repoblación, demuestra que son gente que vive la realidad rural muy de cerca.

Desde la propia asociación contrataron a una persona durante cuatro meses para poder hacer todas las gestiones administrativas. En el momento que terminó ese contrato las cosas se estancaron bastante, y sobre todo con el tema del Plan Municipal de Vivienda (ya que llevan muchos proyectos en marcha).

Así que nuestra valoración es que es un proyecto asimilable y transferible, pero necesita de un gran trabajo técnico detrás que le de continuidad y contenido.

INICIO: 2016 (Fase Piloto)

LOCALIZACIÓN: Artieda (Comarca de la Jacetania)

AGENTES IMPLICADOS: El Ayuntamiento y Empenta Artieda

RECURSOS: Personal (Agentes de Desarrollo Local de Empenta Artieda)

IMPLEMENTACIÓN PLAN ESTRATÉGICO

En un principio no, aunque en la actualidad lo están desarrollando porque han ido viendo la necesidad.

FINANCIACIÓN

Fondo de garantía juvenil o ayudas a la contratación de parados de larga duración

PRINCIPALES LOGROS

Mediar entre varios propietarios e inquilinos para dar salida a la llegada de 13 nuevos jóvenes al municipio que no disponían de vivienda, consiguiendo alquileres a precios accesibles y haciéndose cargo el ayuntamiento del seguro para desperfectos.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

Tener un plan definido antes de alquilar viviendas. Con condiciones concretas y estrategia para evitar conflictos.

CLAVE ÉXITO

Ayuntamiento con disposición, que el pueblo esté concienciado previamente con que el bien común tiene que priorizar sobre el individual para enfrentar la despoblación, y una garantía de que las viviendas se van a alquilar por 30 años para amortizar la inversión.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Es transferible porque está dentro de la capacidad del Ayuntamiento, si hay disposición para ello. Hay que hacer un trabajo de concienciación y garantizar el alquiler a 30 años para amortizar la inversión



BUENA PRÁCTICA 2: ColaboraXpaisaje



✉ paitsage@adrinoc.cat

👤 Jordi Terrades (Gerente) | Maite Oliva (Técnica)

☎ 972 271 600 (Jordi) | 972 503 088 (Maite)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Este proyecto persigue el objetivo de dar valor a las construcciones de piedra seca y su paisaje, como medio para fomentar el desarrollo rural con la colaboración de la ciudadanía y la sociedad civil. En concreto, supone la puesta en valor el patrimonio paisajístico de la arquitectura tradicional de piedra seca como elemento predominante e identitario de buena parte de los paisajes rurales de Cataluña. En síntesis, proyecto vinculado al territorio y comprometido con la sostenibilidad.

CÓMO SE LLEVA A CABO

Se generan acciones conjuntas mediante una red de diferentes actores que interactúan con el paisaje para crear y dinamizar la economía de los entornos rurales. En concreto, se han llevado a cabo jornadas y talleres formativos, la dinamización del voluntariado y la creación de modelos de fichas-marco para poder inventariar de una manera homogénea cinco tipologías diferentes de elementos contruidos con piedra seca. Todas las acciones promueven el desarrollo rural a través del paisaje y la colaboración ciudadana.

INICIO: 2016 (en curso, con voluntad de permanencia)

LOCALIZACIÓN: Paisajes rurales de Cataluña

AGENTES IMPLICADOS: Coordinado por la Asociación por el Desarrollo Rural Integral de la Zona Nordoriental de Cataluña (ADRINOC) con el asesoramiento y el apoyo técnico del Observatorio del Paisaje a y con el apoyo de la Asociación para la Piedra Seca y la Arquitectura Tradicional. Están implicados otros grupos de acción local de Cataluña: Consorci Leader Desarrollo Rural del Campo, Consorcio para el Desarrollo del Baix Ebre y Montsià, Asociación Leader de Ponent y el Consorcio Intercomarcal de Iniciativas Socioeconómicas Ribera de Ebro – Terra Alta. Fuera de Cataluña, a nivel europeo, el proyecto también tiene un socio francés, el Parque Naturel Régional des Pyrénées-Catalanes.

RECURSOS:

- Personales: Colaboración e implicación de multitud de entidades y personas a nivel local, expertas, conocedoras y amantes de la piedra seca, así como con el apoyo de organizaciones y administraciones locales. No dispone de trabajadores/as a tiempo completo.
- Materiales: Portal colaborativo

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

Se realizó un estudio previo con la participación de diferentes agentes del territorio y de este sector y se ha elaborado un plan estratégico.

FINANCIACIÓN

Actualmente, el proyecto está subvencionado por el Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Generalidad de Cataluña en el marco de las Ayudas de Cooperación Catalana entre Grupos de Acción local y cofinanciada por el FEADER, y puntualmente ha contado con apoyos económicos del ámbito local para la realización de algunas acciones concretas. La voluntad de ADRINOC, reforzada por los resultados obtenidos con las diferentes acciones, es trabajar para conseguir financiación para dar continuidad al proyecto. Las acciones han sido diseñadas a partir del presupuesto disponible.

PRINCIPALES LOGROS

Creación de la "App de la Piedra Seca" (disponible para iOS y Android), una aplicación colaborativa a partir de la Wikipiedra que permite consultar y catalogar in situ construcciones de piedra seca de Cataluña y de 85 municipios que integran el PNR del Pirineo Catalán y la Mancomunidad del Conflent-Canigó del estado francés. Cuenta con más de 18.000 contenidos.

Dos publicaciones en formato digital y papel que abordan el paisaje y la piedra seca desde diferentes vertientes: "Paisaje, desarrollo rural y ciudadanía. Buenas prácticas de colaboración ciudadana en la gestión del paisaje en Europa" y "La piedra seca como motor de desarrollo económico y social". Elaboración de un recurso educativo, "Todo un mundo de piedra seca", con el fin de dar a conocer entre el alumnado de primaria y secundaria los valores de las construcciones de piedra seca.



BUENA PRÁCTICA 2: ColaboraXpaisaje



Observaciones

Proyecto de amplio alcance que cuenta con respaldo institucional

DIFICULTADES ENCONTRADAS

Falta de conocimiento patrimonial del valor de la piedra seca por parte de algunas de las personas propietarias y escaso relevo generacional en este sector específico de construcción.

CLAVE ÉXITO

Su abordaje transversal y el trabajo en red con diferentes agentes y entidades del territorio y la promoción de la economía colaborativa como un modelo económico basado en una red de individuos y comunidades conectadas de igual a igual y que tiene como rasgos diferenciales la accesibilidad (acceso libre al servicio o información), la participación (permite la contribución o el intercambio), la motivación (fomenta la motivación individual y colectiva hacia unos valores o contribución a bienes comunes), la apropiación (se ofrece o genera recursos compartidos) o la gobernanza (habilitan mecanismos participativos y de toma de decisiones).

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Sí, siempre teniendo en cuenta la idiosincrasia de cada territorio, de sus particularidades y de su patrimonio



BUENA PRÁCTICA 3: Servicio Público de transporte a demanda



✉ alaiz@gmv.com

👤 Almudena Laiz Monsalve (empresa concesionaria)

🌐 <https://bit.ly/34wOUK4>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Transporte a la Demanda, consiste en un sistema en el que el servicio se planifica porque el usuario ha interactuado con la Administración y el operador para hacerle llegar sus necesidades de transporte, todo ello a través de métodos telefónicos y telemáticos.

Es decir, el servicio no se establece a no ser que haya una demanda previa del mismo. Este sistema, operará en zonas, franjas horarias o tipos de explotación en los que no se justifique económicamente su existencia, o en los que no sea posible la creación de un servicio de autobús convencional por razón de sus peculiares características, evitándose así que autocares de 50 plazas recorran vacíos los pueblos de Castilla y León. En síntesis, con el Transporte a la Demanda, se pretende que los vehículos que prestan los servicios regulares lleguen a los pueblos pequeños y alejados, y por lo tanto peor comunicados, cuando sus habitantes realmente lo necesiten. Se trata por tanto de un sistema que permita aumentar la fiabilidad del servicio y la garantía de prestación al ciudadano, a la vez de optimizar los recursos existentes.

La acción se lleva a cabo a partir de una voluntad política y la asignación de presupuesto público en la gestión.

Plan estratégico de actuación

Por parte de la Administración se elaboraron varios informes previos diagnósticos para poner en marcha el proyecto y las empresa de transportes concesionarias presentaron sus planes estratégicos de acción. La empresa concesionaria de este servicio y del funcionamiento de la aplicación y el sistema telemático es G MV Sistemas S.A.U

INICIO: 2004 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Comunidad Autónoma de Castilla y León

AGENTES IMPLICADOS: Consejería de Fomento de la Junta de Castilla y León y Entidades Concesionarias de la gestión y prestación del servicio público de transporte

RECURSOS:

- Personal: Entidades concesionarias del servicio: Centro Virtual De Transporte a la Demanda y de las empresas concesionarias de servicios de transporte público regular de viajeros por carretera de Castilla León.
- Infraestructura : El funcionamiento de la iniciativa, es sencillo en origen, pero requiere de la implantación de una tecnología base avanzada y compleja para su correcto funcionamiento.

Así, el sistema está compuesto por los siguientes elementos:

- Central de Control del Centro Virtual de Transporte a la Demanda (CVTD), con las siguientes funciones:
 - Recogida de Reservas (de demanda de servicios de transporte).
 - Generación de viajes de demanda según las reservas van llenando las plazas del vehículo.
 - Gestión de las comunicaciones entre el centro de control y el equipo embarcado y el centro de control y los terminales de información al usuario
- Equipo embarcado + Consola del Conductor, permitiendo:
 - Envío a la central de Control de su posición cada vez que llega a una parada de la ruta.
 - Envío de mensajes por parte del conductor hacia la central: avisos y consultas.
 - Envío de mensajes desde la central al conductor.
 - Se prevé que en un futuro el equipo embarcado también disponga de impresora, de forma que el conductor pueda imprimir las reservas y rutas
- Terminales de Información al Usuario, que permite indicar al usuario:
 - Llegadas del vehículo a las paradas de la ruta (a petición del usuario)
 - Plazas libres (sin reserva hasta el final de la ruta)
 - Incidencias en la ruta (texto enviado desde el centro de Control)

Con estos elementos, el desarrollo del ciclo de funcionamiento es el siguiente:

1. Con antelación suficiente al desplazamiento que se desea realizar, el viajero habrá comunicado su demanda de transporte, mediante una llamada gratuita al teléfono 900 20 40 20 del Centro Virtual de Transporte a la Demanda. Este Centro, en el que se recibirán todas las llamadas de los usuarios demandantes de este tipo de servicio, dará traslado de esta petición al operador de transporte, con el fin de que éste realice la asigna-



BUENA PRÁCTICA 3: Servicio Público de transporte a demanda



ción del vehículo concreto, que deberá pasar necesariamente por la localidad solicitante del servicio.

2. Por otra parte, se instalarán, en la localidades que cuenten con este tipo de servicios, unos paneles informativos, conectados directamente con el Centro Virtual, que informarán a los vecinos del lugar en se encuentra el autobús dentro del trayecto a realizar, así como de las diferentes incidencias que pudieran surgir a lo largo del mismo.

3. Para transmitir esta información, el vehículo que realice el servicio llevará embarcado un equipo que permitirá la notificación de los tiempos de llegada a cada parada. El sistema permitirá garantizar que el viajero del medio rural es atendido correctamente.

Cuentan con un sistema concesional compuesto por 149 concesiones de servicios regulares autonómicos (servicios sujetos a un itinerario y horario fijos) y de 84 autorizaciones administrativas especiales de transportes (servicios con itinerario fijo en condiciones más flexibles) y 14 taxis rurales cuya titularidad corresponde a 141 empresas concesionarias.

FINANCIACIÓN: Capítulo de la Consejería de Fomento de los Presupuestos Generales de la Junta de Castilla y León. Coste de explotación anual febrero 2012: 8.533.000 €

PRINCIPALES LOGROS: Los datos básicos de los servicios de Transporte a la Demanda, a 29 de febrero de 2012, son los siguientes:

- Zonas operativas: 104
- Rutas en servicio: 802
- Vehículos en servicio: 368
- Plazas ofertadas: 10.426
- Expediciones en servicio: 3.886
- Localidades atendidas: 3.494
- Población atendida (sin cabeceras): 381.939
- Población conectada: 991.139
- Viajeros a 29-02-2012: 1.859.952
- Los servicios son efectuados por 106 empresas titulares de 160 concesiones de servicios de transporte público regular de viajeros por carretera de Castilla León.
- Los niveles de satisfacción son muy altos (9,50 sobre 10); la totalidad de los usuarios se muestran satisfechos con el servicio recibido, debido a que es un servicio a la carta para complacer las necesidades de pequeñas poblaciones del entorno rural y la alta dispersión geográfica de las mismas.
- Ahorro en consumo de combustible y en emisiones de CO2. Sólo se realizan el 27% de las expediciones que habrían de realizarse si el servicio fuera regular.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Asignar presupuesto público. Asignar el servicio a empresas concesionarias competentes en la prestación de servicio público de transporte a demanda.

CLAVE ÉXITO: Proporcionar transporte público a la carta a más de 3.000 localidades, de las cuales 1.419, carecían de él a 29 de febrero de 2012.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Es posible su transferencia a partir de una iniciativa pública y de la asignación de presupuesto público, derivando el servicio a empresas de transporte preferiblemente del territorio.



OBSERVACIONES

Este proyecto favorece significativamente la vida en el medio rural y la actividad económica del mismo con el apoyo a microempresas de transporte. Pero exige sin duda un interés político para llevarlo a cabo.



BUENA PRÁCTICA 4: Rural Ticket



✉ artieda@dpz.es

👤 Victor Iguacel

☎ 680223399

🌐 <http://www.artieda.es/portfolio/empenta-artieda/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Este proyecto ayuda a personas a la instalación de empresas, negocios o actividades económicas en el medio rural asturiano. La ayuda es de 25.000 euros. El pago de la misma, con carácter trianual, se abona en tres tramos del 30%, 30% y 40% en años consecutivos. Con el primer pago el beneficiario deberá haber iniciado el plan empresarial; con el segundo deberá justificar el mantenimiento de la actividad iniciada; y con el último deberá acreditar la correcta ejecución de las actividades contempladas en plan empresarial.

Cómo se lleva a cabo

Es una ayuda exclusivamente del Principado de Asturias e incompatible con otras subvenciones similares, en particular con la conocida como "Ticket del Autónomo", que pueda impulsar la Administración Pública en materia de empleo. En cambio, sí es compatible con la ayuda a industrias agrarias y ayudas a las inversiones a la creación y desarrollo de actividades no agrícolas del programa LEADER. Para acceder a la misma, se requiere que las personas solicitantes lleven, al menos, tres meses desempleadas. Tienen que, además, crear una empresa a título individual, en la que se genere al menos un puesto de trabajo. Añadir también que esta ayuda no está vinculada a la justificación de ningún gasto o inversión, sino sólo al mantenimiento de la actividad y al cumplimiento del plan empresarial que deberá demostrar la viabilidad económica y técnica de la empresa.

INICIO: Finales de 2016

*En curso, en principio, con voluntad de permanencia. Se está valorando la posibilidad de aumentar la cuantía de las ayudas

LOCALIZACIÓN: 11 comarcas rurales asturianas

AGENTES IMPLICADOS: Esta liderado por la Red Asturiana de Desarrollo Rural READER y cuenta con implicación de la Dirección General de Desarrollo Rural y Agroalimentación de la Consejería de Desarrollo Rural y Recursos Naturales, donde se recoge el gasto y la inversión económica de las Ayudas LEADER desde que abrieron esta nueva convocatoria a finales del año 2016.

RECURSOS:

- Personal: Profesionales de READER
- Material: instalaciones de READER

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: Diseño e implementación de las instrucciones y requerimientos del proyecto LEADER.

FINANCIACIÓN

En agosto de 2018 la Ayuda para la puesta en marcha de actividades no agrícolas en las zonas rurales, o el Ticket Rural como se viene conociendo, ha superado los 4 millones de euros de ayuda pública hasta la fecha actual.

PRINCIPALES LOGROS

Ciento ochenta y dos personas desempleadas se han beneficiado de la denominada Ayuda del Ticket Rural] para instalar su empresa, negocio o actividad económica en el medio rural asturiano. De estos/as 182 beneficiarios/as cabe destacar la creación de empresas de servicios destinados a la población local, especialmente a personas mayores; empresas de servicios agrarios; apertura de comercios rurales; puesta en marcha de talleres artesanos; etcétera. Un 60% de los beneficiarios del ticket rural impulsado por el Principado han sido mujeres

DIFICULTADES ENCONTRADAS

Cuestiones vinculadas a procedimientos administrativos, en concreto, hacer compatible a nivel fiscal con otras ayudas.

CLAVE ÉXITO

Unir la lucha contra la despoblación con la facilitación de ayudas concretas para el emprendimiento en el medio rural.

TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Es transferible porque está dentro de la capacidad del Ayuntamiento, si hay disposición para ello. Hay que hacer un trabajo de concienciación y garantizar el alquiler a 30 años para amortizar la inversión



BUENA PRÁCTICA 4: Rural Ticket



✉ artieda@dpz.es

👤 Victor Iguacel

☎ 680223399

🌐 <http://www.artieda.es/portfolio/empenta-artieda/>

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Unir la lucha contra la despoblación con la facilitación de ayudas concretas para el emprendimiento en el medio rural.



OBSERVACIONES

Unir la lucha contra la despoblación con la facilitación de ayudas concretas para el emprendimiento en el medio rural.



BUENA PRÁCTICA 5: Vivero Espacio Cocina



✉ info@concactiva.cat

☎ 977 861 338

🌐 <http://www.concactiva.cat/espai-cuina/presentacio>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El vivero tiene como objetivo impulsar el desarrollo de iniciativas emprendedoras y proporcionar un espacio de gestión y un apoyo a las empresas del sector agroalimentario. En concreto, el espacio cocina está destinado a personas emprendedoras que quieran desarrollar un proyecto empresarial dentro del sector agroalimentario de una manera singular y minimizando los riesgos iniciales que supone la creación de una empresa de estas características.

Cómo se lleva a cabo

- Cede de manera temporal el uso de los espacios y maquinaria a las empresas y proporciona los medios técnicos y de infraestructura que sea posible para que cada uno de los usuarios pueda desarrollar de manera correcta su proyecto.

- Prestan formación y asesoramiento continuado al conjunto de los emprendedores en las diferentes vertientes técnicas, económicas y administrativas necesarias para el correcto desarrollo de los diferentes proyectos.

- Registro sanitario de empresas y productos alimentarios. La titularidad del registro sanitario RSIPAC y RGS es del Organismo Autónomo de Desarrollo (OAD). El vivero está gestionado por este conjuntamente con el apoyo de los miembros de la comisión de gestión que se regirá por el reglamento interno de funcionamiento.

- Seguimiento del proyecto empresarial para su consolidación. Una vez haya la voluntad de continuar como empresa adjudicataria, la OAD valorará la propuesta según la viabilidad del proyecto, la capacidad de desarrollar la actividad y puestos de trabajo y la idoneidad de su incorporación

INICIO:

LOCALIZACIÓN: Barberà de Conca

AGENTES IMPLICADOS: Concactiva, que es la marca del Organismo Autónomo de Desarrollo de la Conca de Barberà. El OAD es de carácter administrativo, creado por el Consejo Comarcal de la Conca de Barberà, tiene personalidad jurídica propia y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines. El Organismo Autónomo tiene como finalidad la promoción del desarrollo económico, ocupacional y social de la Conca de Barberà, incluida la canalización y gestión de las ayudas procedentes de diferentes administraciones, basándose principalmente en el desarrollo de la economía productiva a través del desarrollo y la diversificación de la actividad económica, mediante el apoyo a todos los sectores.

RECURSOS:

- Personal: profesionales de Concactiva
- Material: Se dispone de instalaciones y la maquinaria. Los espacios del Vivero están equipados y dotados de forma correcta para el uso que tienen establecido. El Vivero consta de una sala de manipulación, la sala de lavado, cuarto de refrigeración y fría, la sala de cocción y la sala de expedición. También hay vestuarios y almacenes.

IMPLEMENTACIÓN PLAN ESTRATÉGICO:

Sí, diseño de los servicios y planificación.

FINANCIACIÓN: FONDOS FEADER, principalmente.

PRINCIPALES LOGROS: Actualmente hay 11 empresas del sector agroalimentario alojadas en el vivero.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

Tener un plan definido antes de alquilar viviendas. Con condiciones concretas y estrategia para evitar conflictos.

CLAVE ÉXITO

Posibilita la puesta en funcionamiento de una idea y transformarla en un producto o servicio de valor añadido que permita a las personas valorar la posibilidad de establecerse por cuenta propia en el futuro.

Las inversiones para la mejora de los servicios y la competitividad de las empresas es constante y la finalidad de las empresas que en forman parte, es la de ofrecer productos claramente diferenciados y de gran calidad.



BUENA PRÁCTICA 5: Vivero Espacio Cocina



✉ info@conectiva.cat

☎ 977 861 338

🌐 <http://www.conectiva.cat/espai-cuina/presentacio>

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Sí, ajustándolo a las características de cada territorio. Se percibe gran interés por conocer su funcionamiento.



OBSERVACIONES

El vivero nace del vivero celeristas, si bien se construyó un edificio nuevo. Se hizo una réplica del modelo del vivero celerista. Es punto de encuentro de todas las empresas y actividades económicas de la comarca.



BUENA PRÁCTICA 6: Apadrina un Olivo

Apadrina
un
olivo.org

✉ alberto@apadrinaunolivo.org

👤 Alberto Alfonso

☎ 669 848 923

🌐 www.apadrinaunolivo.org

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Modelo que pone en valor los recursos endógenos que han sido abandonados por la despoblación, añadiéndole innovación y creatividad, usando las TIC y las herramientas digitales disponibles para conectar al medio urbano y al medio rural. Proyecto social con 3 pilares: custodia del territorio, empleo para personas con discapacidad o riesgo de exclusión y mantener el pueblo vivo.

La acción se lleva a cabo porque un grupo de personas con vínculo en el territorio observan como un bien milenario (como es el caso de los olivos) se está abandonando y se está dejando pasar un recurso económico importantísimo para la zona. Para que esto no se produzca se busca un elemento creativo, innovador, que ha sido poner en valor la recuperación buscando alianzas y sinergias que hacen posible el proyecto.

INICIO: 2014 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Comarca Andorra- Sierra de Arcos

AGENTES IMPLICADOS: Cinco co-fundadores

RECURSOS:

- Personal: co-fundadores, taller de empleo y voluntarios.
- Material: compras de maquinaria y gestión de espacios específicos.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

Si, se estableció un proyecto social con tres pilares: custodia del territorio, empleo para personas con discapacidad y exclusión, economía circular y mantener el pueblo vivo.

FINANCIACIÓN: Cuota de padrinos, proyectos de emprendimiento, premios y obras sociales de bancos.

PRINCIPALES LOGROS

La recuperación de 8.000 olivos gracias a las aportaciones de 4.300 padrinos.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

La forma jurídica ya que en España no existe la empresa social. La figura de asociación tiene muchos inconvenientes. La falta de profesionales por falta de población.

CLAVE ÉXITO

El triple impacto: económico, social y medio ambiental. Se ha incrementado el padrón, el servicio y el tejido social. Economía circular sostenible haciendo sinergias con otros actores de la zona.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, la metodología sirve para cualquier producto agroalimentario o cualquier recurso, configurar un storytelling alrededor y añadir elementos para que sean atractivas.



OBSERVACIONES

Sin duda es un proyecto con un discurso super elaborado y muy bien analizado. Da gusto escucharlos. Es otro ejemplo de como la custodia del territorio, buscando un elemento diferenciador, puede ser el punto de inicio que haga dinamizar el territorio.



BUENA PRÁCTICA 7: Vivero de Celleristes



✉ info@concactiva.cat

👤 Concactiva

☎ 977 86 13 38

🌐 <https://bit.ly/2shz1b4>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El Vivero presta apoyo a proyectos empresariales enológicos. Es una iniciativa pionera que está destinada a personas emprendedoras que quieran desarrollar un proyecto empresarial enológico propio de una manera singular y minimizando riesgos que supone la creación de una empresa de estas características. El Vivero de Celleristes de la Conca de Barberà se encuentra dentro la antigua sede de la Sociedad Cooperativa Agrícola de Barberà de la Conca, fundada en 1894, y que tiene el honor de ser la primera que se constituyó en Cataluña y en España. Después de muchos años en desuso, en 2007 se arregló y dotó de equipamientos las instalaciones de esta antigua cooperativa agrícola, para instalar el primer vivero de empresas vitivinícolas. En 2007 con la finalización de las obras de la primera fase de construcción, se articuló una capacidad inicial para acoger a 6 empresas. Posteriormente se ha realizado ampliaciones como las obras del año 2010 que permitieron doblar la capacidad de producción, situándose actualmente los 100.000 Kg aproximadamente. La duración de las empresas es limitada y pasado un tiempo deben ser capaces de validar su modelo de negocio, sacar su producto al mercado y tener masa crítica suficiente que garantice la continuidad del proyecto sin la cobertura del Vivero.

Cómo se lleva a cabo

Los servicios que prestan son los siguientes:

- Asesoramiento, información y formación empresarial a los emprendedores y las empresas alojadas.
- Promoción y difusión de acciones para dar a conocer las iniciativas empresariales.
- Seguimiento y control del proyecto empresarial
- Cesión de las instalaciones e infraestructuras para la realización del proceso de elaboración.
- Alquiler de espacios y maquinaria

INICIO: 2007 (En curso, con voluntad de permanencia)

LOCALIZACIÓN: Barberà de Conca

AGENTES IMPLICADOS: Ayuntamiento de Barberà de la Conca, Consejo Comarcal, Cooperativa agrícola de Barberà de la Conca y la DO Conca de Barberà

RECURSOS:

- Personal: profesionales de Concactiva y apoyo y asesoramiento del resto de agentes implicados.

- Materiales: Se dispone de:

- Una sala de elaboración: Contempla 1.000 metros cuadrados de espacio destinados a todo el proceso de elaboración de vinos por parte de las empresas alojadas. La construcción del Vivero está realizado por fases y actualmente ya dispone de los servicios básicos para la transformación de la uva y por el proceso de crianza.

- Crianza en botella
- Crianza en bodega
- Embotellado
- Etiquetado
- Sala de vinificación

- Otras zonas habilitadas: Como bodega incluye todos los elementos técnicos para poder elaborar un vino de calidad dentro de la DO Conca de Barberà. Además, en breve se prevé la construcción de una zona de atención a visitas y reuniones.

- Zona de recepción
- Almacén auxiliar
- Distribuidor general
- Laboratorio
- Servicios, despachos, vestuarios

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

Se cuenta con una planificación del proyecto que se implementa en fases sucesivas. Además, se intenta diseñar un espacio de la mano de los viveristas para que se ajuste más a sus necesidades. El vivero se entiende como un ser vivo que exige cambios constantes.

FINANCIACIÓN: Ayudas de fondos LEADER solicitados por el Ayto. también la Diputación de Tarragona y fondos FEADER ALIMENTACIÓN.

PRINCIPALES LOGROS

- El fomento de la creación de empresas y puestos de trabajo que dinamizan el sector vitivinícola y dan un alto valor añadido a los productos que se elaboran.
- El proyecto inicial del Vivero tiene una capacidad total de diez emprendedores, 100.000 kg de entrada de uva y hasta 90.000 litros de embotellado.
- Las inversiones para la mejora de los servicios y la competitividad de las empresas es constante y la finalidad de las empresas que forman parte, es la de ofrecer productos claramente diferenciados y de gran calidad, al amparo de las denominaciones de origen DO Conca de Barberà y DO Cataluña.



BUENA PRÁCTICA 7: Vivero de Celleristes



DIFICULTADES ENCONTRADAS

Proyecto que no contaba con antecedentes y se tuvieron que resolver los trámites administrativos y permisos iniciales, así como redactar un reglamento y las bases de funcionamiento, además de conseguir financiación. Hay que tener en consideración que el proyecto se inició en plena crisis económica, con la percepción de menos ayudas de las previstas. Gran proyecto que precisaba de una gran inversión (en su planificación inicial precisaban de 1.200.000 euros, pero solo recibieron en 2007 unos 250.000 euros, motivo por el cual se han realizado dos fases de ampliación).

CLAVE DE ÉXITO

Nos encontramos ante una comarca con gran tradición en la elaboración de vino, pero no de vino enbotellado. Se aprovechó esta oportunidad para crear nuevas empresas y ayudar a jóvenes emprendedores. Es el único vivero en España que funciona con este modelo y cuenta con viveristas de la comarca y de otras.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Sí, de hecho reciben visitas para dar a conocer este proyecto, su gestión y conocer a los que participan.



OBSERVACIONES

Es un proyecto de gran alcance, que se posibilita gracias a la cooperación público-privada (Ayuntamiento, la cooperativa y concactiva) y que se concreta en un convenio para la gestión del vivero.



BUENA PRÁCTICA 8: Aceros de Hispania



✉ info@aceros-de-hispania.com

👤 Ricardo Lop

☎ 978 87 70 88

🌐 <https://www.aceros-de-hispania.com/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Tienda especializada de venta on-line: cuchillos, navajas, espadas históricas de decoración, aire comprimido y accesorios para outdoor.

La acción se lleva a cabo por el interés de una persona en particular de buscar nuevas vías de desarrollo de su negocio. A través de la formación y de la prueba- error ha ido ampliando y afianzando, generando que otras personas y empresas vean el potencial de la venta online en el medio rural.

INICIO: 1999 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Comarca Bajo Aragón

AGENTES IMPLICADOS: Ricardo Lop

RECURSOS: Material: página web y nave de almacenaje

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

No hubo. No se sabía y todo era incipiente. Un par de años después entraron en un proyecto de exportación de la Cámara de Comercio donde tuvieron un asesor que les modificó la página web.

FINANCIACIÓN: A través de la venta de productos

PRINCIPALES LOGROS

Ser el precursor y la imagen para seguir de muchas empresas que actualmente venden online en la zona de Castelserás y alrededores.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

La falta de formación: no saber idiomas o informática.

CLAVE DE ÉXITO

Saber ir adaptándose a las necesidades del momento. Capacidad de cambio y de especialización de ventas en cualquier lugar del mundo.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, porque es más fácil hacer comercio online en un pueblo que en una ciudad. Se tiene espacio de almacenaje y por ello es más fácil empezar. El conocimiento está en internet y este tipo de páginas web no requiere alta velocidad, simplemente que funcione.



OBSERVACIONES

Este es un caso de una persona que se ha sabido adaptar a las diferentes circunstancias y que ha tenido capacidad económica para ello. También fue un visionario, porque encontró en el comercio online la solución a aquellas tiendas de pueblo que ya no tenían la suficiente viabilidad.

Como él nos dijo, lo importante no es que se vende, sino donde se vende. El objetivo es ser capaz de analizar y aplicar todas las leyes de exportación y vender a todos los países posibles del mundo.



BUENA PRÁCTICA 9: Colegio Alpartir



✉ cpalpartir@gmail.com

👤 José Antonio Rodríguez Bueno

☎ 976 813 001

🌐 <https://bit.ly/38wSepN>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Centro educativo innovador, trabajan en proyectos donde se manejan conceptos como inteligencias múltiples, trabajo en equipo o neurociencia. Dan mucha importancia a una metodología activa donde el alumnado es protagonista.

La acción se lleva a cabo porque un grupo de profesores, con una visión específica de la educación y del territorio, decide quedarse en un municipio a aplicar su proyecto educativo, implicando a la sociedad y al ayuntamiento en el mismo.

INICIO: 2009 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Comarca del Valdejalón

AGENTES IMPLICADOS: Comunidad Educativa, Ayuntamiento y Familias.

RECURSOS:

- Personal: el del Centro Educativo
- Material: el del Centro Educativo

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

Al ser docentes son personas que se han formado y se siguen formando continuamente. Ellos habían analizado el tipo de centro educativo que quería tener, cómo debía estar involucrada la sociedad en el mismo y los objetivos educacionales que querían conseguir.

FINANCIACIÓN: Gobierno de Aragón. Al ser un Centro Educativo, a través de Educación.

PRINCIPALES LOGROS

Haber conseguido que diez familias vayan a vivir al municipio por el programa educativo que se desarrolla.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

El cambio de docentes, la dificultad de que se adaptaran al proyecto de centro y que no hay vivienda digna para que las nuevas familias se asienten.

CLAVE DE ÉXITO: La implicación de los docentes con el entorno y con el proyecto de centro. Conseguir generar sinergias e implicación por parte del Ayuntamiento y Asociaciones.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, pero para ello hay que darle continuidad al profesorado. Se puede potenciar volviendo a tener casas de maestros o alguna compensación económica que haga que no quieran cambiar de plaza tan continuamente.



OBSERVACIONES

Este es un caso muy importante de como un centro educativo de referencia puede fijar y atraer población. Sin duda para ello tiene que haber mucha sensibilidad hacia el medio rural por parte del profesorado, de los ayuntamientos y de todas las instituciones de las que se depende de una forma u otra.





✉ dxfamilia.politicassocial@xunta.gal

👤 **Consellería de Política Social de la Xunta de Galicia.**
Programa de apoyo a la natalidad.

☎ **Directora general: 981 545 622**
Secretaria: 981 544 655 - Fax: 981 544 634

🌐 <https://bit.ly/2YE7VXR>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La Xunta de Galicia ha puesto en marcha este modelo de crianza alternativa pagando a educadores por cuidar a niños pequeños en pueblos gallegos que no tienen guarderías. Dichas medidas que se están llevando a cabo en Galicia, se han propuesto con la idea de repoblar, y llamar a la gente a vivir en estas tierras, que han padecido el síndrome de la «España vaciada»

Las Casas Nido son un recurso gratuito para las familias destinado la atención de niños y niñas de entre tres meses y tres años de edad en los ayuntamientos de menos de 5000 habitantes en los que no exista ningún otro servicio de atención continuada a la infancia de 0 a 3 años.

El programa de Casas Nido en la convocatoria de ayudas del 2019 ha contado con importantes novedades con respecto al anterior. La principal es el incremento de la cuantía del anticipo por atención educativa que reciben las personas promotoras del recurso en el primero año, que pasa del 35% al 100% de la subvención que les corresponda. Para las sucesivas anualidades, el anticipo sube del 35% al 75% para todas las Casas Nido, tanto las de nueva creación como las que ya están en marcha.

INICIO: 2015 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: C.A. de Galicia

AGENTES IMPLICADOS: Consellería de Política Social de la Xunta de Galicia. Programa de apoyo a la natalidad. Dirección General de Familia, Infancia y Dinamización Demográfica.

RECURSOS

La Consellería de Política Social sufragará con hasta 15.000 euros esta iniciativa. El requisito que pide la Xunta de Galicia es que la casa-nido se instale en ayuntamientos de menos de 5.000 habitantes donde no haya ninguna escuela infantil pública ni privada. La ayuda económica a la promotora del negocio, que es autónoma, es de 19.600 euros al año para así poder financiar los gastos de la actividad / (viene a ser un sueldo mensual de 1600 euros). A cambio, las familias tienen un recurso de forma gratuita y sólo deben poner la comida y pañales.

Podrán convertirse en personas promotoras de una casa nido aquellas que cuenten con un inmueble que cumpla con las condiciones que se marcan en la convocatoria, dispongan de un plan de actuación para emergencias y tengan una titulación relacionada con la educación infantil o bien formación o experiencia en este ámbito.

FINANCIACIÓN: La orden de subvenciones del 2019, la cuarta de este programa, ha sido dotada con 1,1 millones de euros.

PRINCIPALES LOGROS

Fomentar la conciliación laboral y profesional y retener y atraer a nueva población al mundo rural.

- En 2019 había 61 Casas nido en Galicia, lo que supone la dotación de 305 plazas de atención a la infancia en el rural gallego. Esta cifra se prevé que alcance las 76, con un total de 380 plazas.
- Genera ocupación y empleo en el mundo rural.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Voluntad política y presupuesto público.

CLAVE DE ÉXITO

Las Casas Nido son un recurso gratuito para las familias destinado la atención de niños y niñas. Es un recurso cercano, son grupos reducidos permite atender mejor las necesidades del niño y ofrece confianza a los padres y madres que dejan a sus hijos. Flexibilidad horaria para dejar y recoger a los niños.





Cómo se pone en práctica

Lo que hace la Xunta de Galicia es institucionalizar este modelo de crianza alternativa que propugnan el respeto hacia las decisiones y la libertad de movimiento del niño. Esto era algo que hasta ahora se hacía de forma autogestionada y exclusivamente privada, pero que actualmente se financia en Galicia con fondos públicos con el doble objetivo de fomentar la conciliación laboral y profesional y retener y atraer a nueva población al mundo rural.

Desde la Asociación de Madres de Día, Inés Gámez, su presidenta, alaba esta iniciativa tomada en Galicia. Y explica que le tener grupos reducidos de máximo, cinco niños, permite atender mejor sus necesidades, y que además, al criarse en una casa, consiguen formar una relación de apego con sus educadores. Por otro lado apunta que los más pequeños necesitan ese ambiente de hogar y no de institución. En estas casas-nido no se someten al estrés de las actividades de las guarderías de grandes zonas urbanas. En las casas-nido de Galicia todo es mucho más relajado, se acerca a los niños a que conozcan esa vida rural y se les anima a estar en contacto con la naturaleza

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

El contexto adecuado para la implementación de un programa innovador de naturaleza público-privada como éste se basan en dos elementos fundamentales: "la voluntad política del gobierno autónomo, y el interés de los actores privados del sector. El modelo gallego es único en España. Este tipo de crianza sólo está regulado y sometido a controles en Navarra, la Comunidad de Madrid y Galicia



OBSERVACIONES

Es un proyecto con un gran potencial para favorecer la calidad de vida y conciliación, mantener población y promover actividad económica en pequeños municipios



BUENA PRÁCTICA 11: Casas Canguro



 M^a Carmen Sancho Villacampa

 97457256

 <https://bit.ly/35iihPI>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Local acondicionado para encargarse de niños pero que no usa la normativa de guardería ni de Colegio Infantil. Es una adaptación especial para zonas despobladas o con gran dispersión de población.

La acción se lleva a cabo porque un grupo de familias, con una necesidad de un servicio y en unos municipios con muy baja densidad de población, se agrupan para conseguir un centro donde poder llevar a niños de 0 a 3 años. Para ello se asesoran a través de FEACCU y, con el apoyo del Ayuntamiento, aplican la fórmula de Casa Canguro.

INICIO: 2008 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Comarca del Sobrarbe

AGENTES IMPLICADOS: Asociación Amas de Casa, FEACCU y Ayuntamiento.

RECURSOS:

- Personal: trabajadoras autónomas de la casa canguro (2 en la actualidad)
- Material: local acondicionado cedido por el Ayuntamiento.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

FEACCU fue la que realizó los estudios previos y la planificación, así como la que trabajó con el Ayuntamiento para poner en marcha el local y establecer las formas de trabajo.

FINANCIACIÓN: Cuotas de niños, FEACCU y Ayuntamiento.

PRINCIPALES LOGROS

Dar servicio a las familias de 20 municipios, con mucha dispersión territorial y que ayuda a la conciliación de las familias y a la sociabilidad de la infancia.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Al ser trabajadoras autónomas tienen que conllevar gastos diversos que si fueran contratadas no recaerían sobre ellas. El sueldo se queda pequeño.

CLAVE DE ÉXITO

La implicación de las familias y de las trabajadoras a la hora de adaptarse a las necesidades que existen en la Casa Canguro

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Sí, porque es una fórmula para dar solución a una necesidad de servicio para la conciliación familiar en entornos con poca población. 

OBSERVACIONES

Esta figura pública de servicio a la infancia de 0 a 3 años, no llega a tener la complejidad de una Escuela Infantil porque, se supone, que tiene que suplir el recurso durante un tiempo limitado (son zonas con poca población).

En el caso de La Fueva veíamos que el recurso estaba algo precariamente gestionado, ya que las trabajadoras eran autónomas y ellas veían como un problema la forma en que tenían que gestionar sus salarios con las aportaciones económicas que recibían. Su sugerencia es que fueran los ayuntamientos los que gestionaran estos centros, así como el dinero que se recibía, ya que podía depender del curso y del número de niños inscritos.



BUENA PRÁCTICA 12: Riberizando los ODS



✉ gerente@riberadeldueroburgalesa.com

👤 Hector (gerente)

☎ Teléfono: 947 55 20 91

🌐 <https://bit.ly/2E9YC8C>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Es un proyecto de Desarrollo Rural y de Educación para el Desarrollo a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que consiste en hacer llegar éstos, a la población rural escolar y no escolar de la Ribera del Duero Burgalesa.

El proyecto incide en el medio rural a través de la población escolar, con una estrategia de producto-servicio en cada escuela, con proyectos originales y únicos surgidos de cada colectivo, permitiendo aplicar la metodología LEADER a los ODS en el medio rural, y consiguiendo no solo la difusión sino la aplicación de soluciones micro a problemas macro.

Todo ello se articula a través de la herramienta expositiva «Riberizando los ODS», que consiste en llevar a cabo talleres prácticos centradas cada año en un ODS, y en un apoyo a los profesores, primero para incorporar los ODS a sus materias y posteriormente con material que les permita movilizar grupos escolares rurales para proyectos de mejora del ODS, lo que educativamente se conoce como estrategia aprendizaje-servicio.

Valoración externa tras la entrevista

Es una actuación específica, de bajo impacto a corto plazo pero a largo plazo si puede dar resultados muy positivos en mantener la población, porque crea identidad y arraigo en la población escolar, futuros ciudadanos del mundo rural. También potencia la creación de grupos activos de trabajo que de forma participada proponen mejoras para su municipio. Además no supone un elevada coste.

INICIO: 2016

LOCALIZACIÓN: a comarca de la Ribera del Duero Burgalesa se ubica en el Sur de la provincia de Burgos. Está constituida por 68 municipios más la capital Aranda de Duero.

AGENTES IMPLICADOS: Comunidad Educativa del medio rural (Escolares; Colegios, Profesores, Padres, AMPAs) y la población rural implicada en los proyectos de los grupos escolares.

Reciben apoyos de Entidades que trabajaban con los ODS, ayudas de Diputación de Burgos para el desarrollo de la exposición, y de otros entes del territorio para la parte formativa y el concurso de proyectos.

RECURSOS: Económico 3.000 euros para la exposición y 4.000,00 anuales para su movilización, la formación y el concurso.

IMPLEMENTACIÓN PLAN ESTRATÉGICO

Se desarrolló un breve dossier con la planificación a largo plazo, y se desarrolló una primera parte de este planing el primer año, y en el segundo al completo.

FINANCIACIÓN

Ayudas de cooperación para el desarrollo (difusión), y colaboraciones de organizaciones del territorio a través de su RSC.

PRINCIPALES LOGROS: Contacto con los C.R.A. para hacerles partícipes del proyecto y modelarlo a sus necesidades.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

Financiación y búsqueda de los formadores especializados

CLAVE ÉXITO: Crear grupos de trabajo activo en los medios rurales que proyecten y ejecuten mejoras en su municipio.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Se considera que es transferible siempre y cuando se cuente con un dossier para su desarrollo que podemos facilitar desde la ADRI Ribera del Duero Burgalesa, junto a un presupuesto anual de 4.000€.





 Raúl Santos (ZWITPROJECT)

 661 51 90 47

 <https://www.facebook.com/RedMRI/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Implantación de un modelo de sostenibilidad y eficiencia basado en ecosistemas innovadores, basado en la generación de redes de comunicaciones municipales y comarcales abiertas y multifuncionales. Se trata de un sistema de redes que permite una gestión eficiente de las infraestructuras municipales, como las de energía, alumbrado, agua, residuos o movilidad, y aprovecharlo para ofrecer nuevos servicios a los ciudadanos, como zonas wifi de libre acceso a internet, vídeoasistencia sociosanitaria a mayores o soluciones de promoción del turismo y del comercio local.

Cómo se lleva a cabo

Raúl Santos ZWITPROJECT “Nosotros vimos la importancia de generar una red de pequeños municipios que juntos son capaces de abordar acciones que individualmente no podían a través de la creación de la Asociación Red de municipios rurales inteligentes” a la que se sumaron los Ayuntamientos de Comillas, Los Corrales de Buelna, Marina de Cudeyo, San Vicente de la Barquera y Villablino. Nuestro proyecto propone utilizar las nuevas tecnologías para gestionar el territorio, mediante la implantación de un modelo de sostenibilidad y eficiencia basado en ecosistemas innovadores. Proponemos la gestión inteligente, del alumbrado, del agua, de los residuos y de la energía y este va a permitir financiar planes de desarrollo sostenible inteligentes en los municipios. Siempre en el medio rural porque los espacios urbanos ya los cubren las grandes empresas como telefónica.” Por ejemplo: En la localidad de Comillas, el cambio en las farolas supuso una inversión de 180.176 euros, que fueron subvencionados con el Fondo Nacional de Eficiencia Energética IDAE. En un año desde su implantación, se ha reducido el consumo eléctrico y las emisiones de CO2 en un 63% y se paga un 55% menos en la factura eléctrica, en un plazo de cinco años, la instalación se habrá amorti-

INICIO: 2019 (En curso, con voluntad de permanencia)

LOCALIZACIÓN: Ayuntamientos de Comillas, Los Corrales de Buelna, Marina de Cudeyo, San Vicente de la Barquera y Villablino, Asturias y León.

AGENTES IMPLICADOS: Ayuntamientos y la empresa ZWITPROJECT que gestiona la Red y la instalación de las nuevas redes.

RECURSOS: La instalación de la plataforma cuesta de media 30.000 euros a los Ayuntamientos en pequeñas localidades

PLAN ESTRATÉGICO

Cada proyecto exige la realización de un exigente plan estratégico, del que se encarga la empresa que lleva a cabo el cambio de redes.

FINANCIACIÓN

Cada Ayuntamiento decide sus fuentes de financiación; por ejemplo:

- El municipio de Comillas se lo ha financiado a través de un ayuda IDAE
- Los Corrales de Buelna a través de una empresa de Servicios Energéticos que te financia a 12 años.
- Marina de Cudello. Lo ha pagado con recursos propios, a través de un concurso público, dándoselo a una empresa.
- Otras vías de financiación son un crédito al Banco o a través de la financiación de proyectos europeos.

PRINCIPALES LOGROS

- Ahorro de dinero público para destinar a servicios públicos, asistenciales y de mejora del municipio.
- Mejorar la calidad del medioambiente reduciendo las emisiones de CO2.
- Ser autosuficientes en la gestión.
- Generar otras fuentes de explotación como el big data.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

- Financieras e interés por parte del consistorio.
- Exigencias técnicas y energéticas del proyecto.

CLAVE ÉXITO

Significativo ahorro de dinero público, control y explotación de de tu propio sistema de gestión energética.





zado Además el cambio ha supuesto mejorar la calidad del alumbrado público y que los vecinos y visitantes disfruten de una mayor seguridad, el sistema permite controlar cada luminaria y bajar su intensidad en zonas despobladas o subirla en aquellas calles donde se espere una gran afluencia de gente con motivo de un evento. Y en un futuro, poder controlar otros servicios públicos, «conectando a la plataforma los contadores de agua o la gestión de residuos», lo que permitirá gestionar estos recursos de una forma mucho más sostenible y eficaz, además se cumple el compromiso del Ayuntamiento con la Unión Europea de reducir la emisión de gases de efecto invernadero. En la misma línea y con el objetivo de convertir Comillas en un municipio inteligente, desde el Ayuntamiento se ha implementado una red wifi pública y se están colocando puntos de acceso libre a través de una aplicación denominada iComillas. El fin que se busca es que a largo plazo, los vecinos y visitantes puedan conectarse con sus smartphones o tablets y detectar a través de la red las plazas libres de aparcamiento o las que están disponibles para minusválidos.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si es totalmente transferible a otros territorios, muchos territorios, cuantos más territorios pongan este sistema de gestión más autosuficientes serán. Y con ello pueden favorecer el desarrollo sostenible del territorio, creando empresas y asentando población. Compartir y conocer otras experiencias, es fundamental, por eso se creó la red, una asociación civil compuesta por ayuntamientos que apuestan por empezar de abajo hacia arriba. Queremos crear una red de pequeños ayuntamientos, etc



OBSERVACIONES

Es un proyecto con un gran potencial para frenar la despoblación, fijar población y potenciar la instalación de nuevos pobladores de los territorios en distintas, porque permite a los Ayuntamiento crear su propia infraestructura y gestionarla, el mantenimiento de la red es fácil, solo hay que formar a el electricista o los de mantenimiento en la nuevos sistemas de gestión del alumbrado que se implantan, el objetivo es que el ayuntamiento sea autosuficiente para poder mantenerlo y las nuevas tecnologías para poder hacerlo. Aprovechando el capital humano que vive en el medio rural y que no sólo se dedica a la agricultura y la ganadería.



BUENA PRÁCTICA 14: Ribaguifi



✉ santiago@ribaguifi.com

👤 Santiago Lamora

☎ 686 506 987

🌐 <https://www.ribaguifi.com/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Construir telecomunicaciones como bien común, abiertas a todos. Siguiendo un modelo de economía colaborativa. Equiparar los servicios de telecomunicaciones en los pueblos a los de las zonas urbanas. La acción se lleva a cabo replicando el ejemplo de Cataluña, que tenía Guifi.net, ante la necesidad de un internet fiable a municipios donde las grandes compañías no querían llegar (por no ser rentables económicamente) para ello asociaciones y entidades públicas se agrupaban para generar la infraestructura y llevar internet de calidad a todos los municipios interesados.

Valoración externa tras la entrevista

Modo colaborativo de buscar soluciones a un problema real de las zonas rurales, el que no son económicamente viables para las grandes compañías.

Por esto, el saber gestionar técnicamente estos recursos para poder llevarlos a cualquier rincón (por remoto y despoblado que sea) es una gran baza.

En la entrevista marcaba mucho la importancia de tener gente en la zona, que fueran los que motivaran y movilizaran. Al fin y al cabo si no se consigue un número mínimo también es inviable, ya que hay que hacer una inversión inicial considerable. Aunque luego las cuotas mensuales se te rebajan mucho.

INICIO: 2017 (Asumido [en Huesca] por administración pública.)

LOCALIZACIÓN: Comarca de La Jacetania

AGENTES IMPLICADOS: Equipo técnico y agentes implicados en la zona.

RECURSOS: Dos recursos delimitantes:

- Conseguir personas y profesionales cualificadas que estén cerca, en nuestros proyectos tratamos de involucrar siempre a una empresa instaladora de la zona y ese siempre ha sido un reto... siempre hay que buscarlo en la ciudad
- La infraestructura cuesta dinero. Cuando hablas de hacer una inversión inicial de 1000 euros choca. Tener mayor músculo financiero facilita el desarrollo, podría ser un enfoque, pero hay que apostar por esa opción y asumir el riesgo.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

No hicieron ninguno, se guiaron por el instinto. En el último año la DPH ha asumido el problema, por lo que la demanda de Huesca ha desaparecido.

FINANCIACIÓN: Asociaciones, Ayuntamientos y usuarios.

PRINCIPALES LOGROS

Llevar internet de banda ancha a municipios donde apenas hay población.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Hacer un estudio de mercado claro y analizar el coste de las cosas. Mercado de las telecomunicaciones muy regulado y pensado para grandes ciudades.

CLAVE ÉXITO

Necesidad de un internet fiable para las personas que trabajan desde casa o negocios que existen en las zonas rurales más despobladas.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, de hecho, ya venía de otro territorio. Lo importante es que se agrupen, como mínimo, 25 o 30 casas. Si no puede ser un municipio que sean varios, por eso a nivel comarcal es la mejor escala porque los pueblos grandes equilibran a los pequeños.



BUENA PRÁCTICA 15: Del bosque a tu casa



✉ colorina15@hotmail.es

👤 María Luisa Segura

☎ 620 31 62 77

🌐 <http://www.delbosqueatucasa.online/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Proyecto social impulsado por mujeres de Orea. Recolectan del monte los diferentes productos silvestres de temporada. Transforman y comercializan setas hongos, hierbas medicinales, bayas, etc. La acción se lleva a cabo por la Asociación del Bosque a Tu Casa y las mujeres que lo integran como forma de, colectivamente, hacer un proyecto económicamente viable y conseguir un empleo digno y de calidad. En todo momento han sido apoyadas por el Ayuntamiento y por asociaciones de mujeres como FADEMUR.

Valoración externa tras la entrevista

Orea es un municipio con una alcaldesa muy activa. Eso se refleja en muchísimas cosas del día a día de ese municipio. También se refleja en el papel de empoderamiento de la mujer que ella realiza. Además de moverse enormemente en muchos ámbitos e intentar que a su municipio lleguen iniciativas y proyectos novedosos y emprendedores.

INICIO: 2018 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Orea (Guadalajara)

AGENTES IMPLICADOS: Asociación de mujeres

La red la impulsa Manuel Campo Vidal, junto con la Cátedra de Despoblación de la Universidad de Lleida a finales del 2018, a partir de aquí se crea la red de periodistas en el 2019. Además, están estableciendo contactos con universidades, empresas, centros de investigación y administraciones que trabajan y colaboran en el desarrollo de proyectos innovadores.

RECURSOS:

- Personal: Recolectoras, redes sociales, transformadoras.
- Material: local del Ayuntamiento

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

No lo realizaron al principio, pero se está realizando en la actualidad. Han visto la necesidad de hacer un plan de mercado y de viabilidad para los diferentes productos que están transformando o recolectando.

FINANCIACIÓN: Cuotas y venta en ferias. Partidas del Ayuntamiento y subvenciones de diferentes empresas e instituciones.

PRINCIPALES LOGROS

El entusiasmo de la gente al presentar el proyecto en diferentes foros.
El conseguir dar trabajo estable a 6 mujeres de un municipio tan pequeño.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

El envío de los pedidos a través de página web y de empresas de mensajería.

CLAVE ÉXITO

Las mujeres que integran el proyecto y su capacidad de adaptación y de búsqueda de soluciones.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, ellas se han basado en la recolección en un entorno muy singular (monte muy alejado de grandes aglomeraciones sin contaminar y de una grandísima extensión) pero proponen que lo que hicieron fue observar los productos que tenían a su alrededor y que sus antepasadas valoraban.



BUENA PRÁCTICA 16: La Artesa



✉ rebecafernandez@cepaim.org

👤 Rebeca Fernandez

☎ 949 832820

🌐 <https://bit.ly/2Ee1Fg8>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Mejorar la empleabilidad de las mujeres del medio rural favoreciendo sus competencias personales y sociales para el empleo y el autoempleo, favoreciendo espacios para que las mujeres sean capaces de identificar oportunidades y negocios en cada territorio, impulsando su participación en redes de comercialización de productos y servicios producidos en el entorno rural; todo ello aprovechando recursos y potencialidades del territorio.

La acción se lleva a cabo porque las trabajadoras de CEPAIM observan que en las zonas rurales hay microemprendimientos, que surgen para complementar la economía familiar (generalmente como economía sumergida) y llevadas por mujeres.

Así que la Fundación se plantea el proyecto como forma de empoderar y visibilizar ese empleo femenino sumergido que puede ser un empleo rentable y que haga que la mujer cotice y se independice económicamente.

INICIO: 2016 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Guadalajara

AGENTES IMPLICADOS: CEPAIM

RECURSOS:

- Personal: Técnicas de CEPAIM y Mujeres emprendedoras.
- Material: Espacio co-working

ESTUDIOS PREVIOS O PLANEAMIENTO: La necesidad creó el proyecto. Se observó la situación y se planteó la idea. Lo que más se analizó fueron normativas y leyes, ya que las zonas rurales con pequeños emprendimientos tienen la misma legislación que grandes empresas.

FINANCIACIÓN: Asignación del IRPF de Castilla y la Mancha

PRINCIPALES LOGROS: Sentimiento de grupo creado entre las emprendedoras 'Las Artesas' que se han empoderado.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

La poca confianza que ellas mismas tenían en sus proyectos. Las diferencias entre proyectos, por eso se vio la necesidad del espacio coworking, para que se junten y se encuentren. Ya que una vez dados los primeros pasos, cada proyecto tiene que coger su propio camino.

CLAVE ÉXITO: Creación de espacio co-working donde pueden seguir juntándose, pero a la vez pueden desarrollar sus diferentes proyectos.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, en muchos municipios rurales pasa exactamente lo mismo. Hay que apoyar para que salgan a la luz y acompañar. Seguir con la sensibilidad hacia los pequeños proyectos, que al fin y al cabo son los que generan riqueza y asientan población.



OBSERVACIONES

Un proyecto de mujeres para mujeres, creado al observar la realidad y la necesidad del territorio. Gran sensibilidad las de las trabajadoras y generosidad por parte de las mujeres para trabajar juntas e intentar llevar sus proyectos a niveles superiores de una forma más social y sostenible.



BUENA PRÁCTICA 17: Cohousing La Vereda



✉ laveredainfo@gmail.com

🌐 <https://proyectolavereda.wordpress.com/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Es un proyecto que trata de generar una alternativa de vida en el medio rural, se está llevando a cabo a partir de constituir la primera cooperativa de vivienda en cesión de uso de La Rioja, cuyo objetivo es construir viviendas y espacios comunes siguiendo el modelo de cohousing que está muy desarrollado en varios países de Europa y que consiste en grupos de gente que viven en una misma zona y que comparten espacios y recursos comunes, en armonía con el entorno, en el que poder vivir, cuidando los unos de los otros. La vereda es un proyecto de vida comunitaria basado en relaciones de cercanía, en el cuidado entre las personas, y de éstas con el territorio. Vivir en comunidad en el medio rural: Poniendo la vida en el centro. Buscando la transformación individual y colectiva. Trabajando por un mundo con equidad, justicia social y ambiental.

El Cohousing es: los vecinos deciden cómo y en qué espacios quieren vivir, dónde, en qué tipo de casa, cuánto pueden pagar y cuánto de ecológica va a ser su casa. Una vez que han diseñado sus espacios privados, comunes y públicos, es cuando los profesionales del sector entran en acción para hacer realidad los deseos del grupo. No hay promotores externos, ni nadie que busque un margen de beneficio por promover el proyecto. El propio grupo se constituye en cooperativa (o similar) y participa de principio a fin en el diseño y realización de su proyecto, normalmente acompañado por gestores profesionales, que aportan el know how y la metodología para que el proyecto sea exitoso y los plazos de ejecución razonables. Se basa en estos principios:

- **Comunidad.** Lo importante es el grupo y cómo quiere convivir. Los espacios son secundarios.
- **Participación.** El grupo trabaja en todas las fases. Suyas son las decisiones clave del proceso y se van tomando por consenso de acuerdo a la metodología de Cohousing.
- **Ecología.** Las casas son eficientes energéticamente, se construyen con materiales ecológicos, buenos aislamientos, integra elementos de la naturaleza, etc.

INICIO: 2016 (En proceso)

LOCALIZACIÓN: Medrano (C. A.La Rioja)

AGENTES IMPLICADOS: Socios cooperativistas 11 personas, 8 familias. Han recibido apoyo del Ayuntamiento de Medrano, facilitándoles los tramites para la licencia urbanística, han contado con el asesoramiento y apoyo de gestores con experiencia en el desarrollo de proyectos cohousing.

RECURSOS: Personal: acompañamiento de gestores profesionales de la metodología cohousing y de otras experiencia similares.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

No hubo. No se sabía y todo era incipiente. Un par de años después entraron en un proyecto de exportación de la Cámara de Comercio donde tuvieron un asesor que les modificó la página web.

FINANCIACIÓN: La financiación del proyecto se esta llevando con capital propio de cada cooperativista y con préstamos a interés cero, solicitados a una red de economía solidaria de La Rioja. También recibieron una subvención de 40.000 euros, por ser una iniciativa emblemática para el espacio común.

PRINCIPALES LOGROS

Poner en marcha el proyecto, conseguir familias cooperativistas y definir asambleariamente el tipo de construcción y conseguir el apoyo de la población donde se desarrolla el proyecto.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Encontrar familias , dificultades económicas, y la propia definición y construcción de las viviendas.

PLAN ESTRATÉGICO: No se ha elaborado propiamente dicho, se han hecho las cosas sobre la marcha, aunque a partir de ahora ya están elaborando una planificación para abordar la construcción de viviendas.

CLAVE DE ÉXITO

- Compartir un proyecto de vida, basado en una visión común y una estrategia asamblearia y participada para la toma de decisiones en el desarrollo del proyecto.
- Contar con el apoyo del municipio donde se vaya asentar el proyecto, Ayuntamiento y ciudadanía.
- Buscar, apoyos, alianzas y aprendizajes compartidos de entidades y gestores profesionales y/o con experiencia en el desarrollo de proyectos cohousing, como "Logica Eco" o la Cooperativa Entrepatis.



BUENA PRÁCTICA 17: Cohousing La Vereda



Se pone en práctica

La Vereda, se ha constituido legalmente como una cooperativa de vivienda con la peculiaridad de que se basa en un modelo de cesión de uso dónde las viviendas pertenecen a la cooperativa y las personas socias adquieren el derecho de uso de la misma durante toda su vida pero no son propietarias de las mismas.

A partir de la creación de un grupo de personas interesadas en formar parte del proyecto de vida en comunidad, actualmente el grupo esta formado por 11 adultos y 8 niñ@s, se plantean construir 8 viviendas junto a un espacio común que acoja diferentes estancias para los servicios compartidos como cocina, comedor, lavandería, espacio de trabajo y biblioteca entre otros.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si es un proyecto potencialmente transferible a otros territorios, debe contar con el apoyo de la población y compartir los valores, principios y procesos del cohousing.



OBSERVACIONES

Es un modelo de vida que genera una alternativa de vida en el medio rural, pero que exige la iniciativa privada de un grupo de personas que compartan el proyecto de vida Cohousing. Y que se facilite por parte de la Administración local y la población este modelo favorece su creación.





 **LUIS MUÑOZ** (Director Oficina de Desarrollo Local en Diputación de Teruel)

 **978 64 74 00**

 <https://www.facebook.com/RedMRI/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Articular medidas y actuaciones novedosas que permitan aumentar el número de familias con iniciativas emprendedoras de carácter económico, y con la mano de obra necesaria para la revitalización socioeconómica del territorio y sus habitantes.

Como objetivos específicos, correspondiéndose con actuaciones a desarrollar, se establecieron los siguientes:

- 1) Colaborar y sumar esfuerzos, entre los socios miembros de HABITATE, para aumentar y mejorar los programas de acogida de nuevos pobladores en la provincia de Teruel, especialmente en aspectos como el seguimiento, y el asentamiento de nuevos pobladores, a través de reuniones de trabajo con las entidades socias (trabajo en red).
- 2) Gestionar inicialmente la oferta y la demanda de nuevos pobladores en la provincia de Teruel.
- 3) Extender y transferir las acciones y programas, relativas al mantenimiento e incremento de población en el medio rural, a todo el territorio de la provincia de Teruel, a través de la difusión del proyecto entre todos los agentes implicados en el sostenimiento, y desarrollo del medio rural, a saber: municipios, comarcas, agentes de empleo y desarrollo local, Ong, etc..

INICIO: 2006-2012 (Finalizado)

LOCALIZACIÓN: Provincia de Teruel

AGENTES IMPLICADOS: HABITATE Plataforma turolense interinstitucional contra la despoblación :Estaban representados en esta plataforma las siguientes entidades: Diputación Provincial de Teruel, OMEZYMA, OFYCUMY, Asociación de Municipios contra la Despoblación, ADEMA, CAIRE, AGUJAMA, Universidad de Zaragoza, ASIADER, CET-CEPYME, UGT, AGUJA, ADRI Jiloca Gallocanta, CCOO, CEPAIM, Cruz Roja, ADIBAMA, CSI-CSIF, UPA,Comarca Comunidad de Teruel.

RECURSOS:

- Personal: Recursos propios de la DPT
- Material: Recursos propios de la DPT

PLAN ESTRATÉGICO

Se desarrollo a partir de un plan estratégico de desarrollo.

FINANCIACIÓN: Diputación Provincial de Teruel

PRINCIPALES LOGROS

El éxito del proyecto fue crear una Plataforma turolense, con todas las entidades implicadas en el desarrollo rural de Teruel, para compartir intereses y buenas prácticas y evitar duplicidades.

Y 8 familias fueron insertadas en municipios turolenses a través del proyecto Habitate en sus seis años de vigencia.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

Falta de apoyo político y desmotivación agentes y entidades que configuraron la plataforma. En 2012 las entidades de la plataforma votaron la continuidad o no de la misma y se acordó disolverla.

CLAVE ÉXITO

Los aprendizajes derivados de este proyecto son principalmente:

- Este tipo de proyectos han de elaborarse de abajo a arriba, es decir que quien quiera formar parte de la plataforma, comparta los fines del proyecto y no este por obligación.
- Para facilitar la organización y colaboración en estos proyectos, es imprescindible trabajar en base a resultados a medio y largo plazo, a corto plazo como se hizo no es posible.
- El futuro de proyectos como éste, para que tengan éxito, han de estar orientados a una gestión eficaz. Espacios y servicios que se monitorizan para la recogida de datos y una toma de decisiones enfocada a una gestión eficiente y sostenible. Debemos hablar entonces de territorios inteligentes o municipios inteligentes. Promoviendo la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías, metodologías y aplicaciones con el fin de lograr una integración de esta zona con una baja densidad de población en un mundo global competitivo, lo que permite la aparición de nuevos servicios y oportunidades de negocios y la participación ciudadana. Los pilares sobre los que se basa Smart Rural son el mejor aprovechamiento de los recursos naturales, el desarrollo social, el turismo e identidad patrimonial y la ciudadanía y habitabilidad.





IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Es un proyecto transferible para desarrollar en un territorio extenso y crear un red de municipios con objetivos comunes de desarrollo a medio y largo plazo, generando apoyos y sinergias de aprendizajes comunes.



OBSERVACIONES

Para desarrollar este proyecto tiene que haber interes político y se ha de configurar la red de abajo hacia arriba, con estrategias participadas, de manera que todos se identifiquen con el proyecto, compartan una visión, misión y objetivos , es decir se sientan parte del mismo.



BUENA PRÁCTICA 19: Volver al pueblo.ORG



 Juan Mael Polentinos (COCEDER - Confederación de Centros de Desarrollo Rural)

 983 37 12 79

 <http://volveralpueblo.org/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El proyecto consiste en crear la web volveralpueblo.org, dirigida a nuevos pobladores y personas en riesgo de exclusión, donde ofrecerán un banco de casas (para arrendamiento o cesión) y publicarán propuestas laborales y empresariales en las zonas más perjudicadas por el éxodo rural.

Esta iniciativa que pretende conectar a los urbanitas desencantados o en busca de una alternativa de vida con las zonas rurales. En este portal, los particulares, los ayuntamientos o las entidades interesadas pueden ofertar sus propiedades. Desde la gerencia de COCEDER se encargan de intermediar para alcanzar un acuerdo en régimen de alquiler, cesión o venta.

El proyecto se pone en marcha tras la creación de un base de datos y en marzo de 2019 se lanza, a modo de banco de casas, tierras y negocios, la plataforma digital Volveralpueblo.org que pretende ser el punto de encuentro entre aquellas personas que quieren dejar la ciudad y los municipios en los que podrían encontrar opciones. A través de la plataforma les llega toda la información.

Este proyecto se enmarca dentro del programa, "Sensibilización y concienciación de la despoblación y la necesidad de emprendimiento en el medio rural", COCEDER, pretende despertar la conciencia de la situación actual de muchos de nuestros pueblos, transmitir, desde su dilatada experiencia, la necesidad de un cambio político, económico y social que fomente el mundo rural como una oportunidad dónde vivir sin exclusión. Los principales objetivos de este programa, son:

- Difundir a la sociedad la realidad del mundo rural, y siempre con la colaboración de las diferentes administraciones y/o entidades que trabajan con personas en situación de pobreza y/o exclusión social.
- También, la creación de un banco de casas, tierras y negocios abandonados que la propiedad esté dispuesta a alquilar o vender.
- Al igual que transmitir la necesidad de emprender en estos territorios, pero siempre con unos valores sostenibles.

INICIO: 2018 (En proceso)

LOCALIZACIÓN: Ámbito nacional

AGENTES IMPLICADOS: COCEDER está formado por veintitrés Centros de Desarrollo Rural (CDR) y una Federación pertenecientes a nueve comunidades autónomas, que funcionan de manera autónoma y solidaria. Impulsa y colaboran en el mismo todos los centros de desarrollo rural del territorio.

RECURSOS: Para la difusión de este programa y de todas las acciones que lo conforman, se cuenta con la colaboración de las personas trabajadoras y voluntarias de la entidad, que elaboran los carteles, dípticos informativos, y todo tipo de material que, además, también se difunde a través de los Centros de Desarrollo Rural (CDR) asociados a COCEDER, además de en sus propias plataformas digitales como redes sociales y/o web, entre otras.es ETC

PLAN ESTRATÉGICO: Trabajan todos bajo un plan estratégico conjunto en COCEDER con todos los CDL, ayuntamientos y voluntariado. Si quieres que una entidad funcione tiene que basarse en objetivos y líneas de actuación conjunta y consensuada.

Hicieron una investigación sobre vivienda en el medio rural para crear una base de datos de viviendas y de parcelas o fincas y un banco de negocios. Tras finalizar el estudio en 2019, se puso en marcha la plataforma digital se contrato el dominio en marzo estaba activo.

FINANCIACIÓN: Cuentan con una ayuda del Ministerio De Servicios Sociales E Igualdad, porque muchas de las familias que se dirigen a ellos en situación de exclusión social, tienen problemas de vivienda y empleo. También cuentan con la infraestructura y los fondos de COCEDER. Tenemos una red muy extensa.

PRINCIPALES LOGROS: Tenemos en total unas 330 viviendas, 152 parcelas y 21 negocios en base de datos de la plataforma.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

No muchas, ya que han contado con toda la trayectoria y experiencia de COCEDER en el medio rural, se ha aplicado a este proyecto. La mayor dificultad es encontrar la vivienda adecuada, no siempre adapta a las personas que demandan empleo que puedan asumir, y la escasez de vivienda.

CLAVE ÉXITO

Una red extensa de apoyo, como la que tienen en COCEDER, hacerlo solo en un territorio es más limitado, porque así la oferta es más diversa, hacerlo una entidad pequeña la oferta y la demanda está muy limitada, no hay población suficiente. Hay mucho trabajo y no es fácil otras entidades han intentado hacerlo pero se encuentran con muchas complicaciones.



BUENA PRÁCTICA 19: Volver al pueblo.ORG



Un programa que está dirigido a todas aquellas personas en riesgo de pobreza y/o exclusión social, pero no sólo a este dilatado colectivo, sino también a todas aquellas personas que aman el medio rural, su entorno, sus gentes y su cultura, y que quieran formar parte de él, viviendo en sus zonas más devastadas a nivel poblacional, para aportar valores sostenibles, sociales, económicos, y sobre todo, humanos. En cuanto a los diversos colectivos, el desarrollo de las capacidades de emprendimiento de las nuevas generaciones (mujeres, jóvenes,...) y más en concreto, en el área rural, es uno de los pilares básicos para transformar esta realidad de despoblación, que será la base de la campaña de sensibilización.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si es transferible para ello se recomienda:

- Conseguir más financiación, tenemos muy poca financiación en los CDL, este programa lleva mucho trabajo y te encuentras con necesidades muy imperiosas.
- Protocolarizar algunas de las cosas como hemos hecho, las hemos ido ajustando por ejemplo la pagina web para adaptarla a personas del extranjero, definir que no está en nuestra mano como por ejemplo tramitar permisos de residencia y de vivienda, introducir mejoras para no frustrar expectativas en la información y hemos ido ajustando modelos de contratos o convenios de parcelas.



OBSERVACIONES

Para llevar a cabo este proyecto se considera necesario, o muy conveniente, contar con una red extensa de agentes y entidades, cuanto más territorio abarques más oferta y demanda. El trabajar con nuevos pobladores en situación de exclusión social requiere de más recursos y contar con la red de apoyo de servicios sociales en el proyecto..





✉ info@cooperacionaire.es

👤 El Proyecto AIRE

☎ 669 507 366

🌐 <https://cooperacionaire.es/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Este proyecto consiste en crear una red Apoyo entre doce Grupos de Acción Local de las provincias de Ávila, Burgos, León, Palencia, Salamanca, Segovia y Valladolid que llevan trabajando colaborativamente durante muchos años y decidieron juntarse para crear trabajar en una misma dirección mediante, acciones comunes con el fin de frenar la despoblación de sus territorios. Este proyecto se enmarca en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2014-2020. El proyecto está en su fase inicial.

Los Objetivos Generales del Proyecto se centran en detectar las necesidades de cada territorio para actuar sobre los desequilibrios demográficos y económicos existentes que llevan a la exclusión territorial de las zonas rurales. Para ello, plantean distintas medidas enfocadas a la atracción de nuevos pobladores y acciones destinadas a la sostenibilidad territorial que tengan un impacto positivo que favorezca la transformación de las comarcas en regiones competitivas y posibilite que los Grupos de Acción Local ser interlocutores y referentes activos en todo lo relativo a abordar el desafío del reto demográfico.

Entre las distintas medidas concretas que se han articulado hasta el momento son:

- Una Web al servicio de la población local y de todas aquellas personas interesadas en vivir o invertir en el medio rural, como medio para establecer cauces de información, difusión, relación...que reviertan en un fructífero trabajo de cooperación.
- Una bolsa de empleo en la página web en los diferentes territorios en los que se lleva a cabo el proyecto.
- Una Base de datos de nuevos pobladores.
- Un Manual de acogida.
- Y prestar servicios de Acompañamiento a ayuntamientos.

INICIO: 2018

LOCALIZACIÓN

Grupos de acción local de varias provincias : 2 de Ávila, 1 de Burgos, 2 de León, 1 de Palencia, 3 de Salamanca, 1 de Segovia y 2 de Valladolid.

AGENTES IMPLICADOS: 12 grupos de Acción Local y Ayuntamientos

RECURSOS:

- Personal: Propios de GAL y la contratación de una persona que coordina los proyectos.
- Material: Propios de GAL

PLAN ESTRATÉGICO: Se hizo un estudio en cada una de las comarcas y se actualizo la base de datos

FINANCIACIÓN: Con fondos leader se financiado la pagina web y se ha contratado al coordinador, y luego cada grupo se adapta con los propios medios y recursos

PRINCIPALES LOGROS

- La Campaña de promoción y plataforma web para tratar de acoger nuevos pobladores, en la que se han recopilado caso de éxito de nuevos pobladores.
- Cada zona aplica las medidas que considera necesarias, no sirve el café para todos, cada GAL, lleva a cabo las actuaciones que considera más necesarias para su territorio, como por ejemplo algunos desarrollan un banco de tierras, otras un espacio coworking, etc

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Buscar financiación

CLAVE ÉXITO: Crear una red de trabajo coordinada, respondiendo a las necesidades específicas de cada municipio. Esta en proceso.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Se valora como muy transferible este proyecto a otros territorios pero han de darse dos condiciones necesarias: la coordinación y la implicación de la población local.



OBSERVACIONES

Es una red de trabajo conjunta que se crea entre un grupos de GAL, con el proposito de juntar recursos y sinergias . Esta en su fase inicial, no se detecta resultados hasta el momento en la llegada de nuevos pobladores, pero si esta trabajando en desarrollar iniciativas innovadoras, como la creación de bancos de tierras, casas y negocios y la creación de espacios coworking.



BUENA PRÁCTICA 21: Proyecto Arraigo



✉ info@proyectoarraigo.es

👤 Enrique Martínez (Director)

📞 Sonia (Contacto La Iruela) 619 43 72 94

🌐 <https://proyectoarraigo.es/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Plataforma para urbanitas que desean arraigarse en el medio rural. Este proyecto surge de la desconexión entre un número cada vez mayor de urbanitas que quieren vivir en el medio rural y los pueblos que quieren recibir población pero no lo consiguen. Contribuyen a encontrar los vínculos entre personas de la ciudad y de los pueblos. Esto hace que exista "arraigo", confianza, hospitalidad y convivencia, lo demás, señalan que lo hace el tiempo.

Cómo se lleva a cabo

La Plataforma cuenta con una metodología para contribuir a materializar la intermediación para que personas y familias interesadas en cambiar de vida y establecerse en el medio rural lo logren. Una vez que se detecta este interés (cuentan con un cuestionario para canalizar la demanda) se ponen en contacto con propietarios de viviendas vacías en el municipios rurales, que respondan a las características familiares y económicas necesarias. Después, a través del conocimiento del perfil profesional de estas personas les prestan ayuda para encontrar trabajo en la zona. La misión última es lograr el arraigo de estas personas y ayudarles a emprender una nueva vida.

Valoración externa tras la entrevista

Su origen está estrechamente vinculado a la historia de su director. Recalcan la importancia de contar con familias que quieran cambiar de vida y con pueblos que les faciliten vivienda y trabajo.

INICIO: 2016 (En curso, con voluntad de permanencia)

LOCALIZACIÓN: Municipios rurales de Soria, Burgos, Salamanca, Madrid (Sierra norte)

AGENTES IMPLICADOS: Colectivo de profesionales (7) comprometidos con el proyecto, que aportan conocimientos en diferentes áreas y localizaciones, para ayudar desde el territorio.

RECURSOS: Personal: el colectivo de profesionales que participan en el proyecto.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: En su origen definieron sus actuaciones para resolver los problemas de la despoblación del mundo rural, concretándose en el "PROYECTO ARRAIGO" (metodología y plataforma).

FINANCIACIÓN: Reciben una pequeña ayuda de los Ayuntamientos y cuentan con dos convenios de patrocinio con Caja Rural de Soria y con el Banco Santander.

PRINCIPALES LOGROS:

- El mayor interés por el proyecto ha generado que se vaya extendiendo paulatinamente a diferentes municipios de Soria, Burgos, Salamanca y la Sierra Norte de Madrid
- Reciben entre 20 y 30 encuestas a la semana
- Cifran en unas 6-10 llamadas al día
- El último asentamiento ha sido de una familia con 7 hijos

DIFICULTADES ENCONTRADAS: En general se apunta que la mayoría de las dificultades derivan de las problemáticas asociadas al mercado de la vivienda en el ámbito rural, así como a las posibilidades de empleabilidad. Con carácter general el presupuesto del proyecto es calificado de "humilde".

CLAVE ÉXITO: El compromiso del colectivo de profesionales que nutren el proyecto. Es fundamental el compromiso de alcaldes/as y de las corporaciones. A tener en cuenta el papel importante que juega la difusión a través de medios de comunicación.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación

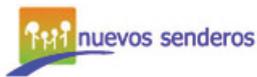


TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Sí, de hecho, se dan iniciativas similares. Es importante tener en cuenta la idiosincrasia de los pueblos, las características de las casas a alquilar y las necesidades de las familias o personas que desean cambiar su modelo de vida al mundo rural.



BUENA PRÁCTICA 22: Nuevos Senderos



✉ mgarcia@cepaim.org

👤 **María García Tarancón**

☎ **661575195**

🌐 <https://bit.ly/2LTmRw6>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El proyecto NUEVOS SENDEROS nace de la idea de dar respuesta a estas tres situaciones o problemas:

1. Alta concentración de población en riesgo de exclusión social en zonas urbanas con alta densidad de población en el estado español, fundamentalmente el Arco Mediterráneo y Madrid capital
2. La dificultad de inserción social y laboral de muchas familias y personas inmigrantes, tanto por su origen territorial de zonas más rurales como por la situación de crisis actual, está expulsando a la población inmigrante de estas zonas urbanas.
3. Despoblación de municipios y territorios rurales en el interior del estado español.

Y convertirlos en una solución: Propiciar la movilidad geográfica de las personas y familias inmigrantes desde zonas urbanas hacia espacios rurales, convirtiéndolos en un contexto de oportunidades laborales y de mejora de la calidad de vida de estas personas y sus familias. Siendo a su vez las personas migrantes agentes de revitalización y desarrollo de las comunidades rurales de recepción.

En definitiva desde Nuevos Senderos llevamos a cabo:

- Difusión, sensibilización y selección de los posibles municipios rurales receptores de población.
- Selección, formación y preparación para el cambio de las unidades familiares.
- Unión de oferta de empleo por cuenta ajena, cuenta propia o cualquier otra oportunidad de inserción sociolaboral en el municipio receptor con la unidad familiar más adecuada.
- Finalmente acompañamiento y seguimiento del proceso de integración sociolaboral de la familia en el medio rural.

INICIO:

LOCALIZACIÓN: 11 comunidades autónomas

AGENTES IMPLICADOS:

RECURSOS:

- Personal:
- Material:

IMPLEMENTANDO PLAN ESTRATÉGICO: Si han hecho estudio previo y estrategia o si solo han detectado el problema y han ido improvisando sobre la marcha

FINANCIACIÓN:

PRINCIPALES LOGROS:

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

CLAVE ÉXITO:

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS



OBSERVACIONES

Se niegan a hacer la entrevista porque observan que es dar demasiada información del proyecto, pero se ofrecen a poder implementar el proyecto en cualquier zona que se crea oportuna.



BUENA PRÁCTICA 23: ARTmosfera



✉ espacio@artmosfera.es

👤 Berta Gascón y Jorge Rodríguez

☎ 610 961 292

🌐 <http://artmosfera.es/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Espacio de creación, enseñanza y aprendizaje de artes escénicas, producción y distribución de espectáculos y actividades relacionadas con el circo y el teatro de calle. Organización de eventos y festivales.

La acción se lleva a cabo porque dos personas que han dedicado su actividad profesional al circo y al teatro de calle deciden regresar a España e instalarse en un sitio concreto donde poder crear un espacio donde otras compañías puedan ir a preparar sus actuaciones y además que puedan hacer primeras muestras y testeos en las poblaciones cercanas. Llevando de esta forma a zonas rurales espectáculos que de otra forma sería difícil que llegaran.

Valoración externa tras la entrevista

Una entrevista con muchísima ilusión y alegría. Saben comunicar muy bien su proyecto y es una charla muy amena. Sería un proyecto que llevaría a cualquier jornada o charla para que hablaran sobre su proceso.

INICIO: 2017 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Grañén (Comarca de los Monegros)

AGENTES IMPLICADOS: Proyecto ARTmósfera

RECURSOS:

- Personal: dos personas desde el principio. Apoyo de amigos y familiares. Voluntarios.
- Material: acondicionamiento del edificio y material variado para las actividades que se desarrollan.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: No. Se lanzaron con los ojos cerrados. Pero en sus cabezas estaba muy clara la idea del proyecto que querían y como lo iban a desarrollar. En el momento que encontraron el lugar donde lo querían desarrollar (fueron buscando por diferentes lugares de Aragón) y vieron que era un punto estratégico (bien conectados, incluso por tren, con ciudades como Zaragoza o Lleida) empezaron a organizarse.

FINANCIACIÓN: Ingresos generados a través del trabajo ofrecido (espectáculos, talleres, festivales, etc.)

PRINCIPALES LOGROS: Acercar el arte al medio rural, y el medio rural al artista, generando nuevas comunicaciones y relaciones interculturales. Así como ofrecer a los pueblos del entorno actividades o actuaciones que, de otra forma, no hubieran tenido la oportunidad de ver.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

Crear un proyecto así en este espacio, una finca aislada del núcleo de población, en un entorno principalmente agrícola tenía sus dificultades:

- Conexión a internet: ninguna de las compañías más grandes que pensamos llegan a todo el mundo, nos podía ofrecer conexión, algo muy necesario para nuestro trabajo. Tuvimos que buscar un poco más de lo que habríamos hecho en una ciudad, pero enseguida dimos con una empresa regional que nos resolvía el problema.
- Electricidad: la finca no tiene conexión a la red eléctrica, solo contaba con placas solares muy viejas (que apenas cargaban las baterías) y un generador a gasoil. Tuvimos que cambiar toda la iluminación a led, y prescindir de aparatos o electrodomésticos que consumieran demasiada electricidad. Ahora, 3 años después, gracias a la donación de un amigo, tenemos placas nuevas, que nos permiten vivir de forma un poco más sostenible, reduciendo considerablemente el consumo de gasoil.
- Vivienda: la casa llevaba mucho tiempo en desuso, y las condiciones de habitabilidad no eran las mejores. Tampoco había interés por parte de los propietarios de hacerse cargo. Así que poco a poco vamos arreglando (puertas, ventanas,...) para estar cada vez un poco mejor.
- Instalaciones: transformar espacios (salas o nave) utilizados como bodega, llenos de basura y materiales inservibles, en salas de ensayo para el teatro, el circo o la danza tampoco fue fácil.

A menos que cuentes con grandes cantidades de dinero para invertir y que te lo hagan, que no era nuestro caso, el transformar un espacio así requiere de mucho esfuerzo y tiempo, porque hemos ido haciendo a medida que íbamos consiguiendo los materiales, la mayoría reciclados de otros lugares donde ya no los necesitaban.



BUENA PRÁCTICA 23: ARTmosfera



Las inclemencias del tiempo tampoco nos lo ha puesto fácil, cuando después de dos años, por fin teníamos el espacio de entrenamiento más grande terminado, una fuerte tormenta nos voló el tejado, inundando toda la sala, colchonetas, equipos de sonido...

CLAVE DE ÉXITO: Equipo profesional con dilatada experiencia y una oferta diferente que no se llega a ver en las zonas rurales.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, se puede llevar a cabo en cualquier lugar. A la hora de poner en marcha este proyecto habría que tener en cuenta:



- La ubicación: si bien puede desarrollarse en casi cualquier lugar, si que es verdad que estar en un lugar fácilmente accesible, facilita las cosas.
- El espacio físico: no todos los proyectos tienen las mismas necesidades, pero para algo como el nuestro, relacionado con el circo, el espacio era importante. Hacían falta salas grandes con bastante altura. Por lo que es importante tener claro desde el principio las necesidades principales de tu proyecto, a la hora de elegir el lugar.
- Financiación: no tanto para ponerlo en marcha, si no para mantenerlo en el tiempo. Cómo generar recursos para poder continuarlo.



BUENA PRÁCTICA 24: Festival El Gaire



✉ jpankrudo@gmail.com

👤 Jose Ramón Herrera

☎ 646237230

🌐 <https://gaire.es/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Festival de artes escénicas al aire libre. Durante dos días más de 20 compañías actúan en diferentes localizaciones del municipio.

La acción se lleva a cabo gracias a que el Ayuntamiento se planteó esta idea, que desde el primer momento contó con la colaboración de la comisión de fiestas y la Asociación Cultural el Calabozo representando estas a toda la masa social de Pancrudo, esto hizo que todos los pancrudinos se volcarán con el Gaire desde el principio y ahí está parte de su éxito. La elección de la fecha en septiembre se eligió en torno a varios factores que se consideraron muy importantes:

- Estaba claro que tenía que ser fuera del mes de julio y agosto, se trataba de sumar, de conseguir que a un fin de semana normal fuera del verano darle un impulso en afluencia visitante.
- Potenciar el bar y las casas rurales de la localidad y alrededores en fechas de temporada baja, de esta forma se crea donde no lo había el mejor fin de semana del año desde el punto de vista turístico.
- Se consigue alargar el verano, debido que hay personas que se iban a finales de agosto, se van después del Gaire.
- En nuestro pensamiento como comarca, en junio era la Poborina, se pretendía que hubiera un espacio de tiempo entre ellos.
- Dentro de la actividad de la comisión y asociación septiembre se quedaba vacío.

Valoración externa tras la entrevista

Nos encontramos a un pueblo muy poco poblado pero que la gente que reside y los que tienen vínculo mantienen fuertes lazos. Además son pueblos que mantienen cierto dinamismo, lo que hace que el poder hacer algo más grande es posible.

Un grupo motivador potente y un Ayuntamiento que apueste por ello es la gran clave para el éxito de este festival.

También que la temática está muy orientada a las familias, por lo que hace que se desplacen desde muchos puntos de Aragón y Comunidad Valenciana para pasar un fin de semana en Pancrudo.

INICIO: 2008 (en funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Pancrudo (Comarca Comunidad de Teruel)

AGENTES IMPLICADOS: Voluntarios y Ayuntamiento

RECURSOS:

- Personal: Voluntarios y 23 personas contratadas. Son unas 80 personas participando directamente, no sólo de Pancrudo sino se han ido incorporando de otros municipios como Monreal del Campo, Escucha, Aliaga, Cantavieja, Cuevas de Almudén, Fuentes Caliented, etc.
- Infraestructuras: Se necesitaban varios escenarios, al ser diferentes espacios, numerosos bancos y sillas, mesas. Al principio se los pedíamos a los pueblos vecinos, ahora los escenarios y las sillas se alquilan.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: Para la realización de la película "Soñando un Lugar" si que se realizó un estudio de campo importante.

FINANCIACIÓN: Consumo en barra, venta de merchandising, Ayuntamiento e instituciones y pequeñas empresas que colaboran.

PRINCIPALES LOGROS: Ofertar actividades para una demanda diferente. Actividades dirigidas a un ocio en familia y que llega a mover a gran cantidad de gente.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

El tema económico y la colaboración de las instituciones. Dificultad para conseguir una estabilidad económica año tras año.

CLAVE DE ÉXITO: Gran equipo humano.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, además en la zona han surgido varios. La filosofía es hacerlo fuera de julio agosto, conseguir que los pueblos sean atractivos para vivir y visitarlos durante todo el año. Hay que ampliar la oferta de ocio y cultural para que la gente de la zona no tenga que ir a buscarlo fuera.



BUENA PRÁCTICA 25: Poborina Folk



✉ correo@poborinafolk.es

👤 Sergio Zaera

☎ 687817097

🌐 <http://www.poborinafolk.es/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El festival de músicas de raíz POBORINA FOLK se celebra el fin de semana más cercano a la noche de San Juan. De la palabra aragonesa borina (fiesta) y el nombre de El Pobo nació el nombre de Poborina, y de las tradicionales Albadas nace este festival que crece año tras año.

La acción se lleva a cabo por un grupo de voluntarios que deciden impulsar y revitalizar las fiestas de San Juan, que son las fiestas patronales del pueblo. Querían buscar por un evento diferente a las orquestas que se hacían tradicionalmente.

Valoración externa tras la entrevista

El Poborina es el festival que más años lleva en la zona y con más reconocimiento, además ha sido el precursor de otros festivales con diferentes temáticas pero que buscan lo mismo. Atraer a población aunque sea una vez al año y revitalizar así el pueblo. Son las fiestas populares revisadas y ampliadas, en pleno discurso de que se ha acabado la época de las verbenas estos festivales aportan una nueva visión.

INICIO: 1999 (en funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: El Pobo (Comarca Comunidad de Teruel)

AGENTES IMPLICADOS: Comité Organizador

RECURSOS:

- Personal: Comité organizador, voluntarios y artistas
- Material: vallas, papeleras, escenarios, baño, APP, WEB, redes sociales, etc.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: Para la realización de la película "Soñando un Lugar" si que se realizó un estudio de campo importante.

FINANCIACIÓN: Instituciones públicas, barra, comida, merchandising, lotería y cuotas de los socios de la Asociación Cultural El Ardacho (170 socios)

PRINCIPALES LOGROS: Ser un festival referente que ha ido creciendo a lo largo de los años. Actualmente tiene zona de mercadillo, de comidas, de acampada, etc. La cifra de visitantes es de entre 4.000 a 5.000.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: No saber el dinero exacto con el que se puede contar, ni hasta donde vas a poder llegar con él.

CLAVE DE ÉXITO: La implicación de más de 60 voluntarios y la organización interna que tienen desde dentro.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, aunque requiere mucho esfuerzo sacar una actividad cultural de gran envergadura en el medio rural (hablamos de un pueblo con 50 habitantes en invierno) y requiere mucha gente implicada.



BUENA PRÁCTICA 26: Un pueblo a ganchillo



👤 Dorita Rodriguez 659074435

☎ Albergue (921 121 776) - Ayto (921 532 181)

🌐 <https://www.pueblosenarte.com/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Un grupo de mujeres de la localidad de Navares de las Cuevas, organizan una Feria de ganchillo anual en la localidad de Navares de las cuevas, en la que se engalana el pueblo con piezas de ganchillo elaboradas por un grupo de mujeres. Adornan farolas, monumentos y también recrearán escenas típicas de la vida en el medio rural, con maniqués vestidas con prendas de lana o recrean monumentos como el acueducto de Segovia.

El proyecto lo llevan a cabo 6 mujeres de la localidad, cinco de ellas al 100%, el trabajo lo hacen cada una en su casa, dos de ellas se llevan la tarea a Madrid que es donde residen habitualmente. Cada año planifican la temática entre ellas y van elaborando las piezas de ganchillo para exponerlas en la Feria que se celebra anualmente la primera semana de agosto. Evitan que coincida la Feria con las fiestas populares.

Valoración externa tras la entrevista

Hay proyectos similares en otros pueblos de España. P.e la Asociación de Mujeres 'Villa Áurea' de Villoria de Órbigo, en León realizan cada año un nacimiento de ganchillo. Actuación muy temporal, para dinamizar la vida en el pueblo una semana al año.

INICIO: 2014 (Celebración anual, primera semana de agosto.)

LOCALIZACIÓN: Navares de las Cuevas (Segovia)

AGENTES IMPLICADOS: Grupo de mujeres, el Ayuntamiento y la gente del pueblo

RECURSOS: Personal y material: Asociación de Ganchillo

IMPLEMENTACIÓN PLAN ESTRATÉGICO: Ninguno. Actuando sobre la marcha

FINANCIACIÓN: Tienen ayuda de empresas del territorio, organizan varias rifas al año. No tienen recursos públicos. Ponemos una taberna de ganchillo y otra de bebida los 8 días de la feria. En principio las mujeres y el Ayuntamiento puso 800€ para comprar lana en la primera feria que se organizó, progresivamente se ha ido financiando con aportaciones y con la venta de recuerdos durante la semana de la feria.

PRINCIPALES LOGROS: Se pone de relieve cómo ha contribuido a fortalecer lazos entre los vecinos/as, cómo ha sido un vehículo para dar a conocer el municipio. Que se conozca más el pueblo, tienen una asociación de ganchillo y están intentando hacer cursos de ganchillos y reuniones de convivencia para los vecinos y los de otros pueblos y favorecer el asentamiento de población joven. Y difunde la vida y cultura del medio rural segoviano. Con una población de 22 censados y 14 residentes fijos, la localidad se llenará de turistas. Casi 2.000 personas pasan por la feria y va aumentando cada año.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Financiación. "Las económicas, porque empezó el Ayto. nos prestó dinero, después nos ha ido donando algo. El dinero lo necesitamos para muchas cosas, hemos tenido que comprar 12 carpas para poner escenas, la compra de lana, los viajes para comprarla. Tenemos un palacete y quieren arreglarlo para poner un museo del ganchillo".

CLAVE ÉXITO: Mujeres voluntarias, apoyo del Ayuntamiento y de la gente del pueblo, Difusión de la Feria por los medios de comunicación. Atraen un gran número de visitantes

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si consideran que es transferible y están dispuestas a asesorar a quien quiera. Recomiendan, "que lo empiecen que no se vayan atrás, que el objetivo es dinamizar la vida de los pueblos y atraer gente al pueblo. Ninguna nueva familia ha venido al pueblo, hay escasez de vivienda".



BUENA PRÁCTICA 27: Pueblos en Arte

Pueblos
en ARTE

✉ info@pueblosenarte.com

👤 Lucia Camon

☎ 669858905

🌐 <https://www.pueblosenarte.com/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Arte y cultura como herramienta para reactivar territorios afectados por la despoblación, conectando el arte de las ciudades con el ámbito rural y al pueblo con el artista. Desarrollan proyectos en colaboración con instituciones, entidades y agentes culturales.

La actividad se lleva a cabo porque un grupo de personas del mundo de la cultura apuesta por llevar actividades culturales a una zona despoblada. Su intención es generar movimiento y conectar el territorio al arte.

Valoración externa tras la entrevista

Nos encontramos con una persona bastante desencantada de la administración y de los procesos que genera. Esto hizo que la entrevista fuera bastante complicada.

Pero si que vemos que son gente que busca innovar y buscar nuevos nichos de atracción de población y recursos a través de la cultura. Y la cultura siempre es lo que menos relevancia tiene para la administración.

INICIO: 2014 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Torralba de Ribota (Comarca de Calatayud)

AGENTES IMPLICADOS: Cuatro socios

RECURSOS:

- Personal: socios
- Material: necesitarían un espacio residencia donde alojar a gente

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: Para la realización de la película "Soñando un Lugar" si que se realizó un estudio de campo importante.

FINANCIACIÓN: Instituciones públicas y privadas

PRINCIPALES LOGROS: Han realizado durante ocho años una película "Soñando un Lugar" que ahora está en festivales y cines, la cual cuenta todos los orígenes. El festival "Saltamontes" que lleva dos ediciones y que es un fin de semana de actividades culturales de todo tipo.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

Convencer a las instituciones de que la cultura es un motor de cambio, en el que merece la pena invertir recursos.

CLAVE ÉXITO:

- Escuchar al territorio y a sus habitantes.
- Contar con un equipo de personas que tenga conocimiento del mundo artístico actual.
- Buscar instituciones que estén dispuestas a invertir en este recurso y arriesgar.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, escuchar al territorio y sus habitantes porque en todos existe una cultura o una capacidad para atraer actividades culturales. Y sobre todo si sus instituciones están dispuestas a invertir.





✉ rdb@riberadeldueroburgalesa.com

👤 Hector (gerente@riberadeldueroburgalesa.com)

☎ 947 55 20 91

🌐 <https://www.pueblosenarte.com/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Es un proyecto englobado en un programa de voluntariado RIBERA VOLUNTARIIS. Está destinado a poner en valor el excepcional patrimonio de los pueblos de la Ribera del Duero Burgalesa permitiendo su conservación y cuidado a través de su valorización.

Surgió para valorizar el patrimonio material e inmaterial del territorio, la relación intergeneracional y realizar procesos de participación ciudadana. No solo se busca que venga gente de fuera sino que la gente del pueblo valore lo que tiene en su pueblo su patrimonio para que lo cuide y lo mantenga. Por ejemplo la construcción de adobe en espiga.

Se lleva a cabo a través del equipo de voluntariado riberizadores se han encargado de recopilar y rescatar los secretos de la historia, el patrimonio y la cultura de sus respectivos pueblos conformando varias rutas dignas de ser exploradas y que serán explicadas por los propios vecinos. Estas visitas permiten, no sólo conocer el arte y la historia de la comarca ribereña, sino también sus tradiciones, leyendas y misterios. Lo voluntarios riberizadores acompañan en las rutas y son gratuitas, dirigidas a todos los públicos y se realizan a pie

INICIO: 2016

LOCALIZACIÓN:

AGENTES IMPLICADOS:

RECURSOS:

- Personal: Una persona está trabajando en exclusiva para este proyecto en la Asociación. Para ponerlo en marcha y luego mantenerlo, quieren aumentar nuevas rutas en la comarca. Este año están trabajando en la difusión del proyecto y hacer que se conozca.
- Material: El propio de la Asociación para el Desarrollo Rural Integral (A.D.R.I.) para la Ribera del duero burgalesa. La web la gestionan ellos mismos.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: Para la realización de la película "Soñando un Lugar" si que se realizó un estudio de campo importante.

FINANCIACIÓN: El proyecto está financiado con el convenio firmado con SODEBUR (La Sociedad para el Desarrollo de la Provincia de Burgos (SODEBUR) es un ente instrumental de la Diputación para promover el desarrollo económico y social de nuestra provincia y sus municipios. Para ello desarrolla su trabajo vertebrado en cinco áreas: energía, industria, turismo, cooperación institucional y promoción económica y social. Presupuesto estimado: 20.000,00-25.000,00 euros

PRINCIPALES LOGROS: Balance: 2000 visitas en pueblos que nunca eran visitados.

- Se han creado 12 rutas de recorrido a pie, para conocer las diferentes zonas y patrimonio del territorio. Se puede reservar con antelación y son gratuitas.
- Se creó la entidad de voluntariado con sus requisitos legales.
- Se consiguieron voluntarios en el medio rural.
- Con los voluntarios durante 3 o 4 meses buscaron información histórica, que trasladan en las rutas interpretativas.
- Se difundió entre la gente del territorio y los de fuera.
- La gente que viene pasa por diferentes negocios del pueblo, con lo cual se revitaliza y apoya las empresas y servicios existentes.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

- Darlo a conocer para captar voluntarios. Difundir los proyectos, intentar captar nueva gente, para que vengan a verlo.
- Hablar con todos los actores del territorio, Ayto y asociaciones, para que tengan claro el objetivo del proyecto. Sembrar para poner en valor los pueblos para fijar población.

CLAVE DE ÉXITO: Crear un grupo de voluntarios implicados que permiten mantener esta recurso de manera continuada





Valoración externa tras la entrevista

Es un proyecto a pequeña escala, que exige para su desarrollo contar con un grupo de voluntarios de forma permanente para poder mantener el servicio, el impacto es muy positivo, porque crea identidad, pone en valor la vida y el patrimonio del territorio, fija y atrae población, dinamiza el turismo y la actividad económica.

PLAN ESTRATÉGICO: Elaboraron un protocolo de actuación que van mejorando de continuo. Todas las tareas y pasos que dan lo tienen protocolarizado. Este sistema sirve además también se da formación a los voluntarios, para poder transferir este proyecto a otros territorios.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, es fácilmente extrapolable, y la asociación cuenta con herramientas para facilitar a otras su implementación, y recomienda para ponerlo en marcha:



- Contar con el presupuesto mínimo para contratar a una persona para hacerse cargo y los costes inherentes al servicio.
- Definir un protocolo de actuación, darse de alta como entidad de voluntariado, que una persona dinamice el proyecto, contratar seguros de RC y RA, equipamiento para el voluntario y establecer un calendario formativo para los voluntarios.
- Establecer bien las diferentes fases del trato con los voluntarios y los visitantes, primero centrarse en captar pueblos interesados, y posteriormente en dar a conocer el proyecto, trabajando personalmente con grupos organizados, particulares y entes del territorio



BUENA PRÁCTICA 29: Monegros Film Commission



✉ turismo@monegros.net

👤 Natalia Arazo

☎ 974 57 00 90

🌐 www.losmonegros.com/sitios/filmcommission

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Servicio de información y asesoramiento a las productoras interesadas en desarrollar su trabajo en cualquier punto de la Comarca de Los Monegros, agilizando y facilitando los trámites necesarios. También pretende promocionar la comarca y la propia industria audiovisual, ofreciéndoles espacios singulares y únicos en Europa.

La acción se lleva a cabo ante la atracción de productoras por la zona debido al potencial paisajístico que tienen Los Monegros. Esto hace que la oficina de turismo comarcal empiece a recibir peticiones y se vean en la necesidad de ir profesionalizándose y ampliando su forma de gestión. Ante esta situación se creó la film Commission.

Valoración externa tras la entrevista

Fue de las primeras Film Commission de Aragón y se nota que tienen un paisaje diferente que vender. También tienen una buenísima ubicación, ya que es una zona de paso entre Madrid y Barcelona, que es donde más se encuentran las productoras de audiovisuales.

INICIO: 2010 (en funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Municipios Comarca Comarca Monegros

AGENTES IMPLICADOS: Comarca de los Monegros

RECURSOS:

- Personal: Tres técnicas del área de turismo.
- Material: Base de datos y fotográfica de la Comarca.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: No, fueron realizando cosas conforme iban surgiendo. Primero hicieron fotos, luego hicieron una base de datos y fueron atendiendo a las necesidades que iban surgiendo

FINANCIACIÓN: Presupuesto de la Comarca

PRINCIPALES LOGROS: Promoción gratuita de los Monegros.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

No tener un pequeño archivo fotográfico propio al principio. Conocer los trámites para diferentes situaciones planteadas.

CLAVE DE ÉXITO: Conocer el territorio y disponibilidad.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Sí, igual que a Monegros le va bien y es una gran promoción puede ser para otros territorios. Tienen que poder ofrecer paisaje y sobre todo discreción. Confidencialidad y que la disposición sea absoluta.



BUENA PRÁCTICA 30_ Taller Colectivo y Centro Cultural “El Hacedor”



✉ info@imagenesypalabras.com

📞 634 415 302

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Este proyecto surge de un proyecto de vida de dos jóvenes con ganas de vivir, que deciden irse a vivir a un pequeño pueblo de Burgos, compraron una casa por medio millón de pesetas, conscientes de que la tenían que arreglar, en menos de un mes compraron una furgoneta, ella y su pareja como medio de vida para buscar actividades relacionados con el arte, su marido era escultor y el vacío de arte en Burgos y la escasa oferta les fueron llevando progresivamente a ir desarrollando su sueño, que era traer nuevas actividades de arte y cultura a los pueblos, con el fin de frenar la despoblación y visibilizar las ventajas de la vida rural.

A lo largo de los 19 años que esta funcionando su proyecto vital han desarrollado una gran diversidad de proyectos:

- Crearon la Asociación Imágenes y Palabras, por medio de la cual se organiza una actividad continua relacionada con las artes y la cultura, en pueblos de la comarca y en ciudades de la provincia de Burgos. Con la intención de estimular a los artistas a la creación de obras y de ideas así como la búsqueda de la participación amplia y activa del público. La Asociación viene realizando desde el año 2000 diferentes actividades, que de alguna manera están relacionadas con la cultura y la sociedad: exposiciones de arte contemporáneo, proyecciones cinematográficas, concursos de espantapájaros, participación en foros, presentaciones de libros, etc.

- Crearon el Taller Colectivo y Centro Cultural «El Hacedor» ubicado en La Aldea del Portillo de Busto es la sede de la Asociación, es la base de creación, el punto de partida y el lugar de encuentro. En él se ubican amplios talleres para la producción artística, una galería de arte (150 m2), una pequeña biblioteca, un albergue y una

INICIO: 2000

LOCALIZACIÓN: Aldea del Portillo de Busto (Burgos)

AGENTES IMPLICADOS: Los dos socios creadores de la Asociación y propietarios El Taller Colectivo y Centro Cultural «El Hacedor» y del Albergue.

RECURSOS: Este proyecto cultural y artístico ha salido adelante gracias al trabajo con voluntarios (inter)nacionales, tanto en campos de trabajo de corta duración, como con voluntarios individuales de largo periodo, para realizar los proyectos. Por un lado por necesidad (no hay gente/jóvenes en esta región), para ampliar el territorio de actuación (crear redes y colaboraciones) y el programa ERASMUS.

PLAN ESTRATÉGICO: El proyecto surgió de la nada es improvisación permanente, no ha habido plan estratégico ni nada, un accidente histórico de jóvenes con ganas de vivir, compramos una casa por medio millón de pesetas, y éramos conscientes de que la teníamos que arreglar, en menos de un mes compraron una furgoneta y así sucesivamente.

FINANCIACIÓN: Muchas ayudas de empresas locales de construcción en la época del boom de la construcción. Los fondos LEADER muy poco, porque nos han considerado un proyecto comercial y solo financian el 30% en vez del 70%. Y sobre todo el voluntariado internacional

PRINCIPALES LOGROS: El Hacedor se ha convertido en un referente para este mundo rural, que alza la voz frente a la despoblación y ofrece una alternativa cultural en este universo alejado de los entornos urbanos habituales. Su alma rural no les deja en cambio quedarse encerrados en el campo. Las exposiciones que han llevado a las ciudades se cuentan por decenas así como su participación en encuentros, actuaciones teatrales, conciertos, presentaciones de libros, ferias rurales y cursos.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

Muchas sobre todo económicas para poder rehabilitar los edificios en ruinas que fuimos comprando y para el mantenimiento de las mismas.

El proyecto no genera ingresos ni siquiera para contratarme a mi misma, tenemos una económica muy precaria, hay muchas subvenciones y ayudas que han ido cayendo desde la crisis en el 2008, el concepto de cultura gratis en España esta muy interiorizado. En este proyecto las condiciones de vida son muy difíciles y precarias. El albergue que tenemos no da para pagar sueldos, además en los últimos cuatro años han creado varios albergues municipales lo que ha aumentado la competencia y disminuido nuestros ingresos. Han pasado de ser un proyecto privado pendiente de financiación pública, no hay constante de ingresos, no hay convenios con la diputación y el Ayto., etc.

CLAVE DE ÉXITO: la implicación de los creadores del proyecto y la participación de voluntarios internacionales y Erasmus. Actualmente el proyecto se mantiene en base a un trueque nosotros ponemos el espacio y el artista su obra. En los primeros años cuando organizaban exposiciones en muchos pueblos, se ponían en contacto con artistas locales y así fueron que creando la red de contactos en el mundo artístico, que actualmente mantiene la vida del proyecto.





casa. En los talleres, artistas de diferentes procedencias pueden producir obras e intercambiar experiencias. La galería es un lugar abierto para exposiciones de cualquier disciplina artística y para presentaciones de películas, obras de teatro, recitales de poesía, conciertos de música, danza, para ofrecer charlas, presentar libros y cualquier otra actividad que coincida con los objetivos de Imágenes y Palabras.

Valoración externa tras la entrevista

Es un proyecto cultural y artístico, que ha tenido éxito gracias a la voluntad y tesón de las dos personas que lo gestaron y lo desarrollaron. Aunque han intentado diversificar su actividad, el coste del mantenimiento sigue siendo muy elevado, ha conseguido crear un puesto de trabajo que es la persona que ayuda a gestionar el espacio y las actividades que allí se llevan a cabo.

Es un centro de atracción cultural y artística en el territorio. Con financiación pública o privada a través de Fundaciones o empresas este tipo de proyectos es difícil de mantener.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Se considera que el proyecto es potencialmente transferible a otros entornos, y se recomiendan las siguientes actuaciones para ponerlo en marcha:



- Contar con ayuda del voluntariado para mantener y desarrollar los proyectos
- Desarrollar paralelamente a la actividad cultural y artística, actividades ganaderas y agrícolas, como complemento para el mantenimiento económico.
- Potenciar una relación más fluida con las administraciones locales.
- Que no se deje vencer por las exigencias administrativas y todas las cosas que son aparentemente necesarias, sobre todo que usen la fantasía y el amor y creer en lo que estás haciendo, el balance siempre es positivo.



BUENA PRÁCTICA 31: Playa 220



✉ info@tallertopotesia.com

👤 Javier Martínez

☎ 665251019

🌐 <https://www.facebook.com/playa220/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El proyecto es un plataforma multidisciplinar, que se constituye para conseguir la transformación de un pueblo y frenar la despoblación con los recursos propios del pueblo. El arquitecto Javier Martínez, de la asociación Taller Toposia, ha liderado el proyecto desde el origen hasta la actualidad. Nace con el objetivo de poner en valor elementos que tenemos en el territorio a través de la cultura y la educación y en el caso de la arquitectura es darle otro uso, siempre con el objetivo de frenar la despoblación y fijar población. “Utilizar lo que tengo para crear riqueza y que la gente se quede allí, fijo población cuando la gente que viene se queda, si puede ser del pueblo mejor”.

El proyecto se pone en marcha, en base a tres líneas de actuación: la educación, la cultura y la arquitectura, que vertebran todo el proyecto.

- La educación, a través de talleres, reuniones, workshops, en los que la gente del pueblo, con la colaboración estudiantes de la facultad de arquitectura de Alicante, pusieron en común el desarrollo que querían para su pueblo, a través de ciclos, coloquios, ideas, entrevistas a las gentes, actos de participación ciudadana para crear ideas, formar equipos y sobre todo para crear conciencia y avanzar en el proceso.

- La cultura, se centra en organizar un Festival “playa 220” que dura una semana y media en la que se realizan actividades que ponen en valor todo lo que se ha ido haciendo durante todo el año en educación y arquitectura, a modo de altavoz para darse a conocer.

- Arquitectura, la rehabilitación, poner en uso actual todos aquellos elementos arquitectónicos que estaban en desuso, por ejemplo un palomar se rehabilitó para un centro de interpretación y en un alojamiento/ albergue para las personas de paso, un remolque se rehabilitó para reconvertirlo en un escenario móvil, en el frontón que no se utiliza, un artista pintó una playa en una pared del frontón y la otra pared se pintó en blanco para utilizarla como pantalla de proyección para cine de verano, también se llevan a cabo actuaciones para la recuperación

INICIO: : 2015 se organiza el primer festival (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Vallecillo (León)

AGENTES IMPLICADOS: El ayuntamiento de Vallecillo, la Asociación Toposia, la Universidad de Alicante. Facultad de Arquitectura y la Universidad de León y Turismo, pero sobre todo la gente del pueblo.

RECURSOS:

- Personal:
- Material:

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: El proyecto se inició a partir del proyecto de carrera de Javier Martínez y el de una compañera, en el que solo tenían un esbozo de las fases educativa, constructiva y formativa. La puesta en práctica ha sido algo que se ha ido desarrollando en la prueba error.

FINANCIACIÓN:

- Estudiantes de la universidad de Alicante y su Escuela de Arquitectura, facilitó un grupo de estudiantes de la asignatura introducción a proyectos. El proyecto se presentaba con el apoyo de Topotesia y el Ayuntamiento de Valdecilla.
- La universidad de León con el departamento de Turismo de firmó un convenio de colaboración.
- También el apoyo vía patrocinio de empresas para utilizar el soporte publicitario del evento. Se ha conseguido pequeñas cosas y muy insatisfactorios, escaso apoyo.
- La Diputación de León se interesó pero el apoyo real fue escaso, el segundo año se recibió un poco de dinero, para organizar un taller o charlas.
- El Centro de Desarrollo de Estrategias para el Repoblamiento Rural se ha creado gracias a una subvención del Instituto Leonés de Cultura (ILC) de la Diputación de León, de 200.000 euros, a través de una convocatoria pública de subvenciones.

PRINCIPALES LOGROS: Se ha creado el Centro de Desarrollo de Estrategias para el Repoblamiento Rural, generando un puesto de trabajo. Y otro en un futuro con la creación del centro de telegestión.

El proyecto de Vallecillo se ha convertido en un centro de referencia de regeneración urbana multidisciplinar.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

El principal hándicap de este proyecto es la limitada capacidad económica y social (muy pocas habitantes, 80 habitantes). Se han presentado a muchas subvenciones hasta que se ha conseguido la actual, que ha permitido dar continuidad al proyecto.

CLAVE ÉXITO:

- Implicación del Ayuntamiento y el liderazgo del proceso por parte de la Asociación Topotesia, formada por jóvenes arquitectos con mucha motivación, vocación, ilusión y ganas.
- La participación ciudadana.
- Voluntarios estudiantes y profesionales.



BUENA PRÁCTICA 31: Playa 220



de espacios, por ejemplo talleres de arquitectura efímera dentro de las bodegas, otros talleres de pintura con luz por la noche,, talleres en la iglesia, en la naturaleza. Etc.

A raíz de la creación de esta plataforma multidisciplinar, el Ayto. de Vallecillo compro la última casa de arquitectura tradicional abandonada, y se rehabilito convirtiéndose en un conjunto agropecuario de vivienda, para darle otro uso al tradicional, aunque al principio se pensó en crear un alojamiento rural , finalmente va a ser usada como lugar estable donde poder realizar lo que se está haciendo en Vallecillo y que hasta ahora se estaba haciendo de manera muy precaria, se va a convertir en un Centro de estudio y diseño de proyectos para la regeneración urbana del medio rural, en el que se va a contratar una persona para llevar y gestionar el centro.

Un pajar abandonado, se va a reconvertir con el apoyo de Telefónica, en un centro de telegestión y que podrá emplear a una persona.

Valoración externa tras la entrevista

Para poner en marcha este proyecto se necesita una gran implicación por parte de la Administración local o la que proceda, de la población donde se ponga en marcha y sobre todo se ha de contar con un grupo multidisciplinar en regeneración urbana que lidere y gestione el proyecto.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

El proyecto es totalmente transferibles. Condiciones necesarias:

- Incluir la perspectiva multidisciplinar, es fundamental para llevar a cabo proyectos de este tipo, hablamos de arquitectura, pero para ocupar la arquitectura se necesita la ayuda de una agente de desarrollo, de empresas, del Ayuntamiento, de la gente del pueblo, etc. .Perfiles profesionales distintos, un equipo de trabajo multidisciplinar, terminar de desarrollar bien esta estructura de proyecto de Valdecilla para poderlo transferir a otros territorios. Yo quiero hacer versiones de esto pero con una estructura clara, por ejemplo para implantarnos aquí, necesito un ADL., un trabajador social, un agente dinamizador y que busque patrocinios, etc,
- Vallecillo es un prototipo de puesta en marcha de este proyecto, para trasladar este conocimiento a otro municipio. Estamos creando un modelo para poder transferirlo a otros municipios.
- Establecer una estrategia de actuación compartida y consensuada por todos los actores que forman parte del proyectode regeneración urbana multidisciplinar. Con el fin de no desviarnos del objetivo principal con el que nacen estos proyectos que es fijar población y frenar la despoblación.





✉ info@tierrasagroecologicas.es

👤 Mila Martín (Secretaria de la Red Terrae)

☎ 606346071

🌐 <https://bit.ly/2t7eXsg>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El proyecto consiste en crear una herramienta para dinamizar solares, fincas o tierras sin uso, urbanas o rústicas, y semillas para activar la oferta de tierras, y ofrecerla a la creciente demanda de pequeñas o medianas iniciativas agroecológicas. Este banco de tierras es una iniciativa liderada por una red de municipios, abierto a nuevas incorporaciones, públicas o privadas.

En cuanto al banco de semillas, en cada pueblo hay auténticas personas que custodian tesoros de la biodiversidad a punto de desaparecer. Con esta red de guardianes de semillas pretendemos conectar a aquellas personas preocupadas y ocupadas por mantener cada una de esas semillas antes de que se pierdan en el olvido y no conozcan una tierra para seguir siendo parte de la vida. Existen muchas asociaciones, iniciativas y personas individuales que están trabajando para que esto no ocurra en Extremadura. A través de este proyecto queremos darle la visibilidad que se merecen para ello el proyecto propone:

- Este proyecto lo lleva a cabo la Asociación intermunicipal Red Terrae (Red territorios Reserva Agroecológicos), y está abierto a que cualquier Ayuntamiento o Corporación local puede hacerse socio.
- Se pone en práctica mediante una base de datos de fincas y semillas con entradas para la oferta y para la demanda de tierras, un modelo tipo de “contrato de custodia agroecológico” entre propietario y usuario interesado, que puede ser mediante cesión o en alquiler, y por el tiempo acordado entre las partes, con la garantía de una herramienta gestionada e impulsada por las administraciones locales. Este banco se esta creando hasta el momento sólo en Extremadura

INICIO: 2018 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Banco de Tierras en España y Banco de semillas. C.A. de Extremadura

AGENTES IMPLICADOS: Asociación intermunicipal Red Terrae (Red territorios Reserva Agroecológicos) y Ayuntamientos que se quieran sumar al proyecto

RECURSOS:

- Personal: Asociación intermunicipal Red Terrae y técnicos municipales
- Material. Asociación intermunicipal Red Terrae

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

No lo realizaron al principio, pero se está realizando en la actualidad. Han visto la necesidad de hacer un plan de mercado y de viabilidad para los diferentes productos que están transformando o recolectando.

PRINCIPALES LOGROS

Fomentar y posibilitar por un tiempo el aprovechamiento agroecológico de solares y tierras en desuso; dinamizar oportunidades e iniciativas socioambientales y educativas, facilitar la posibilidad y estimular la creación de autoempleo en el emergente sector agroecológico.

- Balance de la herramienta banco de tierras: Usuarios (2633), Demandas (338), Parcelas (193) y Superficie (1.423.606 m2)

A través de este proyecto red de guardianes de semillas se le esta dando visibilidad:

- Se ha unificado un protocolo de recuperación y conservación,
- Se está dando visibilidad al recurso de estas semillas en un escaparate geolocalizado en la web. De esta manera cualquier persona que se comprometa a cultivarla y a conservarla pueda tener acceso a estas valiosas semillas, y al mismo tiempo compartir su conservación y conocimiento.

CLAVE ÉXITO

- Para los ayuntamientos y técnicos municipales esta herramienta es una oportunidad para dinamizar iniciativas sociales, culturales, o incluso de autoempleo, sin ningún coste añadido, ofrecer servicios de interés para los vecinos, sean oferentes o demandantes de tierras, de conocimientos o productos. Los ayuntamientos, apoyándose en esta red de Municipios, pueden captar, introducir y ayudan a articular la oferta y la demanda de tierras, pudiendo además especializarse en captar y orientar de modo específico a los desempleados o perfiles con específicas dificultades laborales. La dinamización de Huertos sociales, composteros comunitarios u otras iniciativas aprovechando los recursos infrautilizados y el capital social que sean capaces de movilizar en su territorio. Estas son algunas de las responsabilidades que los Ayuntamientos pueden asumir sin costes, en estos tiempos de “gestión de la escasez”.
- Para los movimientos sociales o vecinales esta herramienta puede ofrecer la oportunidad de animar a su ayuntamiento a participar en este tipo de iniciativas y buenas prácticas de dinamización de recursos ociosos. Les permite acceder a tierras para dinamizar o ofrecer a sus asociados, o para abrir líneas de actividad educativas y agroecológicas justificar la demanda o la oferta de formación complementaria o específica, y apoyar iniciativas de autoempleo agrario.



BUENA PRÁCTICA 32: Banco de Recursos Comunitarios: Tierras y Semillas

Red de bancos de recursos comunitarios
Tierra y Semillas



IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

No tiene sentido en España porque es un proyecto de ámbito nacional, cualquier municipio o entidad se puede sumara al proyecto



BUENA PRÁCTICA 33: Megara Energía



✉ info@megaraenergia.com / rubio@megaraenergia.com

👤 Fernando Rubio (Consejo Rector)

☎ 717718454/690639209

🌐 www.megaraenergia.com

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El proyecto consiste en la creación de una Cooperativa para energía sostenible en el territorio, generar puestos de trabajo y ahorro de energía, y de apoyo y defensa del consumidor. Cambio de modelo energético 100% renovable, como recurso endógeno, agua, viento, y sol. Haciendo un uso integral de los recursos propios del medio rural.

El proyecto empresarial se puso en marcha en el centro de coworking “El hueco” de Soria, con gente experta en renovables, en eólica y en medioambiente sostenible, que formaba parte de este espacio de emprendimiento social y en base a otros modelos de referencia como Equo en Cataluña y Goyen en País Vasco, eléctricas que comercializan energía renovables, con retorno humano en el territorio, decidieron juntarse, se formaron en la materia y constituyeron la cooperativa. Para comercializar la energía la compran en el mercado mayorista energético, cuando esta es renovable es un poquitito más cara. Su objetivo a medio plazo es ir construyendo pequeñas plantas solares y eólicas, en el territorio, para poder ser los productores de energía que venden.

Actualmente, cuentan con 380 socios consumidores y 700 contratos. Para ser socio consumidor, como requisito hay que aportar 100 € de capital social. Tienen un capital de 60.000 euros y necesitarían una inversión de 4 millones de euros para cubrir con nuestros propios medios la demanda de nuestros clientes. Cooperativas como Goyen con un largo recorrido actualmente están generando un 15% de la energía que venden, ese es el objetivo a medio y corto plazo.

MODO DE ORGANIZACIÓN

Consejo rector una vez al mes y asambleas dos veces al año. El Consejo Rector esta compuesto por profesionales expertos en la materia que de forma voluntaria aportan su conocimiento y experiencia, porque comparten la visión de un cambio de modelo energético 100% renovable, con recursos endógenos.

INICIO: Septiembre 2015 (Asamblea fundacional)

LOCALIZACIÓN: Están en 20 provincias de Castilla y León, Andalucía, Extremadura, Aragón, Burgos, Segovia especializados en el medio rural.

AGENTES IMPLICADOS: Forman parte de una red de 20 cooperativas en todo España de este tipo, entre ellas se prestan apoyo mutuo para poder sobrevivir con respecto a las grandes empresas eléctricas.

RECURSOS:

- Sueldos y salarios :el primer socio de la cooperativa con sueldo fue nuestro contacto, ahora hay tres personas con sueldo a jornada completa
- Material: Gastos fijos, fotocopiadora, material de difusión y software.

PLAN ESTRATÉGICO: Elaboraron un plan estratégico, pero con él tiempo nos dimos cuenta que teníamos que construir una cartera mínima viable, el voluntariado es necesario pero necesitas profesionales asalariados trabajando en la misma para aportar valor. Y generar una actividad económica estable y viable, hasta el tercer año desde su puesta en marcha, no empezaron a facturar directamente.

FINANCIACIÓN: Aportación de Socios consumidores.

PRINCIPALES LOGROS

Tres personas trabajan en el proyecto y con una gran proyección de futuro.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Sobre todo el conocimiento del sector, xq la administración nos puso muchas facilidades, y como estábamos ya en un ecosistema del Hueco, la captación fue bastante natural, meterse en el sector requiere mucho papeleo y mucho aprendizaje, gracias a la intercooperación con otras cooperativas.

La captación de clientes también fue complicada, piensas que un montón de gente se va hacer socia de la cooperativa y no es tanto, no ha habido el efecto llamadas y avalancha que se esperaba, a pesar de que el 99% de los socios que se han sumado en el proyecto siguen en él.

Y también económicas, empezaron con clientes e consumo domestico, pero se dieron cuenta que tenían que conseguir clientes más grandes y con más rendimientos, como Aytos, casas rurales, fábricas alimentarias, etc. , ubicadas en el medio rural. “Un contrato domestico te da el mismo trabajo que un contrato en una fábrica, es necesario un número de clientes mínimo viable, para compensar el déficit de arranque que conlleva este tipo de empresas, al principio tiras de aportaciones”.

CLAVE DE ÉXITO



BUENA PRÁCTICA 33: Megara Energía



IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Por supuesto, a cualquier territorio, entre sus principios está el de Intercooperación dan la formación e información a todas las cooperativas que quieran iniciarse en cooperativas similares, solo en un único territorio como por ejemplo Soria es imposible crear cartera de clientes.



Aprendizajes derivados de la puesta en práctica del proyecto :

- Facturar lo antes posible, asumir gastos estructurales un poco más tarde y arreglar la burocracia antes para poder asumir gastos fijos lo antes posible. Gastar lo menos posible el capital social, porque para empezar se necesita una persona profesional que se dedique a tiempo completo para la gestión y la gerencia, sobre todo en el medio rural donde el capital humano es escaso.
- También asegurarte el apoyo popular, porque había algunos apoyos que nos dieron de lado, si hubiera sabido que esos apoyos no iban a estar, igual no la hubiésemos puesto en marcha, pero creo que esto ha sido un aprendizaje, no puedes esperar a conseguir todos los apoyos que esperas tener.

OBSERVACIONES

Iniciativa privada + Apoyos socios voluntarios expertos



BUENA PRÁCTICA 34: Grupo operativo de agrocompostaje



✉ info@tierrasagroecologicas.es

👤 Mila Martín (secretaria de la Red Terrae)

📞 606346071

🌐 <https://bit.ly/2YL5HWL>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Este proyecto trata de explorar nuevas posibilidades de compostaje descentralizado y de proximidad, y particularmente del agrocompostaje por parte de titulares de fincas agrícolas y ganaderas, como una modalidad para tratar la materia orgánica de los residuos urbanos, contribuyendo a generar rentas complementarias, mejorando la fertilidad de la tierra y reduciendo costes de recogida y tratamiento de esta fracción para los municipios.

Cómo se pone en práctica

- En esta primera fase iniciada a finales de junio y hasta finales de septiembre de 2018 el trabajo se centra en la exploración de la viabilidad de este sistema de compostaje, para ello se están circulando cuestionarios con el fin de identificar interés y potencialidad y de crear una red estatal piloto de municipios y de agricultores/ganaderos como ya existen en Francia, Austria o Bélgica.

- En España no existe ninguna normativa, por el momento se exige lo mismo que a un gestor de residuos, o que un compostaje comunitario. parte del trabajo iniciado con la creación de este grupo de trabajo que está preparando la propuesta para la siguiente fase de ejecución.

INICIO: 2018 (En proceso- primera fase)

LOCALIZACIÓN: España

AGENTES IMPLICADOS: La Red TERRAE está como uno de los socios colaboradores del grupo operativo constituido, en su primera fase, lo lidera la Sociedad Española de Agricultura Ecológica, el sindicato agrario en la Comunidad Valenciana (La Unió de L'auradors), La asociación de Larrabetzu en Euskadi (Gurpide), la Mancomunidad Vega del Henares en Castilla La Mancha, el Grupo de acción local ADER La Palma en Canarias y la empresa Calfensa en Galicia.

RECURSOS:

- Personal: Comité organizador, voluntarios y artistas
- Material: Asociación Intermunicipal Red TERRAE

PLAN ESTRATÉGICO: Si se ha realizado.

FINANCIACIÓN: Financiado por el FEADER y el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

PRINCIPALES LOGROS: Se ha iniciado recientemente el proyecto, se están recogiendo los cuestionarios de la primera fase del mismo.

CLAVE DE ÉXITO: Utilizar el Agrocompostaje como alternativa de diversificación y mejora de renta para productores agrarios.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

No tiene sentido en España porque es un proyecto de ámbito nacional, cualquier municipio o entidad se puede sumar al proyecto





✉ c.desarrollo@ayto-lapoladegordon.es

👤 Beni Rodriguez (Gestora)

☎ 987588003

🌐 <http://www.altobernesgabiosfera.es/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El proyecto persigue dinamizar el territorio englobado en la Reserva de la Biosfera del Alto Bernesga. Las RBs son algo más que áreas naturales, son campos de experimentación de las políticas públicas para la transición ecológica.

Estas son áreas naturales antropizadas, lugares de experimentación y de cambios de modelo, y herramientas del Estado y de las CCAA para detectar y enfrentar problemáticas, o ensayar oportunidades. Persiguen avanzar en el mantenimiento y funcionalidad de la Reserva de la Biosfera del Alto Bernesga, en la mejora de la calidad de vida de los habitantes locales y en la promoción del conocimiento de los valores naturales y culturales de la propia Reserva. Todas sus líneas de trabajo giran en torno a la mitigación de los efectos que provoca la despoblación.

Cómo se lleva a cabo

Uno de los proyectos más innovadores ha sido el "Programa conjunto de lucha contra la despoblación a través de la inserción socio-laboral de las mujeres rurales en la Reserva de la Biosfera del Alto Bernesga", también financiado por la Fundación Biodiversidad.

Asimismo, realizan actividades de formación, animación y participación ciudadana y profundizan en el conocimiento de los valores naturales y de sostenibilidad del territorio. Por ejemplo, el Centro de Visitantes de la Reserva de la Biosfera del Alto Bernesga, ubicado en las Antiguas Escuelas de Geras de Gordón, alberga los siguientes contenidos: Paneles del patrimonio natural (geología, bosques, fauna, micología, etc); Paneles del patrimonio cultural (camino milenarios, etnografía, fiestas, leyendas, etc); Paneles del patrimonio arquitectónico (civil, religioso y minero); Punto de información digital; y puzzles gigantes para niños.

A nivel divulgativo se ha construido el Centro de Interpretación del Clima, único en Castilla y León. El trabajo en Educación Ambiental es también intenso

INICIO: 2005 (En curso, con voluntad de permanencia)

LOCALIZACIÓN: La Pola de Gordón (León)

AGENTES IMPLICADOS: La Reserva de la Biosfera está gestionada por la Fundación de la Reserva de la Biosfera del Alto Bernesga. El Patronato está formado por los siguientes miembros:

- El Alcalde Presidente del Ilmo. Ayuntamiento de La Pola de Gordón.
- Cuatro Concejales elegidos por el pleno del Ilmo. Ayuntamiento de La Pola de Gordón.
- La Diputación Provincial de León, que actuará por medio de un representante.
- La Universidad de León, que actuará por medio de un representante.

RECURSOS:

- Personal: Están implicados todos los agentes que cuentan con personal en el territorio: grupos de acción local, técnicos de las CC.AA en el territorio... a los que se unen responsables políticos, agentes económicos y asociativos de la zona, representantes de los diversos grupos socio-profesionales, administraciones públicas nacionales, regionales y provinciales con competencias en la Reserva de la Biosfera del Alto Bernesga.
- Material: Espacios e instalaciones de de la Reserva de la Biosfera del Alto Bernesga.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: Se elaboró un diagnóstico para obtener una radiografía inicial y también se cuenta con un Plan de Acción de la Reserva de la Biosfera del Alto Bernesga. En concreto:

- Se estableció un diagnóstico situacional del estado de la Reserva, como línea base para el establecimiento de los programas, proyectos y acciones prioritarios, así como para el monitoreo de los cambios producidos en el futuro.
- Se diseñó un conjunto de programas y proyectos acordes con las potencialidades y limitaciones de los recursos de la Reserva y la capacidad de gestión de los actores locales.
- Se establecieron estrategias de acción para facilitar la gestión de la Reserva considerando la participación de los ayuntamientos, organismos regionales y nacionales, universidades y otros organismos de investigación, ONGs y el sector privado.

FINANCIACIÓN:

Concurrencia competitiva a subvenciones (Fondos europeos y nacionales) y subvención a órganos de gestión de la Diputación Provincial de León.

Cabe destacar que el 8 de septiembre de este año Las Cortes de Castilla Y León han respaldado por unanimidad la PNL de UPL para reclamar financiación para las Reservas de las Biosfera.

Un logro que supone un paso más para estas figuras de protección que mayoritariamente radican en León y que Unión del Pueblo Leonés espera que vea la luz «no tardando» pues, como la propia PNL menciona, se encuentran en una situación muy precaria.





a través de campañas, talleres y exposiciones a lo largo del año.

En este marco destaca también el proyecto Gestión Territorial y Ambiental para la Conservación y Ordenación de las Unidades Paisajísticas del Alto Bernesga, puesto en marcha en 2007 por el Ayuntamiento de La Pola de Gordón. El libro “Reserva de la Biosfera, Territorio de Contrastes” es uno de los resultados del proyecto.

Anualmente se organizan las Jornadas de la Reserva de la Biosfera del Alto Bernesga. Estas Jornadas son importante foro de participación ciudadana necesario para profundizar en el entendimiento la belleza, riqueza y valor del Alto Bernesga.

En el año 2009, con la colaboración de la Fundación Biodiversidad y dentro del Estudio para la conservación y recuperación de la diversidad vegetal de especies amenazadas del territorio de la Reserva de la Biosfera del Alto Bernesga, se editó el Catálogo de flora endémica y amenazada del Alto Bernesga.

Valoración externa tras la entrevista

Proyecto de gran alcance, si bien, y pese a los esfuerzos, se sigue perdiendo población. La preocupación por la despoblación no debe quedarse solo en una moda, es necesario que se acompañe de medidas económicas, y en este sentido incide en la limitación de los proyectos en términos económicos. Enfatizar las RBs como ejemplo de nuevas identidades territoriales que permitan el reconocimiento de la población rural y valorar prácticas tradicionales en equilibrio con la biodiversidad, pueden contribuir a cambios en las políticas europeas, y a una mejor visibilización de un patrimonio natural que, casualmente, es muy superior en latitudes sur europeas, y mayor cuanto mayor heterogeneidad topográfica, geológica, climática, etc. España destaca en ello y muy significativamente la Comunidad Autónoma de León.

PRINCIPALES LOGROS: El Ayuntamiento de La Pola de Gordón recibió, dentro de la categoría de municipios de menos de 5.000 habitantes, el 2o Accésit por este proyecto, dentro del III Premio Conama a la Sostenibilidad de Pequeños y Medianos Municipios.

El proyecto contribuye a ofrecer servicios de calidad, destacando el componente patrimonial y el sector agroalimentario, muy importante de la zona. Se ha conseguido la creación de asociaciones de empresarios en el ámbito rural y la primera asociación de ganaderos en extensivo.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

Apenas hay dotación económica, así como el poco interés de los órganos administrativos con capacidad de ofrecer soluciones en Europa, el Estado y la CC.AA. “Se hace lo que se puede con los pocos medios y recursos que tenemos”. Otras dificultades estarían vinculadas a la extensión y singularidad del territorio.

CLAVE ÉXITO:

Trabajar desde el municipalismo, de abajo a arriba, teniendo en cuenta que los municipios pequeños cuentan con pocos recursos; Trabajar para las personas y desde las personas; y trabajar desde la promoción del asociacionismo.

Además, es un gran momento para acometer cambios en la gestión de las áreas naturales protegidas (Espacios Naturales Protegidos, Red Natura 2000 y Reservas de La Biosfera) en nuestro país y en especial en Castilla y León, abordando dicho cambio desde la imprescindible perspectiva de relacionar el problema actual de despoblamiento humano con el objetivo europeo de mantener especies y ecosistemas.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Sí se considera transferible: hay que trabajar desde múltiples frentes (desde el conservacionismo, desde el ámbito lúdico con recuperación de lo tradicional (ej. En su zona el bolo...) adaptando todos los proyectos a las características demográficas y territoriales.



BUENA PRÁCTICA 36: Geoparque Sobrarbe



✉ geoparque@geoparquepirineos.com

👤 **Sonia Sampietro**

☎ **974 518 025**

🌐 <https://www.geoparquepirineos.com/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Geoparque Sobrarbe- Pirineos es una figura de dinamización territorial basada en el recurso de la geología pero que de forma paralela potencia otros sectores económicos.

Valoración externa tras la entrevista

Es un proyecto muy ligado a un territorio con unas características muy específicas, además que la figura coincide con la delimitación comarcal también ayuda mucho en su gestión. La técnico es muy atenta y la verdad que comunica muy bien el proyecto.

INICIO: 2006 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Municipios de la comarca del Sobrarbe

AGENTES IMPLICADOS: Comarca del Sobrarbe, Gobierno de Aragón, Parque Nacional y dos Parques Naturales de la comarca, Universidad de Zaragoza y de Barcelona, Centro de Estudios del Sobrarbe, Fundación para la Conservación del Quebrantahuesos, Asociación Turística Sobrarbe y un representante del grupo LEADER, CEDESOR.

RECURSOS:

- Personal: Gerente, coordinador científico del geoparque, técnicos comarcales de turismo, promoción turística, patrimonio, AEDL y desarrollo.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: Agenda XXI y Plan Dinamización Turística. Fue el inicio de la investigación.

FINANCIACIÓN:

Fondos LEADER, POCTEFA, del Gobierno de Aragón, Diputación Provincial de Huesca y del Ministerio de Cultura para la difusión de figuras UNESCO.

PRINCIPALES LOGROS: Ha permitido desarrollar la comarca sobre la base de una figura novedosa.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

Conseguir la designación como geoparque y financiación para seguir trabajando en las distintas infraestructuras, los georecursos y dar conocer la figura del geoparque.

CLAVE ÉXITO: La coincidencia del territorio del Geoparque con la superficie comarcal y la gestión desde la propia institución comarcal.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, en este momento hay 13 en España y se van a incluir dos nuevos. Debe tener como base un importante patrimonio geológico y que a ese patrimonio quieran darle un desarrollo sostenible y contar con la población local.



El programa de Geoparques es muy exigente, tiene unos requisitos que hay que cumplirse y, por otro lado, no es una calificación que te dan y te olvidas. Cada 4 años hay que pasar una validación para ver que se cumplen todos los objetivos. Es una revalidación bastante exhaustiva.





✉ cdjaime@educa.aragon.es

👤 Chabier de Jaime

📞 609279526

🌐 <http://parquechopocabecero.com>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Figura de dinamización territorial para proteger y promover de forma conjunta, mediante medidas especiales, la salvaguarda de sus elementos singulares. En este caso los árboles trasmochos, los páramos como paisajes ganaderos y las peculiaridades del ecosistema donde se han desarrollado. La acción se lleva a cabo por la idea que surge de la Asociación Aguilar Natural que convence a 10 municipios del Alto Alfambra para que vean que la arboleda de chopos cabeceros es el elemento de valor patrimonial destacable a nivel europeo. Es un elemento que puede actuar como foto de desarrollo

Valoración externa tras la entrevista

Chabier de Jaime es un paisajista y biólogo muy reconocido, ha trabajado muchísimo en la investigación y difusión del valor de los árboles trasmochos y por eso era la persona adecuada para comenzar a poner en marcha el parque cultural del Chopo Cabecero.

Como él mismo ha dicho en la entrevista él se ve en un momento muy inicial, donde todo está empezando y que posteriormente otros deberán tomar las riendas del proyecto.

Nos indicó la posibilidad de hablar con otros Parques Culturales que llevaran mucho tiempo en funcionamiento, como puede ser el Maestrazgo, pero la verdad es que tenía muchísima información y muy bien estructurada.

INICIO: 2018 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: 10 municipios de tres comarcas de Teruel

AGENTES IMPLICADOS: Gobierno de Aragón, Ayuntamientos, Asociaciones y otras entidades públicas y privadas.

RECURSOS: Personal: Gerente

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

Se preparó un Plan de Parque externalizándolo a una empresa que ha realizado varios planes para otros parques culturales. Se ciñó a hacer el inventario de recursos. Se marcaron todos los elementos con un interés cultural y natural.

Este año ya se ha elaborado un Plan de Gestión. Es un proyecto institucional, se ha hecho un estudio y planificación a 4 años de las inversiones que debería de hacer. Hay jornadas de participación con los agentes sociales y está en fase de término.

FINANCIACIÓN: Subvención DGA con adelanto por parte de los Ayuntamientos

PRINCIPALES LOGROS

Se está avanzando deprisa, hay bastante difusión, pero es algo que costará ver los frutos. Entre los alcaldes cada vez hay más ideas por conservar territorio. Se está activando una visión en la sociedad local de que el patrimonio puede ser desarrollo en el futuro.

Se ha activado la investigación, la difusión y la conservación. Al mismo tiempo se están comenzando a crear infraestructuras turísticas ("GR-199 Ruta de los Chopos Cabeceros del Alto Alfambra")

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

Fase inicial, alcaldes y población están viendo como se pone en valor el territorio. Y también la dificultad de comunicación entre el sector agrícola y otros posibles desarrollos del territorio. Poca experiencia en promoción y conservación del patrimonio y falta de reconocimiento del paisaje cultural

CLAVE ÉXITO

Los Chopos Cabeceros tienen una fortaleza por su estética, por los valores ambientales y por su valor cultural. Cuesta que el resto de la población lo vea, pero ese es el reto. Las dos ideas fuerza es el paisaje de páramos de montaña mediterránea y el bosque de ribera con miles de árboles centenarios.



BUENA PRÁCTICA 37: Parque Cultural del Chopo Cabecero del Alto Alfambra



IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, hablamos de una sociedad civil fuerte, activa y con ideas. También tiene que existir un sector emprendedor que haga suyo el proyecto como modo de vida.



BUENA PRÁCTICA 38: LIFE+OLIVARES VIVOS



✉ olivaresvivos@seo.org / jegutierrez@seo.org

👤 José Eugenio Gutiérrez (Coordinador)

☎ 953 37 31 60

🌐 <https://olivaresvivos.com/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Proyecto demostrativo que persigue definir y poner en marcha modelos de olivicultura rentables y que contribuyan a detener la pérdida de biodiversidad. La efectividad de dichos modelos está avalada científicamente y sus aceites están identificados y certificados por una marca de valor añadido.

Cómo se lleva a cabo

Las actuaciones concretas para la restauración del olivar y su biodiversidad, están relacionadas con el manejo de las cubiertas herbáceas; la plantación de diversas especies arbóreas, arbustivas y herbáceas, y la creación de elementos funcionales para albergar fauna (instalación de cajas nido, creación de charcas y bebederos, etc.). Estas actuaciones, se realizan por los voluntarios participantes en el proyecto.

Valoración externa tras la entrevista

Importancia de transmitir que la rentabilidad de este modelo de olivar estará asegurada por el diseño e implementación de una estrategia comercial adecuada y por un esfuerzo de promoción y divulgación que posicione estos aceites en el mercado. Además del valor añadido, un proyecto de este tipo es una ayuda para que el olivarero supere la visión productivista y sus limitaciones asociadas, y alcance un mayor protagonismo en la producción y comercialización de su aceite.

INICIO: 2014 (Oficialmente 01/10/2015). *En curso, con voluntad de permanencia

LOCALIZACIÓN: Municipios de Jaén

AGENTES IMPLICADOS: Olivareros, investigadores y conservacionistas. En concreto, los socios de este proyecto son:

- SEO/BirdLife (socio coordinador). Asociación científica y conservacionista fundada en 1954.
- Universidad de Jaén. Área de Ecología.
- Universidad de Jaén. Área de Comercialización e investigación de Mercados.
- Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Estación Experimental de Zonas Áridas (EEZA).
- Diputación Provincial de Jaén.

Los cofinanciadores:

- Patrimonio Comunal Olivarero.
- Interprofesional del Aceite de Oliva Español

RECURSOS:

- Personal: equipo formado por diferentes profesionales de los socios implicados (4 profesionales de SEO, 1 investigador responsable en el CSIC, 2 personas a tiempo parcial de la Diputación de Jaén, 2 profesionales en el equipo técnico de prospección, etc.). Participación de voluntariado.
- Material: el necesario para las actuaciones concretas para la restauración del olivar y su biodiversidad.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

El proyecto tuvo que responder a los prerequisites de la convocatoria Life. Se incluyó la oportuna justificación (estudio previo) y la planificación. Se ensaya en 20 olivares orientativos y 20 de control. Diseño experimental. Acciones preparatorias: selección olivares demostrativos, estudio del estado pre operacional, diseño del plan integral de comunicación e imagen del proyecto, etc.

FINANCIACIÓN: A través del programa LIFE. La Comisión Europea financia el 60% de los costes del proyecto. El resto de los costes son financiados por los cofinanciadores (Patrimonio Comunal Olivarero e Interprofesional del aceite de oliva español) y los socios.

- Presupuesto total del proyecto: 2.856.005 € (de 2015 a 2020)
- Contribución de la UE: 1.713.603 € (60%)

PRINCIPALES LOGROS

- La acogida del proyecto por parte de los agricultores, que son conscientes de la crisis ambiental pero necesitaban orientación. En este sentido pone en relieve el "apoyo recibido" "su satisfactoria implicación", "ven el proyecto con ilusión"...
- La implicación y el interés del voluntariado (Organizan campos de voluntarios/as, jornadas...) -La campaña escolar que ha desarrollado. Se ha llegado a más de 2.000 niños/as.
- La creación de empleos verdes



BUENA PRÁCTICA 38: LIFE+OLIVARES VIVOS



DIFICULTADES ENCONTRADAS:

No reseña ninguna importante; hay que tener en cuenta el contexto en el que nace: el proyecto Life es fundamental, permitiendo una propuesta plurianual.

CLAVE ÉXITO: La implicación de los diferentes socios del proyecto.

Asimismo, la biodiversidad es un indicador de mejora medioambiental fácilmente entendible por productores y consumidores, que genera empatía y con índices que permiten su evaluación y certificación de un modo sencillo y económico.

Este proyecto, Olivares Vivos no es una marca más, sino que asocia el aceite a un modelo productivo único que además puede ser complementario de otros modelos productivos. Es decir, un aceite no puede ser ecológico y a la vez de producción integrada, en cambio un aceite Olivares Vivos puede ser además un aceite ecológico o de producción integrada, siendo en este caso un valor añadido más.

Además, esta marca no sólo sirve para afianzar este nuevo modelo de olivicultura, también contribuye a diversificar la oferta de AOVE con un aceite que incorpora un nuevo valor añadido acompañado de una información clara y verificable. Olivares Vivos sirve para atender la demanda creciente de consumidores interesados en conocer las propiedades saludables, nutricionales, gustativas y ahora, también en la contribución a la conservación de la biodiversidad del AOVE.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Sí lo considera transferible, siempre que se quiera ayudar al olivar tradicional convencional. También apunta que se puede trasladar a otros cultivos leñosos. Siempre, teniendo en cuenta las características de cada zona.



BUENA PRÁCTICA 39: EUROPACE



✉ info@dinamig.cat

👤 Ariadna Villegas (Gerente de la Agència d'Innovació i Desenvolupament de la Garrotxa (DINAMIG))

🌐 <https://olivaresvivos.com/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Proyecto participante del programa de la Comisión Europea Horizon 2020, que está impulsando un nuevo mecanismo de financiación para mejorar el acceso de la población a medidas de rehabilitación energética de edificios.

Cómo se lleva a cabo

La clave del programa PACE es la creación de una herramienta financiera que impulsa la rehabilitación de viviendas y edificios ofreciendo ventajas a todos los actores implicados: ciudadanos, administración pública, contratistas e inversores.

- Los ciudadanos que se acogen al programa reciben un acompañamiento durante todo el proceso que les facilita la toma de decisión sobre qué actuaciones realizar, con qué contratistas trabajar, así como un plan de financiación que puede ser a muy largo plazo y bajo interés. Esto último es fundamental para que el impacto en el bolsillo del ciudadano resulte positivo
- Los inversores encuentran en PACE una cartera de inversión segura y muy escalable. Lo que permite atraer financiación con un interés muy competitivo y que puede ser a muy largo plazo.
- En lo que se refiere a la administración pública explican que “sin tener que dedicar recursos adicionales de su propio presupuesto, puede dar respuesta a varios de sus mayores retos: la rehabilitación de edificios, generación de empleo local, la lucha contra el cambio climático, así como la pobreza energética”.
- Respecto a los contratistas adheridos al programa, especifican que “pueden completar proyectos más grandes y tienen acceso a programas de capacitación que abren nuevas oportunidades para la mano de obra cualificada y no cualificada”. los datos del Ministerio de Fomento indican que por cada millón de euros invertidos en rehabilitación se crean entre 20 y 40 empleos estables. Con el añadido que el sector de la rehabilitación, la gran mayoría de estos empleos corresponden a pymes locales”.

INICIO: 2019 (En proceso -prueba piloto en Olot)

LOCALIZACIÓN: En España Proyecto piloto en Olot (Gerona)

AGENTES IMPLICADOS: ciudadanos, administración pública, contratistas e inversores.

RECURSOS:

- Personal: Propio de la Administración y de los agentes sociales para la difusión y gestión del proyecto.

PLAN ESTRATÉGICO: PLAN ESTRATÉGICO:

Si se ha realizado una sólida planificación estratégica, esta justifica porque Olot se hace la primera prueba piloto en Europa. Históricamente, la región de Olot ha sido conocida por su conciencia medioambiental y por su clara voluntad social y política por fomentar un modelo económico sostenible, en consonancia con el tejido industrial de la zona. Desde esta conciencia y ambición, nació la voluntad del consistorio de Olot por implementar iniciativas innovadoras que dieran respuesta a los nuevos retos sociales, a la vez que generasen nuevas oportunidades económicas y sostenibles para la región.

Y siendo éste el contexto, desde EuroPACE se cree que “el tamaño medio de la ciudad de Olot y de su ayuntamiento permite que las tomas de decisión sean mucho más ágiles gracias a la implicación directa de sus máximos responsables. Asimismo, un tamaño de ciudad medio facilita la implementación operativa de un proyecto piloto” y, de hecho, “la implicación del sector privado, en particular de los contratistas y de las empresas de servicios energéticos, es fundamental para ofrecer un servicio excelente y maximizar la satisfacción del usuario ante un programa innovador”.

FINANCIACIÓN

Este mecanismo de financiación de eficiencia energética PACE, que está tratándose de implementar en España por medio del proyecto EuroPACE, en el que participa como entidad financiera el GNE Finance, y que tiene especial interés para las agencias de energía y organismos públicos locales.

El programa busca resolver los problemas de financiación que los propietarios acostumbran a tener para asumir las obras de mejora y ofrecer una alternativa a la solicitud de un préstamo bancario. Lo que hace es ofrecer un dinero asociado a la propiedad que se pueden devolver en un período máximo de 20 años y con bajo interés. Por otro lado, como máximo se puede pedir el 10% del valor de la propiedad y también se tiene en cuenta la hipoteca que tiene el propietario y el nivel de endeudamiento. El gobierno local es quien autoriza el préstamo del programa y el dinero de la financiación se obtienen a través de entidades privadas. Se recomienda que los propietarios contraten a un asesor energético para que proponga las actuaciones más adecuadas en su vivienda.

PRINCIPALES LOGROS

En Estados Unidos (EEUU), en únicamente 6 años, ha permitido financiar más de 5.000 millones de dólares en la rehabilitación energética de 220.000 viviendas y ha generado más de 45.000 empleos estables. Estos datos, que ya de por sí son relevantes para calibrar el interés de su aplicación en Europa, permiten augurar un buen desempeño en la que será la primera prueba piloto europea, que se materializará en Olot (Girona).



BUENA PRÁCTICA 39: EUROPACE



Valoración externa tras la entrevista

Los aspectos que convierten a un contexto adecuado para la implementación de este programa innovador de naturaleza público-privada se basan en dos elementos fundamentales: “la voluntad política del consistorio, y el interés de los actores privados del sector”.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

Voluntad política y la búsqueda de inversores y contratistas.

CLAVE ÉXITO: Ofrece ventajas a todos los actores implicados: ciudadanos, administración pública, contratistas e inversores

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

En relación a si PACE es un modelo de financiación a nivel energético exportable, los expertos dicen que sí, no obstante presenta unas variables específicas para su aplicación en Europa, Según Davide Cannarozzi y Eduard Puig MacLean, socios cofundadores de GNE Finance e impulsores de EuroPACE, consideran que la diferencia principal en relación al marco estadounidense estriba en que “en Europa, además de una clara voluntad política para impulsar una nueva economía alrededor de la transición ecológica y sostenible, hay también una manifiesta intención de implementar mecanismos de mercado que permitan aprovechar la oportunidad económica que este reto supone”. Y, en este sentido, plantean que “la transición energética va a requerir una movilización de capital ingente que el erario público dista mucho de poder financiar. Es por ello que las directivas europeas están impulsando la colaboración público-privada para atraer al capital privado”.



Asimismo, desde su punto de vista “las políticas europeas actuales están evolucionando hacia un enfoque para situar al ciudadano en el centro y promover también su salud, confort y productividad. Siendo los edificios un elemento fundamental de dichas políticas, pues en ellos pasamos más del 90% de nuestro tiempo”.

Para la aplicación de PACE en Europa también serán necesarias algunas adaptaciones en cuanto al programa, ya que el mercado inmobiliario americano es distinto del europeo. Así, mientras en Norteamérica la mayoría de viviendas son casas unifamiliares, en Europa, de media, el 70% de la población vive en edificios multifamiliares. Es por este motivo que se cree que la oportunidad en Europa es mayor, pues el parque de edificios está muy envejecido y requiere de medidas urgentes de rehabilitación.

El proyecto en Olot será la primera experiencia de financiación vinculada a impuestos para proyectos de rehabilitación de viviendas o edificios en Europa. Una vez realizado el primer piloto, con los correspondientes aprendizajes y ajustes, será más efectivo plantear su implementación en otras ciudades.





 **Javier Gracia** Director del Área de Empresas Participadas e Inmuebles de Caja Rural de Soria

 **975 212 840**

 <https://bit.ly/2YT2PHd>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El proyecto consiste en crear un complejo Turístico Rural en la localidad soriana de Valdelavilla.

Puesta en práctica: La localidad de Valdelavilla, sufrió un proceso de despoblación en los años sesenta. Años más tarde, una idea pionera hizo que se constituye como Sociedad Anónima llamada Valdelavilla Tierras Altas S.A. para construir un complejo turístico

- En 1995 nace el proyecto original, en él se detallaba la obra que se comprometían a ejecutar en la aldea. En 1998 se modificó, definiendo detalladamente la inversión a realizar y la posterior explotación del Complejo Turístico Rural formado por todo el pueblo de Valdelavilla. Se realizó una memoria con el propósito de conseguir de los Organismos Oficiales competentes las ayudas y la oportuna autorización para su puesta en servicio.
- La idea se centraba en rehabilitar el pueblo, dar actividad a la zona para que no se olvidará ni quedara abandonada y convertirlo para su uso y disfrute turístico. En noviembre de 1998 quedan inauguradas las instalaciones de Valdelavilla como Complejo Turístico Rural.
- En 2001 cuando el prestigioso profesor de inglés Richard Vaughan inauguró el proyecto de "pueblo inglés". Fue una idea que surgió de la mano de la dirección del centro (Caja Rural) y el profesor Vaughan, quien se interesó por Valdelavilla para impartir cursos de inmersión lingüística viendo un gran potencial dadas las características del sitio y lo que el tenía para aportar. Fue el primer proyecto de estas características en España. En su desarrollo inicial el proyecto dinamizó significativamente el turismo rural en la zona, atrajo mucha actividad turística, pero las pérdidas económicas eran continuas.
- En 2016 se propuso la adquisición del proyecto a la Caja y devolvió a los socios el 48% del capital que habían invertido. En 2016 la Caja Rural se hizo con el proyecto (Rodalía holding. com), con pérdidas de 150.000 euros, se busca como rescatar el proyecto.

INICIO: 1995

LOCALIZACIÓN: Valdelavilla (Soria)

AGENTES IMPLICADOS: : La Caja Rural lideraba el proyecto en base a sus criterios de empresa y de desarrollo. Y por ello todos los agentes sociales y económicos del territorio apoyaban el proyecto desde sus inicios hasta la actualidad.

RECURSOS:

- Personal: La organización interna de la empresa está dotada con diferente personal para cubrir las diferentes áreas y necesidades del cliente.. Está abanderado por Caja Rural de Soria, entidad de la depende directamente la gerencia. A partir de ésta existen diversos departamentos integrados en una plantilla de alrededor de quince personas.
- Material: Se han necesitado constantemente reinvertir y hacer grandes aportaciones de capital por parte de la Caja, por ejemplo crear una flota de autobuses para poder acceder a la localidad porque la carretera es muy poco accesible a los turistas, o instalar una buena antena para facilitar las conexiones de internet.

PLAN ESTRATÉGICO: El proyecto se ha planificado siempre bajo la filosofía del marketing orientado al cliente. En base a ello, su trabajo se enfoca en ofrecer al cliente un servicio de calidad y que satisfaga sus expectativas. Cada servicio es único y muy personalizado. En Valdelavilla el eje central de la estrategia empresarial es el consumidor. Dar respuesta, a su demanda es la forma más eficiente de tener éxito.

FINANCIACIÓN: Las fuentes de financiación del proyecto en su origen eran tres: las ayudas de la administración, el capital social de la empresa promotora y préstamos de entidades financieras. En tanto las ayudas de la administración se hacían efectivas, el proyecto necesitaba sustentarse para poder llegar a su consecución. Así, hasta recibir la subvención se abasteció con préstamos "puente". A partir e 2016 la Caja Rural de Soria compro la totalidad del proyecto.

PRINCIPALES LOGROS: Mantener vivo un complejo turístico con rentabilidad a medio plazo.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

Se han encontrado con muchas dificultades en el camino, sobre todo de carácter económico , siempre que se han puesto en marcha diferentes servicios ha habido pérdidas, y han necesitado inyectar capital, nunca se han encontrado con la negativa de los Consejos rectores de la Caja siempre han apoyado las inyecciones de capital. A medio plazo todas han sido rentables y hoy se puede decir que tienen beneficios.

CLAVE ÉXITO:

- Se necesita la colaboración de todo el mundo que forma parte del proyecto y con todas las facilidades para que todo el mundo este por la labor, todo tienen ser manos blancas, la transparencia es fundamental todo el mundo ayuda. Uno de los factores de éxito es que la Caja rural de Soria actuó con total transparencia.





- En 2015- 2016 se ponen en marcha servicios de restauración orientados a la celebración bodas bautizos y comuniones, se convirtió en el principal centro de bodas gays, que venían a casarse de otros países, no obstante las pérdidas eran constantes de 70.000 euros al año. Pero el proyecto no se podía mantener con estos servicios tan temporales

- Así que en este afán de renovación y de mantenimiento del proyecto en mayo 2017 pasa a ser un plato de televisión y nuevamente sino llega a estar en la órbita de la caja rural de Soria hubiera desaparecido, para poner en marcha este proyecto la Caja ha invertido 150.000 euros en la instalación de una antena para dar servicio a los escenarios de rodaje. Se piensa recuperarla inversión a medio plazo, al tercer o cuarto año

Valoración externa tras la entrevista

Este proyecto ha sobrevivido desde una perspectiva de gestión empresarial basada en la rentabilidad y con inyecciones constantes de capital, solo una entidad o empresa muy potente puede sostener un proyecto bajo ese principio de gestión y explotación del recurso.

- El proyecto nació y se gestó desde sus inicios en base a principios empresariales de beneficio y coste se constituyó como una S.A., en la cabeza de todo el mundo de las 120 personas que invirtieron su dinero nadie protestó cuando había pérdidas y se necesitaba ampliación de capital. Todo el mundo tenía claro que era una inversión a medio plazo y que el objetivo principal era dar actividad económica a la zona.
- En el Consejo Rector y la Sociedad Tierras altas, nunca ha habido un político, siempre ha funcionado desde el concepto empresarial y la visión empresarial, ingreso-gasto, con la MISION de desarrollo rural y la VISIÓN de promover actividad económica en la zona.
- Tiene que estar respaldado por una empresa fuerte, en este caso la Caja Rural de Soria " que tenga musculo". El proyecto costo 2 millones de euros a la Caja, esto es posible bajo la gestión y criterios basados en un sistema capitalista puro y duro, la junta de Castilla León facilito porque estaba la Caja detrás. La cuenta de resultados sale, pero a medio plazo, hay que tener musculo y ganas de mantener el proyecto y que no se asuste. Consejo Rector siempre ha estado por labor.
- Otro factor clave importante, siempre fue un pueblo en propiedad, por ejemplo los pueblos despoblados de Sodemasa nunca se atrevieron a ser vendidos, con una concesión de 40 años es imposible obtener créditos. Si no van enajenar el activo es mejor no empezar, como en el caso de Valdelavilla en el que todo el mundo cedió sus casas a través de la Asociación antigua de moradores de Mediavilla. Porque si no tienes la propiedad los periodos para poder poner en marcha el proceso, licencias, permisos de explotación, etc. son muy costosos y largos en el tiempo imposible hacerlo, si no hubiese sido propiedad de la Caja.
- Creación permanente de nuevos servicios e inversiones de capital por parte de la empresa gestora o promotora del proyecto
- Ha de estar orientado al cliente urbanita, siempre.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Es transferible si cuentan con una gran empresa que les apoye y que ésta comparta la necesidad de mantener y potenciar la actividad económica del territorio



BUENA PRÁCTICA 41: Vacías y de Negocios. ADRISS



✉ info@adriss.net

👤 Juan Bautista Alonso (Gerente)

☎ 923 423 118 | 616 650 042

🌐 https:

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El proyecto consiste en la puesta en marcha por parte del grupo de acción local ADRISS, un banco de tierras, de viviendas vacías y de negocios que se cierran por falta de relevo generacional con el objetivo de atraer emprendedores e intentar fijar población en el sur y sureste de la provincia, que es su ámbito de actuación. Este proyecto se enmarca dentro del proyecto de cooperación LEADER denominado AIRE "Apoyando Iniciativas de Repoblación y Emprendimiento".

La puesta en práctica se ha iniciado en 2018, hasta la actualidad se han llevado a cabo las siguientes actuaciones para crear el banco de recursos:

- Asambleas informativas del proyecto en los municipios donde el grupo de acción local trabaja y solicitar la colaboración de la gente para que se sume al proyecto. De los 78 municipios, se han organizado reuniones informativas en 30, sobre todo en municipios con un mínimo de 500 habitantes y en los de menor tamaño cuando tienen un alto valor agroecológico.
- Identificar viviendas habitables que están vacías por la marcha de sus propietarios y que son susceptibles de acoger a nuevos pobladores o a familias y personas que quieren regresar al medio rural.
- Identificar negocios que se puedan traspasar o vender por falta de relevo, se ven abocados al cierre.
- Identificar tierras agrícolas y ganaderas, que se incluirían en un banco de tierras para poder ofrecérselas a los emprendedores. En este apartado, Alonso pone como ejemplo el inicio de la producción de frutos rojos en Linares de Riofrío o la posibilidad de recuperar la producción de judías de la IGP del Barco de Ávila en la ribera de El Tejado. "Se trata de que al menos sepamos que hay un censo", concluye el gerente, que puede ser útil para quien quiere asentarse en el medio rural.
- En el futuro el cometido de ADRISS será el de intermediación entre los propietarios y los potenciales usuarios.

INICIO: 2018 (En proceso)

LOCALIZACIÓN: Comarca de la sierras de Francia y Bejar

AGENTES IMPLICADOS: 12 grupos de Acción Local de Castilla y León

RECURSOS:

- Personal: Propios del grupo de acción local y en la fase inicial se ha contratado a una empresa que hace las reuniones en los pueblos y elabora la base de datos de las ofertas recibidas.
- Material: Propios del grupo de acción local.

PLAN ESTRATÉGICO: Este proyecto se enmarca dentro del proyecto de cooperación LEADER denominado AIRE "Apoyando Iniciativas de Repoblación y Emprendimiento", basado en una planificación estratégica de desarrollo.

FINANCIACIÓN: Fondos LEADER

PRINCIPALES LOGROS: Está en proceso.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: La escasa participación de la gente, es mejor hacerlo en verano y fines de semana. Hacer una buena comunicación hacia los de dentro y hacia los que viven fuera y solo van de forma temporal y/o en periodos vacacionales al pueblo.

CLAVE ÉXITO: Esta muy reciente su puesta en marcha no se registran balance de casos recogidos. No obstante si destacan la buena recepción que el proyecto esta teniendo en la población.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si considera que es transferible y recomienda que si el trabajo de difusión y captación de datos, no lo contrate a una empresa de fuera



OBSERVACIONES

En un proyecto con gran potencial para poder desarrollar por un grupo de acción local, que puede favorecer la llegada de nuevos pobladores y el mantenimiento de empresas que presten servicios básicos, siempre que existan indicios claros de la existencia y predisposición de los propietarios de casas, tierras y negocios potencialmente susceptibles de formar parte del banco.



BUENA PRÁCTICA 42: Fruta del Manubles



✉ frutadelmanubles@gmail.com

👤 Yolanda Gimeno

☎ 630207671

🌐 <https://bit.ly/36E9Uhl>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Grupo de Cooperación del proyecto “Fruta Valle del Manubles, calidad y tradición” cuyo objetivo fundamental es recuperar variedades antiguas y poner en valor la fruta convencional que se está produciendo en el valle.

La acción se lleva a cabo a través de una serie de personas, con vínculo con la zona y con conocimientos técnicos, que apuestan por la agricultura como motor de desarrollo y empiezan a hacer contactos con diferentes organismos públicos y privados para poder desarrollar un proyecto para el valle.

Valoración externa tras la entrevista

Este proyecto tiene su gran potencial en el grupo voluntario de gran conocimiento técnico y vínculo con la zona que decidió aportar por la agricultura como eje dinamizador y de identidad de una zona concreta como es el Valle del Manubles.

El que fueran concededores de las formas, los modos y los precedimientos que se tenían que seguir ayuda mucho a un proyecto que se mueve en un sector muy degradado como es la agricultura, y en particular, la producción de fruta de mesa.

Su gran valor ha sido verlo como un todo general, no centrarse en un concepto sino intentar acompañar lo social, lo económico y lo cultural. Crear una maquinaria con diferentes ensamblajes.

INICIO: 2017 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Varios municipios del Valle del Manubles

AGENTES IMPLICADOS: Seis personas del grupo promotor, asociaciones locales y otras del grupo de cooperación (UAGA, Colegio de Agrónomos, COAG, cooperativas agroalimentarias, CSIC, CITA, Universidad de Zaragoza)

RECURSOS: Personal: gerente y voluntarios

IMPLANTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO: Si, las instituciones en las que se apoyó el proyecto desarrollaron cierta planificación. Definieron el modelo de desarrollo, poniendo la agricultura en el centro. Puesta en valor del producto, estructura agraria. Han ido realizando proyectos conforme se iba articulando.

FINANCIACIÓN: Gobierno de Aragón a través de diferentes proyectos y diferentes servicios.

PRINCIPALES LOGROS: Puesta en valor: De la fruta (variedades antiguas como la manzana reineta del valle y el guindo), De las huertas tradicionales (modernizando el regadío tradicional y haciendo medidas de conciliación social del modelo del uso del río), de la formación de los propios agricultores por los mismos agricultores.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: El desconocimiento de la potencialidad de los territorios y la posibilidad de tender puentes entre lo rural y lo urbano como forma de generar sinergias. El sector agrario excesivamente dependiente de subvenciones sin dejar capacidad de adaptación. Y en especial el sector de la fruta, que se encuentra especialmente en crisis.

CLAVE ÉXITO:

El retorno de población joven a la zona para ser agricultores o que están recibiendo formación técnica y desean aplicarla en el Valle.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, es una figura que se basa en la capacidad de analizar el territorio y de buscar aquel elemento diferenciador y con potencial que puede llegar a tener un mejor mercado o que puede dar más valor añadido. De forma paralela ir buscando nichos que de una forma secundaria también pueden generar valor añadido al territorio.



BUENA PRÁCTICA 43: Proyecto Cacomer



✉ info@tierrasagroecologicas.es

👤 Mila Martín (secretaria de la Red terrae)

☎ 606346071

🌐 <http://www.tierrasagroecologicas.es/cacomer/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El proyecto consiste en participar en un grupo operativo supra autonómico junto con otras entidades para definir y ensayar un modelo de comercialización a través de canales cortos que maximice la confianza, contribuya al bienestar de los consumidores y minimice los costes logísticos.

El proyecto en su primera fase se centra en difundir, proponer y promover modelos de innovación en la comercialización de productos agrícolas en canales cortos, a través de la creación de redes alternativas, atendiendo a la cooperación entre los productores para implantar modelos de logística de bajo coste, estableciendo y reforzando los vínculos de confianza entre productores y consumidores.

CACOMER se plantea como itinerario de investigación e innovación los siguientes hitos:

- Poner a prueba experiencias exitosas de creación de redes de confianza entre productores y consumidores de canales cortos, identificando los factores que contribuyen a la creación y reforzamiento de dichas redes.
- Ensayar herramientas basadas en las TIC, como son las plataformas on-line de compra y de logística, que facilitan el encuentro entre consumidores y productores agroalimentarios.
- Evaluar modelos de logística para la compra-venta de productos agroalimentarios en canal corto.
- Ensayar y ajustar modelos que reúnan los elementos más exitosos identificados en las fases anteriores.

En esta primera fase del proyecto CACOMER se han lanzado en paralelo dos encuestas a productores y consumidores para analizar los diferentes modelos existentes con ánimo de hacer propuestas innovadoras en el proceso de comercialización, en herramientas basadas en las TIC y en modelos de logística para la compra-venta de productos agroalimentarios en canales cortos.

INICIO: 2019 (En proceso- primera fase)

LOCALIZACIÓN: España

AGENTES IMPLICADOS: El partenariado del proyecto compuesto por ocho entidades es notoriamente transversal puesto que junto con la Asociación Intermunicipal Red TERRAE participan varios productores y distribuidores en canal corto, la Cámara Agraria de la Comunidad de Madrid, tres Grupos de Acción Local LEADER.

RECURSOS:

- Personal: Personal Asociación Intermunicipal Red TERRAE
- Material: Asociación Intermunicipal Red TERRAE

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: Si se ha realizado.

FINANCIACIÓN: Financiado por el FEADER y el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, desde hace unos meses.

PRINCIPALES LOGROS: Los canales cortos de comercialización tienen potencial para mejorar los ingresos de los agricultores, promover sistemas agrarios sostenibles y contribuir al desarrollo económico local. Además, pueden contribuir a reducir el uso de combustibles fósiles, permitir un mejor acceso a la información y una comunicación más directa entre consumidor y productor.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

CLAVE ÉXITO: Conseguir un modelo de comercialización a través de canales cortos que maximice la confianza, contribuya al bienestar de los consumidores y minimice los costes logísticos. El concepto de canales cortos de comercialización tiene diferentes acepciones según se considere la distancia geográfica, la ausencia de intermediarios o la distancia ideológica entre productor y consumidor.

El Reglamento Europeo de Desarrollo Rural (1305/ 2013) incluye una referencia expresa a los canales cortos de comercialización y reconoce la necesidad de reforzar las relaciones entre los agentes de la cadena alimentaria y la importancia de comprender cómo funcionan estos canales.



BUENA PRÁCTICA 43: Proyecto Cacomer



Sin duda el papel municipal es clave para dinamizar los mercados locales y desde Red TERRAE es una de las líneas marcadas para la dinamización agroecológica.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

No tiene sentido en España porque es un proyecto de ámbito nacional, cualquier municipio o entidad se puede sumara al proyecto



BUENA PRÁCTICA 44: La Exclusiva



✉ info@laexclusiva.org

👤 Victoria Tortosa Vicente (Gerente)

☎ 605 444 320

🌐 <http://www.laexclusiva.org/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La Exclusiva es un proyecto de emprendimiento social que busca reducir la despoblación en la provincia de Soria, cubriendo las necesidades básicas de sus habitantes sin ningún coste añadido a través de un sistema de logística social que ofrece:

- Acceso a productos y servicios de primera necesidad propios de la capital sin ningún coste añadido.
- Ahorro de tiempo y comodidad que supone la recogida y entrega de pedidos a domicilio.
- Seguridad y mejora del bienestar de colectivos vulnerables como es el de la tercera edad.

La Exclusiva está pensada para las personas que residen en pequeños pueblos de la provincia de Soria, que tienen dificultades a la hora de conseguir ciertos productos.

El proyecto surge en abril de 2013, por parte emprendedores de la exclusiva, dada la situación actual de desabastecimiento en los pueblos de la provincia de Soria, tienen la idea de crear una empresa social que persiga cubrir las necesidades básicas de sus habitantes.

- **Mayo 2013:** Los emprendedores de La Exclusiva entran a formar parte del espacio de coworking de Soria El Hueco para incubar su idea y estar apoyado por una comunidad de emprendedores.
- **Agosto 2013:** se crea la sociedad limitada la exclusiva logística social. Nace la empresa social.
- **En septiembre de 2013** con ayuda de diseñadores gráficos de la comunidad de El Hueco se crea una imagen corporativa de La Exclusiva orientada a sus potenciales clientes.
- **Octubre 2013:** Se presenta la idea en el concurso para Emprendedores El Hueco Starter 2013 ganando el premio al mejor emprendimiento social.
- **Noviembre 2013:** La exclusiva inicia las negociaciones con diferentes proveedores para abastecer de los mejores productos a sus clientes.
- **Diciembre 2013:** El hipermercado E,leclerc, firma un contrato con "La Exclusiva" para formar parte de esta iniciativa local que pretende garantizar un estado de bienestar en toda la provincia de Soria.

INICIO: 2013 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Soria y Burgos

AGENTES IMPLICADOS: El espacio de coworking el HUECO , asesoró al principio para crear la empresa y con los compañeros de éste se creó el proyecto y la página web.

RECURSOS:

- Negociar contratos firmados con los proveedores bajo las condiciones de negocio de la exclusiva (sin coste añadido para el cliente).
- Una herramienta informática de gestión de pedidos
- 3 vehículos
- 5 trabajadores , tres a tiempo completo y uno a tiempo parcial.
- Una ampliación de capital realizada para poder comprar dos furgonetas para dar servicio en Burgos.
- En cuanto a los proveedores los buscamos nosotros, los de alimentación son grandes, pero el resto son pequeñas empresas creadas en el medio rural , siempre intentamos no perder nuestro objetivo que es revertir la despoblación.

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN: El mes de junio de 2013 Se realiza un estudio de campo por toda la provincia de Soria que da como resultado una red de 5 rutas de 24 pueblos cada una y posteriormente elaboran su plan y modelo de negocio. Entrevistaron a 15000 personas en 250 núcleos de población.

FINANCIACIÓN: Inversión propia y solicitar créditos, nunca han recibido ninguna subvención.

PRINCIPALES LOGROS: La logística del servicio actualmente consta de 6 rutas repartidas en 4 días de la semana, cubriendo los principales puntos de la provincia de 50 pueblos cada una (200km aprox. ida y vuelta) y que cubre aproximadamente un total de 10.000 familias.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

- Principalmente económicas, desde que creas la sociedad limitada pagas 330 sin ganar nada. Buscamos un Mentor, y Catalina Parra en la fundación Hazlo posible, "su apoyo económico nos permitió hacer la ampliación de capital para expandirse a Burgos".
- Cuesta mucho también la gestión estratégica, fue en el hueco donde nos enseñaron y aprendimos.
- La negociación con proveedores, fue difícil, en la primera negociación que tuvimos con LECLERC, no entienden que la despoblación pueda ser objeto de la RSC de su empresa, para convencerle hicimos un trabajo de campo brutal entrevistamos a 15000 personas en 250 núcleos de población, esa fue nuestra carta, porque no solo hay que negociar que paguen el transporte sino también que paguen la organización y creación de pedidos.



BUENA PRÁCTICA 44: La Exclusiva



- Enero 2014: se inicia la primera ruta y en Marzo se espera estar cubriendo las 5 rutas previstas que abastecerán a más de 120 pueblos.

- Abril 2014: se abren las 4 rutas que suman 5 cubriendo los puntos más importantes de la provincia de Soria.

- Enero 2015: celebran el primer aniversario con 250 clientes fijos, 5 rutas y un sorteo de ropa deportiva cedida por Abel Antón.

- Junio 2015: Amplían servicios: Electrónica, Prensa, Librería, papelería, Jardinería, Muebles, Tintorería, Textil, Droguería, Parafarmacia, Rehabilitación de viviendas, Cambio bañera por ducha/fontanería, Revisión y lectura de factura de la Luz, Producto ecológico, Catering para personas que no pueden cocinar.

- Diciembre 2015: reciben el Premio Obra Social La Caixa. Programa de Emprendimiento Social.

- Marzo 2016: se realiza la primera ampliación del capital. Entran a formar parte de La Exclusiva Catalina Parra, Agustín Cuenca, Pablo Almunia y El Hueco. La ampliación se realiza con 2 objetivos, que Victoria pueda dedicarse al 100% a La Exclusiva y la elaboración de un plan de crecimiento que permita fijar la estrategia de la empresa para los próximos 2 años.

- Abril 2016: el Confidencial publica un reportaje sobre La Exclusiva: <https://bit.ly/34mm7G6>

- Junio 2016: aumentan la flota, adquieren dos furgonetas nuevas que nos permitan crecer, ampliar rutas, servicios y por lo tanto clientes. Siempre con el objetivo de llegar hasta el último rincón de la provincia de Soria y que nadie tenga que abandonar su casa en el pueblo por la falta de servicios.

- Junio 2016.. amplían rutas, llegando al último confín de la provincia de Soria.

- Octubre 2016: una vez finalizado el plan de crecimiento y gracias a la oportunidad que nos brinda Grupo Día de ser nuestros proveedores, iniciamos un plan de réplica en Burgos, como proyecto piloto para 2017.

- Noviembre 2016: les conceden el premio "Excelencia a la innovación para mujeres rurales 2016" del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

CLAVE ÉXITO:

La exclusiva nace con el objetivo de fijar población en las zonas rurales escasamente pobladas de España contribuyendo al bienestar de los ciudadanos de las provincias de Soria y Burgos, especialmente al del colectivo de las personas mayores, mediante el servicio de reparto de suministros y servicios de primera necesidad a domicilio de forma sostenible (sin subvenciones) sin ningún coste añadido para los clientes, ya que es el proveedor quien asume el coste del servicio y con mayor calidad.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

El modelo se considera que es transferible, tanto que en un futuro tienen previsto abrir nuevas exclusivas en otros territorios, en base modelo de franquicia social, copia de un sistema francés y americano. 

Para ponerlo en marcha recomiendan sobre todo saber negociar con proveedores, nunca emprender solas, que se rodeen de gente que entienda, por ejemplo en espacios coworking con apoyo externo. Aprender mucho de todo, gestión estratégica, del ámbito de lo social, el coste de la oportunidad. Y sobre todo no perder nunca los valores y objetivos de la Exclusiva, que es revertir el proceso de despoblación y contribuir al bienestar de la gente que habita los pueblos.

OBSERVACIONES

Iniciativa privada, con un gran potencial bajo el sistema de franquiciado social.

- Enero 2017 y haciéndolo coincidir con el tercer aniversario de La Exclusiva Soria, ponen en marcha La Exclusiva Burgos.

- En junio de 2017 empezamos con una única ruta los martes, de 35 pueblos, y ya hemos logrado ampliar a dos. En total ahora atendemos a casi 65 localidades burgalesas. Y seguiremos creciendo porque queremos llegar, como en Soria, a toda la provincia.



BUENA PRÁCTICA 45: Multiservicios Rurales



✉ comercio@camarateruel.com

👤 Nuria Ros

☎ 978618191

🌐 <http://www.multiserviciorural.com/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Puesta en marcha de iniciativas empresariales en municipios donde ya no existen actividades tan básicas como una tienda, bar y/o alojamiento rural. Es modular, depende de las necesidades del municipio se va combinando. Hay centros de todo tipo, además de otros servicios añadidos que van surgiendo y complementan el proyecto (biblioteca, zona wifi, ludoteca, etc.)

La acción se lleva a cabo a través de Cámara de Comercio de Teruel, que ante la situación de progresiva pérdida de servicios de necesidad de la población de las zonas rurales más deshabitadas, busca fórmulas de poder seguir ofreciendo estos servicios intentando que consigan tener la mayor rentabilidad posible.

Valoración externa tras la entrevista

En la entrevista quedó reflejado que el Multiservicio era un modelo que había dado muy buen resultado pero que había que revisar. Por eso estaban en el proyecto SARURE para intentar darle esa vuelta de rosca a la idea.

Sin duda la mayor complicación que se veía era la de la contratación del gestor del servicio. Se encuentran ya pueblos tan deshabitados que nadie se puede hacer cargo, además de ser muchas veces deficitario económicamente. Por eso también planteaban una reflexión de cómo deberían hacerse este tipo de contrataciones y la forma en la que la gente llegaba a estos municipios para gestionar estos servicios.

Como siempre el éxito depende de la persona que está al frente, y si ya la selección da problemas pues eso se arrastra y hace que se pierda tiempo, dinero y energías para sacar estos proyectos adelante.

INICIO: 2003 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Aragón

AGENTES IMPLICADOS: Cámara de Comercio, Diputación Provincial y Gobierno de Aragón. Ayuntamientos que solicitan su adhesión.

RECURSOS:

- Personal: Un gestor (empresario privado)
- Material: edificio municipal adaptado y rehabilitado para la causa.

IMPLEMENTADO PLAN ESTRATÉGICO: No, la situación fue haciendo que se fuera planeando a la marcha. En la actualidad sí que están en un proyecto Europeo denominado SARURE (SAveRUralREtail), aprobado en 2018 en junio, son 5 años de proyecto. Para optar a este proyecto, nuestra candidatura defendió el proyecto multiservicio rural y lo que se está analizando es la evolución que pueden tener los servicios en zonas rurales más despobladas.

FINANCIACIÓN: Subvención Diputación Provincial de Teruel y del Gobierno de Aragón para instalación y equipamientos del local. DPT y Comarca Comunidad de Teruel cubren parte de la cuota de autónomos.

PRINCIPALES LOGROS: 75 multiservicios en marcha en la Provincia de Teruel, principalmente en pueblos de menos de 100 habitantes.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: La dificultad de encontrar gestores competentes. Cada vez queda menos población en los pueblos que se puedan hacer cargo de los Multiservicios y la contratación de alguien de fuera se complica por su falta de conocimiento o vínculo con la zona.

CLAVE ÉXITO: El proyecto es como una silla: cada pata es el Ayuntamiento como promotor, las administraciones y entidades (Comarca tb saca ayudas para cubrir parte de la cuota de autónomos como por ejemplo en la Comarca Comunidad de Teruel), el gestor y la otra pata es la población porque es la demanda que tiene el servicio. Cuando una de estas patas falla se cae el proyecto MSR.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, de hecho comenzó en Teruel y ahora ya se dan en Zaragoza y Huesca. Pero sin duda es el momento de revisión de este modelo y de buscar una nueva versión del Multiservicio Rural.





✉ turismo@cantabriaorientalrural.es

☎ 942 64 65 04

🌐 www.encantorural.com/asociaciones/ver/13

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Era una asociación de empresarios cuyo objetivo era la promoción turística de una comarca de interior a través de una red de apoyo.

La forma de funcionamiento era a través de las cuotas de los socios, los cuales mantenían la oficina del Centro de Iniciativas Turísticas y a la vez, desde esa oficina, se buscaban proyectos y recursos para potenciar el turismo.

La acción se llevaba a cabo a través de la voluntad de los empresarios de la zona (de todo tipo de actividad económica), del apoyo de la administración y por el trabajo técnico por potenciar un territorio escasamente explotado turísticamente.

Valoración externa tras la entrevista

En la llamada la técnico que nos atendió nos ofreció toda la información del centro actual pero tenía poca información del anterior.

Sin duda el gran valor del CIT era que no surgía de la administración, sino que surgía de los empresarios de la zona. Ellos habían observado que si el turismo y las estancias turísticas aumentaban en la zona sus negocios ganaban.

Por eso es una pena que las antiguas técnicas no estuvieran para poder explicarnos el proceso. Aunque por lo que nos dejó entrever la técnico fue la propia crisis económica la que hizo que los empresarios dejaran de apostar por el turismo ya que sus propios negocios se veían en peligro.

INICIO: Absorbido por entidad superior

LOCALIZACIÓN: Ramales de la Victoria (Cantabria)

AGENTES IMPLICADOS: Asociación de Empresarios y Ayuntamiento

RECURSOS:

- Personal: Personas contratadas por la asociación
- Material: Local

IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN: El Centro de Iniciativas Turísticas nació de la necesidad del empresariado de la zona en apoyar a un turismo rural incipiente. De ahí que una vez que el proyecto creció fue absorbido por una entidad superior.

FINANCIACIÓN: Cuotas de socios, entidades locales y grupo LEADER.

PRINCIPALES LOGROS: Su logro fue conseguir crear una red interna de beneficio propio entre las instalaciones turísticas (casas rurales, alojamientos, etc.), las tiendas y comercios de la zona y otras actividades económicas a las que, de una forma indirecta, el turismo le produce beneficios económicos.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Al llegar la crisis económica el Centro de Iniciativas Turísticas fue absorbido por el grupo de Acción Local de la zona.

CLAVE ÉXITO:

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS



BUENA PRÁCTICA 47: Recartografías



✉ recartografias@gmail.com

👤 Luis del Romero

☎ 634512950

🌐 <http://recartografias.es/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Rehabilitación de espacios abandonados cedidos a través de contratos de Custodia del Territorio y reutilización como espacio cultural didáctico y recurso turístico, así como espacio de sociabilización para los vecinos.

La acción se lleva a cabo por una serie de personas vinculadas con la universidad, que ven como paso coherente para sus estudios el poder aplicarlos en un lugar concreto. Se ponen en contacto con el barrio de un pueblo donde apenas queda población y comienzan a aplicar la Custodia del Territorio como fórmula de desarrollo y de atracción de nuevos recursos y agentes.

Valoración externa tras la entrevista

Uno de los principales reproches que suele tener la universidad es su poca cercanía con la realidad y con el día a día. Son muchos los estudios que han analizado la despoblación, los movimientos poblacionales y la situación de los municipios. Pero realizados desde las ciudades y con poco contacto, o nulo, con la realidad rural.

Por eso el gran éxito de este proyecto es que la universidad se baja a una zona despoblada a generar procesos que generen riqueza y movimientos ascendentes. Es un proyecto pequeño de poca inversión pero que ha cambiado el presente y el futuro de un pueblo que ya estaba desahuciado.

INICIO: 2014 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Mas Blanco, San Agustín (Teruel)

AGENTES IMPLICADOS: Asociación Cultural de Custodia del Territorio del Estado (estudiantes profesores, profesionales de diferentes sectores y antiguos o nuevos vecinos de San Agustín)

RECURSOS:

- Personal: Profesionales especializados en rehabilitación tradicional, voluntarios. Especialistas y técnicos para realizar jornadas, actividades, seminarios, etc.
- Material: cesiones de espacios, materiales para la rehabilitación.

IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN: Tenían estudios propios y trabajo de campo anterior bastante abundante.

FINANCIACIÓN: Donativos de las visitas guiadas, camisetas reivindicativas con mensajes positivos, libros o estudios, cuando se hacen horneados o fiestas el beneficio va íntegramente al mantenimiento y los proyectos culturales.

PRINCIPALES LOGROS: Rehabilitación de una zona muy deteriorada. La puesta en funcionamiento de la figura de la custodia del territorio, que demuestra que es una herramienta práctica y reconocida por la ley. Actualmente tienen 7 edificios más parcelas y podrían tener más, pero hay que tener claro que no son una empresa constructora sino una asociación que dinamiza. Hay que extender el modelo implicando a más actores.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: La accesibilidad a la zona, el público objetivo no puede llegar a Mas Blanco. El problema también de la administración, la burocracia y sus tiempos. No es compatible con un proyecto que empieza a funcionar o que tiene sus propias dinámicas de funcionamiento.

CLAVE ÉXITO: Implicación de diferentes agentes muy diversos pero que se pueden retroalimentar entre sí: universidad, antiguos o nuevos vecinos, profesionales. Efectos sinérgicos a través de la Custodia del Territorio.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, es otro ejemplo visible de como la figura de la Custodia del Territorio es una gran baza en las zonas más despobladas o donde se ha abandonado algún tipo de cultivo, de edificación o de entorno natural.



LA RIADA

✉ redriada@gmail.com

👤 Víctor Iguacel

☎ 680223399

🌐 <https://lariada.org/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Visibilizar y dar a conocer buenas prácticas o políticas locales frente a la despoblación ya que se están desarrollando en el medio rural aragonés y de desarrollar nuevas iniciativas no desarrolladas de manera coordinada.

La acción se lleva a cabo por un grupo de personas con unos intereses comunes que observan la necesidad de poder intercambiar información y proyectos con otras personas que también viven en zonas rurales. De ahí surge la idea de hacer jornadas participativas en distintas localidades y posteriormente, de crear una página web con foros.

Valoración externa tras la entrevista

Este es un proyecto que surge de un grupo de jóvenes muy activo y activista, que surge del medio rural más despoblado y que tiene un gran componente reivindicativo y transgresor. Pero, su proyecto y su idea es tan aglutinador y potente que han conseguido movilizar a una gran cantidad de gente que vivía con cierto desencanto las lecturas pesimistas de la vida y del futuro de los pueblos con menos población.

INICIO: 2018 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Aragón

AGENTES IMPLICADOS: Agentes locales diversos de toda la comunidad autónoma

RECURSOS:

- Personal: Comisiones, responsables y voluntarios.
- Material: Página web y encuentros semestrales.

IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN: Si, se realizó un estudio inicial. Sobre todo se intentó articular la idea y la forma de funcionamiento del proyecto antes de ponerlo en funcionamiento.

FINANCIACIÓN: Aportación de los asistentes a los encuentros

PRINCIPALES LOGROS: Generar un espacio transversal para desarrollar y coordinar políticas locales al margen de las estructuras de partido con ámbito territorial en todo Aragón.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Dificultad para mantener los foros activos y de hacer la comunicación digital atractiva para los participantes.

CLAVE ÉXITO: La respuesta que se le ha dado a la iniciativa. El movimiento que ha generado al existir una identidad compartida en todo Aragón.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Ven que no es un proyecto transferible por encontrarnos en un territorio muy extenso, donde la realidad rural es muy diversa pero que a la vez hay un punto de unión, que es el sentimiento de integración dentro de la misma comunidad autónoma.



BUENA PRÁCTICA 49: Miau Fanzara



✉ miau.fanzara2014@gmail.com

👤 Javi

☎ 661295958

🌐 <https://bit.ly/2PPIjEk>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Proyecto social de convivencia a través del arte. Se materializa en un museo al aire libre desde el que se promueve el arte, las actividades culturales, el pensamiento crítico y contemporáneo, el reciclaje artístico y el arte vinculado al medio ambiente y al medio rural, así como la multiinterdisciplinariedad.

Cómo se lleva a cabo

Se celebra una edición anual, se realizan visitas y se cuenta con una pequeña tienda.

INICIO: 18 de septiembre de 2014

LOCALIZACIÓN: Fanzara (Castellón)

AGENTES IMPLICADOS: Es un proyecto ciudadano, que nace de los vecinos/as de Fanzara. Está abierto a todos los que de manera voluntaria quieran implicarse. Coordinado desde la organización sin ánimo de lucro MIAUFanzara.

RECURSOS:

- Personal: Colaboración e implicación voluntaria de los vecinos/as.
- Material: Facilitan los materiales para las actividades artísticas, así como casas para el alojamiento de los artistas, ceden paredes, prestan apoyo en el punto de información...

ESTUDIOS PREVIOS Y PANIFICACIÓN: Responde a la percepción de respuesta compartida ante una necesidad: la mejora de la convivencia en el municipio. Ha ido evolucionando año a año.

FINANCIACIÓN: Nace con la voluntad de ser un proyecto autogestionado (aportaciones voluntarias que se complementan con alguna subvención puntual).

PRINCIPALES LOGROS:

- Este proyecto ha conseguido situarse dentro del panorama nacional e internacional de festivales de arte en el espacio público.
- Encuentro anual de artistas internacionales que se dedican a ampliar el patrimonio artístico del municipio en las fachadas de los edificios, en puentes, etc.
- Más de 8000 alumnos han pasado por Fanzara. Visita guiada 12 colegios franceses.
- Más de 160 intervenciones urbanas.
- La convocatoria a los artistas se abre en enero y concurren más de 100 cada año.
- Premio Arte Blanco "Pilares de la Cultura". Castellón 2016

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Su puesta en marcha: conseguir que los vecinos/as confiaran en esta iniciativa.

CLAVE ÉXITO: se enfatiza que el éxito de MIAU está vinculado a que no nació con un objetivo de proyecto turístico, si no social y de convivencia. Los artistas participan porque conectan con la singularidad de su génesis y aunque sufragan los gastos de alojamiento y desplazamiento, no cobran por sus creaciones. Ese es un elemento clave de su éxito, así como que se desarrolle "de abajo a arriba".

IMPACTO



BUENA PRÁCTICA 49: Miau Fanzara



✉ miau.fanzara2014@gmail.com

👤 Javi

☎ 661295958

🌐 <https://bit.ly/2PPIjEk>

Valoración externa tras la entrevista

Proyecto social y de convivencia en su génesis, que ha contribuido a dinamizar la actividad turística en la zona. El Museo Inacabado de Arte Urbano de Fanzarase ha convertido en un referente en el campo de la producción cultural alternativa.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Se considera que es transferible, sobre todo si hay presupuesto para pagar el caché de los artistas. En ese caso, es relativamente sencillo de replicar. Lo difícil es realizarlo tal y como se implementa desde MIAU; los artistas colaboran altruistamente gracias a su sintonía con el contexto que generó el proyecto, así como por el trato recibido.



BUENA PRÁCTICA 50: Red de periodistas rurales



✉ info@redperiodistas.com

👤 Agustina Sanguesa (agustina@redperiodistas.com)

📞 645 979 463

🌐 <https://reddeperiodistasrurales.com>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La Red de Periodistas Rurales persigue dar la máxima visibilidad a la realidad del mundo rural en nuestro país. Este objetivo solo es posible contando con el esfuerzo informativo de muchos periodistas que, en buena parte, trabajan en este territorio. Buscan servir de altavoz a lo que publican en otros medios, un material imprescindible para entender la complicada situación que atraviesa la España vaciada. Se definen como una red de Periodistas dispuestos a reivindicar un futuro en igualdad para la población que habita en nuestros pueblos.

Cómo se lleva a cabo

Hay que tener en cuenta que se ha creado una red de carácter nacional con una vida reciente, que cuentan con una página web. Están en el proceso de crear una asociación sin ánimo de lucro y profesionalizarlo al máximo. Desarrollan debates, elaboran manifiestos y todo tipo de actuaciones en el ámbito periodístico con el objeto de visibilizar esta realidad.

INICIO: 2019 (En curso, con voluntad de permanencia)

LOCALIZACIÓN: Transversal

AGENTES IMPLICADOS: La Red de Periodistas Rurales está formada por profesionales de la comunicación que trabajan desde hace años para dar visibilidad al medio rural y a sus poblaciones. Son periodistas comprometidos con los territorios que se enfrentan al Reto Demográfico y la despoblación. La Red de Periodistas Rurales cuenta con profesionales de la comunicación en Castilla y León, en Asturias, en Cantabria, en País Vasco, en Cataluña, en Levante, en Castilla-La Mancha, en Extremadura, en Andalucía y en Aragón (en nuestra comunidad, Placido Diez, entre otros).

La red la impulsa Manuel Campo Vidal, junto con la Cátedra de Despoblación de la Universidad de Lleida a finales del 2018, a partir de aquí se crea la red de periodistas en el 2019. Además, están estableciendo contactos con universidades, empresas, centros de investigación y administraciones que trabajan y colaboran en el desarrollo de proyectos innovadores.

RECURSOS:

- Personal: la propia red de profesionales, con el apoyo de la Cátedra de Reto Demográfico y del Centro de Estudios Superiores Next, adscrito a la Universidad de Lleida.
- Material: documentos elaborados por la red de agentes implicados

ESTUDIOS PREVIOS Y PLANIFICACIÓN

El proyecto responde a una necesidad detectada y consensuada por los diferentes profesionales, encontrándose en una fase inicial del proyecto puesto en marcha

FINANCIACIÓN: No tienen ningún tipo de financiación, ni tampoco la buscan. Se reconoce que esta situación supone ir un poco más lentos pero sin perder de vista su objetivo y la independencia.

PRINCIPALES LOGROS

Se ha realizado un primer debate sobre despoblación, muy difundido y se ha escrito el manifiesto con la despoblación.

Además, en todos estos lugares se está buscando información útil para la creación de empleo el desarrollo estratégico del territorio.

DIFICULTADES ENCONTRADAS

Dada su reciente puesta en marcha, hasta el momento no se ha identificado ninguna.

CLAVE ÉXITO

Las potencialidades de la creación de la Red de Periodistas Rurales a la hora de buscar e informar de todas las ideas, propuestas e iniciativas que representen una oportunidad de crecimiento para la España que se enfrenta al reto demográfico. Los periodistas que forman parte de este colectivo están comprometidos a ofrecer contenidos de interés para la población rural que quiere permanecer en el territorio y también para la que quiere volver a su pueblo de origen.



BUENA PRÁCTICA 50: Red de periodistas rurales



IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Hay que tener en cuenta que se trata de una red nacional, de impacto transversal a los territorios, al que se pueden adscribir todos los periodistas que quieran.



OBSERVACIONES

Hay que tener en cuenta su reciente creación y las enormes potencialidades a la hora de concienciar en la lucha contra la despoblación gracias a contar con profesionales dispuestos a reclamar salidas estratégicas para recuperar la memoria, la dignidad y la igualdad de los pueblos. Persiguen que cada día se apunten más profesionales a la red para sumar talento y esfuerzos.



BUENA PRÁCTICA 51: Wigtownshire Transporte Comunitario



✉ contact@dumgal.gov.uk

👤 Harry Thomson

☎ 030 33 33 3000

🌐 <https://bit.ly/34rf2Ep>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Es un proyecto de uso comunitario de transporte, se lleva a cabo a través uso compartido de vehículos a través de organizaciones locales para reducir la infrautilización de los vehículos actuales. Los objetivos de esta iniciativa eran desarrollar un modelo de implementación sostenible paradar acceso a más recursos compartidos; conseguir una eficiencia incrementada, tanto anivel operativo como económico, y mejorar la calidad, la accesibilidad y la flexibilidad del transporte en las zonas rurales de las Islas Shetland.

Objetivos

- Desarrollo de un modelo de entrega sostenible para facilitar un mayor intercambio de recursos.
- Para asegurar la eficiencia tanto operativa como financieramente.
- Para mejorar la calidad, la accesibilidad y la flexibilidad del transporte en las zonas rurales.

El socio prestador del servicio es un operador de transporte ya establecido en lacomunidad que proporcionaba servicios locales y viajes por asuntos de salud y/o sociales.Tenían un sistema de reserva y horarios ya establecido que se utilizó en estos términos. El servicio de transporte es gratuito para los usuarios

INICIO: 2012

LOCALIZACIÓN: Dumfries and Galloway. Islas Shetland, Reino Unido

AGENTES IMPLICADOS: El proyecto contempla una colaboración conjunta a través de las autoridades locales, la asociación de transporte local (SWestrans), los servicios sociales deempleo, el servicio escocés de ambulancias, la junta del Sistema Nacional de Salud y unproveedor de transporte de la comunidad reconocido.

RECURSOS: Personal y material: Empresa concesionaria

FINANCIACIÓN: Financiación pública.

PRINCIPALES LOGROS: Aunque sólo se habilitaron 3 vehículos en la primera fase del proyecto (cerrada), los resultados fueron muy satisfactorios: 1.451 viajes, 18.808 pasajeros, 62.534 km recorridos, el 95% de los pasajeros entrevistados calificó los vehículos y el servicio como muy satisfactorio.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Coordinación agentes que participan del proyecto y presupuesto público.

CLAVE ÉXITO: El éxito del proyecto se basó en buenos cimientos con un propósito claro definido al principio. Se midieron los beneficios y se mantuvieron los estándares operativos, lo que condujo a un alto nivel de aceptación del usuario. El servicio es gratuito para los usuarios.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

El éxito ha llevado a una extensión del proyecto y se planean más desarrollos a partir de los resultados obtenidos



BUENA PRÁCTICA 52: FLINC



Köpenicker Strabe 154^a/157

DE 10997 Berlin (Germany)

+49 3061401744

www.flinc.org

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El proyecto consiste en la utilización y fomento del sistema de viaje compartido "flinc" en dos regiones rurales del Estado de Brandenburgo, El sistema permite que las personas contacten entre sí a través de una aplicación para compartir coche privado en diferentes trayectos. Especialmente durante los períodos valle (a final del mediodía, por la tarde, noches y fines de semana). Se trata de un aporte muy valioso a la movilidad ofrecida en las zonas rurales.

El servicio ya existía, pero no se había utilizado en muchas de las regiones que forman parte del proyecto. El Ministerio competente se ha implicado en una campaña de concienciación respecto al sistema que ha generado folletos, posters, carteles, artículos de prensa y contribuciones en televisión, y en sitios web. Esta iniciativa ha tenido una amplia difusión en escuelas, empresas y a través de diversas asociaciones para alcanzar el mayor número posible de personas.

Objetivos

- Un Suplemento a la movilidad que se ofrece en la región rural.
- Una reducción de las emisiones de CO2
- Un compromiso comunitario extendido.

Se lleva a cabo a través de la aplicación para movilwww.flinc.org, en la que se establecen contactos privados de viajes compartidos conectados, entre el conductor y el pasajero en cualquier dirección (no es necesario un lugar neutral de reunión). Es posible, al igual que con Facebook, agregar contactos y crear grupos. De este modo se incrementará el sentido de la seguridad. El formulario de registro de usuario privado es gratuito. El pasajero comparte los costos de gasolina con el conductor.

La campaña de sensibilización para el sistema se ha llevado a cabo en colegios, empresas y asociaciones. Los multiplicadores de opinión deben usar

INICIO:

- Selección de "flinc" como sistema regional de viajes compartidos en enero de 2012
- Inicio de la promoción del programa 2012.
- Lanzamiento oficial en la primavera de 2013

LOCALIZACIÓN: Estado de Brandenburgo (Alemania), La región de Sangesrstadt (con las ciudades Finsterwalde, Doverlug-Kirchcain, Sonnewalde y las comunidades Elsterland y Kleine Elster) en el distrito administrativo Elbe-Elster, El Sahnrock (con las ciudades Kyritz, GemeindenWusterhausen / Dosse y Gumtow, así como la comunidad Neustadt (Dosse)

AGENTES IMPLICADOS: Municipios, distritos administrativos, empresas de transporte y la juventud.

RECURSOS: Personal y Material: conductores con su vehículo propio

FINANCIACIÓN: El unico gasto es la campaña de sensibilización

PRINCIPALES LOGROS:

- En la región de Shamrockt: el servicio registra 40 usuarios de una población total de aproximadamente 28.000.
- La región de Sangerstadt: hasta ahora unos 30 usuarios en una población de 40.000 habitantes

DIFICULTADES ENCONTRADAS: En cuanto al marco legal para prestar el servicio: Establecer un marco legal dentro del marco legal existente e Incorporar el sistema privado de viaje compartido como parte del esquema de precios de transporte público.

En cuanto a los usuarios: Escepticismo fundamental contra este sistema de transporte, El escepticismo contra internet como herramienta cotidiana, El deseo de tener independencia con su propio vehículo.

CLAVE ÉXITO:

- Modelos a seguir que utilizan el sistema y lo difunden.
- Aumento adicional de los precios de la gasolina como incentivo para compartir el automóvil.



BUENA PRÁCTICA 52: FLINC



el sistema y difundir la palabra. Se utilizaron flyers, pancartas, artículos de prensa, campañas telefónicas y un sitio de Internet para la campaña de concienciación.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si pero se considera que los actores involucrados en la región que sirven como modelo a seguir son absolutamente esenciales



BUENA PRÁCTICA 53: Cooperativa 'Vun der Atert'



✉ vunderatert@gmail.com

👤 Desde el atrio sc

🌐 <https://www.pueblosenarte.com/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Utilizando el apoyo de la medida LEADER, productores y consumidores formaron una asociación que desarrolló un modelo de producción de carne basado en la comunidad. El concepto fue probado por cinco criadores locales. Los consumidores pagan por adelantado a los agricultores por un período de seis meses o un año y, a cambio, reciben información e influyen en el proceso de producción. Por ejemplo, los consumidores pueden otorgarle al agricultor un préstamo de bajo costo para permitir la construcción de un patio o convertirlo a producción orgánica. La cooperativa está a cargo de la logística y la administración, mientras que se encarga a un carnicero local la preparación de las cajas y la distribución.

La cooperativa "From the Atert" se fundó en Beckerich en 2016. Reúne a consumidores y productores del condado de Redange, con el apoyo del Grupo de Acción Local Atert-Wark. La cooperativa vende productos orgánicos locales en cestas a sus suscriptores, junto con ofertas de temporada. Las cestas se llaman "Abobox". La iniciativa se inspiró en la red internacional de organizaciones ambientales "Amigos de la Tierra" que opera en 74 países. También se basa en el modelo francés de la Asociación para la Preservación de la agricultura a pequeña escala (Association pour le maintien d'une Agriculture paysanne - AMAP).

Un productor de verduras, clientes y refugiados trabajan juntos en este esquema de inclusión social para garantizar que los clientes reciban una canasta de verduras todas las semanas, de abril a noviembre. Los vegetales se recolectan todos los viernes y las canastas que no se retiran, por ejemplo cuando un cliente está de vacaciones, se entregan al centro local de refugiados o al supermercado solidario en Redange.

Una característica única de la cooperativa es que permite a los clientes decidir el precio de los productos. Esto permite a los hogares de bajos ingresos participar y comprar verduras frescas. Según Ingrid van der Kley, gerente de la cooperativa, "las verduras de alta calidad no deberían ser productos de lujo". Si los clientes pagan menos de

INICIO: 2014 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Luxemburgo

AGENTES IMPLICADOS:

Grupo de Acción Local, Cooperativa productores y consumidores locales, tejido asociativo.

RECURSOS:

- Personal: La cooperativa "From the Atert"
- Material: La cooperativa "From the Atert"

IMPLEMENTADO PLAN ESTRATÉGICO:

Si han hecho estudio previo y estrategia o si solo han detectado el problema y han ido improvisando sobre la marcha.

FINANCIACIÓN: Presupuesto total 17.993€

- FEADER 12.775€
- Nacional / Regional 5.218 €

PRINCIPALES LOGROS:

La iniciativa ayudó a los productores y consumidores a entenderse mejor. Los agricultores ahora pueden centrarse más en las necesidades de los consumidores y los consumidores aprenden sobre el trabajo de los productores de alimentos. En un par de meses, 85 participantes ordenaron las 'cajas de carne', que los promotores del proyecto consideraron un resultado muy prometedor.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Financiación

CLAVE ÉXITO:

- Las cadenas de suministro locales permiten contactos personales entre consumidores y productores, promueven el intercambio y la comprensión mutua de los desafíos y necesidades diarias. De este contacto personal, crece una cultura de respeto mutuo.
- Esta iniciativa sigue los modelos locales de la cadena de suministro de alimentos. El sistema de pedidos de cajas de carne brinda la oportunidad de obtener un precio justo por alimentos de alta calidad, criados localmente.
- El concepto fue codiseñado y pertenece al "esquema de intercambio local" más amplio basado en la moneda Beki.



BUENA PRÁCTICA 53: Cooperativa 'Vun der Atert'



✉ vunderatert@gmail.com

👤 Desde el atrio sc

🌐 <https://www.pueblosenarte.com/>

25 euros, que es la tarifa de suscripción normal, las cuentas permanecen equilibradas porque la producción se adapta al presupuesto. El concepto de "Pague lo que quiera" aún no se conoce ampliamente en Luxemburgo.

Cómo se lleva a cabo

El modelo comunitario integrado para productores de carne se implementó por primera vez en Luxemburgo. Se enfoca en cadenas de suministro cortas, trabajando juntos e intercambiando experiencias entre consumidores y productores. Como parte de la plataforma "Solidarische Landwirtschaft en Luxemburgo", el concepto fue desarrollado por un grupo de trabajo de productores y consumidores apoyados por LEADER en la región de Atert-Wark. En esencia, productores y consumidores formaron una asociación que se reúne en reuniones regulares. Estuvieron acompañados por un experto externo que facilitó y documentó el proceso. El grupo de trabajo examinó las iniciativas comunitarias en Alemania y en otros lugares para desarrollar una estrategia para la región. También se organizaron eventos de sensibilización (incluida la degustación de productos regionales, conferencias, etc.) para aumentar el número de consumidores y productores participantes. El concepto fue probado por cinco criadores locales.

Los consumidores pagan por adelantado a los agricultores durante seis meses o un año y, a cambio, reciben información e influyen en la producción. En muchos casos, dirigen las granjas hacia la producción biodinámica u orgánica. En algunos casos, los consumidores otorgan al agricultor un préstamo de bajo costo para permitir la construcción de un patio o para convertirlo en producción orgánica. La cooperativa está a cargo de la logística y la administración. Un carnicero local en Redange se encarga de la preparación de las cajas y actúa como distribuidor. La distribución se controla a lo largo de cada paso del proceso. Durante los primeros pasos de la iniciativa, casi 60 se suscribieron, lo que fue un comienzo muy prometedor.

Esta iniciativa es parte de una acción más amplia bajo el paraguas de "Beki", que se lanzó en

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

El objetivo general de esta iniciativa es crear una cadena de suministro corta para los productores locales de carne orgánica. Esto permite proporcionar productos alimenticios de calidad y promover modelos de agricultura justos, transparentes, favorables al bienestar y sostenibles.



2012. Es una moneda local utilizada por más de un centenar de tiendas y proveedores de servicios del área de Redange. Una participación en la cooperativa equivale a 150 Beki o euros.

La cooperativa participa en otras actividades para apoyar la agricultura comunitaria. Financia proyectos y tan pronto como se vuelven autosuficientes, el dinero vuelve al fondo. La cooperativa ejecuta un esquema de voluntariado local en el que se necesita ayuda, como en la horticultura (cultivo de variedades, cultivo de semillas); hornear pan; contribuyendo a tareas administrativas y dirigiendo la cooperativa





✉ gath@naturpark-eifel.de / schmitz@naturpark-eifel.de

👤 **Nicolas Gath/Sascha Schmitz (Gerente Regional)**

☎ **02486/911122 - 02486/801647**

🌐 <https://bit.ly/2PNdQ8V>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Los hoteles y restaurantes son la columna vertebral del turismo rural en la región norte de Eifel. Sin embargo, el cambio demográfico está afectando fuertemente a la industria. Los dueños de negocios deben trabajar en la planificación de la sucesión para permitir que sus hoteles y restaurantes continúen después de su jubilación y retener trabajos y aprendizajes. Dado que el tema de la sucesión es muy delicado para los "viejos propietarios", muchos lo suprimen o posponen durante años hasta que sea demasiado tarde. El proyecto "Sucesión de la empresa en el sector hotelero y hotelero en la región del norte de Eifel" desarrolló servicios especializados de asesoramiento y apoyo para el sector, con el fin de ayudar a los hoteles y restaurantes de la región del norte de Eifel a mantenerse en el negocio. Esto beneficia tanto a la industria del turismo como a la población local.

En la región norte de Eifel, muchos propietarios de hoteles y restaurantes buscan sucesores comprometidos. La experiencia ha demostrado que los "antiguos propietarios" deciden resolver el problema de la sucesión demasiado tarde y a menudo se sorprenden de cuánto tiempo y esfuerzo complejo requiere el proceso de sucesión. Si la búsqueda falla, las empresas corren el riesgo de tener que cerrar, mientras que se pierden los empleos y las oportunidades de aprendizaje. En el contexto del cambio demográfico, el número de empresas afectadas en la región norte de Eifel aumentará significativamente. El turismo, que desempeña un papel económico vital para la región, podría debilitarse significativamente.

INICIO: 2017 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Alemania. Región norte de Eifel

AGENTES IMPLICADOS: LEADER Region Eifel. Grupo de Acción Local

RECURSOS:

- Personal: Grupo de Acción Local Eifel
- Material: Grupo de Acción Local Eifel

FINANCIACIÓN: Presupuesto total 40.334€: Apoyo RDP (26.217€) y Privado (14.117€)

PRINCIPALES LOGROS:

- El proyecto aún está en progreso. A junio de 2019, más de 30 empresas habían utilizado el servicio de consultoría. Al menos siete de estos han mejorado su facturación gracias al proyecto.
- El sitio web del proyecto enumera las empresas para las que se necesitan inversores y operadores. A partir de junio de 2019, cuatro de estos han encontrado nuevos propietarios a través del sitio web: www.nachfolgegastgewerbe-eifel.de/objekte/
- El número de huéspedes y pernoctaciones en el norte de Eifel ha aumentado significativamente en los últimos años. Esto se debe en parte a la inversión en infraestructura turística. En comparación con 2011, el número de turistas diurnos aumentó en un 89%, y el número de pernoctaciones en un 31% (2017). En total, hay alrededor de 1.3 millones de pernoctaciones y 10 millones de turistas diarios por año.
- El apoyo intensivo para la planificación de la sucesión y la entrega ayuda a garantizar la continuidad de las empresas en el sector de la hospitalidad, junto con los trabajos relacionados. También significa que hay oportunidades de capacitación práctica y aprendizaje en la región.
- Los materiales, seminarios, consultas y servicios diseñados por el proyecto se ofrecerán a todas las empresas interesadas en el sector hotelero y hotelero. De este modo, las empresas en cuestión podrán abordar la cuestión de la "sucesión empresarial" en una etapa temprana, incluso si el problema solo surgirá dentro de unos años. Por lo tanto, el proyecto está haciendo una contribución importante para asegurar la existencia continua de estas empresas y para la preservación de la infraestructura gastronómica en el área que también beneficia a la población local.
- Su objetivo es continuar el proyecto incluso cuando el período LEADER y el soporte hayan finalizado.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

Financieras y nuevos emprendedores para el relevo generacional





Cómo se lleva a cabo

El proyecto comenzó en mayo de 2017. La oficina del proyecto ahora identifica a las empresas en la región donde se producirá un cambio de generación y se pone en contacto con los propietarios. Se utiliza una guía especialmente desarrollada durante las citas en el sitio para hacer un balance y analizar las fortalezas y debilidades de los candidatos. Las empresas interesadas pueden hacer uso de una oferta de consultoría en varias etapas, para preparar un informe profesional

En otoño de 2017, se produjo el folleto "Investing in Stars" para presentar el Northern Eifel como una atractiva ubicación hotelera. Esta herramienta promocional está diseñada para atraer inversores y operadores regionales y nacionales.

En febrero de 2018, tuvo lugar el primer día de seguimiento de Eifel para la industria hotelera. Alrededor de 120 dueños de negocios actuales y sucesores potenciales aprendieron sobre aspectos clave de las transferencias de la compañía. En 2019, un segundo día de seguimiento de Eifel para la industria hotelera se centró en la protección y el mantenimiento de edificios [históricos] dentro de la industria turística y gastronómica: asistieron 90 invitados.

CLAVE ÉXITO:

- Desarrollo de servicios especializados de asesoramiento y apoyo para el sector, con el fin de ayudar a los hoteles y restaurantes de la región del norte de Eifel a mantenerse en el negocio. Esto beneficia tanto a la industria del turismo como a la población local.
- Desarrollo de un concepto de consultoría especial en toda la región LEADER Eifel: las ofertas existentes se integran y agrupan. Días de consulta planificados (consulta inicial) para empresas que buscan un sucesor, así como asesoramiento de seguimiento, para crear un plan de traspaso específico de la empresa. También se planean eventos de información y transferencia y seminarios / talleres para profundizar el conocimiento relevante para la transferencia / adquisición (legal, fiscal, marketing turístico, etc.)
- Desarrollo de herramientas para la búsqueda de partes interesadas de adquisición adecuadas: los instrumentos y las redes deberían funcionar más allá de la región, hasta los países vecinos (especialmente los Países Bajos).
- Amplio trabajo de relaciones públicas: esto sensibiliza a las empresas sobre el tema de la "sucesión corporativa" y las atrae al proyecto. Los planes incluyen una guía (folleto) sobre la organización de la sucesión de la empresa, con todas las personas de contacto y ofertas de servicios en el distrito de Euskirchen y la región de Aachen.
- Implementación y documentación de una fase de prueba para el concepto de coaching, en cooperación con casos reales representativos.
- Preparación de ejemplos de mejores prácticas: Se utilizan medios adecuados para preparar buenos ejemplos de Eifel, donde las empresas y las instituciones de consultoría pueden orientarse en el futuro.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si sobre todo en territorios con negocios de hostelería y restauración, que son la columna vertebral del turismo.



BUENA PRÁCTICA 55: Moble mail service



✉ customer.service@posta.hu

👤 Zoltanne Tercskei

☎ +3613337777

🌐 <https://bit.ly/2PRjY01>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El servicio de correo móvil está operativo en aldeas de menos de 600 habitantes. El servicio equivale a una oficina de correos móvil. La esencia de esta iniciativa se sustenta en el hecho de que el cartero visita los pueblos diariamente con su automóvil. Esta idea se desarrolló porque no había suficientes oficinas postales en el país. En concreto, su ausencia es notoria en las zonas rurales.

Para que sea económicamente viable, el servicio de correos móvil cuenta con una amplia oferta de servicios, tales como:

- Entrega y recogida de cartas, paquetes, cheques, paquetería
- Servicio de manutención y pensión.
- Entrega de efectivo con cargo a tarjeta de crédito (función de cajero automático móvil)
- Servicios adicionales como la venta de cupones de lotería o periódicos.

En la práctica, cada núcleo familiar debe tener una tarjeta que indica la intención de usar el servicio (conectado al coche del cartero mediante una señal). Las familias deben fijarlas en la entrada principal o en algún sitio donde se pueda ver desde la calle.

Cuando el coche pasa, si el cartero no encuentra a la familia en su casa, deja un recordatorio en el buzón en tres ocasiones. Si no se encuentran en ninguna de las ocasiones, la familia puede recoger o enviar sus paquetes en la oficina de correos correspondiente. Además, los usuarios pueden conceder un poder notarial (de representación) a cualquier vecino u otra persona para que éste reciba en su nombre paquetería o la pensión.

INICIO: 2003 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Hungría

AGENTES IMPLICADOS: Cuatro socios

RECURSOS: Personal y material: servicio de correo postal.

FINANCIACIÓN: El costo de operación se reduce en un 17%. El número de municipios abastecidos se incrementa en un 48,3%. El costo / persona / liquidación se reduce en un 50% en comparación con las oficinas operadas anteriormente.

PRINCIPALES LOGROS: En un periodo de 3 años se ha incrementado significativamente el número de líneas de correo móvil de 4 a 354 y de 22 a 646 municipios que forman parte de la red.

Starting date	No. of mobile mail lines	No. of affected municipalities	There was fix post office	There wasn't post office	No. of affected inhabitants
2000	4	22	6	16	4977
2003	120	440	240	200	122046
2004	230	484	296	188	176460
Sum	354	946	542	404	303483

CLAVE ÉXITO:

- El servicio no requiere costo adicional o pago adicional, ya que el servicio tiene costos fijos independientemente de la ubicación.
- Esta bien organizado
- La frecuencia del servicio
- Las oficinas de correos son puntos de encuentro social.
- Soy uno de los servicios más importantes de un pueblo.
- Es un símbolo de independencia rural.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Para ello se recomienda:

- La personalidad del cartero es crucial.
- Necesidad de análisis situacional, estudios de impacto y monitoreo.
- Fortalecer la responsabilidad del Magyar Posta Zrt. como actor público



BUENA PRÁCTICA 56: Tienda de comestibles inclusiva y cafetería social 'Beim Lis'



✉ yolande@elisabeth.lu

👤 Yolande asbl

🌐 <http://www.beimlis.lu/lu>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Establecer una tienda de comestibles y un café social para ayudar a las personas con discapacidad intelectual a ingresar al mercado laboral y obtener su independencia.

La ONG 'Yolande asbl' pertenece al grupo 'Elisabeth', que es el principal proveedor de atención social en Luxemburgo. La ONG adquirió un edificio en el municipio de Betzdorf, ubicado frente a la estación de ferrocarril Roodt-Syre. Allí, la ONG estableció apartamentos para personas con discapacidad intelectual en los pisos superiores y una tienda en la planta baja.

La tienda de comestibles se creó en 2017 para permitir que los aprendices o empleados con discapacidad intelectual ingresen al mercado laboral y se vuelvan más independientes. En parte de la tienda de comestibles, se ha creado un café social donde la gente local puede reunirse y socializar. El soporte de medida LEADER se utilizó para la creación de un pequeño equipo de soporte con dos empleados a tiempo parcial.

El centro residencial Yolande de Betzdorf está ubicado en el área rural cubierta por el Grupo de Acción Local Miselerland. LÍDER Miselerland comenzó en 2003. En la actualidad, reúne a 48 miembros: 14 comunidades y 34 organizaciones. Su estrategia de desarrollo local está muy orientada hacia el desarrollo social

INICIO: 2014 (FINALIZA EL PROYECTO EN 2020)

LOCALIZACIÓN: Luxemburgo

AGENTES IMPLICADOS: el Grupo de Acción Local Miselerland. LÍDER Miselerland En la actualidad, reúne a 48 miembros: 14 comunidades y 34 organizaciones.

RECURSOS: Personal y Material: La ONG 'Yolande asbl'

FINANCIACIÓN: Presupuesto total 223 400€: FEADER (158 614€) y Nacional / Regional (64 786€)

PRINCIPALES LOGROS:

- Se llevan a cabo talleres inclusivos en la cafetería comunitaria y en el centro de atención residencial en Betzdorf de manera regular; el material del taller se publica en línea y en un pequeño folleto que se distribuye cuatro veces al año;
- Algunas personas con discapacidad intelectual se convirtieron en maestros asociados en los talleres de velas y jabón.
- Se crearon dos empleos para personas con necesidades especiales;
- Se han organizado aproximadamente 40 talleres con más de 500 participantes.
- En cooperación con Fairtrade Luxembourg, se creó una marca de té con certificación bioética. El embalaje se realiza durante un taller para personas con necesidades especiales.
- En 2017, se organizó el primer mercado navideño junto con los exploradores y el centro juvenil local. La comunidad local era responsable del apoyo financiero.
- Las personas que usan el café comunitario a menudo también compran en el supermercado;
- Cerca de 12 personas mayores vienen regularmente al taller semanal "LIS CAFÉ";
- El 11º Congreso Europeo de salud mental en discapacidad intelectual se celebró en septiembre de 2017 en la ciudad de Luxemburgo. El promotor del proyecto participó con una presentación de póster "Duerfbuttek & Duerftreff, una solución inclusiva para los deseos de las pequeñas ciudades" y contribuyó a un taller sobre trastornos psicológicos y del comportamiento.

DIFICULTADES ENCONTRADAS:

El proyecto requiere trabajo arduo, adaptarse constantemente a los cambios, ponerse en contacto con las autoridades locales y las partes interesadas, así como desarrollar eventos y talleres inclusivos que satisfagan los intereses de los habitantes.

La iniciativa "Beim Lis" llevó a la identificación de nuevas necesidades en el campo de la salud y el envejecimiento. Las personas mayores, que necesitan más atención, también deben tener la posibilidad de quedarse en casa y no en un centro de atención. Los problemas locales solo pueden resolverse localmente.



BUENA PRÁCTICA 57: Contratista del centro rural joven



✉ annika.winhagen@technichus.se

👤 Annika Winhagen (gerente)

☎ 070-688 90 93

🌐 <https://bit.ly/2LZ7dPU>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Los contratistas de derecho de verano son un concepto comprobado en el que los jóvenes pueden desarrollar sus habilidades empresariales durante el verano. En el proyecto, el promotor es Technichus, con el objetivo de desarrollar un proyecto para involucrar a los jóvenes del campo y también permitir expandir el negocio durante todo el año.

Con este proyecto, Technichus quiere hacer de la oportunidad de un contratista de vacaciones de verano una alternativa atractiva a un trabajo de verano. El proyecto está dirigido a jóvenes que viven en áreas rurales fuera del área urbana principal en los cuatro municipios de la Costa Alta. A través del proyecto, también será posible desarrollar ideas de negocios en áreas rurales: los jóvenes pueden trabajar donde viven y encontrar el apoyo de las fuerzas locales sin tener que viajar para trabajar con las ideas que desean impulsar y desarrollar. A través de la ONG Rural Entrepreneur, el programa se extenderá más allá de la juventud escolar para incluir a adultos jóvenes (20-25 años) que viven en el campo y que están desempleados a tiempo completo o parcial o por alguna otra razón tienen la oportunidad y el deseo de probar para aprender más sobre el espíritu empresarial. Paralelamente, Technichus elaborará un modelo para las comunidades locales, Los municipios y las organizaciones deberían poder llevar a cabo el negocio una vez que se haya completado el proyecto. Para llegar a las asociaciones locales, el proyecto colabora con LRF, Toda Suecia vivirá y varias organizaciones locales de turismo.

En 2017, Technichus desarrollo un modelo para el trabajo con el contratista rural de ONG. Antes de esto, ya se habían establecido contactos con socios y representantes locales de varias localidades de la región, lo que ayudará con contactos con asociaciones y empresarios locales, así como con socios. En la primavera de 2017, los asesores rurales recibirían capacitación en el método de contratistas de leyes de verano. Para los no domgarna, el proyecto comienza con una semana de inicio junto con otros grupos de vacaciones de verano. Los jóvenes luego dirigirán sus negocios en su propio campo. Lo que

INICIO: 2017 (En proceso)

LOCALIZACIÓN: Suecia

AGENTES IMPLICADOS: Leader High Coast está formado por los municipios de Härnösand, Kramfors, Sollefteå y Örnsköldsvik.

RECURSOS:

- Personal: Technichus i Mittsverige AB
- Material: Technichus i Mittsverige AB

IMPLEMENTADO PLAN ESTRATÉGICO:

Si han hecho estudio previo y estrategia o si solo han detectado el problema y han ido improvisando sobre la marcha

FINANCIACIÓN:

Apoyo al proyecto de la UE y el estado: 2,364,610 SEK

- Financiación regional: 611,970 SEK
- Apoyo público del propietario del proyecto: 187,291 SEK

PRINCIPALES LOGROS: El proyecto contribuye a la implementación de la estrategia de desarrollo local para el área Líder, con respecto a los objetivos establecidos en el Fondo Rural con un enfoque especial en el área 1: Desarrollo empresarial sostenible, donde también contribuye al desarrollo del clima empresarial con enfoque en los jóvenes. El proyecto allanará el camino para el desarrollo de negocios rurales en toda el área líder

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Financiación.

CLAVE ÉXITO:

Población endógena, colaboración entre jóvenes y adultos para la transmisión generacional de conocimiento.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si, porque se puede poner en marcha en cualquier territorio creando una red de CDR.



BUENA PRÁCTICA 57: Contratista del centro rural joven



es nuevo para un joven empresario rural es, entre otras cosas, que los jóvenes tengan su propio mentor local que pueda apoyarlos y presentarles ideas,

Cómo se lleva a cabo

El objetivo del proyecto es que 120 jóvenes rurales de 15 a 25 años de edad puedan intentar emprender en la práctica. Esto se realizará durante el verano de 2016-2019 y al menos un grupo en una época diferente del año. También quiere involucrar a adultos en el campo para apoyar a los jóvenes que desean formar parte de los empresarios rurales en el futuro. A largo plazo, el objetivo es desarrollar un negocio permanente de desarrollo empresarial para los jóvenes en las zonas rurales. Esto es para aumentar su conocimiento del emprendimiento, permitirles poner a prueba sus propias ideas, aumentar su comprensión de las oportunidades disponibles para administrar negocios en el campo y cambiar sus puntos de vista e inspirar a los jóvenes a administrar negocios en el campo.





✉ rozwojregionalny@powiatprzeworsk.pl

👤 Condado de Przeworsk

🌐 <http://www.powiatprzeworsk.pl>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Preservar el patrimonio cultural de una región es importante, especialmente en una era de globalización y emigración de jóvenes de áreas rurales a centros urbanos. Este proyecto surgió para abordar la necesidad de involucrar a la comunidad local para nutrir las tradiciones locales y promover la identidad culinaria de la región.

El proyecto proporcionó talleres culinarios para escolares y la producción de una publicación titulada "Tras los pasos de los viejos sabores del condado de Przeworsk".

El proyecto se implementó de marzo a octubre de 2018. Se llevaron a cabo talleres culinarios, realizados por miembros de los clubes locales de amas de casa (koło gospodyń wiejskich - KGW). Estudiantes de 18 a 20 años participaron en los talleres que tuvieron lugar en tres escuelas vocacionales secundarias especializadas en servicios de nutrición y restauración en Przeworsk. Las escuelas involucradas fueron el Complejo escolar en Kańczuga y el Complejo escolar en Zarzecze. La primera etapa de estos talleres fue la parte teórica dedicada a temas relacionados con la transmisión de tradiciones a través de las generaciones y las formas de preparar un plato determinado y las tradiciones asociadas con él. La siguiente etapa fue la preparación de platos por estudiantes con la participación de miembros de los KGW locales, la Asociación de Mujeres Activas del municipio de Zarzecze y la Asociación de Mujeres Gmina Gać. Los platos fueron cocinados con productos locales: verduras, frutas, varios tipos de granos y otros ingredientes saludables. Los talleres culminaron con la colocación de la mesa y el servicio de los platos. Los talleres concluyeron con una degustación de los platos preparados.

La siguiente etapa del proyecto fue la producción de una publicación sobre los viejos sabores del condado de Przeworsk. El libro exploró recetas y sabores tradicionales que ahora a menudo se pasan por alto y se olvidan. Estas recetas se han transmitido de generación en generación y tienen características exclusivas de cada región. Las

INICIO: 2018 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN:

AGENTES IMPLICADOS: Condado de Przeworsk , Tejido Asociativo, Comunidad Educativa

RECURSOS:

- Personal: Condado de Przeworsk
- Material: Condado de Przeworsk

IMPLEMENTACIÓN PLAN ESTRATÉGICO: si han hecho estudio previo y estrategia o si solo han detectado el problema y han ido improvisando sobre la marcha

FINANCIACIÓN: Presupuesto total: 7 121,55€; RDP contr.: (4 506,22€) y Privado: (2 615,33€)

PRINCIPALES LOGROS:

La publicación 'Tras las huellas de los viejos sabores del condado de Przeworsk' se convirtió en una de las obras maestras de la región y continúa atrayendo interés en la identidad culinaria de la región.

Las primeras 1000 copias del libro se agotaron muy rápidamente. Se imprimieron 500 copias adicionales utilizando los recursos propios del condado de Przeworsk y la demanda sigue siendo alta.

Las actividades del proyecto elevaron el perfil de la tradición culinaria regional, sirviendo así para mejorar la calidad de vida y las condiciones de trabajo para los residentes rurales.

La participación de varios grupos de edad en el proyecto permitió transferir los valores y la cultura de Przeworsk, que son muy importantes para la preservación de la identidad local.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Financiación y participación ciudadana.

CLAVE ÉXITO: Cooperación Administración, tejido asociativo y comunidad educativa.

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación





recetas se acompañaron con información sobre cuándo prepararlas (en determinados momentos del año) según los productos disponibles en el área local, así como los rituales asociados con la preparación de estos platos. El libro también incluyó poemas que se refieren a las tradiciones culinarias y los productos del área de Przeworsk.

La etapa final del proyecto fue una reunión para presentar y discutir tanto los talleres como la publicación. La publicación estuvo disponible de forma gratuita durante esta reunión. La reunión comenzó con una conferencia sobre la importancia de la cultura y la tradición culinarias en la vida de la aldea de Przeworsk, así como las actuaciones de escolares y miembros de los clubes KGW. Los temas de las actuaciones se referían a los rituales asociados con los platos y sabores tradicionales que conforman el patrimonio culinario de la región de Przeworsk.

TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

El objetivo general del proyecto era preservar y promover el patrimonio culinario de la región de Przeworsk mostrando la diversidad de tradiciones y rituales culinarios locales, al tiempo que mejoraba la calidad de vida de los residentes rurales a través de la integración intergeneracional.





✉ management@tse.at

👤 SME Tourism & City Marketing Enns (promotor)

☎ +43 (0) 660 - 66 79 329

🌐 <http://www.popupstores.at/>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Muchas ciudades pequeñas tienen el problema de los espacios de venta vacantes y un concepto innovador para revitalizar los centros de las ciudades es ofrecer opciones de alquiler flexibles a las tiendas emergentes. Esta fue la iniciativa ganadora de los Premios de Inspiración Rural 2019 en la categoría de 'Voto Popular'.

"EnnsTourism and City Marketing Ltd" desarrolló un concepto de tienda emergente para el centro de la ciudad de Enns, Alta Austria. Su objetivo es utilizar el espacio de ventas vacante de forma temporal, brindando a las nuevas empresas la oportunidad de lanzar nuevas ideas, probar la ubicación y atraer nuevos clientes con un riesgo mínimo. Se espera que la recuperación anticipada atraiga a más nuevos negocios y clientes al centro de la ciudad.

Cómo se lleva a cabo

El innovador proyecto PopUp Store ofrece posibilidades atractivas para nuevos conceptos de tiendas temporales en el interior de las ciudades. El alquiler diario, semanal o mensual ofrece la oportunidad de probar un nuevo modelo de negocio sin riesgo y sin altos costos de inversión, para abrir una nueva ubicación y un círculo de compradores, para utilizar de manera óptima los tiempos de alta rotación, como el período previo a la Navidad o para aventurarse en el paso planeado hacia el autoempleo.

INICIO: 2014 (Finaliza el proyecto en 2020)

LOCALIZACIÓN: Austria

AGENTES IMPLICADOS:

RECURSOS: Personal y Material: inversión privada

FINANCIACIÓN: Presupuesto total 126121: Feader (40359), Nacional / Regional (1090) y Privado (75673)

PRINCIPALES LOGROS:

- Nueve tiendas emergentes salen a largo plazo.
- Se establecieron cinco nuevas empresas, que ya no operan dentro del marco del proyecto, sino que se establecieron permanentemente en los espacios que alquilan.
- Ahora hay menos espacios vacantes en el centro de la ciudad.
- El tráfico de clientes ha aumentado en un 43% en el paseo "Linzerstraße".
- No hay más cierres / salidas de negocios locales hasta el momento.
- Mayor número de microeventos dentro del recinto de compras (tanto por parte de propietarios de negocios nuevos como existentes).

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Financiación

CLAVE ÉXITO:

- Precio de alquiler favorable en una buena ubicación
- Alquiler a corto plazo, sin riesgo posible
- Tamaño de área flexible
- Espacio comercial totalmente equipado - listo para ocupar
- Sistema de tienda moderno y adaptable
- Aplicación profesional de todo el proyecto

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

Si sobre todo en pequeñas ciudades como centro de atracción turística y dinamización del comercio del territorio.





✉ info@kmetija-vizjak.si

👤 MaticVizjak, Granja Vizjak

🌐 <http://kmetija-vizjak.si>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

MaticVizjak es un joven agricultor que se hizo cargo de la granja familiar en 2016. Antes de esto, viajó y trabajó en otros países. El apoyo del Programa de Desarrollo Rural de Eslovenia (PDR) se utilizó para adquirir un dispensador de panal, aumentar el número de colmenas, comprar una máquina para el procesamiento de la miel de nata, configurar el sitio web de la granja, instalar un triturador, construir un invernadero y configurar un sistema de riego.

El soporte RDP también se ha utilizado para configurar un nuevo apiario con la capacidad de realizar apiterapia.

INICIO: 2016 (En funcionamiento)

LOCALIZACIÓN: Eslovenia

AGENTES IMPLICADOS: Un empresario ambicioso utilizó la ayuda para la creación de empresas para jóvenes agricultores con el fin de modernizar su granja y crear una serie de productos innovadores.

RECURSOS:

FINANCIACIÓN: Presupuesto total 161 000: FEADER (33 750), Nacional / Regional (11 250) y privado (116 000).

PRINCIPALES LOGROS: La granja comenzó con 16 colmenas y aumentó este número a 65. La miel producida se utilizó para crear una serie de innovadores productos a base de miel en crema.

El reconocimiento de marca y las ventas de los productos a base de chile de la granja han aumentado de año en año. Los productos están disponibles en más de 60 cadenas minoristas, restaurantes y minoristas independientes en todo Eslovenia.

La granja también desarrolló el primer vino picante del mundo (rosado y blanco). Hoy, el precio de este vino es de 49 euros por litro. En 2017, se vendieron 4,000 botellas de blanco y 1,000 de rosado, un total de 3,000 litros. En 2018, la granja produjo 4.500 litros. Se espera que las ventas se dupliquen en 2019.

DIFICULTADES ENCONTRADAS: Financiación

CLAVE ÉXITO: Creatividad e ilusión

IMPACTO

Reducción pérdida población



Dinamización de la actividad económica de la zona



Generación de empleo



Aumento bienestar y calidad de vida



Concienciación en la lucha contra la despoblación



TRANSFERIBLE A OTROS TERRITORIOS

No importa cuál sea su tamaño, todas las granjas pueden ser innovadoras, si reciben el soporte adecuado.



