

MAGARZA

DESARROLLO RURAL EN TENERIFE

Asociación
Creativa





I. El proyecto Magarza

Magarza surge por la situación laboral y las condiciones de la población local tanto en la zona rural de Santa Cruz de Tenerife como en las del municipio de La Laguna.

En estas zonas la estructura del empleo ha sido muy inestable en los últimos años y en muchos casos ha estado vinculada al sector servicios. Si tenemos en cuenta que el sector industrial es inexistente y que el sector primario se basa en la producción artesanal y escasamente productivas unido a la orografía de la zona, sobre todo en la zona rural de Anaga, tenemos un problema de fondo que Magarza a través de sus objetivos y desarrollo pretende paliar.

Zona de Anaga.

Teniendo en cuenta la población residente en la zona y la cercanía de las urbes, Santa Cruz de Tenerife y La Laguna podemos decir que el trabajador tipo de este enclave rural es un campesino-obrero, trabaja en la ciudad y en horas tardías o fines de semana se dedica a sus huertas para el autoconsumo principalmente.

Zona rural externa.

En estas zonas existe mayor movilidad por su acceso y la

comodidad de sus vías de transporte, esto ha hecho que las zonas rurales susceptibles de cambio se hayan transformado en zonas residenciales de la población urbana que huye de la ciudad.

El problema tanto de una zona como de otra es el mismo, desempleo provocado por la crisis, aunque deriva en el planteamiento de algunos residentes en estas zonas rurales para emprender, sobre todo la población joven que no consigue trabajo por cuenta ajena.

El proyecto Magarza se enmarca dentro de la consolidación de un modelo de desarrollo socioeconómico sostenible, a través de la puesta en marcha de un programa que pretende establecer y consensuar criterios de calidad para los servicios de las zonas rurales, con el objeto de consolidar iniciativas empresariales ejemplares que sean referentes modélicos.

Por otro lado se persigue el rediseño de los sistemas de explotación de los recursos propios de la zona lo que posibilitará el aprovechamiento de las nuevas oportunidades ofrecidas y demandadas por el mercado.

Estas iniciativas favorecerán la promoción, valorización y el establecimiento de canales de comercialización tanto de los productos locales como de los servicios que se desarrollan en Anaga y en otras áreas rurales del municipio de La Laguna.

Otra línea de trabajo del proyecto es la promoción y defensa de las producciones locales y la aportación para articular productos que actualmente carecen de la organización necesaria para ejercer una presión fuerte ante la Administración y que ésta atienda sus reivindicaciones.

Sin duda la aparición de nuevas empresas y empresarios individuales puede incidir en la ampliación de la oferta de bienes y servicios de las zonas rurales, pero también en la mejora de la calidad de los productos, tanto agrícolas como artesanales, y la incorporación de elementos diferenciadores de los mismos en el mercado. Al menos se pretende que así sea.

Una de las características de Magarza es su carácter innovador, en cuanto a que es experimental y demostrativo donde se han propuesto medidas, independientemente de los objetivos, que aportan valor añadido a las acciones como pueden ser, el enfoque innovador del concepto “emprender”, se debe considerar que las personas que están complementando sus escasos ingresos procedentes de la ayuda familiar o institucional, ya sea por banco de alimentos, subsidio...etc., con alguna actividad económica que está en las llamadas economías sumergidas, pues también deben ser considerados emprendedores, aunque ninguno de ellos se sienta como tal. Y ahí es donde se les hace el planteamiento de sentirse y considerarse como emprendedores, de forma que en un futuro cercano puedan legalizar su situación, a través de un mayor nivel de ingresos una vez conocida su potencialidad y diversos aspectos de su negocio que se han impartido en los diferentes módulos de formación del proyecto.

Entre el público objeto el proyecto Magarza han estado esos jóvenes que quieren emprender en un futuro próximo, pero también aquellas mujeres cabezas de familias monoparentales o personas en situación de pobreza que no han tenido otra salida que convertirse, sin ni siquiera tomar conciencia de ello, en emprendedores, en personas que usando medios tales como anuncios, Internet y transmitiendo su publicidad boca a boca a sus amigos y familiares han logrado disponer de algunos clientes para prestar sus servicios y vender sus productos desde la economía informal y al menos conseguir unos insuficientes recursos que les permita seguir sobreviviendo. Como describíamos en el párrafo anterior también han sido parte del público-alumnado esos emprendedores que sin saberlo quieren aflojar como tales.

I.1 El itinerario formativo en Magarza

Magarza ha diseñado un itinerario formativo que se compone de tres fases:

Primera fase **Información, difusión de las acciones formativas y sensibilización** de las personas que han formado parte del colectivo objeto del proyecto.

Una de las fuentes de alumnos para el curso han sido aquellas personas que actualmente están **trabajando en la economía sumergida** y a los que se les ha informado de las claves para poder conseguir reconvertir lo que ellos consideran una forma de supervivencia, en la presentación de un pequeño negocio para el autoempleo, ya sea a través de convertirse en autónomo sin trabajadores, si es para una sola persona o con la creación de una cooperativa o sociedad laboral en caso de que sea un grupo de personas. Esa reconversión se pretende conseguir a través de capacitar a los alumnos a aumentar su facturación con el objeto de que dispongan de la financiación necesaria para pagar los tributos y trámites necesarios para la aparición en la economía formal, y para ello con cada uno de los alumnos se establecerá un plazo que dependerá del grado de desarrollo actual de sus negocios.

Otra de las fuentes, **emprendedores que quieran crear una empresa o darse de alta de autónomo**, bien si lo han hecho recientemente o todavía no han iniciado su actividad y lo desean hacer en la economía formal. Este tipo de personas, por desgracia, no abundan pero si que es cierto que cada día son más ante la falta de perspectivas para el empleo por cuenta ajena, sobre todo los jóvenes que no encuentran esa salida que antes era tan fácil en el sector servicios.

Público en general interesado en aumentar su formación y que se pueden plantear a largo plazo la creación de una empresa o darse de alta de autónomo.

Segunda fase, los **cursos** se han realizado en locales sociales de las zonas rurales objetos del proyecto, han tenido una duración de

dos meses, con 50 horas cada curso de las que una parte ha sido presencial y otra a distancia. La formación se ha impartido tres días a la semana, en el horario que mejor ha venido a las necesidades de los alumnos.

Y una tercera fase, las **tutorías** personalizadas a los emprendedores y personas que trabajan en la economía sumergida. Con el objetivo de concretar en acciones y comportamientos del promotor empresarial las habilidades y conocimientos adquiridos a lo largo del curso.

Una vez visto la necesidad del proyecto y a quién va dirigido, enumeramos los objetivos específicos que se plantearon en el proyecto Magarza.

1. Conseguir reconvertir una actividad económica informal en un pequeño negocio que suponga al menos el autoempleo de alumnos.
2. Informar de las posibilidades de fórmulas jurídicas, ya sea autónomo sin trabajadores, si es para una sola persona, o bien una cooperativa o sociedad laboral en caso de que sea un grupo de personas.
3. Capacitar a los alumnos en técnicas de marketing para aumentar su facturación.
4. Capacitar en la mejora de las habilidades básicas de una persona que dispone de un pequeño negocio en el que él mismo es el único trabajador/a o bien podría ser el responsable de una pequeña empresa cooperativa o laboral.
5. Capacitar al alumnado en la tramitación de las subvenciones para el impulso de nuevas empresas.
6. Servir como un elemento dinamizador de la economía de las zonas rurales objeto del proyecto.
7. Contribuir al proceso de articulación de sectores productivos y de organización colectiva de estos mismos sectores.

Estos objetivos que planteó Magarza deben adecuarse a los objetivos del Plan Comarcal de Desarrollo Rural LEADER 2007-2013, (PDR) por eso se incluyen la mayor parte de los mismos. Además y siguiendo la dirección del PDR, Magarza aporta elementos sustanciales como:

- ★ Aumentar la competitividad de la agricultura y la silvicultura mediante la ayuda que realizamos a la creación de nuevos productores o la reconversión y mejora de productores existentes gracias a la formación en el uso de Internet que les permitiría acceder a fuentes para mejorar sus capacidades profesionales.
- ★ Mejorar el medio ambiente y el medio rural mediante la promoción de empresas que gestionan las tierras y trabajan en sectores del desarrollo sostenible ya que Magarza pretende ser la impulsora de varias iniciativas empresariales.
- ★ Mejorar la calidad de vida en las zonas rurales y fomentar la diversificación de la actividad económica mediante la propuesta de creación de empresas que estarán en sectores de la economía que incidan en esa mejora y diversificación.

I.2 Magarza en el contexto del PDR

Como ya comentamos Magarza contribuye con los objetivos específicos por ejes que se incluyen en los dos grandes objetivos globales del PDR y son:

- 1.** Mejorar la competitividad del sector agrario y forestal:
 - 1.2** Aumento del valor añadido de los productos agrarios.
- 2.** Mejorar la calidad de vida y diversificación de la economía rural:
 - 2.2** Diversificación hacia actividades no agrarias.
 - 2.3** Creación y desarrollo de microempresas.
 - 2.4** Actividades turísticas.
 - 2.5** Servicios básicos para la economía y la población rural.
 - 2.6** Renovación y desarrollo de poblaciones rurales.
 - 2.7** Conservación y mejora del patrimonio rural

Debemos mencionar el objetivo transversal de enfoque de género en el que las mujeres tendrán una participación especial, como ya comentamos el papel de las mujeres en las zonas rurales ha sido estratégico, por eso Magarza ha pretendido que tengan una información adecuada sobre sus derechos sociales, promoviendo y apoyando la ayuda y solidaridad entre ellas, fomentando su autoestima y detectando las necesidades formativas de este colectivo. Otra pretensión ha sido fomentar el asociacionismo entre las mujeres como fuerza de presión. Participación en redes de mujeres en ámbitos rurales.

En Magarza se apuesta por las mujeres de las zonas rurales de forma que se mejore su nivel de formación y su cualificación profesional, se pretende que haya una reducción del desempleo y que se incremente su calidad de vida, tanto en aspectos económicos y laborales como emocionales y familiares.

El PDR contempla también como uno de los principales objetivos potenciar la formación para mejorar la empleabilidad de los habitantes de las zonas rurales. Y este es el objeto principal del proyecto. Y dentro de este apartado, hemos identificado en nuestro proyecto las siguientes coincidencias con respecto a algunos de los objetivos que se plantean en el PDR:

- ★ Fomentar la participación de la población rural, tanto de forma transversal, como de forma específica módulos de sensibilización medioambiental y de sensibilización para la población
- ★ Al promover las empresas locales, también se promueve las producciones locales al medio urbano.
- ★ Fomentaremos el trabajo cooperativo y el empresariado ya que es el objetivo principal de la formación
- ★ Los cursos serán espacios de encuentro e intercambio de experiencias.
- ★ Finalmente la formación está orientada hacia las empresas, el acceso a la información, Los agricultores, Los artesanos, Los ganaderos, Los jóvenes, Las mujeres, Población rural en general

En el proyecto Magarza se contemplan las transferencias de buenas prácticas a otras zonas rurales, de forma que aunque hay un consenso generalizado de las bondades de promover nuevas experiencias de emprendeduría porque es una de las mejores fórmulas para la creación de empleo y la creación de riqueza, no existen criterios consensuados para posibilitar un mayor índice de éxito en los emprendedores. Magarza propone algunas innovaciones que creemos son exportables tanto en el ámbito nacional, como comunitario.

Si consideramos la sencillez técnica del proyecto así como su presupuesto adaptado a la época de crisis vivida, podemos asegurar que es completamente transferible, más teniendo en cuenta la creación de una red entre los distintos proyectos empresariales que se generen a raíz de los cursos impartidos, de esta forma se facilita la transfe-

cia de los resultados de las acciones formativas, y la posibilidad de transmitir también métodos y resultados que será mayor cuanto más innovadores sean y mejores resultados ofrezcan.

La reconversión de las personas que trabajan en la economía sumergida en emprendedores, la necesidad de aplicar medidas innovadoras de apoyo público como la Compra pública responsable, la evolución de los sistemas actuales de apoyo público a emprendedores en el medio rural, los métodos de difusión de la campaña de captación de alumnos, etc. podrían, si tuvieran buenos resultados, ser elementos para poder transmitir en otra zona rural a nivel nacional o comunitario.

Tanto la campaña mencionada, como el propio desarrollo de los cursos, se plantea también como métodos para dinamizar los sectores productivos de la zona, para que sean más eficientes, más modernos y que aprendiendo de buenas prácticas del pasado y de otras zonas puedan generarse en la zona de ejecución del proyecto un potencial dinamizador y demostrativo y que incluso podamos desarrollar elementos de articulación de sectores productivos y de organización colectiva de estos sectores ya existentes en la zona.

Después de haber visto la necesidad del proyecto, sus objetivos, su concordancia con los objetivos del PDR, debemos exponer cual ha sido el temario y como se ha desarrollado por parte de los docentes, sin olvidar antes de la exposición de este apartado, realzar y felicitar la labor del voluntariado en la consecución de los alumnos con el perfil requerido, el trabajo que no se ve y apenas se valora pero tan importante para que todo proyecto salga adelante. Entre el alumnado se ha contado con ese público en general del que se hacia mención y por supuesto de nuevos y futuros emprendedores, jóvenes con ilusión y ganas de llevar a cabo su proyecto en cuanto finalicen sus estudios, jóvenes y no tan jóvenes que con su idea de negocio necesitaban de esta formación e información para poder emprender, colectivos de mujeres mayores de 45 que después de abandonar sus trabajos han tenido que incorporarse al mercado laboral desde la economía sumergida y que sin dudarlo quieren estar en la economía social.

I.3 El temario y los contenidos de la formación en

Magarza

El temario impartido por los docentes nada más allá de ser teórico ha sido eminentemente práctico, con una metodología demostrativa y participativa en todo momento, y que se ha dividido en diferentes módulos recogiendo así las pautas necesarias para llevar a cabo el objetivo principal, emprender en zonas rurales:

Módulo 1.- Ideas de negocios. Habilidades sociales.

Módulo 2.- El emprendedor autónomo. Ventajas y desventajas. Ley de emprendedores y su internacionalización. Ley 14/2013 24 de septiembre.

Módulo 3.- Organización y planificación del tiempo. Plan de empresa. Plan de Marketing. Bancos del tiempo.

Los docentes se marcaron como objetivo dar a conocer a los alumnos las técnicas necesarias para que su idea de negocio se llevara a cabo y en el caso de no tenerla, dónde buscar esas ideas de negocio, esos nichos de mercado explotados o no, pero de los que se puede sacar una idea, una oportunidad para emprender en zonas rurales. Las 10 principales fuentes de identificación de oportunidades de mercado serían:

- ★ Clientes infra-servidos y supra-servidos.
- ★ Buscar las ineficiencias del mercado.
- ★ Nuevos segmentos demográficos o de mercado.
- ★ Buscar frustraciones no resueltas.
- ★ Nuevas tecnologías o productos.
- ★ Nuevas legislaciones o políticas.
- ★ Cambios en la estructura de costes.

- ★ Posibilidades de eliminar barreras tradicionales.
- ★ Variables competitivas incorrectas en mercados saturados.

Y por último ver qué cosas funcionan en otros sitios, pueblos, ciudades, países.

Otra de las cosas que se ha tenido en cuenta es dejar claro a los alumnos qué es necesario para emprender en zonas rurales, qué debemos preguntarnos, qué debemos saber, partiendo de los siguientes conceptos y complementados con los conceptos del temario, resulta más fácil empezar la emprendeduría.

- ★ Saber qué nos gusta hacer, es un punto principal y primordial, que unido con qué sabemos hacer, (por supuesto algo que sea ventajoso, que no suponga con reto imposible) nos da un punto de partida ventajoso. Nos volcaremos más con algo que nos resulte familiar. Será mejor a la hora de poner un negocio en zona rural tener conocimiento y ganas de sobre lo que ya dominamos o nos cueste esfuerzo dominar.
- ★ Hacer un plan de negocio. Este apartado se detalla más adelante.
- ★ Comprometernos con nosotros mismos. Hacer un plan de trabajo que se adapte a cada persona.
- ★ Reinvertir parte de los beneficios en el negocio, es la única forma de asegurar el crecimiento, Esa inversión debe hacerse en formación, publicidad y promoción y por supuesto en herramientas.
- ★ Ser pacientes, no deberemos pretender tener éxito en poco tiempo.

Otra de las partes de la formación en la que los docentes han hecho especial hincapié es en las habilidades sociales, sobre todo en **la actitud del emprendedor rural**. En este apartado se han visto cosas tan importantes como:

- ★ ¿por qué estamos dormidos? ¿qué excusas ponemos para no hacer las cosas? ¿a qué tenemos miedo, al fracaso?
- ★ Cuantas disculpas tenemos: es que..., hemos perdido la ilusión?
- ★ Como gestionar nuestro tiempo.
- ★ Qué tenemos que cambiar de nosotros, debemos ser los líderes de nuestra vida, con qué sentirnos más seguros. Las creencias, nos perjudican? Cuales son las creencias de los emprendedores más famosos.
- ★ Saber diferenciar entre urgente e importante.
- ★ Con que tipo de problemas nos podemos encontrar.

Por supuesto cada guión ha sido desarrollado y complementado mediante ejemplos, videos y ejercicios prácticos desde los cuales se les ha hecho ver la realidad de las oportunidades que pueden conseguir con una buena actitud. Es una de las cualidades primordiales para que cualquier idea de negocio triunfe.

“los expertos comentan que una idea mediocre con una buena actitud por parte del emprendedor rural, triunfa. En cambio una idea de negocio buena sin actitud tiene muchas posibilidades de fracaso”. Después de esto puntos de partida se ha hecho un recorrido por las diferentes vías de financiación, donde buscar inversores, como hacerlo, a quien dirigirnos.

Acto seguido se dio a conocer al alumnado uno de los objetivos tanto del programa como de los docentes, y no es otro que ver y desgranar las ventajas e inconvenientes de ser emprendedor rural. Haciendo mención especial a la figura del empresario autónomo.

Cuales serían sus obligaciones y derechos, qué modalidad elegir fiscalmente, etc. para ello el docente se ha basado en el siguiente guión de forma que el alumnado tuviera información detallada y específica sobre la nueva emprendeduría.

¿Qué es ser Autónomo?

El Estatuto del Autónomo.

Principales derechos del Autónomo.

Principales deberes de los Autónomos.

Los riesgos laborales.

El Autónomo Dependiente.

Los Autónomos y su derecho a asociarse y sindicarse.

Otros derechos y aspectos básicos importantes de ser autónomo.

¿Cómo me hago Autónomo?

Paso 1. El alta censal en la Agencia

Paso 2. La Seguridad Social y el alta para cotizar como autónomos

Paso 3. Los trámites ante su ayuntamiento

Paso 4. Los trámites ante su organismo autonómico

Paso 5. Los trámites ante la inspección de trabajo

¿Qué obligaciones fiscales tengo como autónomo?

Declaraciones periódicas de Impuestos.

El IGIC

El IRPF

Las Retenciones e ingresos a cuenta

Otras declaraciones que puede tener que presentar

La tarifa plana del autónomo.

Cuestiones y preguntas comunes

¿Puedo ser autónomo mientras estoy trabajando por cuenta ajena?

¿Necesito estar dado de alta en Hacienda para emitir una factura o puedo hacerlo a título personal sin pasar por Hacienda?

He oído que hay gente que realiza una actividad económica por cuenta propia y no paga cotización de autónomos ¿es esto posible y legal?

¿Cómo me doy de baja de autónomo?

VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL TRABAJO AUTÓNOMO

Principales ventajas

Principales inconvenientes

LA RESPONSABILIDAD DEL TRABAJADOR AUTÓNOMO

Bienes que se pueden proteger frente a las futuras deudas

FORMAS JURÍDICAS (EMPRESA)

PASOS A SEGUIR EN LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Trámites generales

ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.

La forma jurídica

Factores a considerar

Análisis comparativo de las principales formas jurídicas

¿DÓNDE CONSEGUIR APOYO?

Instituciones y/o organismos

Ley de Emprendedores y su Internacionalización cuyo esquema fue desarrollado por los docentes para hacerla más cercana a los alumnos y que pudieran conocer de primera mano todas las novedades, apoyos y bonificaciones existentes en la misma. Primordial este conocimiento pues complementa todo el guión anterior, sobre todo en cuestión de tarifa plana para el emprendedor rural, y para el emprendedor rural de responsabilidad limitada.

LEY DE APOYO A LOS EMPRENDEDORES Y SU INTERNACIONALIZACIÓN.

LEY 14/2013 DE 27 DE SEPTIEMBRE.

TÍTULO I.- Apoyo a la iniciativa emprendedora.

Capítulo 1.- Educación para el emprendimiento.

Capítulo 2.- El Emprendedor de Responsabilidad Limitada.

Capítulo 3.- Sociedad Limitada de Formación Sucesiva.

Capítulo 4.- Medidas para agilizar el inicio de la actividad de los emprendedores.

Capítulo 5.- Acuerdo extrajudicial de pagos.

TÍTULO II.- Apoyos fiscales y en materia de Seguridad Social a los Emprendedores.

TÍTULO III.- Apoyo a la financiación de los emprendedores.

TÍTULO IV.- Apoyo al crecimiento y desarrollo de los proyectos empresariales.

TÍTULO V.- Internacionalización de la economía española

Otro de los apartados en el que Magarza ha querido hacer una parada especial es en el plan de marketing y plan de empresa. Y por qué, bueno la respuesta es sencilla, hoy en día todo proyecto de empresa o idea de negocio, bien para el conocimiento del propio emprendedor o bien de cara a organismos públicos para solicitar cualquier tipo de subvención o ayuda, debe ir acompañado de un plan de negocio o plan de empresa, en el que debe aparecer unos contenidos mínimos, aunque cada plan de negocio debe ser un documento único, normalmente contiene las siguientes partes:

El **resumen ejecutivo** es la síntesis de todo el informe. Se puede considerar como un mini plan de empresa, ya que en una página (máximo dos) encontraremos todas las ideas más importantes del plan. Deberá establecer claramente el concepto de su negocio, los puntos financieros básicos (proyecciones de venta y requerimientos de capital) así como el estatus actual de su compañía. Identifique también al dueño (o dueños), así como a cada persona que integra el personal clave del negocio y cómo cada uno contribuye a desempeño del mismo.

La **descripción del proyecto** explica la idea y el modelo de nego-

cio. Es especialmente importante cuando se presenta algo con un planteamiento empresarial novedoso. Hay que estudiar la industria en la que el negocio va a desarrollarse y el mercado al que se va a dirigir. Después, se debe describir la empresa, incluyendo su estructura operativa (ventas al menor y mayor); su situación legal (es una sociedad anónima, una cooperativa, una sociedad civil, etc.); su base de clientes, productos o servicios y métodos de distribución. Enfatice qué es lo que separa a su negocio de sus competidores..

La **presentación de los promotores** debe demostrar a los inversores que las personas a cargo del proyecto son las idóneas.

El informe comercial explica como vamos a conseguir el nivel de ventas esperado. Es una parte extensa, que detalla el análisis de mercado y de la competencia, la estrategia comercial, y acaba planteando las bases de las hipótesis de venta. Defina el mercado en términos de tamaño, estructura, proyección de crecimiento, tendencias y potencial de ventas. Luego, estime la participación de mercado que -de manera realista- piensa tener; cómo fijará los precios, cómo piensa promover su producto y cómo va a distribuirlo, así como el rol que jugarán todos estos componentes en sus esfuerzos de mercadotecnia. Puede utilizar esta sección para definir su estrategia de mercadotecnia, o bien puede desarrollar un capítulo por separado y simplemente mencionarlo en esta sección.

El **plan operativo** explica el funcionamiento de la empresa. Se presentan temas como los principales flujos con terceros, la organización interna, los recursos humanos, y en general todos los aspectos relevantes para el negocio.

El **informe económico y financiero** detalla el coste de los medios necesarios al funcionamiento del negocio (inversión, financiación, gastos) y junto con la facturación prevista, permite estimar resultados, evolución de tesorería, rentabilidad de la inversión y un sinfín de indicadores financieros.

En función de los proyectos, puede existir la necesidad de añadir un

informe **técnico, informático, legal, medioambiental**, o en cualquier área que sea relevante para el desarrollo futuro de la empresa.

Un **análisis DAFO** también es recomendable, ya que permite sintetizar las fuerzas y debilidades del proyecto, así como sus oportunidades y amenazas. De esta forma, los promotores pueden presentar un plan de acción destinado a apoyarse en las fuerzas y a aprovechar las oportunidades, a la vez que se toman medidas para prevenir las amenazas y se corrigen los puntos débiles.

En resumen un plan de negocio debe ser:

Conciso. Los inversores y empresas de financiación reciben a diario decenas de propuestas, y van a lo esencial. Por eso es tan importante llamar la atención con un buen resumen de la idea de negocio y un buen resumen ejecutivo.

Basarse en hechos. Es muy difícil hacer una previsión realista de las ventas (que condiciona luego la credibilidad de todo el informe). No hay que ser ni muy optimista (porque nadie se cree el planteamiento), ni demasiado pesimista (porque entonces no sale rentable). Es muy importante buscar referencias contrastadas que sirvan de base a las hipótesis.

Hablar en presente. A la hora de presentar el proyecto, es mucho mejor hablar en futuro que en condicional, pero aun mejor hablar en presente. Si hablamos de lo que estamos haciendo, enseguida el proyecto se convierte en una realidad en marcha, y no en un vago sueño. Por si solo no es algo que vaya a hacer aprobar la financiación, pero da un toque adicional de credibilidad.

Ser profesional en todo momento. Transmitir una imagen de seguridad, precisión, conocimiento y profesionalismo hace muchísimo. No hay que olvidar que uno de los puntos más importantes para los que invierten es confiar en los promotores para llevar a cabo el proyecto. Si el documento es magnífico pero el equipo no inspira confianza, no servirá de nada. Un plan de negocio correcto con unos promotores muy bien preparados tiene sus posibilidades.

En el módulo tres también se veía de forma práctica el plan de marketing y como posicionarnos en el mercado, los bancos del tiempo además de la organización y planificación efectiva del tiempo con el siguiente guión.

Economías complementarias: Bancos del Tiempo.

Objetivo:

Conocer el origen y funcionamiento de las economías complementarias (bancos del tiempo y monedas sociales)

1.1 Origen y funcionamiento de los bancos del tiempo.

1.2 Ejemplos: Banco del Tiempo de Sevilla y Banco del Tiempo del Área Metropolitana de Santa Cruz de Tenerife.

1.3 Ejercicio práctico para comprender el funcionamiento de un Banco del Tiempo.

Organización y Planificación del tiempo personal para emprendedores o estudiantes.

Objetivo:

Organizar el tiempo de forma eficaz, en función de prioridades y objetivos.

2.1 Tareas y actividades para la consecución de objetivos.

2.2 Ejercicio práctico: diseñar un plan de objetivos y tareas.

Tema 3. Marketing del Emprendedor

Objetivo:

Conocer las principales características de los diferentes medios y métodos para el marketing del emprendedor.

3.1 A través de las TIC (nuevas tecnologías):

- ★ Importancia creciente de las TIC en el funcionamiento, publicidad y promoción del emprendedor (no sólo limitado a la empresa).
- ★ Introducción y explicación práctica de las redes sociales (Facebook y Twiter), sitios web y blogs.

3.2 A través de medios tradicionales:

- ★ Carteles, dípticos... Características básicas y casos prácticos del diseño de cartelería.



II. Emprender en el medio rural

España tiene carácter rural, casi 80% de sus municipios son rurales. Y el 33% de la población española vive en ellos, no hay que decir que el emprendimiento en esas zonas repercute de forma importante en el cómputo global. No le podemos dar la espalda a estos datos, si poner de manifiesto que las personas que quieren emprender en el mundo rural deberán enfrentarse a dificultades que no encontrarían en el medio urbano, como por ejemplo, no encontrar las mismas o la misma cantidad de infraestructuras y el aislamiento. Estas circunstancias no deben desmotivar, según algunos estudios existe un **mayor espíritu emprendedor en el mundo rural**, de ahí que aparezcan iniciativas que tratan de paliar sus desventajas frente a los nuevos empresarios “urbanitas”.

Si comparamos los emprendedores rurales con los urbanos, y basándonos en los datos para el Informe GEM 2012 (Global Entrepreneurship Monitor, que mide la capacidad emprendedora en países y regiones), podríamos decir que los emprendedores rurales se dedican más a sectores extractivos y transformadores y los urbanos al sector servicios y a los de actividades centradas en los consumidores urbanos. En el aspecto de innovación y tecnología los emprendedores urbanos ganan la partida pero por muy poca diferencia ya que los emprendedores rurales han ido avanzando, y mucho, en este terreno. Así y todo la población entre 18 y 64 años que comienza un proceso de emprendimiento es superior en un 3,7% más en las zonas rurales

que urbanas. Se podría deducir entonces que los habitantes de nuestros pueblos son más emprendedores que los de las ciudades, y eso que los habitantes de las ciudades perciben mejores oportunidades para iniciar un negocio propio.

Según el informe, *“Perfil psicológico y motivacional del emprendedor en el medio rural”*, realizado por la **Fundación Rodríguez de la Fuente**, señala claramente que “en contra de algunas creencias, el medio rural constituye en la actualidad un vivero para el desarrollo de la actividad emprendedora”. **“Existe un amplio abanico de posibilidades para desarrollar la actividad emprendedora en el medio rural, así como un alto nivel de motivación (...)** para el desarrollo de actividades emprendedoras y de innovación. A pesar de las dificultades de la coyuntura socioeconómica actual (y a pesar también de la lentitud y parsimonia con que se producen los procesos de cambio social y cultural en el medio rural), la actividad emprendedora constituye un recurso fundamental para promover la movilización de los recursos de la propia comunidad rural para encontrar vías de futuro y de progreso. En consecuencia, puede afirmarse que el medio rural ofrece oportunidades estratégicas de gran relevancia para el desarrollo de actividades emprendedoras”, defiende el informe.

Sin embargo existen barreras a las que el emprendedor rural se enfrenta y debe vencer, como son: el localismo, preguntándose por ejemplo si todos los recursos deben basarse en el medio rural o pueden ser de zonas externas. Si la tecnología modifica o no el perfil del mundo rural....; el aislamiento, una zona rural aislada si no tiene infraestructuras se aísla más; el individualismo, es un patrón extendido sobre el habitante rural, por lo tanto la cooperación y el estar conectados son importantes para enfrentarse al individualismo; el desconocimiento, querer y no saber puede suponer un bloqueo; la rutina mental, los entornos rurales pueden mostrar también cierta pereza hacia ideas innovadoras y repetir emprendimientos que ya han tenido éxito en otras zonas; la escala de la actividad emprendedora, a veces los emprendedores rurales pueden optar por realizar varias actividades complementarias, puesto que tienen la idea de que la

emprendería en las zonas rurales debe ser de escala reducida; los límites en la formación, por ser de zonas rurales los habitantes de las mismas sienten que no tienen las mismas oportunidades de formación que los habitantes de las ciudades, sobre todo en el campo de la especialización. Los habitantes de zonas rurales reclaman “explorar las posibilidades de programas de I+D en el medio rural, particularmente en relación con la actividad vinculada a la biodiversidad y los recursos naturales”; el nivel de la autoestima, muchos habitantes rurales piensan y creen que no tienen nada, no ven las oportunidades del mundo rural, gran riqueza y potencial; la vertebración territorial, el aislamiento, la dispersión y la cantidad de entidades locales no ayudan a emprender en el mundo rural, debería existir un modelo de gestión territorial que sea diferente para este medio; y por último comentar que tanto la falta de cultura de riesgo como la financiación son barreras comunes para los emprendedores del medio rural y del urbano.

A pesar de estas barreras o inconvenientes hay que decir a favor de los emprendedores rurales que tienen una fortaleza y resistencia superior a sus compañeros urbanos.

Otros fundamentos para emprender en zonas rurales serían el que cada vez son más las personas que han decidido cambiar de aires y aprovechar la crisis para emprender una nueva vida y trabajar cerca de la Naturaleza. Al fin y al cabo, vivir en el campo está lleno de ventajas: La vida es más tranquila y saludable, las tasas e impuestos son menores, el precio de la vivienda es incomparable, la naturaleza está por todas partes, el trato con la gente es más cálido y existen oportunidades de negocio que ni te imaginas. En momentos críticos, la necesidad agudiza el ingenio y hay que buscar nuevas alternativas.

Para finalizar con los fundamentos comentaremos que el Medio Rural español sufre pérdida de población desde el “éxodo rural” de los años 70. Esto hace que se deteriore el patrimonio ambiental y cultural, que decaiga la economía y se desequilibre el territorio. Además se están perdiendo muchas costumbres tradicionales y oficios.

Como se dijo anteriormente el 80% del territorio español es rural, por lo tanto podemos afirmar sin lugar a dudas que “España es rural” y que el 98% de los municipios tienen menos de 5000 habitantes.

II.1 Oportunidades de negocio en el mundo rural

Cuántas veces hemos pensado al oír oportunidades en el mundo rural solamente en agricultura, solo en cosas relacionadas con la tierra, sin pensar nada más, sin ni siquiera acordarnos de la ganadería que también forma parte del mundo rural y no digamos del sinfín de oportunidades que se presentan con solo escarbar un poquito.

Esto no quiere decir que a la hora de enumerar las oportunidades desechemos las relacionadas con la tierra, al revés veremos algunas muy ligadas a la misma pero innovadoras, diferentes.

Vamos a ver oportunidades desde varias perspectivas: desde la tierra, a domicilio, servicios, desde casa online, franquicias y turismo rural. Pero antes de citarlas debemos tener en cuenta unos factores que se explicaron en la primera parte del manual, en la que los docentes vieron con los alumnos el por qué de unas oportunidades y no de otras. Las ideas de negocio, de donde salen, como buscarlas, o donde encontrarlas.

Primero hay que buscar las necesidades no cubiertas, la ventaja del pueblo respecto a la gran ciudad es que suele haber menos competencia, con el inconveniente de que también hay menos mercado. Por lo tanto es muy importante estudiar muy bien las necesidades no cubiertas localmente. Por ejemplo probablemente sería un error querer competir con la única tienda de alimentación del pueblo que lleva 20 años satisfaciendo a sus clientes. Además de no tener mercado para dos tiendas, los clientes de ciudades pequeñas suelen ser más fieles y la nueva tienda tendría todas las de perder. Por lo que hay que estudiar la oferta de tiendas y servicios disponibles en el pueblo. Pregúntate que puede faltar. Es posible que los habitantes tengan que coger el coche para comprar algunas cosas muy

habituales, y que apreciarían poder disfrutar de ellas localmente. Es un ejercicio complicado, porque seguramente faltarán muchos servicios, pero para muchos de ellos los clientes preferirán irse a la ciudad, o el número de habitantes no sería suficiente para ser rentable. Hace falta estudiar las cosas rigurosamente.

Otra forma de encontrar ideas es estudiando al perfil de los habitantes. ¿Son personas que trabajan en la ciudad y solo residen en el pueblo? ¿Son agricultores? ¿Son trabajadores de una industria local? Si te interesas por las personas que viven en el pueblo podrás descubrir más fácilmente que tipo de servicios les podría venir bien y constituir un negocio rentable.

Si estas decidido a emprender, tienes que hacer un poco de vigilancia tecnológica. No es algo reservado a las grandes empresas punteras. Vale también para las pequeñas ideas de negocio. Leer artículos en blogs ayuda, pero hay muchas más formas de enterarse de nuevos conceptos. Por ejemplo, puede ponerte una alerta en Google Noticias con una selección de palabras que te interesen, entonces recibirás



en tu correo noticias relacionadas, que quizás te den nuevas ideas. Incluso en la televisión, en programas tan poco tecnológicos como España Directo (y equivalentes locales), puedes ver iniciativas que funcionan.

Todo puede ser una buena fuente de inspiración para un negocio. Lo importante es encontrar algo con el mercado suficiente, y luego tener los conocimientos y las ganas de hacerlo funcionar. Porque como decía Steve Jobs:” **La única forma de hacer un gran trabajo es amar lo que lo que haces. Si todavía no lo has encontrado, sigue buscando. No te rindas. Como para todas las cosas del corazón, sabrás cuando lo hayas encontrado**”.

Ahora si pasamos a enumerar algunas oportunidades de negocio en el medio rural

II.1.1 DESDE LA TIERRA

No tenemos que explicar que las explotaciones agrícolas y ganaderas son la fuente principal de ingresos en el mundo rural y que muy a nuestro pesar también está sufriendo con la crisis, por lo que hay que buscar alternativas que puedan ser más rentables.

Uno de los ejemplos serían **los criaderos de setas y de caracoles**, cada vez más su demanda va en aumento y se hace más fuerte, y si tenemos en cuenta que la oferta ha descendido, nos lleva a la conclusión que es buena idea y no requiere una fuerte inversión, otra cosa interesante es que serían productos que se pueden exportar.

Seguimos con las oportunidades, **congelación de verduras de la huerta**. El 40% de las cosechas de frutas se arruinan por las condiciones climáticas o pérdidas en el transporte de la mercancía. Es sencillo, de bajo coste, rápido y fácil de llevar a cabo.

Los sándwiches gourmet. El 65% de las personas que acuden a restaurantes prefieren pedir comidas que normalmente no cocinan en casa.

El huerto ecológico. Rentabilizar el huerto dando talleres, formación a domicilio y comercializarlo bien, tienda on line.

En este apartado, nos extenderemos un poco más adjuntando un artículo que explica la proliferación de este tipo de huertos, aunque no es una cosa nueva, si es verdad que durante las décadas de los 80, 90 y principios de siglo, con el snobismo, este tipo de huertos estaban mal visto, hoy en día podríamos afirmar que es casi al revés que el que no tenga ese tipo de alimentación, el que no tenga huerto, “no está en la onda”, y con doble aliciente, como lo que cosecho y tengo mi tiempo ocupado, mejoría en salud física y psíquica.

Huertos urbanos en España y Tenerife.

La situación económica del país ha llevado a replantearse el modelo económico en el que vivimos a muchas personas, algunas se han organizado para cultivar huertos compartidos como una forma de cooperación y de corresponsabilidad con su entorno

“Veo esencial que existan espacios abiertos a los ciudadanos en los que haya actividades y las personas se reúnan, porque una parte de la crisis es también social”, nos cuenta uno de los impulsores del



huerto urbano El Caminito, en el céntrico barrio de Fuente Olletas de la sureña ciudad de Málaga, este huerto ocupa desde mediados de 2011 un solar baldío cedido temporalmente por el ayuntamiento malagueño. Tras acondicionarlo, plantaron árboles y sembraron verduras y legumbres como tomates, garbanzos, maíz, aguacate y brócoli, en una parcela de unos 100 metros cuadrados.

“Lo fundamental es que tenemos autonomía para gestionar el huerto. Es pura democracia participativa”, subrayó Jorge. Unas 15 personas que rondan la treintena de años participan directamente en los trabajos y asambleas de El Caminito, pero hay más vinculadas, entre ellas niños y adultos mayores.

“La crisis en la que estamos inmersos lleva a un cambio de paradigma. Los huertos urbanos tienen relación con la quiebra del sistema económico y de los movimientos sociales tradicionales”, dijo José Luis Fernández, responsable de huertos de la Federación Regional de Asociaciones de Vecinos de Madrid, con 260 organizaciones.

Hace unos seis años comenzó a hablarse de los huertos urbanos, pero fue durante los últimos dos años y medio cuando se produjo su auge. Solo en la comunidad de Madrid superan la veintena, gestionados por asociaciones de vecinos, universidades, grupos ecologistas y el ayuntamiento de la capital española.

Fernández contó que se trabaja en la regularización de los huertos comunitarios, ya que 85 por ciento de ellos no cumplen la ley. Se trata de ocupaciones, normalmente de espacios públicos en desuso o bien “cesiones temporales en precario, muy endebles”.

“Los huertos urbanos no solo recuperan un espacio en desuso, sino que también son lugares de encuentro, centros sociales al aire libre que promueven valores”, destacó.

También brinda la posibilidad de aprender horticultura.

“Si no tienes relación manual con las plantas no valoras la actividad

agrícola”, dijo Fernández al detallar los beneficios de estos huertos. Añadió que paisajistas, ingenieros agrónomos y otros técnicos, que engrosan la lista de desempleados que hay en España, encuentran en ellos un lugar en el que poner sus conocimientos al servicio de una propuesta colectiva.

Jorge acotó que los huertos comunitarios permiten crear redes de amistad con personas afines y ampliar la vida social en un momento en el que “la gente esta adormecida”.

Cada huerto se organiza autónomamente, pero todos son gestionados de manera participativa, forman comunidades en torno a ellos y contribuyen a elevar la autoestima y a formar redes de ayuda mutua. “La forma de vida que llevamos impide el contacto con nuestros vecinos y la naturaleza”, lamenta una de los organizadores de un huerto comunitario en la provincia de Málaga, Victoria Barceló. Aseguró que encontró en la iniciativa un “sentido de convivencia” y una puerta a una mayor preocupación por su salud y por su alimentación.

En Santa Cruz de Tenerife, José Manuel Bermúdez, alcalde de la ciudad, remarcó la importancia de esta iniciativa, la de los huertos urbanos, dado que supone “una excelente herramienta de cohesión social y participación ciudadana”. El ejemplo de El Sobradillo pone de manifiesto que no solo esta iniciativa es importante a nivel de producción, sino que los mismos artesanos “se han constituido como asociación”. Bermúdez resaltó que este proyecto no solo ayudará a que la ciudad sea más verde, limpia y ecológica, sino que “motivará la integración social y la participación de las entidades ciudadanas conforme a un trabajo común”. En este sentido, la participación ciudadana cobra mayor relevancia. “Los vecinos son los auténticos protagonistas de esta red de huertos y deseamos que se multipliquen todos aquellos que apuesten por esta iniciativa”, remarcó el alcalde. De momento, no hay una partida específica en los presupuestos para poner en marcha estos huertos. “Estudiaremos lo que nos propongan los vecinos y

a partir de ahí decidiremos dónde ubicarán los terrenos o si serán de titularidad municipal o privados”, concretó Yuri Mas. Los distritos de Ofra-Costa Sur y Anaga han sido los primeros en formar parte de este plan y conocer sus detalles, además de realizar sus aportaciones y propuestas para garantizar el éxito de los huertos. El representante de Be Come Fresh, Eugenio Martínez, aseguró que “cualquier vecino o entidad ciudadana que requiera información o proponer ideas sobre el proyecto puede realizarlo a través de la página web www.huertosurbanosantacruztenerife.es. Todas las propuestas serán estudiadas”.

“Los huertos urbanos demuestran que son posibles a nivel local otras prácticas alternativas a las políticas actuales”, comentó Esther Vivas, del Centro de Estudios sobre movimiento sociales de la Universitat Pompeu Fabra, en la nororiental ciudad de Barcelona. La socióloga apunta que los huertos aportan soluciones concretas, como el autoabastecimiento, a problemas específicos, y suman un componente formativo.

La información de este apartado ha sido extraída de los artículos que hacen referencia a huertos urbanos de: www.periodismourbano.com y www.laopinion.es



La producción ganadera se orienta al mercado y según la forma de criar al ganado presenta diversas características:

Ganadería extensiva en la que la inversión y la mano de obra son escasas y distinguimos ganadería bovina, leche y carne; ganadería ovina, sobre todo especializada en la producción de leche y sus derivados; la caprina, cuya producción ha aumentado en los últimos años, y se centra más en la producción de leche. Ganadería intensiva, en este tipo de ganadería se emplean más medios técnicos para incrementar su actividad, y se dedica a la cría de los siguientes tipos de ganado: avícola, lo más abundante sería pollos y gallinas (ponedoras) y en menor medida pavos y avestruces, estos últimos más en auge. La ganadería avícola se dedica especialmente a carne y huevos. Porcina, en los últimos años ha experimentado un aumento, es verdad que hay que criarlos en granjas y que la inversión es mayor, pero no deja de ser una oportunidad de negocio y más aún cuando el jamón ya se conoce y se exporta a muchos países tanto de Europa como de otros continentes. Apícola, España es el país de la U.E. con más colmenas, dato que nos hace pensar que la polinización y la cría de abejas reina para la miel es un mercado emergente y que constituye en sí otra oportunidad de negocio en zonas rurales sobre todo a la hora de incentivar el aumento del número de apicultores profesionales, a través de cursos, demostraciones de campo, charlas y conferencias dirigidas a la totalidad de los apicultores.

Podemos encontrar otra oportunidad de negocio en **la explotación forestal**, puesto que el terreno forestal en España es extenso, el 51,4% de la superficie total, aunque no toda esta superficie sea bosque.

Productos ecológicos dietéticos. El ginseng, la jalea y el aloe son más rentables que las verduras ya que se venden para fabricar cosméticos como antiarrugas y cremas revitalizantes.

En Canarias hay aproximadamente 25 empresas que se dedican a la comercialización de productos dietéticos y ecológicos, de las cuales el 50% están en la provincia de Santa Cruz de Tenerife.

Para entender algo más el mundo de los productos ecológicos veremos en los siguientes párrafos la diferencia entre agricultura tradicional y agroecología y cual es su principal valor.

La agroecología es una ciencia aplicada para el diseño de una nueva agricultura no dependiente del petróleo, amigable con el medioambiente, resistente al cambio climático y capaz de desarrollar sistemas agrícolas diversificados que garanticen la soberanía alimentaria de los pueblos, explica el presidente de la Sociedad Científica Latinoamericana de Agroecología (Socla) Miguel Altieri.

La agroecología saca el mayor provecho de los procesos naturales y de las interacciones positivas de la biodiversidad en las explotaciones agrícolas, con el fin de reducir el uso de insumos externos sustituyéndolos por procesos naturales como la fertilidad natural del suelo o el control biológico de plagas, y así crear sistemas agrícolas más eficientes, explica el presidente de la Socla.

¿Qué es la agroecología y en qué se diferencia de la agricultura tradicional?

La agroecología es una ciencia de optimización de los sistemas agroecológicos, es decir la mejora de la eficiencia de la actividad biológica tanto arriba como abajo del suelo, mediante la activación de procesos biológicos clave como la fotosíntesis, la fijación de nitrógeno, la solubilización del fósforo del suelo y el uso de antagonismos para el control biológico y la regulación natural de plagas. Los mismos procesos naturales son las “entradas” del sistema agroecológico y por eso también se lo conoce como “agricultura de procesos”.

La agroecología imita a la naturaleza para crear biodiversidad funcional y sistemas que se auto regulen y auto subsidien y no necesiten muchos insumos (fertilizantes, productos fitosanitarios...) externos. La agroecología concentra su trabajo en los pequeños campesinos que están más cerca de la lógica agroecológica, a diferencia de los sistemas industriales de monocultivos a gran escala dependientes de energía.

¿Cuáles son las potencialidades de la agroecología y qué posibilidades tiene de hacer frente al agronegocio dominante?

El modelo agrícola industrial surgido hace 60 años durante la denominada revolución verde se basó en tres premisas que no son válidas actualmente. En primer lugar, supuso que habría petróleo abundante y barato y eso ya no existe; la segunda premisa del modelo agroindustrial era que habría abundante agua, y resulta que el agua es y será un problema no solo por el cambio climático sino por la privatización del recurso. La tercera premisa del modelo era que el clima iba a ser constante y no cambiaría, pero vemos que eso tampoco es verdad. En los últimos 10 años lo que más llamó la atención de los científicos es la frecuencia y la intensidad de los eventos climáticos, cada vez más extraños y erráticos.

La lección de todo esto es que la agricultura moderna no resiste el cambio climático porque tiene homogeneidad genética y carece de mecanismos de autodefensa; eso se manifestó recientemente con



la sequía en el medio oeste norteamericano donde la producción de maíz cayó 30%. Sin embargo, en esa misma zona sobrevivieron los sistemas de producción orgánica, inclusive los monocultivos de maíz porque contienen mucha materia orgánica que actúa como una esponja que almacena la humedad del suelo.

Para concluir con el apartado de agroecología y agricultura ecológica citar que, “según el informe que hizo publico el Magrama, la situación de la agricultura y ganadería ecológica en España entre los años 2009 y 2012 esta experimentando un **importante auge**. Aumenta la superficie dedicada a la actividad ecológica, así como el número de productores y demás operadores, consolidándose como el **primer productor ecológico de la Unión Europea**. El ritmo de negocio es envidiable ya que bajo la coyuntura actual de crisis económica, el sector ecológico mantiene una **tasa de crecimiento interanual de 2 cifras**”.

Dentro de la sección DESDE LA TIERRA, incluiremos un nuevo concepto de alimentación, el movimiento **slow food**, alimentos de proximidad. Oportunidad de negocio, por supuesto, aunque primero hay que concienciar a más gente de la importancia de consumir alimentos del llamado “kilómetro cero”.

El Slow Food apuesta por adecuar la cocina a los ingredientes próximos. Esa es la clave: adecuarse a la tierra. Qué no sea el planeta el que deba amoldarse a nuestros gustos. Debería ser más bien al revés: que nosotros, los consumidores, nos adecuemos a los productos que nos ofrece nuestra tierra y también adecuarnos a los productos de temporada. De la misma manera que hacían nuestros abuelos y padres. Se han preguntado alguna vez cuantos kilómetros ha recorrido el kiwi de Nueva Zelanda antes de llegar a nuestro? ¿O de dónde viene el aguacate que hemos comido hoy en la ensalada? ¿Para qué consumir alimentos de proximidad?

El movimiento slow food se fundamenta en tres claves: educación y formación en los sabores y alimentos cercanos, apoyo a los pequeños productores, desarrollo de la biodiversidad autóctona.

Con el proyecto de Mercados de la Tierra, Slow Food se ha propuesto crear una red de mercados campesinos, de lugares en los que los productores presentan y venden directamente sus productos de temporada, esto tiene mucho que ver con los mercadillos de agricultores de nuestra tierra.

Mercados de proximidad, tiendas de venta directa, ventas en las propias explotaciones, envíos a domicilio, ventas online, plataformas... Los canales cortos en su conjunto constituyen hoy la principal respuesta del sector agrario y de las industrias alimentarias, generalmente de carácter local y con producciones artesanales, para acercar su oferta a los consumidores.

Por estas razones, cercanía, frescura, confianza mutua, calidad y elaboración artesanal en los productos elaborados, además del precio, diferentes estudios comunitarios coinciden en un futuro positivo con un fuerte incremento de la demanda, tanto para la agricultura local como su comercialización con la venta directa.



II.1.2 A DOMICILIO

Las oportunidades de negocio a domicilio surgen porque en los pueblos la mayor parte de la población es mayor de 65 años y muchos habitantes tienen movilidad reducida. Por esto existen muchas oportunidades relacionadas con los servicios a domicilio.

Cuidado a domicilio de personas mayores. La atención es más personalizada que en los Centros de Día. Además se les puede ofrecer ayudarles a hacer recados diarios como ir al banco, hacer la compra, sacar al perro, servicios de peluquería, podología, etc.

Comidas a domicilio. Para los amantes de la cocina. Con creatividad se pueden ofrecer menús del día diferentes, servirlos en “tuppers” y llevarlos a domicilio a buen precio. La rentabilidad es alta y el modelo de negocio sencillo.

Reparaciones a domicilio. Si eres “manitas” y puedes hacer trabajos integrales de carpintería, pintura, electricidad y fontanería, puedes llegar incluso a acuerdos de mantenimiento con pequeñas o medianas empresas, comunidades de vecinos y administradores de fincas.

Masajes y terapias. La inversión inicial es mínima, (dependiendo de la terapia, no requiere costes fijos y es sencillo de implementar.

Cuidado de niños. No requiere de explicación, el servicio de canguro también puede ser una oportunidad en el mundo rural.

II.1.3 SERVICIOS

Organización de eventos, en el caso de que muchas personas trabajaran en la misma empresa, se podría ofrecer la posibilidad de organizar eventos en asociación con la empresa.

Servicio de transporte privado si el público es insuficiente.

Oferta de ocio con organización de juegos tipo “Paintball” o similares.

Business center rural, se trata de compartir un espacio de trabajo, de esa forma los servicios de agua, luz, Internet y limpieza se comparte también, esto puede ser una solución a los inconvenientes de algunos autónomos para trabajar solos en el campo.

Discotecas para la tercera edad: Los mayores quieren salir y relacionarse pero en un sitio diferente al de los jóvenes. Todavía está poco desarrollada esta idea.

Especialidades locales, la idea es hacer ropa, joyería, pins, etc. con los logotipos, dibujos de algo característico, bandera de la zona y que sirviera tanto para los visitantes del pueblo, en caso de los hubiese, como para los propios habitantes. Sin olvidarnos por supuesto de la comida, repostería y artesanía típica del lugar.”Productos de la tierra”.

A esta idea se le podría sacar provecho sobre todo en verano, puesto que muy habitual que en esta época del año las familias originarias de un pueblo vuelvan a pasar las vacaciones.

Grandes instalaciones, para estas ideas de negocio hay que tener mayor presupuesto o una finca para poder realizar un campamento de verano. Si es nuestro caso, esta finca también la podemos **alquilar** para organizar bodas, almacenar leña, guardería canina, dividirla en huertos y alquilarlos, etc.

Si disponemos de una casa y un entorno tranquilo se podría acondicionar para una Residencia de mayores. O incluso transformarla en una **Casa rural con encanto**, alquilando en principio para después ir mejorando a través de pequeñas reformas.

II.1.4 FRANQUICIAS

¿Qué oportunidades encajan en un entorno de estas características? En primer lugar, podemos destacar los negocios dedicados al comercio que, o bien proveen a la población de productos de primera necesidades, como por ejemplo establecimientos de alimentación o venta de prendas textiles, o bien ofrecen artículos relacionados con la decoración, un reclamo sobre todo en las zonas de tradición eminentemente rural. Otro tipo de negocios son los relacionados con las energías renovables encuentran en las inmediaciones de estos municipios el espacio que necesitan para ubicar sus instalaciones, a la vez que proveen de riqueza a la zona, indirectamente.



II.1.5 DESDE CASA ONLINE

Ya hemos comentado que trabajar en una zona rural no está siempre vinculado a trabajos de la tierra, se puede realizar cualquier actividad que no requiera presencia física, como por ejemplo:

Cursos e-learning online, la formación tan en auge en nuestros tiempos de crisis y en especial los cursos online que abaratan costes y puede llegar a más alumnos.

Asesoría y gestoría online, llevar la gestión y los trámites de autónomos y pequeñas y medianas empresas, se puede hacer a través de teléfono, skype, webs, etc.

Internet, no debemos olvidar que a través de la red podemos conocer que se produce en nuestra zona y que seguramente personas de otras regiones, incluso países apreciarían sin lugar a dudas. Tendríamos que compaginarnos con algún productor local para poder empezar a distribuir, esto en el caso de no tener una producción propia, que no solo tiene que ser de “productos de la huerta”, también podemos distribuir artesanía, ropa...cualquier producto rural que tenga cabida en otra zona. Incluso a través de Internet se podría crear una **tienda online de segunda mano**, puesto que el mercado de segunda mano está creciendo dada la menor capacidad adquisitiva y el cambio de mentalidad de las personas a reutilizar y consumir cosas y productos de segunda mano.

Productos y servicios para turistas, el turismo puede ser una fuente importante de beneficios. Hay que tener imaginación. Si tienes talento para la fotografía puedes sacar tus propias fotos de los lugares más interesantes de la zona y venderles en una tienda, o comercializarlas en todas las tiendas de souvenirs de los alrededores.

Si la zona no es especialmente turística, se pueden inventar nuevos atractivos para atraer visitantes. Por ejemplo, si en el pueblo hay una industria específica, se puede pensar en organizar **visitas guiadas** para explicar como se fabrica tal o cual cosa, y al final de la misma vender algún recuerdo.

II.1.6 TURISMO EN ZONAS RURALES

Es el motor fuerte de la economía de los pueblos, aunque todavía queda mucho por hacer desde las Administraciones para diseñar planes de marketing que atraigan de verdad al turista, se puede aprovechar a nivel privado alguna idea para diferenciarse de los competidores, como son las **casitas rurales para parejas**, sobre todo para extranjeros que buscan alojarse en una casita para 2 y con encanto en plena naturaleza. Se podría acondicionar alguna finca con casitas de madera y servicios extras.

Pero dada la importancia del turismo rural tanto a nivel insular como nacional, se desarrollará haciendo mención al mismo y por supuesto al turismo activo, al ecoturismo, al turismo verde, al agroturismo, etc. ya que es difícil hablar de oportunidades de negocios en un pueblo o zonas rurales sin pensar en este tipo de turismo, un sector que ha crecido muchísimo en los últimos años.

Fundamentos teóricos del turismo y la recreación activa. Desarrollo emergente de nuevas tendencias turísticas.

Los Viajes, constituyen actualmente una extraordinaria oportunidad de conocer las características culturales, geográficas, sociales, deportivas, artísticas, históricas, políticas, económicas etc. de los extraordinarios, diversos y exóticos destinos existentes en los diferentes puntos que nos pudiésemos imaginar en nuestro planeta Tierra y nos permiten conocer in situ, en directo y en escenarios reales, aspectos muy diversos llenos de un atractivo muy especial, que nos enriquecen y nos ayudan a comprender muchas realidades.

La demanda turística, está teniendo en las últimas décadas importantes transformaciones y cambios, tanto en los destinos ofertados y demandados, como en las formas, modelos, maneras y estilos de viajar. La experiencia de la población en materia de viajes, el conocimiento de muchas zonas y destinos, la realización de viajes desde temprana edad, ya sea desde el mismo seno familiar, ya sea desde el centro educativo, la imposición de los nuevos estilos y

valores en la calidad de vida y del bienestar social, así como de los grandes cambios sociales y estructurales, económicos-políticos, educativos, así como de los medios de comunicación social y medios de transporte, han hecho que el actual viajero tenga cierta madurez, mayor formación-información, actitud crítica y criterios propios, es más exigente y precisa de una mayor calidad y variedad en los servicios , así como demanda una participación más activa (de Knop, P., 1986) e integradora en los programas vacacionales.

El modo de vida de la población actual, de las grandes ciudades, con una problemática muy específica de masificación, polución, tipología de viviendas, formas y modos de trabajo, etc...,provoca que se haya producido un impacto de vida muy sedentaria de la población, así como el exceso de la robotización / automatización y mecanización de los diversos medios de producción, esto, provoca que los ciudadanos deseen disponer de una mayor cantidad y calidad de tiempo libre y de ocio para poder disfrutar en libertad, para liberarse, así como poder disponer de un tiempo a la misma vez de descanso y de actividad , para el desarrollo de hábitos saludables, con un marcado carácter lúdico y recreativo, donde se pueda reencontrar consigo mismo, y pueda disfrutar de su propia interioridad y con los demás.

Durante el tiempo de vacaciones, son muchos los viajeros/ turistas, que demandan realizar actividades físico-deportivas- recreativas para romper el ritmo rutinario de su trabajo diario y a la misma vez, muchos, acostumbrados a realizar en su hábitat de origen, una serie de actividades físico-deportivas de periodicidad casi diaria, en su ambiente familiar-profesional, desean continuar con su programa activo durante el período vacacional y a la misma vez, demandan otras que sean atractivas, novedosas y les aporten nuevos alicientes.

En la actualidad, se vislumbra una demanda emergente de nuevas tendencias turísticas enfocadas hacia el desarrollo de habilidades y destrezas físico-deportivas, el conocimiento de nueva gente, establecimiento de nuevos estilos de vida, búsqueda de destinos exóticos y desconocidos, la búsqueda de alto grado de emociones,

el contacto con el medio ambiente natural y salvaje (Pérez de las Heras, M. 1999). Este tipo de turismo es apasionante, alejado del tradicional turismo de masas, de “sol y playa”, requiere de una planificación, gestión y un tratamiento más personalizado y de una especialización muy rigurosa por parte del personal altamente cualificado.

El agroturismo, se inicia como una forma de expansión, evasión y descanso de la población urbana que buscaba una alternativa de su agitada vida de las grandes ciudades y de tensión acumulada del exceso de trabajo, la competitividad y exigencias del rendimiento, el esfuerzo, del estrés, buscaban el contacto con el mundo rural, con el campo, de rincones típicos, en pequeñas poblaciones, de la vida sana y de disfrutar de las costumbres tradicionales, de comida típica de la zona, participar activamente en las labores tradicionales y colaborar a conservarlas, implicándose de forma activa en el mundo rural, con la agricultura y la ganadería (cultivando, sembrando, recogiendo y recolectando la cosecha, ordeñando cabras y vacas, trasquilando las ovejas, dando la comida a los animales domésticos, etc.).

Las distintas ofertas del Agroturismo han estado siempre unidas al mundo del campo, en espacios y escenarios eminentemente rurales, normalmente en relación directa con las actividades económicas de la agricultura y de la ganadería. Los alojamientos se han ofertado en distintos tipos de remodeladas y austeras habitaciones y cuartos, de

antiguas granjas agrícolas-ganaderas, algunas de ellas de baja producción económica y a veces semi-abandonadas o en decadencia, por las corrientes migratorias de la población rural hacia las zonas urbanas y grandes áreas metropolitanas, así como en pequeñas casas rurales, austeras, sencillas y a veces con una exquisita decoración muy típica de la zona. Las motivaciones y atractivos, principales, lo constituye en sí mismo el propio ambiente rural y agrícola, la sencillez, la hospitalidad y la naturalidad de la vida de la gente amable del campo, sus típicas comidas y gastronomía con productos naturales de la tierra, sus hortalizas, frutas y verduras, sus carnes, sus vinos, etc., así como poder disfrutar de sus bailes y danzas populares

y tradicionales, de la cultura y arte existente en lugares y rincones poco visitados, lejos del mundanal ruido. Es una forma de disfrutar de unas vacaciones cortas (fin de semana) o largas (estivales...), del mundo rural, con la tranquilidad, la paz y el silencio de la vida del campo.

El turismo rural, a partir de la experiencia del Agroturismo, surge un nuevo concepto denominado como Turismo Rural, que en definitiva, da lugar a la organización del turismo en espacios rurales, es decir igual que el concepto precedente.

Resulta difícil, llegar a un acuerdo y consenso entre las distintas comunidades autónomas de España en indicar los criterios establecidos para definir exactamente qué tipos de actividades y de alojamientos podrían ser considerados y tipificados como “turismo rural”. Los “viajeros” del turismo rural, acuden al campo, al mundo rural, generando una demanda espontánea y muy heterogénea, de ambiente familiar, hospedándose en diversos tipos de hospedajes, desde casas rurales tradicionales, granjas agrícolas-ganaderas, granjas-escuelas, pequeños hoteles y pensiones, casas de hospedajes, casas de huéspedes, casas de familiares y amigos, hostales y fondas, cortijos, pazos, antiguas casas recién remodeladas, pequeños albergues, casas de colonias, campings de turismo rural, balnearios, paradores, alquileres de habitaciones en casas rurales, situadas en ambientes rurales.



A los participantes del Turismo Rural, les atraen y motivan el poder disfrutar de la vida sencilla, austera, hogareña y familiar de los hombres y mujeres del campo, del mundo rural, de sus tradiciones, costumbres y culturas más ancestrales, disfrutar de la paz y de la tranquilidad, los precios mas baratos, manifiesta una clara sensibilidad con este sector y todo lo que le rodea, que económicamente dependen prioritariamente de la agricultura, la ganadería, zonas forestales, pequeños comercios y artesanía.

Normalmente esta demanda, de tipo muy familiar se traslada por carretera, con sus propios medios de transportes, su automóvil y normalmente gestionan directamente los servicios de alojamiento con el establecimiento y utilizan muy poco a las agencias de viajes como intermediarias de los servicios requeridos.

Tanto el agroturismo, como el turismo rural, necesitan de un conjunto de actividades complementarias para llenar de contenidos el tiempo vacacional en los espacios rurales, y garantizar las estancias más atractivas y placenteras, como podrían ser:

Actividades de tipo físico-deportivos (senderismo, paseos en bicicletas, rutas en caballo, burros, escalada,

rapell, pesca, juegos populares y tradicionales de las zonas de destinos, bailes y danzas populares, etc.),

Actividades socioculturales (excursiones y visitas a lugares de interés histórico-artístico-cultural-arquitectónico, etc.),

Actividades de relax y descanso (aguas termales, saunas, masajes, corporales, técnicas y métodos de relajación).

Actividades de artesanías (centros artesanales, museos etnográficos...)

Actividades con rutas gastronómicas (queso, jamón, platos típicos, carnes)

Rutas vinícolas, visitas a bodegas, etc.

Actividades de cursos de formación: agricultura biológica, bailes y danzas populares.

El Turismo Rural, podría ser considerado, como la actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades, o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño, la motivación principal la constituye el contacto con el entorno rural, con el campo, con lo autóctono y lo tradicional.

Turismo de naturaleza, en las décadas de los años 70 y 80, del siglo XX, se puso de moda el denominado como Turismo de Naturaleza, se acerca al término de **Ecoturismo**, prácticamente podemos estar hablando casi de lo mismo, de los mismos rasgos y elementos caracterizadores, aunque puede tener una especial connotación que favorece un acercamiento hacia la realización de un conjunto de actividades con mayor grado de emociones y sensaciones, riesgo y aventuras, de incertidumbres. El turismo de naturaleza es que el que se realiza en contacto directo con el medio ambiente natural y oferta la posibilidad de entender que en la naturaleza se pueden desarrollar un conjunto de actividades físico-deportivas, de aventuras, socio-culturales, de esparcimiento, de interpretación, etc.

Es un tipo de turismo, que utiliza prioritariamente como principales elementos atractivos y de motivación a la propia naturaleza y todo su entorno en su conjunto, de forma integradora y global, espacio físico ideal para la relajación, fuente inagotable de inspiración y creatividad, lugar para la evasión, la expansión y proyección personal.

Son muchos los atractivos y elementos que motivan, cautivan y captan a muchos “viajeros” hacia la madre Naturaleza, con sus bellos y hermosos paisajes, su exuberante y variada vegetación, sus excitantes accidentes geográficos, orográficos y morfológicos, la variada riqueza de los endemismos en la flora, la fauna con exóticas

especies, el penetrante aroma de néctares procedentes de miles de flores de gran variedad cromática, los elevados e imponentes sistemas montañosos agrestes, la majestuosidad de las cordilleras, los

roques y obeliscos, los profundos valles, los desfiladeros, los acantilados, los barrancos, las empinadas paredes, los ríos caudalosos de aguas bravas, tranquilos y pacíficos lagos, fascinantes cascadas y saltos de aguas cristalinas que salpican las rocas agrestes, los inmensos mares de lejanos horizontes, el fuerte oleaje de sus aguas y olas rompientes que estallan en los litorales con gran estruendo, los tranquilos y azulados fondos marinos, los arrecifes coralinos, los manglares con miles de raíces aéreas, las impresionantes selvas y junglas frondosas, los mantos blancos de nieve que envuelven las montañas, el frío, el hielo, el calor, las lluvias, los densos bosques, amplios e infinitos desiertos con sus implacables dunas de arenas doradas... y un sinfín de múltiples atractivos, a veces indescritibles, formando en su conjunto unas condiciones bioclimáticas muy excepcionales, que se erigen con una fuerte personalidad propia, con extraordinarios atributos y atractivos turísticos que fascinan a sus participantes y todo ello, se une a la posibilidad de realizar en su propio medio ambiente natural, una amalgama y abanico de actividades física-deportivas, de diversa intensidad de esfuerzos y riesgos, de animación, recreación, esparcimiento, para disfrutar de nuestro tiempo libre y de ocio, en plena naturaleza, de forma solidaria y responsable, con todos los recursos naturales posibles.

Ecoturismo/turismo verde /alternativo, turismo en contacto con la naturaleza, y que contribuye a su conservación.

El Ecoturismo, hace mención al hecho de disfrutar de la naturaleza, descubrir y disfrutar del paisaje, la fauna, la flora, a promocionar un desarrollo económico sostenible de la zona y respetar el medio ambiente natural, como elementos motivadores más significativos, aprovecha todo tipo de recursos naturales (parques nacionales, parques naturales y rurales, lugares de interés científico, etc.) Sus “viajeros” suelen utilizar diversos tipos de alojamientos, desde campings, áreas de acampadas, albergues, centros de interpretación, aulas de la naturaleza, hoteles y casas rurales, lodges, refugios de montañas, etc. El desarrollo sostenible, hace mención “a aquel que satisface las necesidades de la generación

presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” 1987 (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas –ONU). Entre otras podríamos citar algunas actividades: paseos y rutas por parques nacionales /naturales, bosques, observaciones y avistamientos de aves, observación de animales, senderismo interpretativo, etc.

Principios de actuación del ecoturismo:

- ★ Interés por la naturaleza.
- ★ Contribución por la conservación de la naturaleza.
- ★ Dependencia de las áreas naturales protegidas.
- ★ Existencia de beneficios a largo plazo para las comunidades locales.
- ★ Promociona la educación y sensibilización medioambiental.
- ★ Produce bajo impacto ambiental.
- ★ Existe una ética y responsabilidad por todos los usuarios.
- ★ Gestión.
- ★ Desarrollo de una economía sustentable.
- ★ Placer por disfrutar de la naturaleza.
- ★ Favorece la cultura.
- ★ Existencia de actividades de aventura.
- ★ Grupos pequeños, desarrollo a pequeña escala.

Turismo de aventura, en el turismo de naturaleza, surge el turismo de aventura, donde la motivación principal, la constituyen la realización práctica de las actividades físicas-deportivas, con un claro matiz de “aventuras” de riesgo, de retos, de superación de un conjunto de nuevas situaciones, emociones y experiencias, para las que se necesitan cierto grado de habilidades y destrezas físico-deportivas, de buena condición física, para poder superar muchas actividades, en ocasiones las exigencias del ambiente y escenario y por la propia actividad se requiere de participantes muy expertos, con alto grado de cualificación y especialización. Los escenarios y ambientes preferidos, por los participantes, son siempre en plena naturaleza, salvaje, exuberante y virgen, que puedan garantizar las grandes emociones y sensaciones, en los diversos ambientes existentes en la tierra, el agua, el aire, la nieve, el hielo. De ahí, que constituyen sus atracciones y motivaciones más importantes las altas montañas y sistemas montañosos, los acantilados, las paredes verticales, desfiladeros, los barrancos y cañones, los ríos, lagos, mares, aguas bravas, selvas, junglas, bosques, desiertos, la nieve, el hielo, el aire, los puentes, etc.

Este tipo de turismo surge con mucha aceptación y demanda por una parte importante de un segmento de la población de gente joven, o de gente madura y adultas con “espíritu joven” que desean quemar adrenalinas, vivir nuevas experiencias motivantes. Surgen actividades como pueden ser: rafting, escalada, rapell, tirolinas, senderismo, orientación, rutas en caballos, rutas en bicicletas de montaña, rutas en todoterrenos 4 x 4, quad, descenso de barrancos, puenting, treeking, buceo, paracaidismo deportivo, ala delta, vuelo sin motor, etc.

Turismo deportivo, surge para definir a aquel tipo de turismo cuya motivación principal la constituye la realización de un conjunto de prácticas físico-deportivas, es decir aquellas modalidades deportivas con unas características muy definidas por su reglamentación, su institucionalización, su depurada técnica, y por el tipo de instalaciones, materiales, artilugios e implementos que necesitan para su práctica, mejorar su nivel de calidad de vida a

través de su salud corporal, física y psicológica, mejorar sus autoestima personal, su autorrealización, su proyección social, el carácter lúdico, hedonístico y recreativo de todas las actividades posibles, la búsqueda de nuevos retos y superaciones personales, etc. La principal motivación de este tipo de turismo, la constituye la práctica deportiva en sí misma, pero que les estimula poderlo practicar en diversos tipos de ambientes y escenarios diferentes, zonas, regiones, naciones, con el fin de poder disfrutar paralelamente con visitas y excursiones culturales, la gastronomía, compras, etc. Podríamos destacar en el Turismo Deportivo, diversas modalidades deportivas, como pueden ser, entre otros: tenis, golf, deportes náuticos (vela y yates en las distintas modalidades y tipologías), windsurfing, esquí, submarinismo, cicloturismo, etc.

Otros ejemplos de turismo deportivo son los Campeonatos o Ligas en variadas convocatorias (Nacionales, Internacionales,) de Fútbol, Baloncesto, Festivales Atlético, Maratones, carreras Populares, Automovilismos (Fórmula 1, etc.), Olimpiadas, etc.



Turismo activo y Turismo Activo Sostenible, a veces también bajo el nombre genérico de Turismo Alternativo, con un elevado número de participantes, dando lugar a un tipo de turismo mas participativo, dinámico, con trato muy personalizado, en pequeños y medianos grupos, bajo la organización técnica de personal muy especializado, y gente muy respetuosa con las costumbres, tradiciones y culturas de los destinos/ lugares a visitar, que exigen diversos servicios de máxima calidad, se presenta con una demanda muy diversificada y una impronta flexibilidad en todo el proceso de comercialización de los distintos productos turísticos. Este extraordinario fenómeno, está haciendo cambiar de forma progresiva, un modelo alternativo, erudito y atrevido de organizar los viajes y las vacaciones. Se incorpora con un conjunto de actividades abiertas, placenteras, flexibles, divertidas, con un turismo ambientalmente sustentable, en pleno respeto con el medio ambiente natural. La demanda se presenta diversificada (tipos de actividades, destinos muy diversos, tipos de materiales e implementos, especialidades muy diversas, etc.), en viajes para organizarlos en familias, colectivos de amigos, incentivos de empresas, centros educativos, entidades e instituciones públicas y privadas, “aventureros” que buscan una alternativa y un cambio para su ocupar su tiempo libre y de ocio de fines de semana, o bien de organizar sus vacaciones estivales, semana santa o invernales, en nuevos destinos emergentes, generando un nuevo mapa turístico, con atractivos muy exuberantes y exóticos.

Podríamos encontrar diversas definiciones sobre el Turismo Activo, en la bibliografía especializada, en casi todas ellos citan aspectos sobre la realización de actividades prácticas, activas, participativas, en contacto con la naturaleza, con el mundo rural.

Elementos o componentes distintivos, que forman parte de los rasgos caracterizadores más significativos y tipificados del Turismo Activo:

- ★ Actividades físicas o deportivas, esfuerzo físico.
- ★ Carácter lúdico-recreativo.
- ★ Movimiento, motricidad, acción, alto grado de dinamismo.
- ★ Participación activa-voluntaria.
- ★ Nuevas sensaciones y experiencias, cargas de emoción, llenas de ilusión y entusiasmo.
- ★ Ambiente de amistad, compañerismo, cooperación.
- ★ Utilización de los recursos de la naturaleza: tierra, agua, aire, nieve, hielo.
- ★ La emoción, riesgo, espíritu de aventura, superación personal, retos.
- ★ Requiere de ciertas destrezas y habilidades físico-deportivas.
- ★ Respeto con el medio ambiente natural.
- ★ Exigen calidad total de servicios integrales.
- ★ Demanda un personal técnico muy especializado y cualificado.

Queremos concluir este estudio con un capítulo dedicado a ofrecer propuestas a la sociedad, a las instituciones políticas y a todos los agentes del mundo rural que persiguen una mejora de las condiciones de vida de las personas que residen en zonas rurales.

Son propuestas que no son originales ni de los autores de este libro de la editora del mismo, la Asociación Creativa, ya que son conocidas, pero por desgracia con un escaso grado de aplicación, a pesar de que amplios sectores sociales las ven con simpatía. La escasez de recursos y sobre todo la falta de voluntad política han impedido que se implementen.

Pretendemos demostrar no solo la necesidad de su aplicación en el medio rural, sino que la falta de presupuesto público es también una excusa fácil que esconde la falta de voluntad política que tiene su origen en una escasa difusión de las medidas y de sus efectos positivos, que conllevan un estrecho respaldo social, más que por rechazo, por desconocimiento. Sirva, por tanto, lo que exponemos aquí, para mitigar en parte esa falta de difusión de estas medidas y de su necesidad.

Se aportan argumentos sólidos para la aplicabilidad de las medidas propuestas, pero desde el rigor científico, tanto económico, sociológico y político. No se trata de lanzar una batería de propuestas guiadas por un activismo vinculado a un desenfrenado gasto público, es necesario vincular los gastos con los ingresos públicos y así también se insiste en medidas que procuran fortalecer las arcas de las administraciones públicas para financiar las necesarias medidas. En este caso podría servir de ejemplo la necesidad de implantar una fiscalidad a las actividades que supongan un deterioro o destrucción del medio natural, esto es, la fiscalidad verde, que insistentemente la Comisión aconseja al Gobierno de España que se amplie su escasa implantación.



No hemos querido centrarnos especialmente en la Isla de Tenerife, ámbito territorial del Proyecto Magarza y de nuestra entidad financiadora AIDER. Creemos que es posible y necesaria la implementación de las políticas expuestas en casi cualquier ámbito territorial de ámbito rural porque creemos que las medidas para su desarrollo no tienen fronteras, aunque también es cierto que siempre es necesario un análisis de los contextos para que la implementación sea más adecuada

Y con ello también planteamos un límite a las propuestas recogidas, no están todas las que se consideran necesarias, ni están las que más específicamente el medio rural de nuestra Isla de Tenerife requiere. No hemos tenido una ambición totalizadora porque nuestro empeño ha sido recoger las que están insuficientemente valoradas, o al menos las que no disponen de prioridad que desde nuestro enfoque merecen. También hemos recogido las que pocas veces se han anunciado, las que yacen en cajones de los despachos de las personas que toman las decisiones, las que no figuran en estudios de las empresas más influyentes porque sencillamente su aplicación estorba sus intereses, las que ignoran los medios de comunicación, las que todavía no tienen el protagonismo que merecen. Es la aportación original a un trabajo que tiene sobre todo un fin divulgador.

Exponemos de forma separada, conscientes de las relaciones que entre las propuestas existen, pero de esta forma aportamos claridad y sencillez expositiva. Estas son las propuestas:

AGRICULTURA ECOLOGICA

La agricultura ecológica, o sus sinónimos orgánica o biológica, es un sistema para cultivar una explotación **agrícola** autónoma basada en la utilización óptima de los **recursos naturales**, sin emplear productos químicos de **síntesis**, u **organismos genéticamente modificados**, ni para abono ni para combatir las plagas, logrando de esta forma obtener alimentos orgánicos a la vez que se conserva la **fertilidad** de la tierra y se respeta el **medio ambiente**.

Los principales objetivos de la agricultura ecológica son: trabajar con los **ecosistemas** de forma integrada; mantener y mejorar la **fertilidad** de los suelos; producir alimentos libres de residuos químicos; utilizar el mayor número de **recursos renovables** y locales; mantener la diversidad **genética** del sistema y de su entorno; evitar la **contaminación** a resulta de las técnicas agrarias; permitir que los **agricultores** realicen su trabajo de forma saludable y por supuesto llevar calidad y salud al comedor del consumidor

Esta agricultura se basa en el mantenimiento de la fertilidad del **suelo** incorporando **compost** u otros elementos, así como técnicas como la rotación de cultivos, el acolchado o cobertura del suelo con paja o hierba cortada, la siembra de **leguminosas** y el aporte de polvo de rocas.

El gran Talón de Aquiles de la producción agraria ecológica es la menor capacidad de producción. ¿Pueden los agricultores del Planeta y las Tierras de cultivo disponibles suministrar la suficiente cantidad de alimentos de origen ecológico para todos los habitantes del Mundo? Parece que hoy eso no es posible.

Pero si es posible un aumento exponencial, significativo de la producción ecológica. En el mundo urbano y en los países del Norte la oferta de productos procedentes de explotaciones ecológicas es todavía muy escasa. Los ciudadanos a penas son conscientes de que gran parte de su alimentación está cargada de abonos químicos, insecticidas y otros tipos de sustancias dañinas para nuestra salud y para la calidad de los alimentos, además de gravemente perjudicial para el suelo y el equilibrio natural.

Para el medio rural la extensión de la agricultura ecológica podría suponer un aumento de la calidad de vida de todos los habitantes de esas zonas, no solo porque el consumidor de productos biológicos valoriza la agricultura mucho más, sino porque la mayor facturación que genera este tipo de producción podría permitir un aumento de la renta disponible de los agricultores, sobre todo si se acorta o elimina la cadena de intermediarios comerciales

¿Qué hacer para que la agricultura ecológica deje de ser una oferta minoritaria en la producción agrícola?

Las subvenciones tienen en la producción agrícola de la UE una importancia estratégica, suponen un porcentaje importantísimo del presupuesto comunitario, sin embargo es la agricultura intensiva la que acumula la inmensa mayoría de esa financiación, derivado de su amplísimo dominio sobre los terrenos cultivables de nuestro Continente. Sin embargo, en las argumentaciones políticas, en la exposición de motivos de los textos jurídicos y en el consciente colectivo de la mayoría de la población se encuentra la protección al medio natural y a la salud humana como una prioridad. La consecuencia lógica debe de ser la plasmación práctica en políticas que prioricen la producción biológica antes que la intensiva con el objeto de subir de forma significativa el porcentaje de producción agrícola sostenible.

Es una medida que no requiere ningún esfuerzo presupuestario, solo aplicar prioridades, aumentando las subvenciones a producción biológica paralelamente a la reducción de subvenciones e incluso la aplicación de eco-impuestos a la producción intensiva e insostenible, como de hecho se está realizando en algunos de países de Europa

De esta forma se irá estableciendo en el mercado una lógica en la que es más competitivo producir de forma sostenible, y por ello, tanto productores como consumidores irán optando por el consumo de productos agrícolas sostenibles.

Quizás algún día, con el avance de la tecnología se pueda alcanzar el 100% de la demanda de alimentos a través de la producción sostenible, mientras queda un largo recorrido que realizar.

Priorizar la agricultura ecológica frente a la producción industrial sin consideraciones medioambientales supone una apuesta por la fertilidad de los suelos, por la conservación del medio y por la salud de la población

SOBERANÍA ALIMENTARIA

La soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos, y de sus países a definir su política agraria y alimentaria, sin dumping frente a países terceros.

La soberanía alimentaria incluye muchos conceptos, algunos de ellos son los siguientes: la capacidad de un territorio de ser capaz de autoabastecerse en lo que a la producción alimenticia se refiere, priorizar la producción agrícola local para alimentar a la población, el acceso de los agricultores a la tierra, al agua, a las semillas y al crédito. Por tanto, es necesario poner en valor la soberanía alimentaria en la sociedad. Esto tendrá evidentes repercusiones positivas sobre el desarrollo local

La soberanía alimentaria es también una cuestión de ampliación de derechos de la población: El derecho de los campesinos a producir alimentos y el derecho de los consumidores a poder decidir lo que quieren consumir y, como y quien se lo produce.

El concepto de soberanía alimentaria fue desarrollado por la Organización Vía Campesina y llevado al debate público con ocasión de la Cumbre Mundial de la Alimentación en 1996, y ofrece una alternativa a las políticas neoliberales. Desde entonces, dicho concepto se ha convertido en un tema mayor del debate agrario internacional, inclusive en el seno de las instancias de las Naciones Unidas..

Las políticas actuales priorizan el comercio internacional, y no la producción local. No han contribuido en absoluto en la erradicación del hambre en el mundo. Al contrario, han incrementado la dependencia de los pueblos de las importaciones agrícolas, y han reforzado la industrialización de la agricultura, poniendo en peligro el patrimonio genético, cultural y medioambiental del Planeta, así como nuestra salud.

El dumping destruye la producción local alimentaria En el mundo entero, importaciones agrícolas a precios bajos destruyen la economía agrícola local; es el caso de la leche europea importada a la India, del

cerdo norteamericano al Caribe, de la carne y de los cereales de la UE a África, de piensos animales a Europa, etc. Estos productos se exportan a precios bajos gracias a prácticas de dumping. A petición de los Estados Unidos y de la Unión Europea, la OMC ratificó una nueva práctica de dumping que sustituye las ayudas a la exportación por una fuerte baja de sus precios agrícolas, combinada con unos pagos directos abonados por el Estado. La lucha contra el dumping está muy vinculada a la soberanía alimentaria.

En Canarias, territorio insular, hablar de soberanía alimentaria es sinónimo a la reducción de nuestra alta tasa de dependencia del exterior, es reducir los riesgos que tenemos ante graves crisis internacionales que podrían suponer el desabastecimiento temporal de nuestro archipiélago y las gravísimas repercusiones que supondría.

Nuestra insularidad y lejanía suponen un elemento que encarece el producto importado que necesitamos, y para ello el Régimen Especial de Abastecimientos (REA) pretende compensar ese desfase con el loable objetivo de facilitar al consumidor canario un precio que sea similar al que pagan los consumidores de la Península. Pero el REA también repercute negativamente sobre la producción agrícola canaria ya que hace menos competitiva la producción local frente a los productos de fuera, más baratos si proceden de países con costes de producción más bajos, es decir originarios de países del llamado Tercer Mundo, por tanto el REA ha supuesto en algunos productos y algunos periodos un obstáculo para el desarrollo de nuestra agricultura, una barrera hacia nuestra soberanía alimentaria.

Por ello, es necesario mantener el REA pero revisar la lista de productos y los mecanismos de aplicación para que en ningún caso siga impidiendo el desarrollo de nuestra agricultura y ganadería. Ese equilibrio que tiene el consenso de todos, suele balancearse en favor de los intereses de los importadores, con más capacidad de presión política, y ante la debilidad de un sector agrícola que pone mucha más atención en la vigencia de las ayudas procedentes de la UE.

Romper esa dinámica e invertir a favor de los productos canarios, sin que eso tenga una especial incidencia en el IPC de los productos agrícola debe de ser un objetivo de la mayoría de la población canaria. Nos va en ello promocionar nuestro desarrollo rural, diversificar nuestra economía, mejorar las garantías ante crisis mundiales de desabastecimiento, y en definitiva de acercarnos a nuestra soberanía alimentaria

En Canarias debe introducirse ya el debate de la soberanía alimentaria. Y ese debate concluiría entre otras cuestiones en la inaplazable necesidad de aumentar la producción agrícola canaria. Con todos los inconvenientes y limitaciones que nos pone nuestra accidentada geografía nuestra tierra es capaz de producir más y mejor de lo que actualmente lo hace. Y se trata que los poderes públicos a través de una derivación de la subvenciones comunitarias se plantee como objetivo ofertar a los agricultores y desempleados un plan de viabilidad que les permita una renta adecuada, conjuntamente con sistemas de producción sostenibles y con la introducción de tecnologías que permitan la viabilidad: sistema de ahorro de agua, seguimiento de las variables meteorológicas y químicas de los cultivos a través de tecnologías avanzadas, utilización de renovables para el aumento de la producción y la producción de agua desalada, etc.

CONSUMO RESPONSABLE

De acuerdo a la Declaración oficial de Naciones Unidas con motivo de la Cumbre de la Tierra de 2002 una de “las principales causas de que continúe deteriorándose el medio ambiente mundial son las **modalidades insostenibles de consumo y producción**, particularmente en los países industrializados”. En este sentido Naciones Unidas hace un llamado a revisar estas modelos insostenibles, recurriendo a modelos de **consumo responsable**.

Por **Consumo Responsable** entendemos la elección de los productos

y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, y por la conducta de las empresas que los elaboran.

Otra acepción de Consumo Responsable, o consumo crítico, complementaria a la definición anterior, es aquel que implica **consumir menos**, eligiendo consumir sólo lo necesario, y estando atentos a cómo nos influye la publicidad en la creación de necesidades superfluas.

Es un imperativo de nuestro tiempo la realización de un cambio social en torno a nuestros hábitos de consumo. El principio fundamental es que todos somos corresponsables con nuestra compra de los impactos sociales y ambientales de la producción.

En el medio ambiente, soporte de la vida en la Tierra, teniendo en cuenta que debemos priorizar productos con menores impactos ambientales y reducir el consumo de los limitados recursos naturales de que disponemos.

Cuando añadimos el calificativo de responsable a nuestro consumo estamos significando la importancia que tiene el consumidor para elegir entre las diversas opciones que le ofrece el mercado de bienes y servicios, teniendo en cuenta los productos que valoran **la justicia social, la ética y la solidaridad, y la protección del medio ambiente**.

La ciudadanía puede convertir su capacidad de compra en un importante instrumento de presión; como dice una organización pionera en estos temas, puede “votar por sus valores a través de su acto de compra”. El consumidor y consumidora tienen a su alcance la posibilidad de premiar a los mejores y rechazar a los peores, exigiendo el cumplimiento de determinadas garantías sociales, laborales y medio ambientales.

Una sociedad que establece como uno de los criterios de su consumo, a los factores sociales y medioambientales es una sociedad solidaria, más feliz.

El consumo responsable es actualmente poco significativo en cuanto a la penetración porcentaje de consumidores que lo ejercen y desde el punto de vista de su incidencia económica. Está en una fase muy embrionaria. Creemos que es posible y necesario que esta situación cambie. Y si lo hace el medio rural se beneficiará, se avanzará en el desarrollo rural, porque la demanda de productos del sector agrícola y más especialmente los productos alimenticios sostenibles crecerán, porque se valorizará la producción del sector primario más cercana los puntos de consumo.

Para su desarrollo la primera condición es la extensión de un sistema de etiquetado que ofrezca al cliente la información que necesita para ejercer su libertad y responsabilidad: si un producto es transgénico, ecológico, producido en condiciones laborales aceptables, de Comercio Justo, etc. lo debe conocer consumidor, para que libremente pueda elegir. Sin embargo, los lobbies de la industria alimenticia conjuntamente con los grandes propietarios agrícolas han impedido esta posibilidad o al menos ponen continuos frenos al etiquetado sencillo y que ofrezca esta información al consumidor. No se quiere ofrecer más información del producto y de su forma de elaborarlo, no se quiere exponer la forma de cómo llegan los alimentos a nuestras mesas.

Penar la explotación laboral, incentivar con políticas públicas la Responsabilidad Social Corporativa, castigar las prácticas contaminantes y reforzar los comportamientos coherentes con el desarrollo sostenible serán las medidas más motivadoras para que las empresas adquieran un comportamiento beneficioso con la sociedad, y así sean coherentes con la sostenibilidad y el desarrollo rural.

Si la política de subvenciones e incentivos fiscales se extiende como una práctica pública a favor de las empresas comercializadoras que informan sobre los productos más coherentes con el consumo responsable, se producirá un crecimiento de estas conductas empresariales que facilitará la extensión de un consumidor que no tendrá como únicos criterios de selección de su compra la referencia

calidad-precio, sino que tendrá consideraciones éticas y políticas en su elección, en definitiva el consumo responsable se convertirá en un criterio cada vez más influyente en nuestra sociedad.

Puede extenderse entre los consumidores, el prestigio de los productos locales y sostenibles paralelamente al desprestigio social sobre aquellas marcas que sean irresponsables y tengan comportamientos explotadores con sus trabajadores, sean sucios con el medio ambiente y no tengan criterios de promoción del desarrollo local.

Es necesario conseguir que los bienes producidos con criterios de justicia social sean competitivos en calidad y precio con aquellos que no cumplen estos criterios. Para eso los poderes públicos deben incidir en el apoyo a unos y el aumento de la carga fiscal a los otros.

Si se lograra promocionar el consumo responsable y éste se fuese generalizando en la población, la actitud del consumidor hacía los productos agrícolas producidos a nivel local se valorizarían, consiguiéndose por tanto una revalorización la agricultura en particular y el medio rural en general.

Pero también hay una responsabilidad del propio consumidor por eso es importante la sensibilización del mismo. Desde los poderes públicos se puede incentivar campañas y actividades relacionadas con la Educación del Consumidor para así sensibilizar a escolares, jóvenes, vecinos, y población en general de la importancia que tiene realizar los actos de consumo de forma consciente, crítica, solidaria y responsable.

Educar en el consumo responsable es un acto de coraje y a la vez de justicia, porque implicará con frecuencia ir contra corriente y no perder de vista el desarrollo rural y los colectivos sociales que viven en situación de desventaja y desigualdad social. Hace falta ser consciente de los diferentes frentes de presión que intervienen en la actividad de consumir sin medida, porque ser consciente de estas fuentes es el primer paso para poder regular su efecto. La principal

fuerza de presión es, sin duda, los medios de comunicación. Estos nos bombardean continuamente y nos crean falsas necesidades en las cuales caemos con frecuencia. Frente a esta realidad hace falta ayudar a descubrir que el verdadero bienestar y la verdadera felicidad se encuentran más allá de la posesión de bienes materiales.

Es necesario convertirse en un consumidor creativo y buscar alternativas. Vivir y educar en el consumo responsable requiere necesariamente el trabajo de la autonomía y el autocontrol para poder hacer un uso racional y razonado de las cosas. Un trabajo que tiene que pasar por el ejercicio del autoconocimiento ayudando a explorar cuales son las verdaderas necesidades, intereses, deseos de cada uno y también cuales son las propias debilidades, carencias o dificultades a la hora de controlar las propias actitudes. La educación para el consumo responsable tiene que ser una tarea global de sensibilización, información, espíritu crítico, imaginación y autocontrol.

Consumidores más responsables, es decir más críticos será en el futuro una de las herramientas más poderosas para que desde abajo se compense el Poder de los que dominan el Mundo.

COMPRA PÚBLICA RESPONSABLE

Como un corolario lógico del consumo responsable se plantea las acciones de la compra pública responsable que es un mecanismo que se ha usado muy poco pero que es uno más de los que disponen las administraciones públicas para aplicar las políticas que se consideran necesarias, en este caso, el desarrollo rural.

La contratación pública constituye un medio para realizar una política de intervención en la vida económica, social y política del país, que permita conseguir objetivos sociales, ambientales o de investigación.

Las contrataciones públicas socialmente responsables se pueden definir como “operaciones de contratación que tienen en cuenta uno o más de los siguientes aspectos sociales: oportunidades de empleo,

trabajo digno, cumplimiento con los derechos sociales y laborales, inclusión social (incluidas las personas con discapacidad), igualdad de oportunidades, diseño de accesibilidad para todos, consideración de los criterios de sostenibilidad, incluidas las cuestiones de comercio ético y un cumplimiento voluntario más amplio de responsabilidad social de las empresas, a la vez que se respetan los principios consagrados en el Tratado de la Unión Europea y las Directivas de contratación (“Adquisiciones sociales. Una guía para considerar aspectos sociales en las contrataciones públicas”, publicada por la Unión Europea, en 2011).

La aplicación de criterios sociales y medioambientales a la contratación pública viene fomentada por las instituciones comunitarias. Así, la Comunicación Interpretativa de la Comisión, de 15 de octubre de 2001, indicó un abanico de posibilidades que ofrece el marco jurídico comunitario para integrar aspectos sociales en la contratación pública, pretendiendo contribuir al desarrollo sostenible, concepto éste que combina el crecimiento económico, el progreso social y el respeto del medio ambiente.

De igual forma, la Directiva 2004/18 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 31 de marzo de 2004, sobre coordinación de los procesos de adjudicación de los contratos de obras, de suministros y de servicios, da un impulso decisivo en esta materia, contemplando la posibilidad de que los poderes adjudicatarios puedan regirse por criterios destinados a satisfacer exigencias sociales.

La legislación española, en el Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público prevé varios mecanismos para introducir consideraciones de tipo social así como medioambiental en la contratación pública..

Con este mecanismo las administraciones públicas se pueden plantear el desarrollo rural como una de las actuaciones dentro de esa política de Compra Pública responsable, priorizando empresas que están invirtiendo o invierten en el medio rural, y que lo hacen

con los criterios de sostenibilidad que se requiere, o priorizando la prestación de servicios y el desarrollo de un sector empresarial de la economía solidaria presididos con por objetivos sociales, alejados del lucro y que estén vinculados a las áreas rurales.

Este mecanismo permite atender necesidades sociales sin necesidad de usar el gasto público social ya que utilizando exclusivamente una parte del presupuesto destinado a la adquisición de productos y servicios ordinarios de la Administración

Los problemas para su implementación son evidentes: falta de conocimiento de los responsables políticos; las inercias adquiridas suelen protagonizar la mayoría de las decisiones en una Administración Pública y es difícil cambiar esas costumbres; en nuestra sociedad está muy arraigado la costumbre de considerar el binomio Calidad-Precio como el principal factor, y a veces casi único en la elección de la decisión de compra por lo que es genera oposición la introducción de otros criterios, etc

EL AGROTURISMO

El agroturismo es una nueva forma con la que los turistas disfrutan de su ocio. Se puede decir que es una escisión del turismo rural que promete aportar al viajero una visión de 360 grados sobre el entorno donde pasa sus vacaciones. El turista tiene la oportunidad de participar en actividades agrícolas, ganaderas, gastronómicas y artísticas, por lo que la experiencia es todo un aprendizaje. Se trata de ir más allá de la clásica excursión por los alrededores, algo que demandan cada vez más los viajeros inquietos que no quieren perderse ni un solo detalle de lo que les rodea.

Una de las variantes que no se ha extendido prácticamente nada en Canarias es aquella basada en la acogida al viajero en la casa del propietario en la que le muestra su actividad cotidiana y le hace partícipe de las experiencias del mundo rural. En lo que se refiere a la actividad agropecuaria, la acogida forma parte de la actividad

agraria, ganadera o artesana; el agricultor que acoge huéspedes enseña al viajero su profesión y su forma de vida y le abre la posibilidad de participar y experimentar la auténtica vida rural.

La comercialización de esta alternativa se realiza a través de la Red, es decir aprovechando las herramientas de internet, para transmitir al cliente que lo más importante es conversar, dar información sobre nuestra tierra y pasarlo bien conociendo gente. Una estrategia que está dando magníficos resultados. Se busca la autenticidad y la cercanía. Las casas rurales y los hoteles pequeños pueden ofrecer de forma natural estos valores sin disfrazarse, cocinando a fuego lento su promoción, sin prisas, regalando información del destino incluso antes que del propio negocio.

Los poderes públicos deben de dar salida a esta nueva variante del turismo rural, para ampliar un sector que vivió un boom hace unas décadas pero que se ha estancado por diversos motivos. La Administración dispone de las herramientas como las ayudas de cofinanciación para la inversión, las rebajas fiscales, la formación, la generación de redes de empresas, autónomos y agricultores que prestan estos servicios, etc.

ECOTASAS

Poner en valor impuestos no parece muy atractivo para una parte importante de la población. Pero para los que han conocido el desarrollo de países del norte de Europa, muy vinculado a la progresividad fiscal (impuestos directos que gravan más a las familias y empresas más ricas) los impuestos son un elemento socialmente aceptado, identificados con una sociedad cohesionada, rica, y que presta servicios como sanidad, educación, servicios sociales gratuitos y de calidad.

Los impuestos verdes sin embargo, no gravan en función de la renta, sino del consumo, por tanto, son impuestos indirectos, mas injustos.

Sin embargo, su objetivo no es la cohesión social sino disminuir las

actividades dañinas a nuestro medio natural y por tanto promover la sostenibilidad. El mensaje es claro “A más daño le produces a nuestro entorno, mas te cobro”, hasta que las empresas perciban que no les compensa producir bienes o servicios que generan costos medioambientales.

Gravando las prácticas contaminantes favoreceremos a las personas y empresas que han invertido en sostenibilidad. La extensión de esta cultura fiscal tiene una enorme repercusión en el desarrollo rural porque los valores medioambientales forman parte de su propia identidad.

La producción agrícola y ganadera local, la agricultura y ganadería ecológica, el turismo sostenible, los mercadillos del agricultor, el agroturismo, la producción con renovables, etc son actividades que saldrían muy beneficiadas de una reforma fiscal verde, y son actividades vinculadas al medio rural.

ENERGIAS RENOVABLES

Greepeace y científicos de la Universidad Politécnica de Madrid realizaron hace unos años, un estudio que sostenía la viabilidad de poder suministrar exclusivamente con fuentes renovables la demanda energética de España. Con este estudio se intentaba definitivamente enterrar la falsa acusación sobre las renovables: Son caras e incapaces de facilitar las necesidades energéticas. No es cierto.

No es cierto que las renovables sean más caras que las energías fósiles. En Canarias hay estudios rigurosos que demuestran que la producción es más cara con petróleo o gas. Pero es que además, ¿Cuánto cuestan las enfermedades a la sanidad pública producida por la contaminación? ¿Cuánto le costará y le está costando a la humanidad frenar el calentamiento Global? ¿Cuánto cuesta limpiar el crudo derramado por los petroleros? ¿Cuánto cuesta en dólares y en vidas humanas las guerras del petróleo?

Población femenina en el medio rural en 2011

Núcleos de población por número de habitantes	Ambos sexos 2011	Mujeres 2011	Porcentaje	Variación respecto a 2010
Menos de 100	63.540	28.011	44,08%	-0,09%
De 101 a 500	676.994	317.607	46,91%	-0,08%
De 501 a 1.000	753.696	362.877	48.15%	-0,04%
De 1.001 a 2.001	1.327.618	647.817	48,80%	-0,02%
De 2.001 a 5.000	3.166.344	1.562.524	49,35%	0,02%
De 5.001 a 10.000	3.914.878	1.944.964	49,68%	0,04%
Total de población	47.190.493	23.907.306	50,66%	0,04%

Los intereses de las grandes multinacionales energéticas (BP, Shell, Repsol, Standard Oil, etc.) están relacionados con el mantenimiento de un sistema que genera guerras, suciedad, contaminación, calentamiento global del clima y concentración de riquezas en sus manos.

Los medios de comunicación de masas, grandes diseñadores del pensamiento y la opinión pública intentan retrasar el modelo energético alternativo basado en producción limpia y con posibilidades de autoabastecimiento energético, con la potencialidad de

recursos que todos disponen (viento, agua, Sol, etc.) y que podría permitir repartir la riqueza energética, y por tanto economizar.

Como el avance científico y los intereses generales de la población nos empujan hacia un futuro con renovables, los propagandistas de las petroleras distribuyen otro falso rumor: “No están maduras, habrá que esperar mucho tiempo, no pueden abastecer toda la demanda”.

Ese argumento es tan débil como si en los años noventa se hubiese dicho lo mismo de los teléfonos móviles. La demanda (arropada por la publicidad y los apoyos públicos) de estos aparatos empujó a la inversión en la investigación que posibilitó rápidamente mejoras constantes en los aparatos que junto con la producción en masa abarató sus costes. Y todo ese proceso en muy pocos años. En renovables también hubiese sido posible, si no existieran fuertes presiones de estas empresas multinacionales y sus corifeos para evitar un desarrollo estas fuentes renovables

La revolución energética que estamos viviendo está sostenida por hechos incostestables: la desaparición futura, pero próxima del petróleo y el cambio climático producido por un exceso de generación de CO₂, tiene una meta de llegada lógica: las energías renovables. Hoy la fuente renovable más potente, la que más aporta a la Red eléctrica en el territorio peninsular es la **elólica**, superando ampliamente a la nuclear, y llegando en ocasiones, en los días más ventosos a cubrir casi la mitad de la demanda de las necesidades energéticas de la población española. El desarrollo tecnológico de esta energía ha permitido que cada vez se construyan aerogeneradores más grandes, con más capacidad de generación energética. Los últimos son de 6 MW, y eso significa que los parques actuales pueden producir la misma energía con solo 3 molinos, que la que producía un parque de mediados de los 90 con 50 aerogeneradores..

Solo con la **energía solar** podríamos satisfacer toda la demanda energética. Con los nuevos sistemas de solar termoelectrica se podría conseguir centrales de gran producción, solo hace falta el apoyo público para que la demanda de estas centrales aumente y

así los centros de investigación y universidades puedan disponer de la financiación para poder investigar en sistemas más eficientes y baratos. Cuando se aumente esta demanda, la producción entrará en procesos de economías de escala que abarataran la producción. De hecho, ese proceso ya está muy avanzado.

Pero la referencia más importante de la energía solar es la fotovoltaica. Especialmente por su capacidad de democratizar la energía. Cuando se permita legalmente que las familias y PYMEs puedan disponer de placas fotovoltaicas en los tejados de sus viviendas y locales, las consecuencias serán muy importantes, se posibilitará a la población ser autónomo energéticamente, consiguiéndose de esta forma que el negocio energético pueda llegar a PYMEs y emprendedores porque la propiedad de la producción energética se podrá repartir. La incidencia en el desarrollo rural y la aparición de nuevas iniciativas empresariales en el medio rural, podrá incidir en la diversificación económica de este medio.

La explotación del gas, el petróleo o la instalación de una central nuclear está al alcance solo de grandes corporaciones. El viento, el Sol, el agua son fuentes “peligrosas” según el criterio del oligopolio petrolero y eléctrico, ya que están al alcance de toda la población y los precios de las instalaciones y máquinas capaces de aprovechar a pequeña escala la energía que generan esas fuentes se han hecho muy asequibles. Cada local, cada edificio o cada vivienda puede ser la base de la instalación de equipos de producción energética: la fotovoltaica en techo, la minieólica, la minihidráulica o el aprovechamiento de la energía sobrante de las baterías de los coches eléctricos son elementos que la tecnología pone al alcance de cualquier familia o empresa para su explotación como pequeña central energética. Esto es, la generación distribuida de energía. Pero con la generación distribuida también se habrá descubierto una poderosa herramienta de distribución de la riqueza, porque la energía es riqueza. No solo para que en las sociedades desarrolladas, las familias y pequeñas empresas se distribuyan las enormes plusvalías que hoy se reparten los po-

cos dueños de las compañías energéticas, sino también para que en todos los rincones del Planeta en los que la pobreza castiga a sus habitantes, se establezcan estas instalaciones que traerían la prosperidad.

La generación distribuida podría suponer una revolución social, un cambio en algunos de los pilares que hoy sostienen el sistema económico, Y por supuesto es un potentísimo instrumento para que desde el medio rural las familias y empresas puedan diversificar su renta, ya sea como promotores de iniciativas que instale tecnologías en los techos o suelos improductivos, para la generación de energía o ya sea como consumidores

Se demandarán profesionales con cualificación y flexibilidad para la implementación masiva de pequeñas instalaciones de fotovoltaica, mini-eólica o de otras fuentes en los tejados o zonas anexas de viviendas unifamiliares, edificios de viviendas y de las empresas. Pero sobre todo se requerirán emprendedores capaces de crear nuevas iniciativas capaces de responder e incentivar la demanda de pequeñas instalaciones de generación energética que ponga en manos de la ciudadanía en general la energía que hoy controla en régimen de oligopolio las grandes empresas. A este nuevo sistema que se está abriendo paso en algunos países europeos como Alemania, Italia, Gran Bretaña, Holanda y Dinamarca y se le llama, como ya decíamos más arriba, Generación Distribuida de energía. También se habla de autoconsumo porque cada edificio de viviendas, casa unifamiliar o local que albergue a una empresa será capaz de producir con fuentes renovables de su propiedad la energía que necesite. Como algunas fuentes renovables a veces no son regulares en el suministro, es necesario tener un respaldo de la red centralizada de suministro eléctrico, denominándose la combinación de ambas fuentes, balance neto.

Si el desarrollo de las energías renovables es todavía incipiente, aún más desconocido es la versión democratizadora de estas energías, aquella que permite a los ciudadanos disponer de la propiedad de

sus propias necesidades energéticas. El llamado autoconsumo energético ha conseguido en Alemania su más amplia difusión.

Las Energías Renovables son y serán aún más en el futuro, un sector generador de desarrollo endógeno, de desarrollo local y por tanto de riqueza, creación de empresas y empleo. Se requiere un marco político y jurídico favorable para que esto sea factible. Es necesario estar preparados cuando la economía descarbonizada termine imponiéndose y esto es un proceso progresivo en el que ya estamos insertos.



III. ANEXO

ANEXO 1

El anexo uno lo destinamos a un artículo en el que se expone la trayectoria, problemática y emprendeduría de la mujer en el mundo rural, no podíamos dejar de añadirlo puesto que entre los objetivos tanto del proyecto Magarza como del PDR, la mujer es prioridad en el mismo.

LA MUJER EN EL MUNDO RURAL

Hace algún tiempo que desde Escapada Rural queríamos profundizar sobre la figura de la mujer en el medio rural, un mundo todavía desconocido y muy diverso. Ellas son representativas y pilares básicos de un lugar que no quieren abandonar, necesarias para perpetuarlo y tan diferentes entre sí como el medio al que pertenecen. Y aunque sobran ideas, les faltan oportunidades y apoyos. Os presentamos a la mujer del mundo rural.

1. ¿Quién es la mujer rural?
2. Los problemas a los que se enfrenta la mujer rural
3. La mujer emprendedora en el medio rural
4. Lo que se espera del futuro

I ¿Quién es la mujer rural?

Teresa López, presidenta de **FADEMUR**, la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales, nos advierte que debe puntualizar a la hora de definir a la mujer rural, un primer síntoma del desconocimiento y el escaso reconocimiento social que padecen: “Durante años se ha establecido un **estereotipo de mujer sumisa**, con poca iniciativa, que no corresponde a la realidad del mundo rural. Cuando nos preguntan cuál es el perfil de la mujer rural insistimos en que somos 7 millones de mujeres las que vivimos y trabajamos en el medio rural, entre las que hay de todo: mujeres más o menos formadas, más o menos resignadas, absolutamente emprendedoras o sin iniciativa, mayores, jóvenes... No corresponden a un arquetipo, se definen entre toda la diversidad que puede darse entre 7 millones de mujeres”.

Los detalles son borrosos incluso entre las propias asociaciones. Para **Lola Merino** de AMFAR, Asociación de Mujeres y Familias del Ámbito Rural, la “mujer rural es un colectivo de casi 5 millones de mujeres con una media de edad de 50 años, casada y con hijos, la mayoría de ellas declaradas amas de casa. El trabajo exterior es considerado como ‘extensión de las tareas domésticas’”. Desde AMFAR se refieren a ellas como pertenecientes al sector agrario y estiman que más de 750.000 mujeres se dedican a sacar adelante las explotaciones agrarias “en calidad de ayuda familiar”, es decir, sin reconocimiento oficial como titulares de la explotación.

El baile de cifras se corresponde con la definición que se toma como base de la mujer rural. En opinión de Teresa López, la mujer rural es quien “vive en el medio rural, pero no necesariamente se dedi-

ca al sector primario, el cual se define en la Ley para el Desarrollo Sostenible en el Medio Rural: municipios de menos de 10 millones de habitantes dependiendo de la densidad de población”. Así coincide también **Belén Verdugo**, desde CERES, la Confederación de Mujeres del Mundo Rural.

Inocencia Rey, propietaria del alojamiento rural El Jiniebro (Extremadura), apunta que la única diferencia entre la mujer rural y la de ciudad está en las posibilidades: “la mujer rural no es diferente de la mujer urbana. Tiene sus mismos problemas y sus mismos sueños, aunque más dificultades para cumplirlos”.

Sin embargo, la representante de Iratíaldea, **la Asociación de Casas Rurales del Pirineo**, focaliza su opinión sobre el turismo rural en particular: “No hay un perfil concreto, aunque hay dos tipos de gestoras de turismo rural: una que tiene más asumido su papel de empresaria, que apuesta por su negocio y su independencia; y otra que todavía no reconoce su propia labor y la entiende como un complemento de la economía familiar. Hay muchos años de educación por evitar”.

Portal comercial de mujeres rurales emprendedoras: Artemur

La importancia de la mujer en el medio rural

Para los de ciudad, aquello del **éxodo rural** quedaba en los libros de Historia Contemporánea, como una etapa en la los habitantes de los pueblos españoles emigraban a las grandes urbes en busca de las oportunidades que la industria creciente ofrecía. Pero no debimos cerrar el libro, porque este movimiento continúa presente, y es aún mayor entre las mujeres del medio rural. Pero hay motivos para pensar que el proceso se puede ralentizar e incluso invertir completamente.

Belén Verdugo, desde CERES, nos indica que la evolución de la mujer rural en las últimas décadas “ha sido negativa. La industrialización y mecanización de la agricultura ha provocado un éxodo rural y las mujeres han sido las primeras en hacerlo junto a los jóvenes”. **La población envejece y los pueblos acaban por desaparecer.**

Teresa López indica que “esto no es una hipótesis sino la constatación de lo que ha pasado durante muchos años. Durante demasiado tiempo no se ha atendido a las necesidades de las mujeres en el medio rural y por tanto no les ha quedado más alternativa que marcharse”. Se refieren al escaso reconocimiento social y jurídico, a la falta de oportunidades y de infraestructuras, a la consabida igualdad que no acaba de conquistarse.

A las integrantes de FADEMUR les preocupa especialmente **“la fuga de cerebros”** que se da a nivel local. “Jóvenes formadas que aunque quieren quedarse en sus pueblos no encuentran oportunidades de futuro”. Lola Merino lo ve de la misma forma. Desde AMFAR subrayan “sin miedo a equivocarnos, que las mujeres son vitales para el mantenimiento de la vida en los pueblos y de las explotaciones agrarias. La mujer rural es el pilar sobre el que se sustenta una familia y por extensión un municipio. Es imprescindible atender a sus necesidades para frenar el envejecimiento, la emigración y fijar la población”.

En cuanto a fijar la población, para Inocencia, del Jiniebro, **el turismo rural ha tenido un papel importante** “y por supuesto algo ha tenido que ver en la evolución positiva de la mujer en los últimos años. La educación también ha cambiado sin duda a la mujer rural, me atrevo a decir que al hombre. El turismo rural ha sido una gran oportunidad para demostrar que la mujer sabe hacerlo y además lo hace bien”.

Así pues nos encontramos con una figura imprescindible y desatendida. El medio rural adolece de falta de oportunidades, pero ¿a qué nos referimos concretamente cuando hablamos de oportunidad? Recogemos los problemas a los que se enfrentan las mujeres del medio rural y que les obligan a marcharse.

II Los problemas a los que se enfrenta la mujer rural

“Nos estamos enterando de de que se cierran comedores escolares o de que se eliminan rutas de transporte escolar o de que se reduce el horario de los centros sanitarios. **La crisis ha complicado todavía más la vida de las mujeres**“. Teresa López contempla la realidad de la crisis de la vida en el medio rural desde la preocupación, como no puede ser de otro modo. La crisis ha impactado sobre el mundo rural de manera desigual entre mujeres y hombres: “son las mujeres las que acaban ocupándose de todos esos servicios que se dejan de prestar. Son ellas quienes llevan al cole a los niños cuando eliminan las rutas de transporte escolar, las que los recogen cuando no hay servicios de comedor...”. Añaden desde FADEMUR.

Vivir dos vidas en una como si fuera media

El rol que asumen las mujeres y el cambio de mentalidad obliga a las mujeres a conciliar la vida laboral y familiar con mayor dificultad, un problema que se agudiza en el entorno rural.

“En FADEMUR tratamos de concienciar a la población de que conciliar no es sólo cosa de las mujeres, sino que también afecta a los hombres. Queremos cambiar la palabra ‘conciliar’ por **‘corresponsabilidad’**, nos parece más ajustado a cómo deber ser una sociedad equilibrada”. Lola Merino indica que la crisis ha intensificado todavía más esta situación: “mujeres que hasta ese momento se encargaban de las tareas domésticas y del cuidado de todos los miembros de la familia (hijos, nietos, mayores, enfermos o personas dependientes) ahora buscan salir adelante complementando su jornada con otro trabajo remunerado”.

A la escasez de tiempo y al aumento de responsabilidades se le suma el grave desconocimiento que se tienen de la mujer rural en líneas generales. “Se desconoce la **escasa participación** que tenemos en los órganos de decisión o los problemas de acceso a las nuevas tecnologías de la comunicación. No se valora en su justa medida nuestro trabajo ni dentro ni fuera del hogar y tampoco se hace lo suficiente

para que podamos conciliar nuestra vida laboral y familiar”, añade Lola Merino.

Desde AMFAR subrayan que hay ayudas oficiales, pero que no son suficientes. “Hace escasamente un mes ha entrado en vigor la **Ley de Titularidad Compartida de Explotaciones Agrarias**, un nuevo escenario legal que constituye un hito histórico. Dará lugar a la existencia de una figura jurídica que hasta ahora no existía y que permitirá reconocer el trabajo invisible de las mujeres en el sector agrario”.

Respecto a los problemas laborales de la mujer en el mundo rural, Teresa López lo resume a la perfección: son “básicamente todos los derivados de ser mujer y además de vivir en un medio pequeño. Las oportunidades laborales son más escasas: trabajar por cuenta ajena, por ejemplo, es muy complicado. En la mayoría de los casos hay que recurrir al **autoempleo**, a poner en marcha las iniciativas empresariales propias, ya sea en la agricultura y ganadería u otro tipo como la artesanía o el sector servicios”.

Como veremos en el apartado siguiente, el turismo rural es uno de esos nuevos nichos en los que las mujeres han encontrado una **nueva vía de diversificar sus economías**. Inocencia defiende que no “existe ningún problema para la mujer en el turismo rural, aunque es deseable una mayor formación en la esfera del turismo porque no es sólo recibir turistas. Hay que tener un mínimo de conocimiento si se quiere crecer”. A este respecto, desde CERES no creen que haya problema alguno entre la mujer y el turismo rural como negocio. Las mujeres son más emprendedoras e innovadoras en este aspecto”.

III La mujer emprendedora en el medio rural

Las asociaciones son la entidad que define los problemas de la mujer en el mundo rural, colabora en sus soluciones, que informa y que forma, que las reúne para extraer ideas, que anima a la participación y que las apoya. Teresa López de FADEMUR, Belén Verdugo de CERES o Lola Merino de AMFAR coinciden grosso modo a la hora de definir a qué problemas se enfrentan las mujeres rurales. Cada una de las asociaciones, eso sí, ha encontrado sus propias soluciones o trabaja de maneras diferentes para conquistarlas.

Portal comercial de mujeres rurales emprendedoras: Artemur

La lucha sigue la dirección de la **igualdad y el progreso**. Desde FADEMUR consideran fundamental el papel que juegan como asociación. “Animamos a la participación; de esa participación salen ideas que tratamos de canalizar con financiación, tratamos de ayudar de todas las maneras que podemos. Y me parece que jugamos un papel fundamental en cuanto al fomento de la emprendeduría entre las mujeres del mundo rural”. Más allá de las palabras están los hechos, y en este caso son los proyectos que esta asociación ha implantado o que están en fase de desarrollo:

- ★ **Artemur.** Es el primer portal de comercialización de productos elaborados por mujeres del mundo rural. Aquí cabe toda la diversidad del medio que ocupan: artesanía, gastronomía, textil, cuero, papel... “Hay mujeres que se han dedicado a la agricultura y la ganadería, por ejemplo, y se han puesto a transformar productos con una calidad indiscutible; hay otras que se han dado a la artesanía buscando un cambio de vida; otras mujeres han heredado un negocio familiar y ya son la quinta generación... Artemur es una iniciativa de la que estamos muy orgullosas”, puntualiza Teresa López.
- ★ **La sostenibilidad de los productos de la huerta y su calidad.** En FADEMUR desarrollan otro programa para promover la certificación “huella de carbono”, un distintivo que garantiza

la sostenibilidad y pone en valor la calidad del producto “que muchas veces se nos ha olvidado en la vida moderna”. Este proyecto cobra mayor fuerza a raíz de la “alianza estratégica con restauradores de máximo nivel” porque “elaboran recetas específicas con esos productos, ponen en valor su calidad o incluso las consumen en sus restaurantes”. Un éxito esencial para garantizar el negocio de las emprendedoras.

- ★ “También estamos desarrollando una **central de compras** para eliminar los intermediarios y poner en contacto directo a productoras y consumidoras. Tratamos de acercar la relación, el conocimiento y facilitar la compra de productos de máxima calidad a un precio razonable, tanto para quien consume como para quien produce”. De nuevo una iniciativa de éxito puesta en marcha vía internet.
- ★ Se han dado proyectos de éxito con servicios. La escasez de servicios e infraestructuras en el medio rural ha dado pie a que aparezcan las **cooperativas rurales de servicios de proximidad**. “Desde FADEMUR, y al hilo de la puesta en marcha de la Ley de Dependencia, estamos promoviendo la aparición de estas cooperativas para prestar atención a las personas dependientes”. La buena acogida de la iniciativa ha dado pie a la diversificación: “además de personas dependientes también hay cooperativas que ofrecen comida a domicilio para el conjunto de la población que lo precise. Un servicio más que apenas existe”.

Portal comercial de mujeres rurales emprendedoras: Artemur

Con todo, para Lola Merino medidas como la Ley de la Titularidad Compartida deben estar acompañadas de otras que garanticen la **incorporación de las mujeres a la Seguridad Social**. De nuevo es la asociación en este caso quien ofrece “soluciones concretas a todas estas mujeres que son madres y cabezas de familia a través del autoempleo. Nuestra organización está abriendo todos los cauces necesarios para aprovechar cualquier posible yacimiento de empleo y encontrar una salida a la crisis económica”.

- ★ Desde AMFAR se puso en marcha el proyecto **Mercadorural.es**. Se trata de una plataforma de comercio electrónico donde las mujeres rurales pueden exponer, promocionar y vender sus propios productos o servicios. Internet vuelve a ser una herramienta indispensable para la emprendeduría en el medio rural. En la iniciativa participan mujeres rurales de Andalucía, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Galicia y Madrid.
- ★ Hay más proyectos y opiniones. En CERES identifican a las asociaciones como “interlocutoras de las mujeres del medio rural en las instituciones y al mismo tiempo las encargadas de trasladar al medio rural toda la información necesaria para cubrir sus necesidades”. De nuevo sus esfuerzos se traducen en medidas y proyectos concretos que apoyen la labor de las mujeres rurales:
- ★ El **Plan Conecta**: ha permitido a las socias de CERES organizar las explotaciones agrarias en un programa informático específico para gestionarlas.
- ★ La **Despensa Femenina del turismo rural**: “propicia la venta de productos artesanales o primarios elaborados por mujeres poniéndolas en contacto directamente con la población consumidora”. Además, en CERES ofrecen variedad de cursos de informática y de diversificación de la economía en las explotaciones agrarias.
- ★ Como grupos de mujeres con los mismos intereses, CERES considera positivo la posibilidad de conectarse e **intercambiar experiencias**. “CERES acerca la información de otros puntos geográficos, sobre todo en cuanto a información institucional. Pero el medio rural no cuenta con las mismas oportunidades de acceso al ADSL de calidad que las poblaciones más grandes y por ello nos sentimos especialmente discriminadas”.

Sin embargo, desde el punto de vista de Inocencia, mujer emprendedora con El Jiniebro, “las asociaciones debería asumir un papel mucho más activo; creo que están anticuadas y motivan poco”.

En cuanto a las ayudas oficiales considera que son escasas y en todo caso deberían ser de otro tipo: “las ayudas deben ser formativas y con un seguimiento mayor. No se puede conceder una subvención y creer que ya está todo conseguido. Los proyectos, para hacerlos avanzar, tienen que tener continuidad”.

El turismo rural, caso de éxito

Una de las líneas de negocio de las emprendedoras del medio rural se encuentra en **los servicios**, en el sector del turismo rural. Las asociaciones coinciden en la importancia que ha representado el sector para la mujer rural y las oportunidades que puede seguir ofreciendo.

Una emprendedora de turismo rural puede ofrecer “infinitos productos, tantos como clientes tenemos”, afirma Inocencia, y añade: “gastronomía, salud, artesanía, rutas... Creo que la mujer rural puede ofrecer absolutamente todo lo que un turista esté buscando”. El turismo rural se ha perfilado como un motor económico a nivel local. “Independientemente de que sean hombres o mujeres los que se pongan al frente, su desarrollo debe fijar a la población o al menos permitir que quien lo desee pueda seguir viviendo en su pueblo”, concluye la propietaria de El Jiniebro.

En su condición de propietaria es la primera voz implicada en el turismo rural. Pero las asociaciones también trabajan directamente con muchas mujeres al frente de casas rurales y coinciden en que **el turismo rural ha ocupado un lugar importante para las mujeres** y la región. En opinión de Belén Verdugo, de CERES, **el turismo rural “ha sido un gran apoyo para asentar la población y mejorar la economía de muchas familias, pero como un complemento**: las familias con explotaciones agrarias complementan la economía ofreciendo granjas como actividad interesante en la zona”. No obstante señala que “el turismo rural es para un grupo reducido de empresarios y de viajeros”.

Desde AMFAR se trabaja para estimular la incorporación de mujeres al turismo rural, “que sean partícipes de los múltiples beneficios que

genera al sector y que están íntimamente relacionados con otros atractivos naturales como son la gastronomía, el medioambiente, la artesanía...”. En el progresivo pero siempre lento avance de las mujeres en la conquista de la igualdad de oportunidades “AMFAR quiere servir de trampolín para que también sean protagonistas de esa fuente de riqueza que es el turismo rural”.

En **Iratialdea** creen que “el papel de las asociaciones en estas zonas de montaña ha ido cambiando. **En el Pirineo Navarro hace ya más de veinte años que se vive del turismo.** Las asociaciones fueron al principio un foro de encuentro, un lugar donde hablar, salir y tomarte un café. Hoy son lugares donde se persiguen objetivos. Por supuesto, en nuestro entorno el turismo fue el principal sector que dio cabida a las mujeres”.

Por último, Teresa López de FADEMUR defiende que “**la importancia del turismo rural es clara para las mujeres del mundo rural.** La mayoría de negocios que conocemos y con los que tenemos relación son negocios que han puesto en marcha mujeres. El turismo rural ha permitido la diversificación de la economía familiar y el acceso a la independencia económica de las mujeres. Eso es algo fundamental”.

Portal comercial de mujeres rurales emprendedoras: Artemur

IV Qué se espera del futuro

Para Inocencia lo que espera del futuro tiene que ver mucho más con el turismo rural que con la mujer en el medio rural, aunque ambos aspectos vayan de la mano. **“El futuro es nuestro** si sabemos aprovechar la oportunidad: recibir turistas de diferentes latitudes es abrir una puerta al mundo y ahí están todas las oportunidades. No sólo para el alojamiento, sino también oportunidades para poner en valor todo lo que el campo ofrece”.

La situación de las mujeres rurales trasciende el sector del turismo rural. En general, la visión de futuro pasa por más equidad y **más reconocimiento a las mujeres del mundo rural**. AMFAR defiende que hace falta “su plena incorporación en los órganos de decisión de las diferentes estructuras agrarias para poder hablar de igualdad. Es el reto más inmediato”. Apoya su conclusión con datos: “tan sólo el 29% de los titulares de explotación en España son mujeres, y sólo el 20% del trabajo calificado como ‘ayuda familiar’ lo desempeñan los varones”.

En el caso de CERES, **las infraestructuras son esenciales** así como también los presupuestos con perspectiva de género para “conseguir libertad de actuación y movimiento. Igualdad, en definitiva”.

Por último, Teresa López espera seguir avanzando desde FADEMUR en igualdad, en progreso y asumir un objetivo casi utópico si no fuera por la labor que realizan y el empeño que trasladan a cada iniciativa. “Nos hemos marcado como objetivo que nuestro trabajo pueda ayudar a **que cada persona tenga el derecho a elegir libremente el lugar donde quiere desarrollar su proyecto vital**, sin más limitaciones que las que se ponga ella misma. Que el territorio no sea decisivo a la hora de optar por dónde quieres desarrollar tu vida, que puedas elegir por un pueblo o donde sea sin que haya más dificultades añadidas”. Concluye con un deseo de futuro y una certeza: “una utopía, pero lo conseguiremos”.

ANEXO 2

Para el anexo dos reservamos varios artículos relacionados con la agricultura, proyectos y el futuro de algunas áreas rurales de Tenerife, (Tegueste, Anaga), en los que podemos leer como la Administración pública impulsa varias zonas del nordeste de la isla para recuperar variedades locales e impulsar el desarrollo socioeconómico de manera sostenible.

Tenerife impulsa la recuperación de las variedades agrícolas tradicionales.

El Centro de Conservación de la Biodiversidad Agrícola de Tenerife (CCBAT) trabaja en la recolección, conservación y caracterización de productos locales, ya sea de semillas, frutales o especies de multiplicación vegetativa como la papa o la batata, dando prioridad a aquellas que están en riesgo de desaparición.

EL DÍA, S/C de Tenerife 2/01/2007

El Centro de Conservación de la Biodiversidad Agrícola de Tenerife (CCBAT) se creó en 2003 para la recuperación y conservación de las variedades tradicionales que se cultivan o han cultivado en la Isla. Estas variedades representan una enorme riqueza agrícola y un importante legado patrimonial, motivo por el cual el papel que juega en CCBAT es, junto con los agricultores, fundamental para la pervivencia de los conocimientos del campo tinerfeño para las generaciones futuras.

La gran diversidad de las papas de color conforman una de las muestras más importantes, circunstancia que ha convertido al Centro en un referente nacional respecto a esta especie. También se ha impulsado la investigación con los cereales, cebollas, ajos, judías o frutales originarios del Archipiélago.

El consejero de Aguas y Agricultura del Cabildo de Tenerife, José Joaquín Bethencourt, señaló a **EL DÍA** que “en el Centro de Conservación se trabaja para tratar de recuperar variedades locales y

hacer que éstas sean cultivables. El trabajo que vienen desarrollando tanto el centro como la empresa insular Cultesa, por ejemplo, con las variedades locales de papas, permite no sólo que no las perdamos y se queden en un museo, sino que se planten en condiciones de seguridad y productividad para que generen renta. Esa es la única manera de garantizar que esas variedades se mantengan en el futuro”.

En su opinión, “estamos llegando directamente al sector, conectando plenamente con los agricultores. Esta iniciativa nos está permitiendo recuperar el cultivo del cereal en la Isla con las variedades tradicionales, lo que se traduce en un aumento de la producción de gofio, recuperando así un alimento de toda la vida y elaborado con las variedades locales. También es importante el esfuerzo que estamos haciendo con los frutales, quizás el hermano pobre de nuestra agricultura y el que tiene una menor presencia en los canales de distribución a los que acude el consumidor medio, en las grandes superficies y supermercados, limitándose a los mercadillos. Se están haciendo ensayos con la manzana reineta”.

Bethencourt destacó que “la labor que ha llevado a cabo el Centro desde hace tres años, ahora, con nuestra incorporación al Germobanco Agrícola de la Macaronesia, de la mano de Asaga, ha tomado más relevancia, pudiéndolo dotar de más recursos”.

El consejero manifestó que “buena parte del éxito que estamos teniendo en los programas de valorización está ligado a la conservación de nuestra biodiversidad. Debemos desarrollar aquello que nos hace diferentes. En la medida en que seamos capaces de conocer y recuperar nuestro patrimonio agrícola, expendiéndolo a todos los agricultores para que lo compartan, entonces, estaremos sentando las bases de una agricultura como marcan las tendencias mundiales. Además supone cumplir un compromiso de cara a nuestras generaciones venideras con un patrimonio que tenemos la obligación de conservar”. Por su parte, el director del CCBAT, Domingo Ríos, señaló que “el resultado de nuestro trabajo ya se puede apreciar en el campo. Se vienen desarrollando programas en

las zonas productoras de cereales como Los Realejos, Buenavista del Norte o La Laguna. Otro ejemplo es el programa de conservación de cebolla de Masca y Los Carrizales en Buenavista. Las colecciones de frutales del Centro se mantienen en dos **fincas ubicadas en Candelaria** y Valle de Guerra. Otras colecciones, como la de las papas, ajos o cebollas, se mantienen con ayuda de los agricultores en fincas colaboradoras. Actualmente en el Centro se han recolectado unas 1.500 entradas”.

Tegueste ejecuta un proyecto de recuperación y multiplicación de más de 60 variedades agrícolas

Fecha: 18-07-2012. Fuente: Redacción/la Voz de Tenerife

Este proyecto, además de recuperar variedades agrícolas locales, tiene como objetivo lograr la independencia de las producciones del exterior al obtener sus propias semillas, así como recuperar la biodiversidad de las producciones agrícolas, recuperar variedades más resistentes a plagas y obtener productos diferenciados en cuanto a sabor para lograr una mayor soberanía alimentaria, entre otras.

El Ayuntamiento de Tegueste, a través de la Escuela Taller Servicios Rurales, y el Servicio de Agricultura del Cabildo Insular de Tenerife, a través del Centro de Conservación de la Biodiversidad Agrícola de Tenerife (CCBAT), han llevado a cabo en la Finca Los Zamorano un proyecto de recuperación y multiplicación de más de 60 variedades agrícolas locales de hortalizas (2 variedades), legumbres (30) y cebada (30).

Este proyecto, además de recuperar variedades agrícolas locales, como un medio de diferenciar las producciones agrarias del municipio; tiene como objetivo lograr la independencia de las producciones del exterior al obtener sus propias semillas, así como recuperar la biodiversidad de las producciones agrícolas, recuperar variedades más resistentes a plagas y a condiciones adversas del medio, al estar adaptadas a nuestras condiciones; obtener productos diferenciados en cuanto a sabor y diferenciar las producciones como

estrategia para la rentabilidad de las mismas.

La concejal de Desarrollo Local del Ayuntamiento de Tegueste, Marcela del Castillo, asegura que con este proyecto, la Corporación local “busca una línea de trabajo que permita avanzar y desarrollar un sector básico para nuestro mundo rural, al mismo tiempo que conservar nuestra identidad rural”.

En este sentido, la concejal de Desarrollo Local recuerda que, desde hace varios años, se viene trabajando desde el municipio de Tegueste en la conservación de las variedades agrícolas de Canarias con la colaboración del Cabildo de Tenerife, a través del Centro de Conservación de Biodiversidad Agrícola de Tenerife y la Unidad de Valorización de Productos Agroalimentarios, mediante varias acciones como las jornadas de obtención y conservación de semillas y las jornadas de intercambio de semillas entre agricultores en el programa “Tegueste Agrícola”, las jornadas de identificación de variedades con el programa “Tesoros Agroalimentarios”, las rutas a los cultivos tradicionales del municipio o los ensayos para el estudio del comportamiento agronómico de diversas variedades agrícolas locales en La Finca Los Zamorano, entre otras.

En este sentido, la edil detalla que este proyecto demuestra “el compromiso del Ayuntamiento en la recuperación de la biodiversidad agrícola de Tenerife, avanzando hacia una mayor cuota de autoabastecimiento” y destaca el papel de la Finca Los Zamorano como “Parque Agrícola donde se dan cita muchas experiencias de este tipo con prácticas culturales sostenibles”.

De hecho, en el plano agrícola, la Finca Los Zamorano posee una colección de perales de Tegueste (25 variedades aproximadamente), una colección de vidueños canarios (con unas 35 variedades) y un ajardinamiento con planta autóctona representativa de la laurisilva y el bosque termófilo, de gran interés botánico y ecológico.

También cuenta con unos corredores florales compuesto por diferentes plantas aromáticas y silvestres canarias de gran interés

como reservorio de insectos beneficiosos para el equilibrio del agro-sistema de la propia finca.

Además, en esta finca existen diferentes cultivos (en función de las estaciones) representativos de las medianías de Tenerife, como cereales, hortalizas y frutales, quedando una zona reservada para los ensayos que el Ayuntamiento ejecuta con el CCBAT. Además, la finca cuenta con unos ejemplares de castaños, alguno centenarios, que son seña de identidad del municipio.

Anaga tendrá una marca comercial si se convierte en Reserva de la Biosfera

La candidatura, avalada por el Gobierno canario, llevará al macizo inversiones en turismo sostenible, energías renovables y mejoras en los accesos a las playas y los bosques

Renovación de la red eléctrica, introducción de las energías renovables, rehabilitación y mejora de los accesos a las playas y los lugares de interés, refuerzo de las políticas de apoyo a la agricultura y ganadería, mejora de la red de alojamientos y senderos para atraer al turismo rural y planes de educación medioambiental para proteger la mayor reserva verde de Santa Cruz: los montes y el litoral de Anaga. Esto es lo que aguarda al futuro del macizo si finalmente es declarado Reserva Mundial de la Biosfera. Además, propone la creación de la marca Anaga para los productos artesanales y agrarios de la zona.

La concejala de Medio Ambiente de Santa Cruz, Yuri Mas, calcula que en un año “a más tardar” se conocerá si este sistema montañoso opta a la candidatura de Reserva de la Biosfera después de que el pasado jueves 14 el Gobierno canario avalara la candidatura y la elevara al comité español del programa Hombre y Biosfera de la Unesco, dependiente del Ministerio de Medio Ambiente.

La declaración del macizo, que se encuentra en gran parte en el municipio de Santa Cruz, es una recomendación del Consejo de

Coordinación de la Red de Reservas de la Biosfera de Canarias, que viene avalada por las universidades de La Laguna, Las Palmas de Gran Canaria y la Complutense de Madrid.

“Si conseguimos ser Reserva de la Biosfera crearemos una comisión de seguimiento con el Ayuntamiento de Santa Cruz, el de La Laguna y el de Tegueste, junto a todas las asociaciones de vecinos de la zona”, comenta la concejal, aunando así a los tres municipios de los que forman parte las 14.418,7 hectáreas de Anaga.

La concejal asegura que “será bueno para todos” y que lo más complicado fue “convencer a los vecinos”. De hecho, hubo núcleos de La Laguna que se negaban a que el macizo se convirtiese en Reserva de la Biosfera. Yuri Mas achaca esto a que “muchacha gente está acostumbrada a vivir como se hacía antes y no entienden que la autoconstrucción se haga a través de permisos, por ejemplo”.

Los beneficios de Anaga si pasa a ser Reserva de la Biosfera están recogidos en el Plan de Acción con unas líneas generales en las que se trabajará si se consigue el título. Este documento, que se puede encontrar en la página web del Ayuntamiento, se divide en las funciones de conservación, desarrollo económico y apoyo logístico.

La primera incluye la de conservación del patrimonio natural y paisajístico. En ella, el proyecto habla de la gestión del conocimiento en biodiversidad en el macizo de Anaga y la franja marina que lo rodea. También se cubre la conservación de especies endémicas amenazadas. Además, se procurará revalorizar el patrimonio natural con la finalidad de la protección y conservación de la masa arbórea autóctona. El Ayuntamiento no olvida el apartado de la gestión adecuada de los recursos marinos, así como evitar la contaminación de acuíferos y del propio mar. También se tratará el fomento y apoyo al Plan Territorial Especial de Ordenación de residuos. El paisaje se protegerá desarrollándolo y revalorizándolo. La comisión se encargará de conocer el estado de las especies de interés agrícola y ganadero. De una forma u otra se implantará la custodia del territorio para la conservación de los recursos naturales y del paisaje.

Dentro del apartado de conservación está la del patrimonio cultural y etnográfico. Se propone su revalorización, así como del arquitectónico, arqueológico, etnográfico y agropecuario.

El cuanto al desarrollo socioeconómico, se pretende mejorar la calidad de vida de los habitantes optimizando las comunicaciones (muchos de los núcleos urbanos carecen de electricidad), con el ahorro energético y el fomento de las energías renovables. Se prioriza la recuperación de cauces para aprovechar las aguas de escorrentía y crear una red de depósitos de agua para riego. También se habla de la ordenación del medio litoral y marino por medio de la mejora y el mantenimiento adecuado de los accesos al mar y las playas.

En el programa de apoyo al sector primario han pensado en potenciar las actividades agrícolas y ganaderas tradicionales y el sector pesquero. A su vez, se tratará de recuperar el patrimonio artesanal y reforzar la estructura comercial con la creación de una marca de calidad para los productos locales agrícolas, ganaderos, pesqueros y artesanos.

El programa incluye el fomento del turismo sostenible basado en la naturaleza y la cultura. Es destacable la idea de desarrollo local y empleo. Se aprovechará el gran potencial de recursos que se convierten en oportunidades para la puesta en marcha y consolidación de nuevas actividades empresariales e iniciativas capaces de crear empleo, además de reactivar y desarrollar la economía de la zona. En cuanto al apoyo logístico, habrá un programa de investigación para el desarrollo de nuevos conocimientos que redunden en la mejora de la gestión de todo este rico territorio de Tenerife.

Se pretende, igualmente, desarrollar un Programa de Investigación de la Reserva de la Biosfera, en colaboración con centros de investigación como las universidades, el Centro Superior de Investigaciones Científicas o el Instituto Canario de Ciencias Marinas.

Información, vigilancia y seguimiento de la Reserva es lo que se intentará que se lleve a cabo de forma continua y eficaz.

Este Plan no deja atrás el apartado de formación y educación ambiental. Para ello, se elaborará un plan de formación y divulgación dirigido a la población escolar, visitantes en general y para los principales sectores productivos implicados. Además, se da por hecha la creación de una página web específica sobre la futura Reserva de la Biosfera. En el proceso de realización de este Plan se cuenta con la participación ciudadana, tanto en los procesos de toma de decisión, como en el fomento de la implicación del sector privado. Por último, se desea trabajar en Red con el resto de Reservas de la Biosfera de Canarias, nacionales e internacionales.

Hay que recordar que la zona fue declarada Parque Natural en 1987 y se reclasificó en su totalidad a Parque Rural de Anaga en 1994 por la Ley de Espacios Naturales de Canarias, siendo además uno de los menceyatos guanches en los que se dividía la Isla antes de la Conquista castellana.

Nadie sabe realmente cuál es el futuro del macizo de Anaga. Quizá algún día la capital presuma de ser parte de una Reserva de la Biosfera. De momento, es un extenso y prácticamente virgen Parque Rural, perfecto para perderse y disfrutar de un aire puro, tranquilo y que renueva los pulmones, tiznados por la rapidez de la urbe.

Un plan para recuperar la agricultura en Anaga

El macizo contará con una marca de calidad que identificará a los productos elaborados en la zona

haridian del pino 19.05.2014 | 02:20

Anaga tiene mucho trabajo por delante. En pocas semanas ya se sabrá si el Parque Rural se convierte en Reserva de la Biosfera y será entonces cuando se tendrán que poner en marcha todas las medidas que se acordaron entre las administraciones y los vecinos de la zona, unas actuaciones que ya están recogidas en un plan de acción. Este tiene como finalidad no sólo la conservación natural y cultural de la zona, sino también su desarrollo sostenible. Así, entre los primeros objetivos se encuentra la elaboración de un censo de las fincas que están abandonadas.

Sector primario. La elaboración de este listado facilitará la incorporación de los jóvenes a las explotaciones que están abandonadas en Anaga así como el aumento de puestos de trabajo en el sector primario. Así, en el Plan de Acción se habla de “recuperar y revalorizar las variedades locales, mejorar la accesibilidad a las fincas agrícolas, promover prácticas de agricultura ecológica y desarrollar un plan de formación continua para los agricultores”.

Entre las medidas que se pondrán en marcha para impulsar la ganadería en esta zona del municipio figuran la “recuperación de los forrajes de interés para la mejora de la producción ganadera, la formación y el asesoramiento técnico para la producción de nuevos productos derivados de la leche, la legalización y mejora de las explotaciones y la ganadería ecológica”.

En el sector pesquero también se tienen que cumplir una serie de objetivos una vez que Anaga entre a formar parte del grupo de lugares declarados como Reserva de la Biosfera. De esta manera, se tendrá que elaborar un estudio sobre el estado en el que se encuentran los recursos pesqueros o desarrollar nuevas pesquerías.

Asimismo, en el Plan de Acción también se habla sobre la necesidad de recuperar los oficios tradicionales y la artesanía que se elabora en el Macizo de Anaga. Además, se tendrá que crear una “marca de calidad de los productos locales agrícolas, ganaderos, pesqueros y artesanos producidos” en la zona así como mejorar la oferta gastronómica o concienciar a los santacruceros sobre la importancia que tiene el consumo de los productos locales.

Turismo. El desarrollo de esta actividad económica en la zona de Anaga tendrá que ir de la mano de la sostenibilidad y el respeto hacia el lugar para evitar su degradación. Así, el Ayuntamiento de Santa Cruz se ha comprometido a impulsar el turismo de naturaleza pero también el pesquero, denominado pesca-turismo, y el cultural. Además, Anaga contará con una red de puntos de información y se tendrán que señalar los distintos senderos que discurren por la zona, un trabajo que ya tiene muy adelantado el Ayuntamiento de Santa Cruz, puesto que ya ha terminado de

catalogar (junto con la Universidad de La Laguna) toda la red de senderos de Anaga.

Otra de las medidas a impulsar será la incorporación a la Carta Europea de Turismo Sostenible y promocionar los recursos locales para diferenciar a este destino turístico del resto de espacios naturales.

Empleo. “El territorio del macizo de Anaga está constituido por un gran potencial de recursos que se convierten en oportunidades para la puesta en marcha y consolidación de nuevas actividades empresariales e iniciativas capaces de crear empleo, además de reactivar y desarrollar la economía de la zona”, se explica en el Plan de Acción de Anaga.

Lo que se propone para potenciar el empleo en la zona es apoyar las iniciativas empresariales que surjan y que, actualmente, disponen de un hueco de mercado sin cubrir así como dar formación específica o fomentar las redes empresariales y el asociacionismo.

Nuevas tecnologías. Una de las carencias que tiene esta zona del municipio está relacionada con las nuevas tecnologías. No obstante, para poner en marcha muchas de estas medidas se hace necesario no sólo mejorar las infraestructuras de comunicación, sino también facilitar el acceso a internet en los núcleos de población así como instalar lugares de acceso público a la red.

“Mejorar y generalizar integradamente la cobertura de móvil y de la Televisión Digital Terrestre en todo el ámbito de la Reserva de la Biosfera”. Es otro de los compromisos que figuran en el Plan de Acción de Anaga así como “organizar las instalaciones de repetidores y antenas en función del Plan Territorial Especial de Ordenación de las Telecomunicaciones”. En el documento también se tiene en cuenta que es preciso mejorar la red de transporte público.

Calidad de vida. Fomentar el acceso a las nuevas tecnologías o mejorar la red de transporte público no son las únicas medidas que permitirán mejora la calidad de vida de los vecinos que residen en

Anaga. Para ello, el Plan de Acción habla sobre la importancia de recuperar los cauces para el aprovechamiento de las aguas de escorrentías, la creación de una red de depósitos de agua para el riego o la reutilización de las aguas residuales, una vez que hayan sido depuradas.

También se tendrán que llevar a cabo acciones para mejorar y mantener los acceso al mar y a las playas de la zona así como poner en marcha programa de ahorro energético tanto en el alumbrado público como en el doméstico, fomentar el uso de energías renovables en los hogares e impulsar medidas de iluminación nocturna que sean respetuosas con la calidad del cielo.

Patrimonio. Anaga posee un gran cantidad de bienes culturales que son poco conocidos en el resto de la Isla y que, además, corren el riesgo de perderse en el olvido. Para evitar que esta zona del municipio pierda sus tradiciones no solo se va a inventariar y catalogar el patrimonio cultural, sino que también se van a poner en marcha estudios que permitan la recuperación de las tradiciones orales, es decir, los relatos, los cantos, las leyendas, los cuentos o las fábulas que han sido transmitidas de padres a hijos durante generaciones en el Macizo.

ANEXO 3

En este anexo hemos querido facilitar la búsqueda de instituciones, webs y asociaciones relacionadas con el emprendimiento en el mundo rural que pueden servir de apoyo a cualquier iniciativa de negocio.

- ★ **Fundación Tenerife Rural.** La fundación Tenerife Rural pretende ser la entidad impulsora de la política de valorización del medio rural de Tenerife. Creada por el Cabildo de Tenerife, la Fundación Tenerife Rural integra a instituciones, entidades públicas y privadas, asociaciones y ciudadanos a título particular, interesados en la conservación y valorización del medio rural de Tenerife.
- ★ www.agrocabildo.com , que acoge información de forma amplia, con detalle y rigor técnico, pensada fundamentalmente para técnicos y explotaciones agrarias informatizadas.
- ★ **Ceircan** es un punto de información europeo al servicio del campo y sus gentes. Está integrado en las “Redes de información de la Unión Europea”. Su misión es impulsar y hacer prosperar las posibilidades de desarrollo rural mediante la divulgación de la información comunitaria y el aprovechamiento de los programas de la Unión Europea a escala local.
- ★ Programa **“Emprender para conservar”**. Promovido por la Fundación Félix Rodríguez de la Fuente, apoya la creación de tejido económico que contribuya a la conservación de espacios naturales protegidos.
- ★ **Red Española de Desarrollo Rural (REDR).** Es una asociación sin ánimo de lucro que promueve un modelo de desarrollo rural integral con 12 redes territoriales que engloban a casi 200 grupos de acción local (o grupos de desarrollo rural) de toda España, los cuales gestionan programas e iniciativas relacionadas con el desarrollo rural.

- ★ **Asociación de Emprendedores Rurales**, cuyos objetivos son, entre otros, promover y difundir la cultura emprendedora en zonas rurales y facilitar el networking.
- ★ **Efeagro**. Ofrece información sobre iniciativas de emprendedores rurales.
- ★ **Emprende Natura** es una escuela para aquellos emprendedores que quieren salir de la ciudad e instalarse en el medio rural a través de formación y asesoramiento de alta calidad.
- ★ **Emprendedores Verdes en el Medio Rural**. Es un proyecto dirigido a formar, sensibilizar e informar a trabajadores, autónomos y emprendedores sobre las potencialidades que ofrece el medio rural en materia de generación de empleo verde y nuevas actividades económicas sostenibles.

BIBLIOGRAFÍA

- ★ -Proyecto Magarza.
- ★ -www.crecennegocios.com
- ★ -www.emprendedores.es
- ★ www.javiermegias.com
- ★ www.emprende.unir.net
- ★ www.blog.cofoke.com
- ★ www.repensadores.es
- ★ www.tormo.com
- ★ www.eleconomista.es
- ★ www.crearmiempresa.es
- ★ www.peridismourbano.com
- ★ www.emprendenatura.com
- ★ www.laopinion.es
- ★ www.vivirbienesunplacer.com
- ★ www.elbiocultural.com
- ★ www.imaginomundis.wordpress.com
- ★ Bote Gomez, V, (1988) Turismo en espacio rural. Ed. Popular. Madrid
- ★ Cals, J: (1974): Turismo y política en España: una aproximación. Ed. Ariel (Barcelona)
- ★ Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., y Wanhill (1977): Turismo Principios y prácticas. Ed. Diana. México.
- ★ Fernández Fuster, L (1985): La introducción a la teoría y técnica del Turismo. Ed. Alianza Editorial (Madrid)

- ★ González Abad, F. (2004): En el artículo “Conocer el turismo en todas sus dimensiones”. Revista “Savia. Revista de
- ★ Economía y Gestión de Viajes”. Epoca IV, nº 9. Mrazo 2004.
- ★ González Molina, A, (2001): “Turismo y deporte, nuevas tendencias. Caracterización y comercialización de los
- ★ productos de Olimpia 2000”. Ponencia en el I Congreso de Gestión Deportiva de Canarias.
- ★ González Molina, A, y otros (2006) : “Educación Física, Deporte y Turismo Activo”, Ed. ACCAFIDE, Ed. Anaga (Las
- ★ Palmas G.C.).
- ★ Jurnado, F (1990): Los mitos del turismo. Ed. Endymión (Madrid)
- ★ Knebel, H.L : Sociología del Turismo. Cambios estructurales en el turismo moderno. Ed. Hispano europea
- ★ (Barcelona).
- ★ Knop, J (1986) Deporte para todos y Turismo. Ponencia del Congreso Mundial de Deportes para todos (Málaga)
- ★ McIntosh, R.W., Goeldnert, C., Ritchie, J.R., (1995). Turismo. Planeación, administración y perspectivas. Ed. Limusa
- ★ Wiley. México.
- ★ Montaner Montejano, J. (1998): Estructura del Mercado Turístico. Ed. Síntesis, (Madrid)
- ★ Pérez de las Heras, M., (1999): “La guía del ecoturismo, o cómo conservar la Naturaleza a través del Turismo “. Ed.
- ★ Mundi-Prensa. Madrid.
- ★ “SAVIA”, Revista de economía y gestión de Viajes.
- ★ Epoca IV, nº 2, Agosto 2003; nº 6, Dic’03; nº 8, Febrero’04

