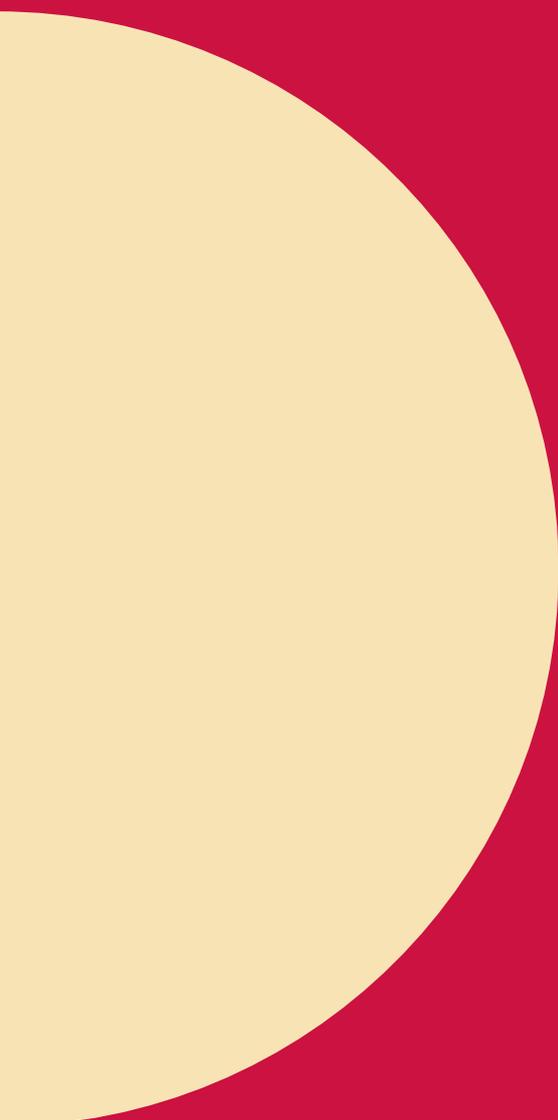


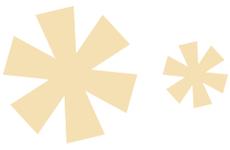
Las cooperativas y la economía social: solución a la despoblación en Castilla-La Mancha



ClamCoop

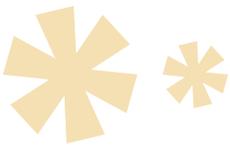


Únicamente creando empleo se logrará frenar la despoblación de las zonas rurales. Esta Guía quiere contribuir a solucionar un problema acuciante para la sociedad española y de Castilla-La Mancha a través de la difusión de las Cooperativas de Trabajo, favoreciendo el conocimiento de estas empresas y de su idoneidad en este contexto.



ÍNDICE

▶ 1	Introducción	5
▶ 2	El medio rural como elemento vertebrador social y territorial	7
▶ 3	El cooperativismo en el medio rural	8
	3.1. ¿Qué es una cooperativa?	
	3.2. Las Cooperativas de Trabajo en el medio rural	
	3.3. Los principios y valores del cooperativismo	
	3.4. Las personas socias: aspectos clave	
	3.5. Los órganos sociales	
	3.6. Los conceptos clave del régimen económico	
	3.7. La intercooperación	
	3.8. Desarrollo local a través de las Cooperativas de Trabajo	
	3.9. Recursos para la puesta en marcha de Cooperativas de Trabajo	
▶ 4	El consumo y la distribución local	13
	4.1. Consumo consciente y responsable	
	4.2. El productor local	
	4.3. Detección de necesidades de consumo del medio rural	
	4.4. Abastecimiento en zonas rurales	
	4.5. Introducción a la economía de proximidad	
▶ 5	Análisis de sectores estratégicos I: Producción Ecológica y Artesana	16
	5.1. Características de los productos ecológicos	
	5.2. Producción ecológica en el medio rural. Viabilidad	
	5.3. El sector primario	
	5.4. Del productor al consumidor: las cadenas de distribución cortas	
	5.5. La producción artesanal. Valores	
	5.6. La producción artesanal: reducción de consumos industriales	



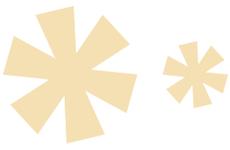
- ▶ **6** Análisis de sectores estratégicos II: Servicios de Atención a las Personas 21
 - 6.1. Servicios de acompañamiento y de ayuda a domicilio
 - 6.2. Centros de día y residencias para personas mayores
 - 6.3. Transporte de personas mayores
 - 6.4. Servicios de proximidad
 - 6.5. Servicios de restauración

- ▶ **7** Análisis de sectores estratégicos III: Mercadillos Temáticos y Green Markets 23
para el Turismo Sostenible
 - 7.1. Mercadillos y turismo
 - 7.2. Gestión de eventos rurales
 - 7.3. Temáticas, recreaciones y decoraciones
 - 7.4. Papel del productor artesano en el mercadillo rural
 - 7.5. Introducción a los Green Markets

- ▶ **8** Nuevas tecnologías en el medio rural 25
 - 8.1. Iniciación a las nuevas tecnologías
 - 8.2. Internet en el ámbito rural
 - 8.3. Apps de compraventa
 - 8.4. Iniciación al Blockchain
 - 8.5. De la unión del cooperativismo y el Blockchain nace BlockchainFUE

- ▶ **9** La importancia de la mujer en el mundo rural, en especial en las cooperativas 29
 - 9.1. Desarrollo rural a través de las mujeres
 - 9.2. Inserción laboral de las mujeres a través de Cooperativas de Trabajo
 - 9.3. Fomento de la igualdad en el medio rural a través de las Cooperativas de Trabajo

- ▶ **10** Legislación, bibliografía y sitios consultados 32
 - 10.1. Legislación de referencia sobre ámbito Rural
 - 10.2. Referencias bibliográficas y sitios consultados



1 Introducción

Desde ClamCoop hemos elaborado esta Guía con la finalidad de analizar y aportar soluciones concretas a un problema acuciante para la sociedad española y particularmente para nuestra Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha: la despoblación en el Medio Rural*.

Las zonas rurales en España ocupan 470.000 Km², lo que supone casi el 93% de la superficie del país. Según datos del INE, más del 85% de la población vive en el 20% del territorio.

Castilla-La Mancha, es una región con un perfil y una caracterización eminentemente rural puesto que más del 90% de su geografía se enmarca en este ámbito, y en la que más de la mitad de sus municipios tiene menos de 500 habitantes, y solo 12 sobrepasan los 30.000 habitantes. En la actualidad comparte con Castilla y León y Extremadura la última posición en densidad de población con 25,6 hab./Km², seguida muy de cerca de Aragón, lo que evidencia que la dispersión demográfica afecta especialmente a la España interior.

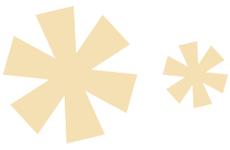
Aunque Castilla-La Mancha es la única región de las mencionadas anteriormente que ha aumentado en densidad demográfica en lo que va de siglo, ya que su población ha crecido casi un 17% en ese período, este crecimiento no ha sido uniforme en todo el territorio, dado que el aumento de población se ha concentrado en las capitales de provincia y en los municipios más cercanos a las mismas. Por tanto, el fenómeno de la despoblación, aun no siendo exclusivo de nuestra Comunidad Autónoma, es uno de los problemas estructurales que tiene nuestra región en amplias zonas rurales.

En la España rural se pierden cinco habitantes cada hora, esta paulatina despoblación genera un impacto negativo, no solo en la actividad económica y social de nuestro territorio, sino también sobre el medioambiente. Se precisa un cambio del modelo territorial existente con el que puedan corregirse los desequilibrios generados e introducir elementos que actúen de revulsivo y generen dinámicas de crecimiento económico.

* Ley 45/2007 de desarrollo sostenible del medio rural. Artículo 3 Definiciones.

A los efectos de esta Ley, se entiende por:

- Medio rural: el espacio geográfico formado por la agregación de municipios o entidades locales menores definido por las administraciones competentes que posean una población inferior a 30.000 habitantes y una densidad inferior a los 100 habitantes por km².
- Zona rural: ámbito de aplicación de las medidas derivadas del Programa de Desarrollo Rural Sostenible regulado por esta Ley, de amplitud comarcal o subprovincial, delimitado y calificado por la Comunidad Autónoma competente.
- Municipio rural de pequeño tamaño: el que posea una población residente inferior a los 5.000 habitantes y esté integrado en el medio rural.



Únicamente creando empleo se podrá mantener e incrementar la población de estos territorios. Por ello, en ClamCoop creemos firmemente que una mayor implantación del modelo empresarial Cooperativo en Castilla-La Mancha, especialmente en las zonas rurales en riesgo de despoblación, puede frenar la tendencia de destrucción de empleo y la consecuente huida de la población hacia las áreas metropolitanas e incluso a otras Comunidades Autónomas.

Las Cooperativas de Trabajo son un instrumento empresarial que puede canalizar actividades que actualmente se desempeñan a través de la denominada economía informal, adaptándolas y transformándolas en proyectos empresariales viables y duraderos.

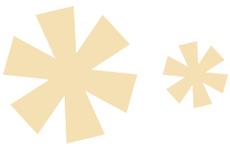
Las Cooperativas de Trabajo son un modelo de empresa que conjuga la rentabilidad económica con el bienestar laboral y personal de sus miembros; asimismo al no centrarse en alcanzar únicamente la obtención del beneficio, no se deslocalizan en busca de mano de obra barata, favoreciendo, por tanto, el arraigo territorial.

La creación de proyectos empresariales a través de Cooperativas de Trabajo permite recuperar tradiciones ancestrales, como la artesanía, la gastronomía, el cultivo a través de métodos biológicos y la explotación de la riqueza natural de las diferentes regiones españolas de una manera responsable, favoreciendo un futuro sostenible para la España rural.

Asimismo, desde ClamCoop apostamos por incentivar a través de Cooperativas de Trabajo emergentes, innovadoras y protectoras del medio ambiente los sectores emergentes y las nuevas tecnologías, ya que nos ofrecen un amplio abanico de posibilidades para el desarrollo de nuevas formas de negocio que también tienen cabida en estos territorios, dotándolos de un nuevo sentido y posibilitando su aplicación para JÓVENES, MUJERES y otros colectivos especialmente necesitados de respuestas laborales.

La población de las zonas rurales, como el resto de los habitantes del territorio estatal, tiene derecho a disponer de una serie de servicios y prestaciones. Para tener una calidad de vida digna es necesario que tengan acceso a servicios sociales, educativos y sanitarios. Y las Cooperativas de Trabajo son el instrumento más idóneo para articular la provisión de dichos servicios, bien sea a través de iniciativas privadas o mediante acuerdos de colaboración público-privada.

A través de esta Guía, queremos que las personas y entidades implicadas en estos procesos de desarrollo territorial puedan valorar opciones de mejora. También queremos sembrar una semilla para que se valore la transformación de las actividades productivas tradicionales, que ya se desarrollan en las zonas rurales de manera informal, en proyectos empresariales liderados por su población autóctona, así como que puedan articularse nuevos servicios dirigidos a las personas que viven en este medio.



2 El medio rural como elemento vertebrador social y territorial

El medio rural tal y como lo entendemos actualmente representa una opción vital para las personas que residen en él.

No existe una realidad rural que pueda contemplarse de una manera única. Por el contrario, los territorios y núcleos de población existentes en Castilla-La Mancha cambian de unas provincias a otras, manifestando necesidades diferentes y particularidades que no permiten una consideración uniforme para esta realidad.

También las personas que habitan en un entorno rural ofrecen diferentes situaciones y hechos que las condicionan y definen.

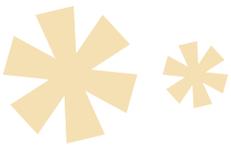
Sin embargo, hay un hecho especialmente preocupante y que sí es común a cualquier territorio rural: la existencia de una población envejecida y a menudo dependiente, que se enfrenta a dificultades de movilidad con unos recursos que, a menudo, han de ser provistos por redes familiares o informales.

También la de una juventud autóctona, mucha de la cual se fija como meta trasladarse a la ciudad, bien por necesidades académicas para lograr una mejora profesional o por expectativas profesionales.

Y las mujeres, piedra angular de estos territorios, las cuales, paradójicamente, deben hacer frente a una desigualdad de género que condiciona decisivamente tanto sus posibilidades de desarrollo personal como profesional.

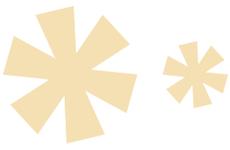
El reto inmediato para ofrecer respuestas a esta parte de la población pasa necesariamente por fomentar el tejido productivo local y proveerla de servicios e infraestructuras.

En este sentido, las entidades que representan a la sociedad civil, los agentes sociales que representan al tejido empresarial, como es el caso de ClamCoop, tienen mucho que aportar. La coordinación entre las diferentes fuerzas externas y las entidades locales posibilita la necesaria transformación que el ámbito rural demanda para cambiar de manera positiva.



Las Cooperativas en general y las de Trabajo, objeto de esta Guía, afrontan y dan respuesta a las demandas del medio rural y lo hacen desde una amplia perspectiva. No sólo en cuanto a creación de empleo de calidad, sino porque sus principios y valores dan respuesta a muchos de los retos a los que la sociedad rural y global se enfrentan y, con ello, están contribuyendo a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS- de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

A través de este trabajo queremos fomentar el Cooperativismo de Trabajo, sobre todo el liderado por mujeres y personas jóvenes, como elemento de desarrollo estratégico para las zonas rurales y como freno a la despoblación.



3 El cooperativismo en el medio rural

3.1. ¿Qué es una cooperativa?

LA COOPERATIVA es una entidad constituida por personas que se asocian libremente para la realización de actividades que permiten satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, con estructura y funcionamiento democráticos, conforme a los principios cooperativos. Una COOPERATIVA DE TRABAJO es la que tiene por objeto proporcionar puestos de trabajo a las personas que se asocian, mediante su esfuerzo personal y directo, a través de la organización común de la producción de bienes o servicios para terceros.

Las Cooperativas de Trabajo conjugan al mismo tiempo profesionalidad, flexibilidad y participación. Existiendo Cooperativas de Trabajo en todos los sectores productivos y ramas de actividad.

Las Cooperativas de Trabajo representan un MODELO DE EMPRESA en el que los objetivos económicos y empresariales se integran con otros de carácter social. Se consigue así un crecimiento económico basado en un modelo de empleo sostenible y duradero, que contribuye también a lograr igualdad y cohesión social.

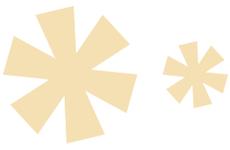
La Cooperativa de Trabajo permite llevar a cabo cualquier tipo de proyecto empresarial

3.2. Las Cooperativas de Trabajo en el medio rural

Cuando nos dirigimos al medio rural y preguntamos por el Cooperativismo de la zona, siempre se asocia La Cooperativa con el sector agroalimentario, ya que en casi todos los municipios de España con poca o mucha tradición agrícola y/o ganadera existen o han existido cooperativas rurales o agrarias cuyo papel ha sido decisivo para generar producción, comercialización de productos y con ello, la supervivencia de agricultores y ganaderos, sosteniendo con su presencia y su gestión al sector primario de las zonas más despobladas.

Pero con los años, las necesidades de estos territorios han ido variando, se ha desarrollado otra realidad social y económica y por ello es imprescindible favorecer la presencia de otras clases de Cooperativas, como son las de Trabajo, con las que crear empleo productivo, facilitar bienes de consumo e incrementar la dotación de servicios.

Las Cooperativas de Trabajo son empresas que ofrecen una gran versatilidad, se adaptan a diferentes proyectos empresariales, de mayor o menor volumen económico y operan en cualquier sector de actividad.



Las Cooperativas de Trabajo en el medio rural son un instrumento para generar empleo productivo de calidad, con ingresos dignos al tiempo que proveen a los territorios más despoblados de bienes y servicios que son imprescindibles para mantener la calidad de vida de las personas. Además, ofrecen un futuro social y económico para los jóvenes y, de forma especial, las mujeres de las zonas rurales.

Las cooperativas apuestan por el desarrollo sostenible, un enfoque clave para las zonas rurales, donde las personas dependen de la capacidad de recuperación de los recursos naturales.

3.3. Los principios y valores del cooperativismo

Los Principios Cooperativos son las directrices generales por las que se rigen las cooperativas de todo el mundo y constituyen la base filosófica del Movimiento Cooperativo.

Las personas que forman las cooperativas, siguiendo la tradición de sus fundadores creen en los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás.

Los Principios Cooperativos constituyen un marco de valores que orientan a todas las cooperativas. Se aprobaron por los miembros de la Alianza Cooperativa Internacional, organización creada en 1895, que representa a los tres millones de cooperativas que existen en el mundo, contribuyendo al crecimiento económico sostenible y al empleo estable y de calidad.

Los Principios Cooperativos son una referencia para los legisladores cuyo contenido incide en el desarrollo de la Normativa Cooperativa. También han sido adoptados por otros organismos de ámbito internacional, como la Organización Internacional del Trabajo –OIT– que los incorporó en la Recomendación 193 sobre las cooperativas.

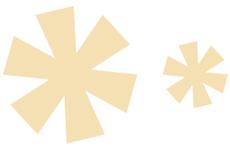
El enunciado de Los Principios Cooperativos es el siguiente:

Primero: adhesión voluntaria y abierta

Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas aquellas personas capaces de utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socio, sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.

Segundo: gestión democrática por parte de los socios

Las cooperativas son organizaciones gestionadas democráticamente por las personas socias, que participan activamente en la fijación de sus políticas y en la toma de decisiones. Las mujeres y hombres elegidos para representar y gestionar las cooperativas son responsables ante el resto de las personas socias. En las cooperativas de primer grado, las personas socias tienen iguales derechos de voto (una persona, un voto).



Tercero: participación económica de los socios

Los miembros contribuyen equitativamente y controlan democráticamente el capital de su cooperativa.

Cuarto: autonomía e independencia

Las cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad, siguiendo la tradición de sus fundadores. Sus miembros creen en los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás.

Quinto: educación, formación e información

Las cooperativas proporcionan educación y formación directa a los socios, a los representantes elegidos, a los directivos y a los empleados para que puedan contribuir de forma eficaz al desarrollo de sus cooperativas. Informan al gran público, especialmente a los jóvenes y a los líderes de opinión, de la naturaleza y los beneficios de la cooperación.

Sexto: cooperación entre cooperativas

Las cooperativas sirven a sus socios lo más eficazmente posible y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando conjuntamente mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

Séptimo: interés por la comunidad

Las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por sus socios.

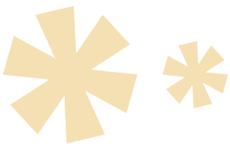
3.4. Las personas socias: aspectos clave

Las personas que constituyen una cooperativa de trabajo se denominan socio/a trabajador/a, y se caracterizan y distinguen de otras figuras societarias porque aportan de manera obligatoria su TRABAJO, independientemente de la aportación de capital social que realizan.

Así, las personas socias cumplen una doble condición: ser SOCIAS PROPIETARIAS y ser TRABAJADORAS SOCIAS. Esta peculiaridad favorece la implicación personal en los proyectos y refuerza sus posibilidades de éxito.

La relación de las personas socias con la cooperativa es de carácter societario y no laboral.

Existe la posibilidad de que una persona sea socia trabajadora con carácter temporal o por un período determinado, lo que se conoce como "socio/a de duración determinada".



Además de las personas socias trabajadoras, en la cooperativa pueden existir personas en calidad de trabajadoras asalariadas o contratadas. Otra figura que reconoce la legislación es el asociado, que únicamente aporta capital y no se implica laboralmente en la actividad económica de la cooperativa.

Las personas socias de las Cooperativas de Trabajo pueden elegir el Régimen de la Seguridad Social (Régimen General o el Especial del Trabajo Autónomo). Asimismo, pueden elegir la duración de la jornada, que puede ser completa o a tiempo parcial.

En caso de elegir el Régimen General de la Seguridad Social, están exentas del pago al Fondo de Garantía Salarial.

3.5. Los órganos sociales

La Cooperativa de Trabajo tiene una vertiente social y otra económica o empresarial. En la primera, la cooperativa funciona a través de sus órganos de gobierno, que son la Asamblea General y el Consejo Rector, mientras que la segunda se desarrolla a través de un organigrama empresarial idéntico al de cualquier otra empresa.

La Asamblea General es el máximo órgano de gobierno de la cooperativa y reúne a todas las personas socias para la toma de acuerdos y deliberaciones. Cada persona tiene derecho a un voto.

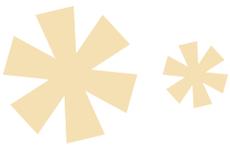
Se reúne con carácter ordinario una vez al año, dentro de los primeros seis meses y con carácter extraordinario cuando lo acuerde un número mínimo de socios, el Consejo Rector o la Intervención.

El Consejo Rector es el órgano social permanente de gobierno, gestión y representación de la cooperativa. Los Estatutos establecerán el número de integrantes. En el caso de cooperativas con únicamente dos socios, la Asamblea puede designar un administrador único.

La Intervención es el órgano de fiscalización de la cooperativa. Su misión es la revisión de las cuentas anuales –emite un informe sobre su aprobación a la Asamblea– la revisión de los libros de cuentas, así como la comprobación de la documentación social y contable existente en la cooperativa. La Intervención se compone de un número impar de integrantes, elegidos directamente por la Asamblea.

3.6. Los conceptos clave del régimen económico

Capital social. Es la suma de las aportaciones de las personas socias y, en su caso, de las asociadas. El capital social mínimo para constituir una cooperativa de trabajo varía según la legislación aplicable.



Las aportaciones al capital social se dividen en obligatorias y voluntarias:

- Aportaciones obligatorias. Son aportaciones que cada persona socia está obligada a desembolsar para poder adquirir tal condición. El importe se determina a través de los Estatutos o por acuerdo de la Asamblea General.
- Aportaciones voluntarias. Son aportaciones que acuerda la Asamblea General, en caso de que los Estatutos lo prevean, que los socios aportan de manera voluntaria.

Excedentes. En la cooperativa los excedentes son los beneficios obtenidos al final del ejercicio económico. El excedente neto es la diferencia que existe entre los ingresos y los gastos.

Una vez deducidos los impuestos, los excedentes netos del ejercicio se aplicarán a dotar los fondos obligatorios. El resto (excedentes disponibles) puede ser entregado a las personas socias (retorno) en proporción a su actividad cooperativizada (nunca en proporción a su participación en el capital social) o bien se puede destinar a incrementar los fondos obligatorios o voluntarios, o a la participación en los resultados de las personas trabajadoras asalariadas de la cooperativa.

Fondos obligatorios

Fondo de Reserva Obligatorio, normalmente conocido como FRO, destinado a la consolidación, desarrollo y garantía de la cooperativa. Su dotación varía en función de la legislación cooperativa aplicable.

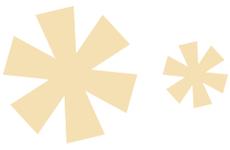
Fondo de Educación y Promoción, normalmente conocido como FEP, destinado a actividades de formación y educación de las personas de la cooperativa, así como a la promoción cultural y social del entorno, o de las relaciones inter cooperativas. Su dotación también varía en función de la legislación cooperativa aplicable.

3.7. La intercooperación

La intercooperación o cooperación entre cooperativas es el Sexto Principio Cooperativo. Forma parte, por lo tanto, del ADN de estas empresas su voluntad de sumar y de trabajar junto con otras, para fortalecer y mejorar así su capacidad de actuación.

La mayor parte de las Cooperativas de Trabajo son micropymes, empresas integradas por menos de 10 personas, la unión de estas cooperativas para trabajar coordinadamente en proyectos y desarrollar iniciativas conjuntas, ayudará a mejorar su posición en el mercado y favorecerá su crecimiento.

Asimismo, el Asociacionismo Cooperativo, la unión de cooperativas en estructuras representativas que defienden sus intereses y luchan para mejorar su situación en todos los niveles, obedece también a este principio.



3.8. Desarrollo local a través de las Cooperativas de Trabajo

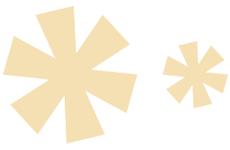
A riesgo de ser reiterativos, debemos hacer hincapié en que el cooperativismo juega un papel fundamental en el desarrollo del entorno local. Las cooperativas son el agente dinamizador y motor económico de muchos municipios y regiones de Castilla-La Mancha.

Características d las cooperativas	Contribución al desarrollo local
Fuerte arraigo en la zona donde se ubica	<ul style="list-style-type: none">- Evita la deslocalización- Favorece la cohesión social y territorial- Dinamiza la economía en la zona
Los trabajadores tienen la propiedad de la empresa	<ul style="list-style-type: none">- Introducen las mejores condiciones laborales- Mantiene el empleo ya que su flexibilidad le permite adaptarse en momentos de crisis
Compromiso con la comunidad	<p>Desarrolla prácticas empresariales responsables y sostenibles</p> <ul style="list-style-type: none">- Apuesta por el bienestar común- Favorece la conciliación de la vida laboral, familiar y personal
Alianza con la administración local: modelo idóneo para la prestación de servicios públicos	<ul style="list-style-type: none">- La persona es el centro de su gestión- Genera empleo estable en el entorno local- Es una opción laboral para mujeres, jóvenes y colectivos con dificultades de acceso al empleo

3.9. Recursos para la puesta en marcha de Cooperativas de Trabajo

Las Cooperativas de Trabajo disponen de ayudas, al igual que las demás pymes y micropymes: por creación de empleo, por inversión, subvenciones sobre los tipos de interés en préstamos, bonificaciones en la Seguridad Social, etc.

Asimismo, ClamCoop, que es la entidad que representa a las Cooperativas de Trabajo en Castilla-La Mancha, ofrece apoyo técnico a las personas que quieren poner en marcha un proyecto empresarial.



4 El consumo y la distribución local

4.1. Consumo consciente y responsable

Las personas cuando consumimos tenemos en nuestra mano la posibilidad de elegir de manera consciente y responsable el producto, este poder de decisión y elección define el acto de consumo y repercute directamente en el mercado.

Cuando elegimos consumir productos locales, estamos formando parte de un esfuerzo colaborativo dirigido a construir economías responsables y sostenibles. Con estas acciones de consumo, se potencia la producción, procesamiento y distribución de productos con origen en un lugar en particular y así estamos contribuyendo a mejorar la economía, medio ambiente, salud y relaciones sociales de dicho lugar.

De hecho, publicaciones especializadas, definen al consumidor responsable, como aquel que, entre otras acciones, consume productos, bienes y contrata servicios locales, así como productos de segunda mano.

4.2. El productor local

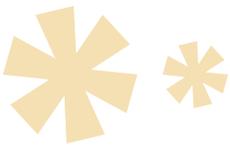
Hace ya algún tiempo que la agricultura no es la principal fuente de actividad en una buena parte de los territorios rurales y Castilla-La Mancha no es una excepción.

La paulatina pérdida de importancia del sector agrario ha supuesto no sólo la disminución de la población que existente en torno al mismo, sino que ha modificado estructuras sociales que se suponían inalterables. Este fenómeno, además de provocar la disminución de la población agraria, incide especialmente en la pérdida de importancia de la agricultura como eje de la organización social de las áreas rurales.

A consecuencia de ello, hoy en día existe una mayor diversificación económica de las áreas rurales y por ello el tradicional concepto de productor local, también ha cambiado. Se van ampliando las líneas de actividad y se valora la calidad, la seguridad alimentaria y la repercusión medioambiental frente a la productividad.

Los productores locales en el ámbito agroalimentario ofrecen un producto de proximidad, de calidad, artesano y ecológico y en la mayor parte de los casos la distribución se produce directamente del productor al consumidor.

Los productos de alimentación recuperan los sabores tradicionales y dan las mejores verduras, carnes y embutidos, quesos, aceite de oliva virgen extra, aceitunas, miel, pan artesano de masa madre, cervezas artesanales, vinos, vermut... y mucho más.



4.3. Detección de necesidades de consumo del medio rural

La sociedad actual se enfrenta a unas mutaciones profundas en la manera de valorar lo rural por parte de lo urbano, lo que conlleva a que aquél se modele (estructural y funcionalmente) en base a estas valoraciones.

Una de las expresiones más significativas de estas modificaciones son los cambios en la conceptualización del uso de lo rural: antes era un espacio para la producción, hoy también es un espacio para el consumo. Pero no sólo para el consumo de lo producido, sino para el consumo del espacio en sí. El turismo rural, en sus múltiples facetas, es un claro ejemplo de esto.

Además, las personas consumidoras de productos locales han adoptado otros criterios de calidad y aprecian los nuevos valores que incorporan dichos productos.

4.4. Abastecimiento en zonas rurales

El abastecimiento en el medio rural es clave para fijar la población. En Castilla-La Mancha, al igual que en el resto de CCAA donde más se sufre la despoblación, existe un elevado número de municipios con carencias comerciales básicas.

Solucionar este problema es fundamental para afrontar la despoblación y esto debe pasar necesariamente por una coordinación y colaboración público-privada.

El hecho de que muchas zonas rurales dispongan de productos agroalimentarios locales y un turismo autóctono permite sintonizar ambos sectores. El turismo de compras se podrá compaginar con el suministro de artículos de primera necesidad.

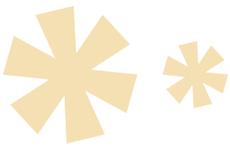
Los históricos colmados de los pueblos y los propios bares como centros de reunión de la vecindad han servido y sirven para dar vida a estos pequeños municipios.

Se trata de un modelo de cooperación del que no sólo pueden beneficiarse la ciudadanía de las zonas rurales directamente, sino también los operadores comerciales y los emprendedores locales.

Pero debe mejorarse además de la actividad productiva, la dotación de servicios sanitarios, educativos, de atención a las personas, de transporte y las telecomunicaciones; su existencia es imprescindible para lograr mantener la población en el medio rural.

4.5. Introducción a la economía de proximidad

Los productos de proximidad, también llamados de kilómetro cero, son aquellos que se producen en nuestro entorno territorial más próximo, donde la distancia entre el punto de origen y el de consumo del producto son mínimas. Con el consumo de estos productos, además de reforzar la economía local, también se reduce en gasto energético en cuanto a transporte.



Si bien es cierto que el comercio internacional ha favorecido que los consumidores tengamos a nuestro alcance un abanico más amplio de opciones de compra, también ha contribuido al deterioro del medio ambiente con la emisión, durante su transporte, de gases de efecto invernadero.

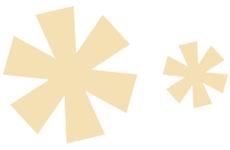
Además, el envasado y protección del producto se ve incrementado cuando éste tiene que hacer un gran recorrido, con lo que se incrementan los residuos en cuanto a la logística del transporte internacional.

Desde un punto de vista económico, los productos locales de temporada suponen un ahorro en los costes de producción. Además, se acorta la cadena de suministros y se establece una relación mucho más directa entre productor y consumidor, con lo que se suprimen algunos intermediarios. Por otro lado, además de evitar el transporte de larga distancia, también se reducen los costes derivados del almacenamiento, el envasado y el combustible. Costes que repercuten en el precio final del producto.

Hoy en día el consumidor final cada vez está más informado y concienciado, su elección ya no tiene en cuenta sólo el precio, sino que además le gusta informarse acerca de la nutrición y la seguridad alimentaria, su experiencia de compra pasa por el conocimiento del origen de los productos, así como sus métodos de producción.

Al comprar productos de proximidad logramos:

- Consumir productos de mayor calidad y con garantías de seguridad, ya que tenemos un conocimiento más profundo de su procedencia. Los productos agrícolas de proximidad son productos sanos, sabrosos, que ofrecen el mayor aporte nutricional, ya que en el momento de su recolección mantienen intactas todas las propiedades.
- Contribuir a la sostenibilidad medioambiental, ya que reducimos los gastos energéticos derivados del transporte, reduciendo las emisiones de CO₂.
- Favorecer la economía local, ya que contribuimos al mantenimiento de pequeñas explotaciones familiares, agrarias y ganaderas, a la vez que evitamos el abandono de zonas forestales.
- Respetar la biodiversidad, ya que con el consumo de proximidad favorecemos la conservación de especies agroalimentarias autóctonas en peligro de desaparición.



5 Análisis de sectores estratégicos I: Producción Ecológica y Artesana

Para lograr dinamizar la economía en el ámbito rural, los agricultores y productores locales deben retomar las riendas de sus explotaciones y actuar de manera autónoma priorizando la calidad y la sostenibilidad sobre la maximización de la producción y de los beneficios.

Para ello, es necesario empoderar a las personas implicadas en estos negocios, y una vía para ello es su integración en cooperativas, en las cuales podrán desarrollarse profesional y personalmente bajo los principios de igualdad, autonomía e independencia.

Debe incentivarse la creación de Cooperativas de Trabajo basadas en un modelo de negocio sostenible y respetuoso con el medioambiente.

Desde los años 90 del pasado siglo, se ha producido un auge del mercado ecológico en Europa, como consecuencia directa de los diferentes casos de crisis alimentarias que en las décadas de los 80 y 90 pusieron en riesgo la salud de las personas y provocaron la desconfianza de los consumidores.

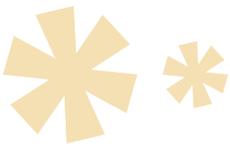
Ahora, cada vez más, los consumidores buscan mantener y mejorar su salud a través de la alimentación, preocupándose, al mismo tiempo, por el medioambiente y el bienestar de los animales.

Los consumidores son conscientes de que hay que reducir los residuos de pesticidas y el consumo de organismos genéticamente modificados y aditivos alimentarios (colorantes y conservantes artificiales, etc.) innecesarios.

Este nuevo perfil de consumidor también aprecia los productos que tienen como valor añadido denominaciones de origen, especialidades tradicionales o métodos de elaboración artesanal.

El incremento de este modelo de producción se debe, además de la aceptación de los consumidores, al apoyo e impulso recibido desde las instituciones europeas como estrategia para mantener la competitividad de un gran volumen de productos frente a la producción masiva con origen en otros mercados emergentes.

El sector ecológico en España sigue creciendo, tanto en datos de superficie como en consumo. El mercado total de productos ecológicos en España en 2022 alcanzó los 2.856 millones de euros, de los que 2.532 corresponden al valor de mercado en hogares. El gasto medio total per cápita se situó en 60 euros por persona al año, de los que 53,20 corresponden a la cantidad que gastan los españoles en el ámbito del hogar.



España cuenta con 2.635.442 hectáreas, registrándose un crecimiento de un 26,6% en los últimos años. Andalucía, Castilla-La Mancha y Cataluña mantienen sus posiciones de liderazgo en el ámbito nacional.

5.1. Características de los productos ecológicos

El Ministerio de Agricultura recoge en su página web que “la agricultura ecológica, se puede definir de manera sencilla como un compendio de técnicas agrarias que excluye normalmente el uso, en la agricultura y ganadería, de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas, antibióticos, etc., con el objetivo de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales”

La producción ecológica, también llamada biológica u orgánica, es un sistema de gestión y producción agroalimentaria que combina las mejores prácticas ambientales junto con un elevado nivel de biodiversidad y de preservación de los recursos naturales, así como la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal, con la finalidad de obtener una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por los productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales.

Como distintivo para que el consumidor pueda diferenciar los productos ecológicos, todas las unidades envasadas, deberán llevar impreso el logotipo de la UE y el código numérico de la entidad de control de quien depende el operador responsable del producto ecológico además de su propia marca y los términos específicos de la producción ecológica.

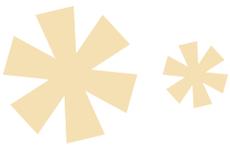
5.2. Producción ecológica en el medio rural. Viabilidad

Para aumentar la presencia de producto ecológico en el mercado convencional, es necesario desarrollar iniciativas y programas que contribuyan a:

- Mejorar el conocimiento del producto ecológico por parte del consumidor para aumentar la demanda de dichos productos.
- Facilitar la distribución del producto ecológico a través de redes logísticas apropiadas.
- Dotar al comercio minorista de conocimientos sobre comercialización de producto ecológico y proporcionarle herramientas y estrategias de marketing y venta directa y online que faciliten la presentación y oferta de producto ecológico a los clientes.

5.3. El sector primario

Desde ClamCoop consideramos que existen algunas actividades económicas adscritas al sector primario que son susceptibles de generar empleo.



- Mejorar el conocimiento del producto ecológico por parte del consumidor para aumentar la demanda de dichos productos.
- Facilitar la distribución del producto ecológico a través de redes logísticas apropiadas.
- Dotar al comercio minorista de conocimientos sobre comercialización de producto ecológico y proporcionarle herramientas y estrategias de marketing y venta directa y online que faciliten la presentación y oferta de producto ecológico a los clientes.

5.3. El sector primario

Desde ClamCoop consideramos que existen algunas actividades económicas adscritas al sector primario que son susceptibles de generar empleo.

Las Cooperativas no tienen por qué dedicarse en exclusiva a una sola actividad, sino que pueden, bajo una misma forma jurídica, ejercer la ganadería, el turismo rural y la artesanía, por mencionar algunas actividades, complementarias y compatibles entre sí.

El objeto social de la Cooperativa variará en función de las competencias y habilidades de las personas socias que la formen. Es más, en el mundo rural no se “vive” de una sola actividad, por ello hay que diversificar y fomentar la creación de empresas polivalentes.

Trabajos agrícolas

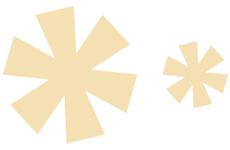
Con el envejecimiento de la población agricultora, han surgido posibilidades de creación de cooperativas para dar solución a la problemática del relevo generacional en el campo. Agricultores que antes de echar a perder los cultivos los entregan a jóvenes que desarrollan las actividades propias del agricultor: arado, abonado, siembra, riego, cultivo, cuidado del sembrado, cosecha, rotación de cultivos, distribución y comercialización y venta de los productos.

Apicultura

Hay quien ha encontrado en la cría de abejas y la producción de miel, jalea o cera, un complemento a su renta agraria y, en ocasiones, esta actividad ha pasado de ser una afición para convertirse en un negocio rentable.

No es difícil obtener una media de 20 kg de miel por colmena al año. Es posible disponer de 100 colmenas, fijas o móviles, siempre que se tengan unas nociones básicas recibidas en muchas ocasiones de sus mayores, a través de la formación en cursos o del apoyo de las cooperativas melíferas que existen en algunas Comunidades Autónomas.

La cooperativa de trabajo también puede ser, a su vez, socia de la cooperativa que comercializa la miel, la cera, el polen y el propóleo.



Queserías

La fabricación de quesos está basada en una tradición sostenible que crea empleo y dinamismo y que apuesta por la modernización para hacer frente a los nuevos desafíos.

El queso se produce diariamente con la leche obtenida en la propia explotación o adquiriéndola en otras granjas.

Cunicultura

Explotación apropiada para el trabajo en equipo. Algunas experiencias consolidadas basadas en este tipo de negocio nos dicen que unas 1.000 conejas dan empleo fijo a más de 3 personas.

Trabajos forestales

El monte tiene grandes recursos, sólo hay que saber aprovecharlos. Están ahí y las personas que viven en los municipios colindantes deben aprender a explotar esta riqueza natural. No sólo hay trabajo con la limpieza del monte, sino con cotos de caza, reforestaciones, brigadas de incendio...

Agroturismo

La actividad de las cooperativas de agroturismo se dirige a facilitar a los visitantes no sólo el alojamiento, sino también su gastronomía, organizar actividades deportivas y culturales, enoturismo, etc.

Para gestionar las casas rurales deben seguirse las indicaciones y cumplir los requisitos del departamento autonómico correspondiente. El turismo rural ayuda a complementar otras rentas agrarias y también es el vehículo que muchas mujeres agrarias utilizan para convertirse en empresarias.

Plantas aromáticas y medicinales

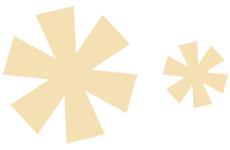
Existe una gran demanda de plantas aromáticas (como lavanda, tomillo, romero, albahaca, espliego, entre las más destacada) para convertirlas en aceites esenciales. Estas especies se pueden cultivar o recogerlas del monte, previa solicitud al organismo administrativo responsable.

También hay demanda para otras plantas con las que se preparan tisanas e infusiones como son: manzanilla, hierba luisa, melisa, caléndula, mentas, equinácea...

Son grandes recursos del monte que deben aprovecharse.

5.4. Del productor al consumidor: las cadenas de distribución cortas

En este punto debemos insistir en la importancia de implantar "cadenas alimentarias cortas" ya que reportan grandes beneficios no solo en el ámbito económico sino también en el social y medioambiental. Mientras para los agricultores es una ventaja tener clientes sin tener que negociar con grandes intermediarios, para una parte importante de los consumidores es esencial conocer la procedencia y la calidad de los alimentos que van a consumir.



La cadena corta no conlleva una limitación geográfica, ya que este concepto no solo se refiere a una cuestión de distancia, sino que entendemos como cadena corta a todo aquello que contribuya a acercar a consumidores y productores, a pesar de la distancia física.

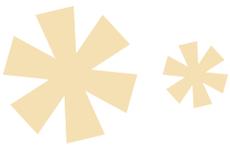
Las cadenas de distribución cortas repercuten directa y favorablemente en:

- Mejores condiciones económicas para los productores, ya que, al haber menos intermediarios, éstos obtienen un mayor porcentaje de beneficio del producto. Y esto sin influir en el precio final para el consumidor, que sigue siendo similar.
- Esa mejora de las condiciones económicas de los productores supone un aumento de renta y de calidad de vida, así como de seguridad.
- Mejora de la calidad de los alimentos a escala local, lo que provoca un aumento de la confianza del consumidor.
- Como consecuencia de la demanda, puede incrementarse la creación de puestos de trabajo, sobre todo en zonas rurales.
- Mayor acceso a productos frescos de temporada para el consumidor.
- Menor impacto medioambiental debido a una menor necesidad de transporte y a una producción más reducida.
- Educación alimentaria: la interacción productor-consumidor hace que se entiendan mejor las características y temporalidad de los productos.
- El contacto directo con el consumidor incentiva a los productores a mejorar aspectos como frescura, calidad y gusto de los productos.
- Al tratarse de un mercado local, puede adaptarse a las necesidades y demanda de los consumidores locales.

En resumen, se trata de una opción "win-win", en la que todos ganan. Es decir, los consumidores tienen acceso a productos frescos y de calidad, con una buena relación calidad-precio, y los productores obtienen mayor margen que en la venta mayorista.

No obstante, en este sistema de distribución también pueden encontrarse aspectos que necesitan apoyo o mejoras:

- La limitación en la producción puede provocar, en ocasiones, problemas para satisfacer toda la demanda, aunque sea a nivel local.
- En algunos casos, los productores locales tienen menos posibilidades para crecer, ya que cuentan con menos recursos para producción, procesado y transporte.
- Los pequeños agricultores tienen menor capacidad para realizar campañas de publicidad y marketing.



6 Análisis de sectores estratégicos II: Servicios de Atención a las Personas

La sociedad española de principios del siglo XXI, al igual que la mayoría de las del Occidente europeo, es una sociedad cada vez más envejecida. En 2018, un 19,2 % de la población española era mayor de 64 años. La esperanza de vida al nacimiento se sitúa según los últimos datos del INE (para las personas nacidas en el año 2017) en los 80,4 años para los hombres y los 85,7 para las mujeres.

El grado de envejecimiento de una población repercute directamente en el aumento de la población dependiente. El problema no reside en que hay más personas ancianas, ni en que se vive más, sino en el progresivo deterioro de las condiciones de autonomía personal propio de las edades avanzadas.

Ello es especialmente importante en sociedades mediterráneas como la española, donde la gestión de la dependencia descansa de forma generalizada en el seno de la institución familiar y aún más en las áreas rurales. La dependencia se convierte en un problema cuando la atención genera cadenas de dependencia sobre otras personas, frecuentemente las mujeres que componen la generación soporte.

Si España, en general, está envejecida, el medio rural lo está aún más. En el año 2022 se experimentó en Castilla-La Mancha un envejecimiento imparable hasta alcanzar una tasa de 123,6 que se traduce en 123 personas mayores de 64 años por cada 100 menores de 16 años.

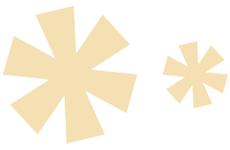
En el medio rural también ha caído la fecundidad, además de una esperanza de vida mayor que en las zonas urbanas, se ha reducido el volumen de las generaciones intermedias como consecuencia del intenso éxodo rural. Es decir, a lo señalado anteriormente hay que añadir la emigración de la juventud de las áreas rurales. La dotación de servicios dirigidos a estas personas dependientes, a la población mayor en general, se hace cada vez más imprescindible para fomentar el arraigo de la población.

6.1. Servicios de acompañamiento y de ayuda a domicilio

La actividad se dirige a atender las necesidades de hombres y mujeres mayores de 65 años con algún grado de dependencia o de aquellas personas que por presentar alguna disminución específica requieran asistencia externa en su domicilio particular.

6.2. Centros de día y residencias para personas mayores

Los CENTROS de DÍA ofrecen, durante la jornada diurna, atención integral e individualizada a personas mayores, a menudo con algún grado de dependencia, ya sea de tipo físico o psicosocial. El objetivo de los centros de día es mejorar o mantener el grado de autonomía de la persona mayor, ayudándola a disfrutar de su tiempo libre y dar apoyo a la familia o los cuidadores que la atienden.



Dependiendo de los usuarios que atienden hay centros para válidos, para dependientes, centros mixtos (que atienden a personas con diferentes grados de dependencia) y psicogerítricos, dirigidos a personas con ciertos problemas psíquicos, como el Alzheimer.

LAS RESIDENCIAS para MAYORES, por su parte ofrecen, atención preventiva, rehabilitadora y de cuidados personales, así como vivienda permanente y atención integral a las personas mayores que, por su situación socio-familiar, no puedan ser atendidos en sus propios domicilios y requieran ser ingresadas en un centro residencial. Existen centros, en ambas modalidades, de titularidad pública, privada o concertada, estos últimos, en muchos casos, son gestionados a través de Cooperativas de Trabajo de iniciativa social.

6.3. Transporte de personas mayores

Las personas mayores, en muchos casos, tienen una movilidad reducida y por ello necesitan un servicio de transporte adaptado a sus necesidades y condiciones físicas. Este servicio se presta a menudo por los propios centros de día y las empresas que los gestionan, en muchos casos Cooperativas de Trabajo, ofrecen:

- Rutas personalizadas: con un horario flexible de recogida y llegada al domicilio adaptándose a las necesidades de los mayores y sus familiares.
- Transporte adaptado: los vehículos disponen de sistemas para el traslado de personas con movilidad reducida.

Además, cabe la posibilidad de que la empresa prestataria de este servicio en el ámbito rural cubra rutas que abarquen zonas más extensas, comarcas o varias poblaciones, lo que conllevaría la existencia de varios vehículos y de personas que los conducen.

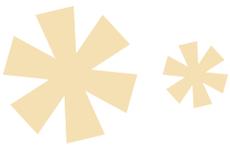
6.4. Servicios de proximidad

Peluquería, podología, fisioterapia...

Las personas mayores cuidan su aspecto físico y cada vez más reclaman este tipo de servicios, que pueden prestarse en un centro o a domicilio, es un modelo de negocio que apenas precisa inversión y que está basado en la capacidad personal de trabajo y la experiencia y valor profesionales. Una cooperativa de trabajo pequeña puede ser la forma más adecuada de implementar este tipo de actividad.

6.5. Servicios de restauración

Catering para centros de día o residencias para la tercera edad, servicio a domicilio de comidas, entre otros. Es una realidad que las personas mayores a menudo se enfrentan a la soledad, no es raro que tengan que vivir solas, de manera que el esfuerzo de planificar los menús, comprar y cocinar deja de ser una prioridad para dichas personas y esta práctica se va desatendiendo. No es difícil encontrar casos de personas mayores que sufren déficits alimenticios provocados por esta apatía. Un servicio de comidas a domicilio, adaptado a los gustos y necesidades nutricionales de las personas, puede constituir una línea de negocio, rentable y viable.



7 Análisis de sectores estratégicos III: Mercadillos Temáticos y Green Markets para el Turismo Sostenible

7.1. Mercadillos y turismo

Las personas que viven en las grandes ciudades piensan que los mercadillos son como El Rastro y otros grandes mercadillos que atraen a un gran número de personas. Pero además de estos emblemáticos eventos semanales, durante los últimos años, se ha desarrollado una importante corriente de mercadillos especializados, divertidos eventos periódicos u ocasionales que reúnen en espacios originales a un buen número de comerciantes, diseñadores o productores.

Y muchos de estos mercadillos temáticos se llevan a cabo en el ámbito rural. Se trata de mercadillos ecológicos, gastronómicos, medievales, de artesanía, entre otras especialidades, donde se exponen productos típicos de la zona, los llamados de proximidad y en los que se practica la venta directa: del productor al consumidor.

Estamos en presencia de algo más que un mercado pues, además de la venta en sí, se fomenta la importancia de consumir productos artesanos, de calidad y de proximidad; convirtiéndose en un gran escaparate para conocer la oferta agroalimentaria de cada zona y otros productos de cercanía.

Además, se ofrece al visitante una experiencia de compra diferente, moderna y original, promoviendo la cooperación y el intercambio empresarial, y potenciando el turismo gastronómico.

Estos eventos mejoran la oferta turística de muchas zonas rurales y atraen a un gran número de personas, cada vez tienen más aceptación.

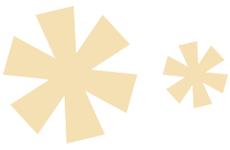
7.2. Gestión de eventos rurales

Este tipo de encuentros y convocatorias en entornos rurales dirigidos a atraer al turismo y a personas de la comarca deben gestionarse de manera coordinada entre los diferentes Agentes Locales y la Administración (local, autonómica, la Diputación Provincial).

Es habitual la existencia de recursos económicos, de ayudas directas para la puesta en marcha de estos mercadillos temáticos. Las asociaciones representativas, como es el caso de ClamCoop, pueden ayudar en la tramitación de las mismas, en la canalización de los recursos y en la puesta en marcha de los propios eventos.

7.3. Temáticas, recreaciones y decoraciones

Los mercados temáticos pueden desarrollarse bajo diferentes materias y en función de las mismas el montaje trata de reproducir escenarios históricos, conmemoran festividades, celebraciones de cualquier tipo, festivales...



Tanto si se trata de un ambiente medieval o si la temática elegida es otra (circense, romana, pirata, gastronómica, recreaciones, mujer y arte, infantil...) deben analizarse diferentes variables para adaptarla de la mejor forma al lugar de emplazamiento y sobre todo a sus visitantes y participantes (tanto público asistente como productores, artesanos y artistas participantes)

Estos eventos deben ser más que meros espacios de compra-venta para satisfacer las expectativas de los visitantes y las de los expositores, deben además entretener, animar, amenizar y prestar un servicio integral que garantice el correcto desarrollo de los mismos.

7.4. Papel del productor artesano en el mercadillo rural

Los artesanos se enfrentan habitualmente a un importante problema, la comercialización de sus productos. El mercadillo les ofrece la posibilidad de dar visibilidad a su trabajo y de contactar directamente con los compradores, es un gran escaparate para darse a conocer.

Al mismo tiempo, este tipo de productores, integrados en entidades representativas o en asociaciones, son el motor para la realización de estos eventos. Su tarea organizativa determina el éxito de las convocatorias y del mismo modo, su compromiso y las actuaciones que llevan a cabo tienen gran influencia en el entorno rural.

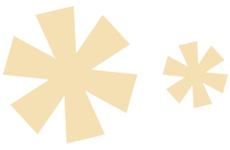
Es muy importante que las personas que ofrecen productos artesanos y de cercanía sirvan de referencia y sean pioneras en implementar las acciones necesarias para generar una conciencia sobre el consumo responsable y el tratamiento adecuado de los residuos.

Estas pequeñas acciones repercuten muy positivamente en el bienestar de las personas y del planeta, acercándonos a un modelo de economía circular y a un consumo que favorece el desarrollo económico sostenible y que genera un gran valor social.

7.5. Introducción a los Green Markets

Estos mercadillos, que cada vez están más extendidos por su gran aceptación, se dirigen a la venta de productos de segunda mano. Estos productos a menudo son reparados, restaurados y reciclados por revendedores o el fabricante original. Se revenden a los clientes como una alternativa más barata a la compra de nuevos productos a través de los canales de distribución estándar.

Esta actividad de compraventa es ambientalmente más responsable, ya que, como bien sabemos, reemplazar productos rotos o viejos con productos más nuevos tiene un efecto negativo en el medio ambiente y es ecológicamente contraproducente.



8 Nuevas tecnologías en el medio rural

8.1. Iniciación a las nuevas tecnologías

La brecha existente entre el mundo rural y el urbano se acrecienta cuando se trata de las nuevas tecnologías y el mundo digital.

Las TIC ofrecen oportunidades valiosas para el desarrollo rural, incrementando la producción sostenible, la eficiencia de los agronegocios y los ingresos para una amplia gama de actores que, más allá de las tareas tradicionales, ligadas a la agricultura y la ganadería, pueden abrirse al mundo y desarrollar actividades vinculadas a otros sectores productivos sin necesidad de desplazarse.

El desarrollo de pasarelas de pago, tiendas virtuales con información contextual, la puesta en funcionamiento de sistemas de tarjetas para ciudadanos o el impulso del emprendimiento empresarial con apoyo de nuevas tecnologías e innovación son nuevas vías en las que basar la diversificación económica en el medio rural.

No obstante, para que las zonas urbanas y los núcleos rurales puedan ir acercándose en cuanto a oportunidades de desarrollo, antes deben eliminarse las diferencias existentes en cuanto a la presencia de recursos técnicos y las infraestructuras que los soportan. Se impone conseguir la mejora de estos y la corrección de las desigualdades existentes y así se logrará mantener y atraer a la población.

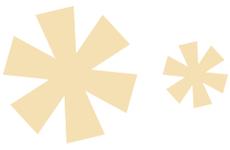
Es muy importante tener en cuenta también que cuando se trata de brecha digital no está referida sólo la infraestructura tecnológica y la conectividad, es fundamental que las iniciativas de TIC se dirijan tanto a mujeres como a hombres, a las unidades familiares y a la comunidad para garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

8.2. Internet en el ámbito rural

Las empresas tecnológicas van desarrollando sistemas e infraestructuras y cada vez están más presentes en el ámbito rural. Asimismo, los nuevos fondos PRTR están también aplicándose a la mejora de las conexiones TIC y a contribuir a que los municipios más pequeños del ámbito rural incorporen la digitalización social y económica, rompiendo las barreras que les alejan de las nuevas tecnologías.

Este es el caso de Ineco RuralTIC** programa impulsado por el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (Mitma) a través de Ineco que pretende ser una herramienta al servicio de la ciudadanía que reside en pueblos y pequeños municipios de España.

**Ineco RuralTIC está dirigido a municipios de menos de 10.000 habitantes que cumplan unos requisitos de partida (4G, asunción de costes de estancia de los/as voluntarios/as de Ineco y espacios para la realización de talleres), evaluándose durante el proceso de selección otros parámetros complementarios (servicios educativos y sanitarios, existencia de pymes de emprendimiento joven, oferta turística, patrimonio cultural y natural, número de entidades locales menores que agrupa el término municipal, etc.).



Se dirige a garantizar la comunicación con familiares en zonas aisladas, o realizar gestiones administrativas (bancarias, sanitarias, transporte, etc.) a través del dispositivo móvil, se convierte en una de las principales variables a la hora de decidir mantener la residencia habitual en el medio rural.

Las acciones enfocadas a digitalizar social y económicamente los pequeños municipios y pueblos constituyen una palanca fundamental en las políticas de asentamiento de población en este entorno, generando una puerta de acceso al retorno de los habitantes de los grandes núcleos hacia un modelo de vida más sostenible.

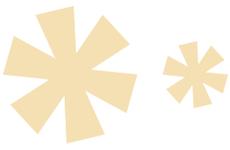
El programa diseñado y que va a gestionar este instrumento gubernamental tiene previsto avanzar en dos ejes de acción. El primero, la digitalización social, con formación y apoyo en el uso de las nuevas tecnologías a los habitantes del medio rural, con especial foco en la población mayor. Y el segundo, la digitalización económica, prestando apoyo y asesoramiento al tejido empresarial rural, a través de la potenciación de su posicionamiento digital, creando o mejorando los servicios web que poseen, implementando su presencia en redes sociales y diseñando apps específicas que optimicen la actividad.

Para ello van a utilizar un novedoso modelo de gestión ya que los encargados de colaborar en el programa son profesionales voluntarios de la compañía, que podrán teletrabajar temporalmente desde los municipios rurales en los que se desarrolle el programa, disfrutando de las muchas ventajas que aporta habitar en este entorno, teniendo al alcance de su mano la posibilidad de acercarse a un patrimonio natural y cultural único, así como a una oferta turística exclusiva. Esta fórmula contribuirá a visibilizar y digitalizar 50 municipios del conjunto del país, dinamizando su economía local.

Además, otro de los objetivos que persigue el programa es el intercambio de experiencia y el trabajo conjunto para sentar las bases de un modelo de gestión sostenible que mejore la calidad de vida de la ciudadanía. Este hecho se traducirá en una reducción del gasto público, permitiendo la mejora de la calidad de los servicios y consiguiendo atraer actividad económica y, de este modo, generar progreso.

Por su parte, el Gobierno de Castilla-La Mancha a través del programa UNICO está impulsando el acceso a internet en más 800 localidades afectadas por la despoblación.

El objetivo de UNICO Demanda Rural es dar la posibilidad de contratar una conexión de, al menos, 100Mbps de descarga a un precio asequible mediante subvenciones. El tiempo para proporcionar esta conexión es el período 2023 a 2027. Y los beneficiarios: personas y empresas de zonas geográficas del país que no tengan cobertura con tecnología terrestre (fija o móvil) de, al menos, 100 Mbps.



Finalmente señalar que para casos de mayor aislamiento e imposibilidad de acceder a sistemas de conectividad mejores y más extendidos, existen alternativas:

WiMAX. Es una alternativa al cable a la hora de llevar Internet a las casas y los negocios mediante conexión inalámbrica. Es algo que puede recordar mucho al WiFi, ya que la conexión llega por el aire, pero que ofrece un servicio que sustituye a los cableados.

ADSL Indirecto. Hay dos modos de acceder a internet: de forma directa o de forma indirecta. El ADSL de acceso directo es aquél en que un operador ofrece el acceso desde una central telefónica con equipos de la propia compañía.

Sin embargo, cuando una compañía suministradora de internet no dispone de centralitas en una zona determinada compra el acceso a un mayorista para revenderlo a los usuarios de esa zona y esto es lo que se conoce como ADSL indirecto.

OUTERNET. También puede establecerse en zonas rurales o alejadas un sistema de conexión a internet por satélite o outernet. Como su nombre nos indica, este método de conexión utiliza como medio de enlace un satélite.

8.3. Apps de compraventa

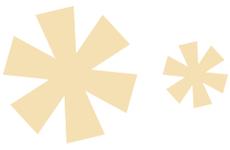
En los últimos años han proliferado las aplicaciones de internet dirigidas a la compraventa. También es cierto que estas prácticas han dejado de estar reservadas a unos pocos para convertirse en algo habitual para la mayoría de la gente.

Actualmente existen aplicaciones de compraventa dirigidas a diferentes edades y niveles de especialización. Algunas de ellas son usadas mayoritariamente por particulares y están dirigidas al mercado de objetos de segunda mano. Otras aplicaciones están más profesionalizadas y las utilizan pequeñas empresas y comercios para mostrar sus productos.

Estos escaparates permiten comprar, vender y en algunos casos también subastar los productos entre usuarios no sólo de España sino de todo el mundo. Muchas de las aplicaciones existentes ofrecen sus servicios de manera gratuita, si bien hay algunas que cobran una comisión por las transacciones realizadas.

8.4. Iniciación al Blockchain

Blockchain es un nuevo Internet – internet del valor– que replantea el modo en el contratamos, intercambiamos mercancías y, por lo tanto, pagamos y financiamos, compensamos y liquidamos operaciones, registramos y depositamos valores. Nos hace cuestionarnos cuál será la infraestructura del nuevo mercado digital, porque la eficiencia de la tecnología Blockchain será adoptada y generalizada en la nueva economía, los expertos auguran que transformará la forma en la que invertimos, pagamos o consumimos.



Si no queremos que los pueblos y los ciudadanos del ámbito rural y en riesgo de despoblación pierdan el paso de esta nueva revolución tecnológica deben estar al tanto de su evolución, de sus ventajas y de las posibilidades que nos irá ofreciendo a corto plazo.

En esta guía únicamente vamos a esbozar algunos apuntes sobre la Tecnología Blockchain, que, al margen de algunas de sus aplicaciones ya utilizadas, está jugando un importante papel en el desarrollo de plataformas y en la creación de mercados automatizados.

Su avance con respecto a las surgidas en la etapa “colaborativa” es claro. Principalmente porque las plataformas Blockchain habilitan una base de datos compartida que se actualiza en tiempo real y que puede procesar y liquidar transacciones en minutos sin necesidad de una verificación de terceros, lo cual nos sitúa ante una infraestructura perfecta para un nuevo mercado automatizado y sin intermediarios (p2p): verdaderamente entre dos iguales que, en este contexto, pueden ser el vendedor y el comprador y a ello se suma el avance de las fintech, que hacen posible la inclusión financiera, los micropagos y los intercambios de valor p2p de forma casi instantánea.

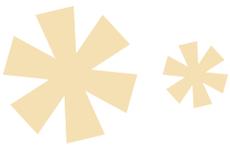
8.5. De la unión del cooperativismo y el Blockchain nace BlockchainFUE

Desde ClamCoop no nos cansamos de decir que cualquier idea de negocio, cualquier proyecto puede desarrollarse bajo la forma jurídica Cooperativa, y este es el caso de BlockchainFUE, ya que se trata de una Cooperativa impulsada por el grupo de investigación BAES de la Universidad de Alicante para fomentar la transferencia del conocimiento y la adopción de la tecnología Blockchain en la Administración pública y las empresas utilizando la red pública BlockchainFUE.

Con su creación se implantó la primera cooperativa que ofrece una red pública de tecnología Blockchain, encajando así la visión cooperativa, resiliente, sostenible, descentralizada y abierta con la de la propia tecnología.

Es un instrumento para acceder a la “innovación disruptiva” (Blockchain, Inteligencia Artificial, Internet de las Cosas, Big Data) para aprovechar las oportunidades de la economía digital mediante soluciones escalables que se van desplegando a través de la colaboración público-privada.

Debemos concluir que, sin ser conscientes del proceso, estamos caminando hacia un nuevo orden comercial internacional que debemos tener muy presente y reivindicar su implantación y utilización en el ámbito rural.



9 La importancia de la mujer en el medio rural, en especial en las Cooperativas

9.1. Desarrollo rural a través de las mujeres

Las mujeres juegan un papel fundamental en la economía rural, pues el 54% de las personas que deciden emprender un negocio son mujeres frente a un 46% de hombres lo que, afortunadamente, les va otorgando cada vez más protagonismo.

Las mujeres rurales son, por lo tanto, agentes clave para conseguir los cambios económicos, ambientales y sociales necesarios para el desarrollo sostenible.

Empoderar a las mujeres no sólo es fundamental para el bienestar de las personas, familias y comunidades rurales, sino también para la productividad económica general, dada su amplia presencia en la mano de obra agrícola en España.

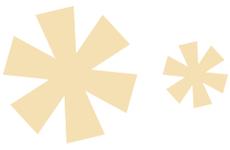
Sin embargo, pese a su importancia y su papel clave, siguen encontrándose dificultades para emprender y para poder liderar un proyecto empresarial: su acceso limitado al crédito, la dificultad de obtener otros recursos necesarios para poder acometer el negocio, son sólo alguno de los retos a los que se enfrentan día a día.

9.2. Inserción laboral de las mujeres a través de Cooperativas de Trabajo

Al hilo de lo señalado en el epígrafe anterior, es importante destacar que las Cooperativas de Trabajo, como pilar de la economía social en España, representan un modelo empresarial virtuoso en materia de igualdad de oportunidades, en el que los objetivos económicos y empresariales se conjugan con otros de carácter social.

La Cooperativa de Trabajo se asienta sobre la capacidad de las personas que la integran, su trabajo y su esfuerzo personal en el proyecto, de manera que, el capital aportado por las mismas, si bien es necesario para iniciar la actividad empresarial, no es fundamental ni decisivo para la puesta en marcha de la misma. Este hecho favorece los proyectos liderados por mujeres, en los que pueden aportar sus conocimientos, experiencia y empeño y estos factores prevalecen sobre aspectos meramente económicos.

ClamCoop ofrece servicios de asesoramiento y apoyo gratuitos para la creación de cooperativas. A través de estas iniciativas, se acompaña a las personas que tienen una idea de negocio en todos los pasos necesarios para la puesta en marcha del mismo.



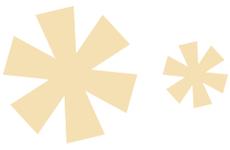
9.3. Fomento de la igualdad en el medio rural a través de las Cooperativas de Trabajo

Además de facilitar la incorporación de las mujeres al trabajo, como se ha señalado anteriormente, las Cooperativas de Trabajo aplican el principio de igualdad a todos los niveles y hacen suyo de manera especial el Objetivo 5 de los ODS: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

La Cooperativa de Trabajo es un modelo de empresa que, como se ha señalado en otro epígrafe de esta guía, se basan en su configuración interna en siete principios, el primero de ellos es el de igualdad, proclamando la máxima de una persona un voto. En la práctica esto supone que todas las personas que forman la cooperativa (mujeres y hombres) tienen igual poder de gestión y de decisión.

Los últimos datos sobre la participación de la mujer en las Cooperativas de Trabajo, recabados por nuestra organización estatal COCETA a través de más de 600 encuestas y recogidos en el Informe LAS MUJERES EN LAS COOPERATIVAS DE TRABAJO permiten afirmar que se trata de un modelo empresarial que es un ejemplo de EQUIDAD DE GÉNERO.

En la cooperativa de trabajo la mujer accede a puestos de dirección y control en mayor porcentaje que en otros modelos empresariales; es un modelo empresarial idóneo para que la mujer tenga un trabajo en iguales e idénticas condiciones a las de un hombre y favorece la conciliación de la vida laboral y familiar, gracias a la flexibilidad interna existente y a la implantación de medidas con este fin.



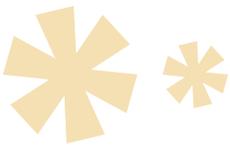
Como corolario, ClamCoop quiere introducir en el debate sobre la España vaciada las siguientes POSIBLES MEDIDAS que, en nuestra opinión, con seguridad mejorarían la situación actual:

- Generar actividad económica. Desde ClamCoop ponemos el acento en las Cooperativas de Trabajo, el Cooperativismo y la Economía Social.
- Garantizar la prestación de servicios públicos básicos, como la educación, la dependencia, la sanidad. Servicios que en una buena parte pueden ser prestados por las Cooperativas de Trabajo, a través de Convenios público-privados.
- Implementar acciones para el fomento de la ocupación.

Y como medio para lograrlo, ClamCoop insta al establecimiento de un gran Pacto, entre las entidades, instituciones y agentes que puedan operar en el territorio para la aprobación y ejecución de las mismas.

ClamCoop considera que a través de disposiciones concretas de apoyo (incentivos fiscales y otras ayudas para atraer a las empresas) y actividades dirigidas al fomento del cooperativismo de trabajo, al tiempo que se procura la existencia de medios técnicos, infraestructuras, como buenas conexiones a internet y otros avances tecnológicos, se producirá con toda seguridad el desarrollo de nuevos tipos de negocio en el ámbito rural.

Sumando esfuerzos e instrumentos se pueden crear nuevos negocios, más humanizados, sostenibles y responsables con el entorno y el medioambiente y que, al tiempo, nos ofrecen una respuesta real a las necesidades sociales latentes y dotan de servicios a las personas que habitan en estas regiones españolas.



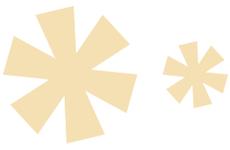
▶ 10 Legislación, bibliografía y sitios consultados

10.1. Legislación de referencia sobre ámbito Rural

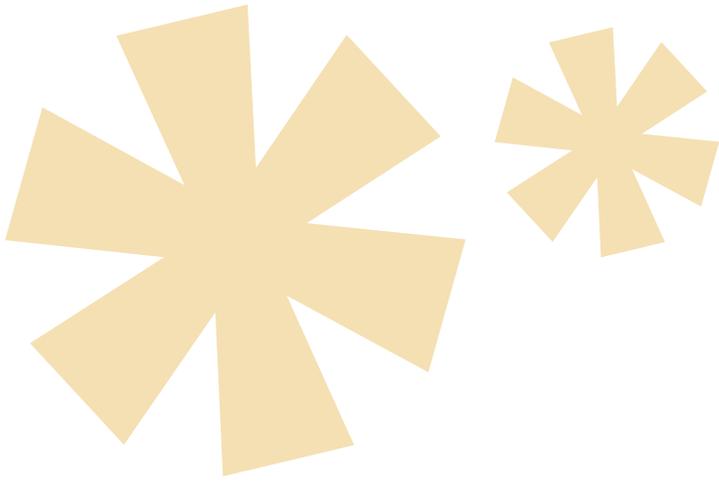
- Artículo 174 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea: “A fin de promover un desarrollo armonioso del conjunto de la Unión, ésta desarrollará y proseguirá su acción encaminada a reforzar su cohesión económica, social y territorial. La Unión se propondrá, en particular, reducir las diferencias entre los niveles de desarrollo de las diversas regiones y el retraso de las regiones menos favorecidas. Entre las regiones afectadas se prestará especial atención a las zonas rurales, a las zonas afectadas por una transición industrial y a las regiones que padecen desventajas naturales o demográficas graves y permanentes como, por ejemplo, las regiones más septentrionales con una escasa densidad de población y las regiones insulares, transfronterizas y de montaña”.
- Artículo 131 de la Constitución Española: “El Estado, mediante ley, podrá planificar la actividad económica general para atender a las necesidades colectivas, equilibrar y armonizar el desarrollo regional y sectorial y estimular el crecimiento de la renta y de la riqueza y su más justa distribución”.
- Artículo 138 de la Constitución Española: “El Estado garantiza la realización efectiva del principio de solidaridad consagrado en el artículo 2 de la Constitución, velando por el establecimiento de un equilibrio económico, adecuado y justo entre las diversas partes del territorio español, y atendiendo en particular a las circunstancias del hecho insular”.
- Artículo 139 de la Constitución Española: “Todos los españoles tienen los mismos derechos y obligaciones en cualquier parte del territorio del Estado”.
- Moción de mayo de 2017 del Pleno del Congreso de los Diputados por la cual “El Congreso de los Diputados renueva el compromiso unitario de las fuerzas políticas por la revitalización e impulso de aplicación de la Ley 45/07 de Desarrollo Sostenible del Medio Rural, considerando que una política para enfrentar el reto demográfico y la lucha contra la despoblación debe estar enmarcada en el desarrollo y aplicación de una política de estado para el desarrollo rural sostenible”.
- Ley 2/2021, de 7 de mayo, de Medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha, cuyo instrumento de desarrollo es la Estrategia Regional frente a la Despoblación 2021-2031.

10.2. Referencias bibliográficas y sitios consultados

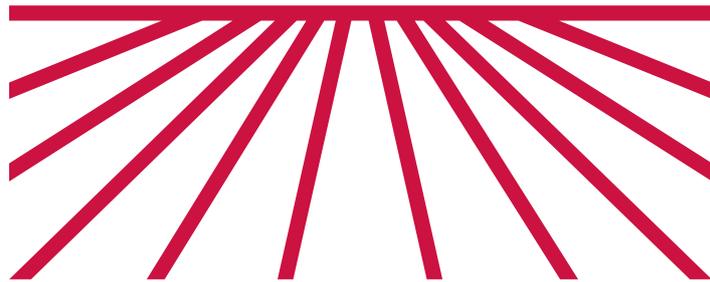
- La población rural de España: de los desequilibrios a la sostenibilidad social. Colección estudios sociales nº 27. LA CAIXA
- Dossier informativo: Eco-e labora. Formación para la industria agroalimentaria ecológica
- El polvorín del noroeste. Informe 2018. WWF.
- Nuevas tecnologías y cambio social en el mundo rural. José Fernández SOLITEC
- Documento España Vacía. Revuelta de la España Vacía. Agosto 2019.



- <https://www.mapa.gob.es/es/>
- www.fao.org
- <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment/rural-women>
- www.ClamCoop.coop
- <https://www.accioncontraelhambre.org/es/te-contamos/blog-testimonios/mujeres-emprendedoras-en-el-medio-rural>
- <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/teruel/2019/03/31/manifiesto-de-la-revuelta-de-la-espana-vaciada-1306606.html>
- https://www.abc.es/sociedad/abci-decalogo-contra-despoblacion-espana-vaciada-201905070128_noticia.html
- <http://reciclajesavi.es/consumir-productos-de-proximidad-beneficia-al-medio-ambiente-y-a-la-economia-local/>
- www.mercadoproductores.es
- <https://www.blockchainfue.com/>
- https://elpais.com/economia/negocios/2023-08-12/por-que-el-blockchain-cambiara-nuestras-vidas-y-revolucionara-la-economia.html?event_log=oklogin



ClamCoop



Con la colaboración de:

