

## **Presentación de algunas experiencias innovadoras en España con LEADER II.**

A continuación se resume el método de trabajo para la detección de experiencias seguidas, con el objetivo de presentar proyectos innovadores dentro de LEADER II para el Seminario sobre Innovación en los Espacios Rurales (17 al 19 de junio de 1999). LEADER Almazán.

### **1. Temáticas propuestas:**

Desde el grupo de trabajo de innovación se ha decidido presentar algunas acciones “innovadoras” que den soluciones a problemáticas relacionadas con:

- Espacios naturales y agua
- Servicios a la población local
- Valorización de productos locales

Estas problemáticas responden a dos características claves:

- Son temas con una proyección de futuro y que se vinculan a los temas que se proponen en el Documento de trabajo de la Comisión sobre la Nueva Iniciativa Comunitaria de Desarrollo Rural LEADER + (marzo de 1999).
- Son temas de un gran interés en el contexto español
  - en el caso de los espacios protegidos España tiene una superficie de espacios naturales protegidos más extensa que cualquier otro país en Europa;
  - en cuanto al agua, es un aspecto estratégico en nuestro país,
  - en el segundo caso, los servicios a la población en comarcas rurales se ven dificultados por la existencia de amplias áreas con una baja densidad de población

### **2. Proceso de detección de las acciones:**

Se ha realizado un barrido, utilizando varias fuentes de información:

- a) Búsqueda en la base de datos de acciones destacadas que los grupos LEADER propusieron en las visitas a los CEDER durante 1999, compuesto por 590 acciones.
- b) Activación del sistemas de “antenas regionales”: creadas para descentralizar el contacto de la Unidad con los grupos LEADER
- c) Consultas a cada miembro del Grupo de Trabajo de Innovación sobre experiencias conocidas.
- d) Otras fuentes (CC.AA., etc.)

### **3. Selección de las acciones:**

Mediante la detección por parte de las distintas fuentes de información se llegó a la detección de un conjunto de acciones :

- 14 acciones en espacios naturales y agua, con la siguiente tipología de proyectos:
  - distintas actuaciones en relación con la fauna (rutas de aves migratorias y humedales, recuperación acuarios con especies autóctonas, bebederos para fauna, creación de observatorios, etc..)
  - distintos proyectos de recuperación de cauces, riberas, etc..
  - proyectos relacionados con la navegación y el uso turístico

Presentación de algunas experiencias innovadoras en España con LEADER II

- proyectos de formación ambiental
- otros colaterales (“pactos locales” en ríos, implantación de Sistema de Gestión Ambiental en municipios -ahorro de agua-, etc..)
- 46 acciones en valorización de productos locales que tuvieran en cuenta la fase de comercialización, que entre otros temas, trataron de:
  - distintos sistemas de venta (creación de tiendas de productos específicos, ferias y mercados en torno a una temática o a la valorización de productos de una/varias comarca/s, nuevas formas de comercialización, creación de antenas comerciales, etc..)
  - distintas formas de diversificar la producción (obtención de productos derivados y nuevos productos)
  - denominaciones de origen, producción de calidad y ecológica
  - innovación, investigación y mejora de producción agraria local.
  - creación de centros de artesanos agroalimentarios que realicen tareas conjuntas tanto en la formación, comercialización, etc..
- 18 acciones en servicios de proximidad a la población, que entre otros temas trataron:
  - Diversos proyectos para la tercera edad (dinamización de la tercera edad, hogares para ancianos con pisos tutelados, residencias, clínicas, etc..)
  - Diseños integrales de servicios sociales
  - Servicios para minusválidos y programas de dinamización social para discapacitados
  - Servicios para niños (guarderías, etc.)
  - Otros temas (telebiblioteca, telemedicina, etc..)

Posteriormente se realizó una depuración/selección por parte de la con los siguientes criterios:

- no tomar acciones sólo en fase de idea,
- descartar las más colaterales,
- seleccionar las más consolidadas, etc..

#### **4.Elección, por los miembros del Grupo de Trabajo de Innovación sobre la acciones:**

Cada miembro propuso cuatro de las acciones seleccionadas, llegándose a la siguiente elección una vez consultados a cada uno. Estas acciones son las que se presentan a continuación:

- Espacios naturales: Implantación de un Sistema de Gestión Ambiental en un municipio (Ohanes -Almería). LEADER Alpujarras-Sierra Nevada (Andalucía).
- Valorización de productos locales:
  - Cooperativa de mujeres “Tia Claudina”. LEADER Gran Canaria
  - Venta de productos de calidad por catálogo e internet “Lacena Galega” (Becerreá -Lugo-). LEADER Os Ancares.
- Servicios a la población: Servicio de Telebiblioteca Berragu (Navarra). LEADER Cederna-Garalur (Navarra)

- EXPERIENCIAS EN ESPACIOS NATURALES:  
Implantación de un Sistema de Gestión Ambiental en un municipio (Ohanes -Almería).  
INICIATIVAS LIDER ALPUJARRA-SIERRA NEVADA (ES-AN-14)

**1. Localización:**

El municipio de Ohanes (Almería) posee 800 habitantes y está localizado en el Parque Natural de Sierra Nevada

**2. La acción:**

Está encaminada a implantar en el municipio un Sistema de Gestión Medioambiental, con el fin de:

- Promover una mejora continua en la protección medioambiental del término municipal
- Aumentar la autoresponsabilidad por parte de las autoridades y de los habitantes del pueblo sobre la protección del medioambiente
- Mantener la identidad propia del pueblo y del entorno.

**3. Punto de partida y realización**

La idea se propone desde Iniciativas LIDER Alpujarras al Ayuntamiento de Ohanes. Durante un año se ha estado trabajando en que AENOR certifique el S.G.M. mediante la Norma ISO 14001, consiguiéndose en este año.

**4. Financiación:**

A través de dos iniciativas:

- ADAPT: financia la asistencia técnica que ha recibido el municipio de una consultora para implantar el S.G.M.
- LEADER II: ha financiado el 100% del gasto para proceder a la certificación por parte de AENOR.

**5. Elementos de la acción**

- Carácter de innovación “radical” en España (es el primer municipio de España con esta certificación).
- Su carácter demostrativo en otros municipios (especialmente de los cercanos a la comarca),
- Cambio en la percepción de la población de las limitaciones que representa un espacio protegido y las oportunidades positivas que puede representar si se compatibiliza con una actividad económica medioambientalmente sostenible.

**6. Valor añadido de la experiencia frente a experiencias tradicionales en medio ambiente:**

RETOS PARA EL MUNDO RURAL	ENFOQUE TRADICIONAL	VALOR AÑADIDO DE LA EXPERIENCIA
1. Utilización de los recursos naturales y paisaje:	Atención al medio ambiente sin implicación directa de los productores Explotación de recursos naturales sin tener en cuenta su renovación  Gestión del espacio limitada a reglas de protección que en ocasiones ha provocado rechazo por la población	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación de los agentes socioeconómicos locales</li> <li>• Racionalización de la utilización y reciclaje de los recursos (agua, energía)</li> <li>• Revalorización del patrimonio arquitectónico y paisajístico</li> <li>• Iniciativas de limitación medioambiental voluntarias y consensuadas con la población.</li> </ul>
2. Educación y medio ambiente	Ausencia de una sensibilización y formación medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difusión entre la población de diferentes mensajes de sensibilización medioambiental.</li> <li>• Formación en materia medioambiental</li> </ul>
3. Oportunidades económicas y medio ambiente		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas oportunidades económicas de futuro basadas en el concepto ecológico (agricultura ecológica, turismo ecológico, energías renovables, etc..)</li> </ul>

NOTA: Cuadro modificado del documento “Innovación y D.R.” (Serie Informes del Observatorio núm. 2 1997, Bruselas, pag. 17), en función de la experiencia seleccionada.

**7. Contacto:**

LEADER Alpujarras-Sierra Nevada  
Gerente: Juan Antonio Díaz Moreno.  
Plaza Mayor de la Alpujarra, 1  
04470 Almería  
Tel. 950 51 41 61  
Fax: 950 51 41 63

• EXPERIENCIAS SERVICIOS DE PROXIMIDAD A LA POBLACIÓN:

Servicio de Telebiblioteca Berragu (Navarra).

LEADER MONTAÑA DE NAVARRA CEDERNA-GARALUR

*1. Localización:*

Acción que se localiza en el norte de Navarra (Municipio de Valle de Erro -Concejo del Espinal-), en los ayuntamientos de Valle de Artze, Auritz/Burquete, Valle de Erro, de Luzaide/Valcarlos, de Orreaga/Roncesvalles y del Valle de Aezkoa, con una población total de 2.916 habitantes.

*2. La acción:*

Puesta en funcionamiento de un servicio de telebiblioteca, dotando a una biblioteca con 25 años de funcionamiento de los medios e instrumentos para acercar sus servicios a la población de su entorno inmediato:

- Accesibilidad a la población: acercar este servicio a los habitantes de la zona, junto al ofertado tradicionalmente por la biblioteca (información, consulta y préstamo). Para ello se realiza la atención de solicitudes telefónicas y, a continuación, 1 vez por semana o cada 15 días se realiza un reparto domiciliario.
- Modernización con nuevos servicios de la biblioteca gracias a la incorporación de nueva tecnología y materiales (búsqueda informatizada, acceso a redes informáticas, comunicación, soporte informático para la autoedición, etc..)

*3. Punto de partida y realización*

La idea surge del encargado de la biblioteca del concejo de El Espinal, donde esta persona se plantea la necesidad de modernización de las instalaciones junto a las necesidades de creación de un nuevo servicio más accesible a la población. Conoce la potencialidad que ofrece la Asociación CEDERNA-GARALUR mediante el programa LEADER para la puesta en práctica de su proyecto. En CEDERNA se estudia su proyecto y se aprueba.

*4. Financiación:*

El programa LEADER II ha financiado mediante 1.500.000 de ptas. la modernización y accesibilidad a la población del servicio.

*5. Elementos de la acción*

- Incorporación del sistema de "servicio ambulante" en una comarca con baja densidad de población.
- Nuevo servicio aplicado a un mayor abanico de población y ofertando nuevas actividades (uso de nuevas tecnologías)
- Acción suficientemente contrastada (un año y medio de funcionamiento).

*6. Valor añadido de la experiencia frente a experiencias tradicionales en servicios de proximidad*

RETOS PARA EL MUNDO RURAL	ENFOQUE TRADICIONAL	VALOR AÑADIDO DE LA EXPERIENCIA
1. Escasa densidad demográfica	Reducción o supresión de los servicios	Creación de servicios ambulantes: El servicio se hace más accesible al potencial demandante Adaptación de los servicios a la situación demográfica del territorio
2. Transmisión de conocimientos y tecnologías		Difusión en la población del uso de nuevas tecnologías Introducción de nuevas tecnologías que reducen distancias y el aislamiento

NOTA: Cuadro elaborado a partir de ideas recogidas del documento "Innovación y D.R." (Serie Informes del Observatorio núm. 2 1997, Bruselas, pag. 16 y 18).

*7. Contacto:*

LEADER CEDERNA-GARALUR

Javier Velázquez

Sandoval, 4 bajo

31002 Pamplona

Tel. 948 21 00 18

Fax: 948 21 10 51

E.mail: [cederna-garalur@cin.es](mailto:cederna-garalur@cin.es)

- EXPERIENCIAS DE PRODUCTOS LOCALES:  
Producción y comercialización de mermeladas “Tía Claudina”  
(Valsequillo de Gran Canaria -Gran Canaria) COOPERATIVA DE MUJERES “TIA CLAUDINA”  
(COMARCA LEADER GRAN CANARIA)

*1. Localización:*

La Cooperativa se localiza en la isla de Gran Canaria, en el municipio de Valsequillo de Gran Canaria, a 30 km. de la capital.

*2. La acción:*

Tía Claudina (cooperativa de mujeres) es una empresa dedicada a la elaboración artesanal de mermeladas con fruta de temporada. Hasta hace dos años una persona de la cooperativa asumía las labores de comercialización dedicada a vender sus productos a tiendas de productos ecológicos, en algunos mercadillos de agricultores de la isla, pero siempre con una distribución bastante limitada a la isla, salvo en el caso de la participación de algunas ferias de productos agroalimentarios. En 1998 la distribución se amplió a un mayor número de puntos de venta. Desde este año (1999) ha llegado a un acuerdo de colaboración con una comercializadora (AGROGEST) que surge a partir de una iniciativa Youthstart en la isla y también LEADER y se dedica a la distribución y comercialización de los productos agrarios de sus socios. La venta de estos productos se ha extendido a restaurantes y al aeropuerto. Tienen una producción de 2.500 botes de mermelada mensuales. Ahora tienen intención de duplicar la producción y empezar a comercializar el producto fuera de la isla. Además están estudiando la utilización de otros formatos de envasado y la diversificación de la producción (repostería, otros derivados de frutas, etc...)

*3. Punto de partida y realización*

La cooperativa está en funcionamiento desde hace 5 años. Tras una serie de altibajos en su funcionamiento sufre un periodo de consolidación y aumento de volumen de producción en parte a la ayuda del programa LEADER (ayuda para el envasados de productos y maquinaria).

*4. Financiación:*

El proyecto presentado fue de 2.200.000 ptas., en el que el programa LEADER ha financiado el 45% para la ayuda en:

- El envasado del producto: envasadora
- La compra de la maquinaria para completar el proceso

*5. Elementos de la acción*

- Organización de circuitos cortos de comercialización.
- Promoción del empleo femenino
- Implicación de varios programas

*6. Valor añadido de la experiencia frente a experiencias tradicionales en comercialización:*

RETOS PARA EL MUNDO RURAL	ENFOQUE TRADICIONAL	VALOR AÑADIDO DE LA EXPERIENCIA
1.Competitividad de la agricultura y acceso a los mercados	Escasa valoración de lo tradicional en los productos rurales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento del valor añadido mediante la transformación local y la comercialización directa/semidirecta de productos agroalimentarios</li> <li>• Creación de nuevos productos para los mercados exteriores (mermeladas de frutas tropicales)</li> </ul>
2.Extensión de los mercados agrarios y rurales		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de los productos en función de las características de los mercados</li> <li>• Organización de circuitos cortos de comercialización (o reducción del número de intermediarios) para favorecer su competitividad en los precios</li> </ul>

NOTA: Cuadro elaborado a partir de ideas recogidas del documento “Innovación y D.R.” (Serie Informes del Observatorio núm. 2 1997, Bruselas, pag. 14 y 15).

*7. Contacto:*

Presentación de algunas experiencias innovadoras en España con LEADER II

COOPERATIVA DE MUJERES "TIA CLAUDINA"

María del Carmen Espinosa  
Carretera de los Montes, 3  
Era de Mota  
35217 Valsequillo de Gran Canaria  
Gran Canaria  
Tel. 928 70 57 71  
Fax: 928 70 57 71

GRUPO LEADER GRAN CANARIA

Gerente: José Armengol Martín  
C/ Queipo de Llano s/n  
3320 Vega de San Mateo (Las Palmas)  
Gran Canaria  
Tel. 928 66 07 38  
Fax: 928 66 07 08  
E-mail: [aider1@arquired.es](mailto:aider1@arquired.es)

- EXPERIENCIAS DE PRODUCTOS LOCALES:  
 Venta de productos de calidad por catálogo e internet “Lacena Galega”  
 (Becerreá -Lugo-)  
 (COMARCA LEADER OS ANCARES)

**1. Localización:**

Empresa comercializadora localizada en la comarca de “Os Ancares” de Lugo (municipio de Becerreá)

**2. La acción:**

Está encaminada a la venta de productos gallegos alimentarios de calidad (embutidos, licores, patatas, verduras, miel y derivados, panadería y dulces, quesos y vino), a través de distintos canales comerciales:

- Venta por catálogo
- Tienda específica gallega
- Venta mediante semifranquicia
- Venta por internet

**3. Financiación:**

A través de LEADER se ha financiado:

- El 50% del proyecto de la tienda específica gallega

**4. Elementos de la acción**

- Utilización conjunta de canales de comercialización convencionales (tiendas de venta) junto a otros nuevos (catálogo, internet, etc..)
- Utilización de nuevas tecnologías para el comercio

**5. Valor añadido de la experiencia frente a experiencias tradicionales en comercialización de productos locales.**

RETOS PARA EL MUNDO RURAL	ENFOQUE TRADICIONAL	VALOR AÑADIDO DE LA EXPERIENCIA
1. Competitividad y acceso a los mercados: Extensión de los mercados agrarios y rurales	Reduccionismo en la orientación e innovación de la comercialización de productos.	• Creación de nuevos servicios (p.e. internet, venta por catálogo) para los mercados exteriores
2. Competitividad y acceso a los mercados. Economías de escala	Desestructuración de la oferta que impide producir y comercializar con economías de escala.	• Estructuración de la oferta de varios productos en torno a un tema aglutinador (p.e. productos gallegos)

NOTA: Cuadro modificado del documento “Innovación y D.R.” (Serie Informes del Observatorio núm. 2 1997, Bruselas, pag. 14 y 15), en función de la experiencia seleccionada.

**7. Contactos:**

Lacena Galega  
 C/Anovello, 42.  
 27640 Becerreá (Lugo)  
 Tel.: 982 36 00 60  
 Fax: 982 36 03 40  
 web: <http://www.lacenagalega.com>

Grupo LEADER Os Ancares  
 Gerente: Serafín Fernández Gómez.  
 Rosalia de Castro s/n  
 Ayuntamiento de As Nogais  
 27677 As Nogais (Lugo)  
 Tel. 982 36 42 50  
 Fax: 982 36 41 50  
 E.mail: [ancares@breogan.cif.es](mailto:ancares@breogan.cif.es)

# **ANEXOS**

**ANEXO 1: MODELO DE FICHA**

**FICHA SINTÉTICA DEL GRUPO LEADER. REPERTORIO DEL OBSERVATORIO EUROPEO LEADER.**

**Parte redactada**

**(obtención de información básica de acciones destacadas)**

**NOMBRE DEL GRUPO**

**1 - PARTE REDACTADA**

**1-1 El Territorio. Presentación geo-socioeconómica.**

--

**1-2. El grupo de acción local.**

--

**1-3 - El proyecto de desarrollo.**

--

**1.4 - Ejemplos de acciones innovadoras.**

**Acción 1. titulo**

**Descripción**

--

**Acción 2.- titulo**

**Descripción**

--

**Acción 3. título**

**Descripción**

**Acción 4. título**

**Descripción**

**Acción 5. título**

**Descripción**

