



PADIMA

(Políticas para la lucha contra la despoblación en zonas de montaña)

Boletín nº 3. Junio 2012

En este número:

¿En qué consiste el proyecto PADIMA?	1
Enfoque metodológico de la diversificación económica en las zonas de montaña	2
¿Está la economía de montaña suficientemente diversificada? En caso de que no, ¿debería estarlo?	3
Datos interesantes sobre la economía en las zonas estudiadas	4
Ejemplos de buenas prácticas de diversificación económica de PADIMA	5
Recomendaciones clave de las políticas para los responsables	6
Conclusiones	7
Novedades de la UE: herramientas futuras para fomentar el emprendedurismo	8
Próximos eventos de PADIMA	8



¿En qué consiste el proyecto PADIMA?

PADIMA es un proyecto innovador de la iniciativa INTERREG IVC que busca las oportunidades de desarrollo del capital humano de las zonas de montaña, con el propósito de intercambiar buenas prácticas para luchar contra la despoblación en estas áreas. 8 socios de 5 países europeos participan en una colaboración de 3 años que producirá una guía de políticas con métodos para atraer a nuevos habitantes a las zonas de montaña. Las regiones estudiadas durante este proyecto incluyen comunidades montañosas y municipios como: la provincia de Teruel (España), las regiones de Lombardía y Piemonte (Italia), los condados de Hedmark y Buskerud en Noruega, la región de Dalarna en Suecia y el Macizo Central en Francia.

Los socios consideran que para satisfacer las necesidades de los habitantes y atraer a nueva población, las regiones montañosas deben ser capaces de ofrecer a la gente unas buenas condiciones de vida. Los ciudadanos necesitan encontrar una oferta variada de empleo, servicios públicos, educación y formación de calidad. Las regiones deben también ser capaces de promocionarse para darse a conocer a la gente que podría estar interesada en mudarse allí. De esta manera, los socios han identificado 3 temas clave: educación y formación, marketing territorial y diversificación económica, que han sido analizados con éxito.

Proyecto cofinanciado por:



Las opiniones que se expresan aquí son las de los autores y no reflejan necesariamente la postura de los programas de la UE.

Enfoque metodológico de la diversificación económica en las zonas de montaña

La diversificación económica es el 3er tema en el que se han centrado los socios de PADIMA, después de la educación y la formación y el marketing territorial. Una economía dinámica es esencial para atraer y mantener a la población en las zonas de montaña y a través de nuestro trabajo hemos intentado entender **cuáles son las condiciones esenciales para desarrollar unas buenas prácticas que tengan éxito a la hora de diversificar la economía de las zonas de montaña.**

En esta parte del proyecto, los socios de PADIMA:

- **recopilaron datos estadísticos** de cada área de investigación en relación a su situación general: la diversificación y dinamismo del área, el número de empresas que existen en las áreas estudiadas y sus características, los principales sectores de empleo, etc. Estos datos se han analizado en detalle en la guía [“Economic diversification: Final report and policy recommendations”](#) disponible online en www.padima.org;

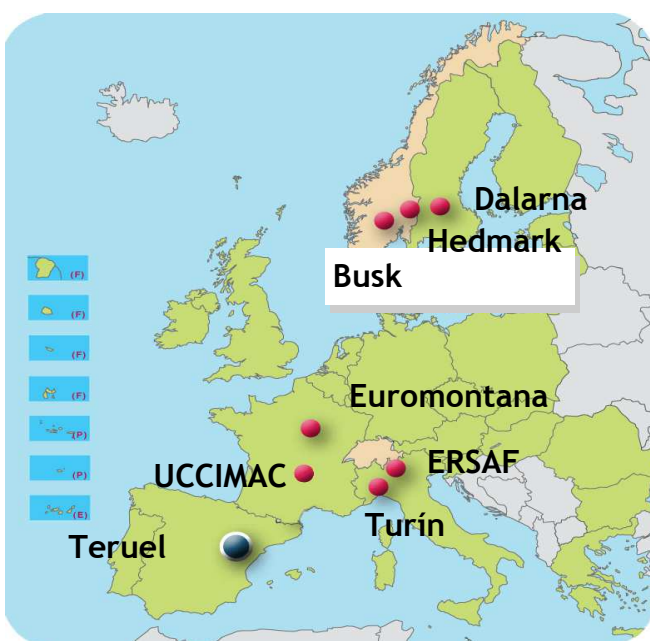
- **intercambiaron instrumentos e iniciativas (buenas prácticas)** que habían puesto en marcha y que llevaron a un mayor acceso de la población de montaña a una oferta de empleo diversificada. Examinamos la calidad, diversidad y también la relevancia de esta oferta para las necesidades actuales y futuras de la economía local. Nuestro objetivo allí era buscar y desarrollar prácticas que contribuyan al desarrollo del emprendedurismo y del empleo local. Los socios recopilaron 29 buenas prácticas, que se recogieron en un folleto disponible [on-line](#) (en www.padima.org);

- **entrevistaron a testigos privilegiados:** participantes que trabajan en la puesta en marcha de estas buenas prácticas (estos resultados se han utilizado para describir las iniciativas presentadas). Las conclusiones principales de las entrevistas están publicadas en la recopilación de buenas prácticas.

Los resultados de este trabajo se han analizado de forma exhaustiva en el “Economic diversification: Final report and policy recommendations”. **Este boletín transmite los hallazgos clave y las conclusiones principales del trabajo.**



Los socios de PADIMA en el seminario de Le Puy en Velay, Francia.



Mapa: Interreg IV C Secretaría Técnica Conjunta

Las áreas de estudio de este proyecto fueron 7 zonas de montaña:

- La región de Lombardía: comunidad de montaña de Valle Brembana, Italia.
- Provincia de Turín, centrándonos en 3 zonas de montaña: Val Susa y Val Sangone; Val Chiusella, Sacra y Dora Baltea, Italia.
- La Diputación Provincial de Teruel - toda la zona (España).
- El condado de Buskerud: solo en los municipios de montaña (Noruega).
- El condado de Hedmark: solo en los municipios de montaña (Noruega).
- El condado de Dalarna: todo en conjunto (Suecia).
- Macizo Central, Francia.

¿Está la economía de montaña suficientemente diversificada? En caso de que no, ¿debería estarlo?

Estas dos preguntas, junto con los **factores clave que hay que promover para conseguir una economía dinámica en zonas de montaña**, fueron los elementos principales que se debatieron en el seminario. “¿Cómo podemos diversificar la economía en las zonas de montaña?”. Este seminario se organizó dentro del marco de PADIMA los días 28 y 29 de noviembre de 2011, en Le Puy en Velay, Francia.

Las principales conclusiones que se sacaron de los debates del seminario fueron que la **diversificación económica es una solución de éxito para diferentes problemas de la economía en estas zonas como la estacionalidad, la densidad limitada de población para asegurar la rentabilidad de un negocio, las pequeñas empresas, etc.** La diversificación es, a veces, un elemento clave para la supervivencia de las empresas de estas áreas debido a las limitaciones existentes. El ejemplo de utilizar los caballos como fuerza impulsora del asentamiento, la ocupación y la calidad de vida en las zonas de montaña de Hedmark, Noruega, ha demostrado ser un clúster de excelencia en turismo, la cría de animales y la producción de alimentos. Las empresas de artesanía y las granjas diversificaron sus actividades para e 1 turismo y varias tiendas multiuso proporcionan diferentes servicios en un solo lugar (como panadería, verdulería, cafetería, correos, etc.). Las zonas de montaña son regiones líder cuando se trata de proporcionar formación simultánea para una amplia gama de actividades (como los trabajos relacionados con el esquí y la madera en la temporada invernal y la formación relacionada con los guías de montaña y la agricultura para el resto de temporadas) y los habitantes de estas zonas son, en general, personas muy polivalentes.

Mountain areas have a diversified economy both at the level of enterprises and sectors of activities

Desde el punto de vista del **sector de las actividades**, aunque la mayor parte de las empresas de estas zonas trabajan en los sectores tradicionales (agricultura, tratamiento de materias primas, industria y artesanía), **el sector servicios es el principal sector en 4 de las 7 zonas**, en lo que se refiere a número de empleados.

Monique de Wys, dueña de una posada, y **Gérard Barras**, director de una empresa textil, participaron en la mesa redonda final y destacaron que el éxito de la diversificación de una región depende de:

- **La relación entre los diferentes agentes** (autoridades públicas, empresas, agentes de campo y ciudadanos, principalmente)
- **El plan estratégico dentro de la autoridad regional.**

Los representantes de las empresas lamentaron que a menudo no había sinergia entre la política y el apoyo a los agentes de campo o se producía demasiado tarde. **Aquellos emprendedores activos que quieren asentarse en una región o crear un negocio en un momento dado necesitan una política de apoyo justo en ese momento.** Monique de Wys declaró que, como inmigrante, se asentó en la región más reactiva y que ofrecía más apoyo a su idea de negocio, después de haber tenido varias experiencias sin éxito en otros lugares. Además, las instituciones tienen que desempeñar un papel importante **para analizar las prioridades y los retos de una región** y, así, ser capaces de acompañar de forma activa a los recién llegados y a los emprendedores.

Los participantes en el seminario expresaron la necesidad y la demanda del intercambio de las mejores prácticas entre las diferentes regiones presentes, ya que muchos retos son parecidos y en algunas regiones se han implementado ya diferentes medidas que han tenido éxito a la hora de solucionar los problemas.

Los participantes en la conferencia recalcaron que **la oferta de servicios públicos, infraestructuras de transporte y de acceso a una conexión de banda ancha competitiva** es un recurso muy importante para conseguir la diversificación económica en ese campo. La oferta de servicios públicos es problemática especialmente en los países nórdicos, donde la densidad de población y de empresas es baja. **Las conexiones con centros urbanos de tamaño mediano y pequeño, que son esenciales para la diversificación de la economía**, y las cuestiones de accesibilidad fueron nombradas como elementos importantes para el dinamismo demográfico en las zonas de montaña.

Datos interesantes sobre la economía en las zonas estudiadas

Los datos económicos de las 7 áreas estudiadas (tabla 1) muestran que **la estructura socioeconómica de las zonas de montaña está cambiando y las nuevas actividades se están extendiendo**, al menos en esas áreas.

Indicators	Research areas						
	Provincial Government of Teruel (Spain)	3 Mountain Communities of the Prov. of Torino - Piemonte - (Italy)	Buskerud County (Norway)	Hedmark County (Norway)	Dalarna County (Sweden)	Auvergne Region - UCCIMAC - Massif Central (France)	"M.C. of Valle Brembana - ERSAF- Lombardia (Italy)"
Main sector per number of enterprises	agriculture	services	services	services and agriculture	agriculture and services	agriculture, trade and services	other
Main sector per number of employees	services	services and industry	services, industry and trade	services	other and industry	industry, trade and services	industry, services and agriculture
Average size/dimension of enterprises	small	small	small	small	small	small	small
Average age of the entrepreneurs	35-54 y	no data	no data	no data	35-60 y	30-49 y	30-49 y
Presence of railways stations and airports	railways stations	railways stations	railways stations	railways st. + airport	railways st. + airport	railways st. + airport	none
Broadband connection	good	quite good	good	quite good	(no data)	good	quite good
Presence/absence of Research Centers and/or Universities	pres	abs	abs	pres	pres	pres	abs

Tabla 1: principales indicadores económicos de las áreas estudiadas.

Nota: en Dalarna, el sector de la agricultura incluye también la minería y la silvicultura.

Por lo general, las actividades agrícolas son más importantes en estas zonas que en las tierras bajas, sin embargo, solo en tres de nuestras áreas piloto, la agricultura es el sector principal en cuanto al número de empresas. Si tenemos en cuenta el peso del sector en cuanto al número de empleados, la agricultura nunca aparece en primer lugar, siempre se ve superada por los servicios, la industria y el comercio. El **sector servicios en concreto es el único que resulta dominante en cuanto al número de empleados en 4 de las 7 zonas.**

Services is the biggest emerging sector in mountain areas

El **tamaño de las empresas se clasifica como pequeño en todas las zonas** y la mayoría de los emprendedores forma parte de la población adulta (entre 30 y 50 años) mientras que **los jóvenes emprendedores** (menos de 30/35 años, dependiendo del área estudiada) **son escasos** (menos del 10% en el Condado de Dalarna, menos del 7% en Valle Brembana y alrededor del 12% en la región de Auvernia). Solo la Diputación Provincial de Teruel ha indicado un porcentaje de jóvenes emprendedores de alrededor del 44%, pero este número se refiere a la comunidad de Aragón y no solo a la provincia en sí (no hay datos disponibles ni de la provincia ni de las zonas de montaña).

Es cierto que estos resultados se corresponden con el hecho de que generalmente las empresas de servicios son más pequeñas que las grandes empresas industriales, pero esto también confirma que las empresas de artesanía o rurales son a menudo familiares, tradicionales y de pequeño tamaño, lo que puede explicar el bajo atractivo para los jóvenes y los adultos cualificados.

La presencia de centros de investigación y universidades es escasa, lo que supone una carencia ya identificada por los socios en las encuestas realizadas durante el paquete de trabajo nº1 sobre educación y formación. No hay suficientes lugares para acceder a la educación superior y la formación que garantice el desarrollo de capital humano altamente cualificado y difundir competencias y habilidades. De esta forma, los jóvenes deben dejar la zona para recibir la formación que desea y corre el riesgo de encontrar un trabajo apropiado en las tierras bajas o en las ciudades. La presencia de centros de investigación también es una condición previa para que la región sea capaz de ofrecer empleos cualificados. Por último, **la interacción entre las universidades y las empresas es necesaria para fomentar la innovación** y, por eso, es probable que la ausencia de universidades retrase la evolución de las economías de montaña.

Universities are needed both as drivers for economic change and as source of highly qualified employment

La presencia de centros de investigación también es una condición previa para que la región sea capaz de ofrecer empleos cualificados. Por último, **la interacción entre las universidades y las empresas es necesaria para fomentar la innovación** y, por eso, es probable que la ausencia de universidades retrase la evolución de las economías de montaña.

Ejemplos de buenas prácticas de diversificación económica de PADIMA

Éxito de la diversificación y la innovación en las pequeñas y medianas empresas (PYME)

En la economía de las zonas de montaña son las pequeñas empresas las que predominan y muchas de ellas operan en sectores tradicionales. Las estrategias de diversificación pueden enfocarse hacia el suministro de nuevos productos por parte de estas empresas o pueden ampliar sus actividades más allá de su sector tradicional, lo que habría que fomentar.

*Un buen ejemplo es la cooperativa **Ardelaine** de Ardecha, en el Macizo Central. Ardelaine es un ejemplo de éxito en la innovación: en un sector tradicional en declive, como es el tratamiento de la lana, un grupo de trabajadores de una empresa a punto de cerrar se reunieron en una cooperativa para reorganizar la fábrica (1982). Decidieron hacer hincapié en el valor patrimonial de los edificios que habían heredado, en los aspectos tradicionales de la producción de lana, en los nuevos métodos de creación del producto y las técnicas de venta. De este modo, empezaron con las actividades de producción y marketing pero se diversificaron más en el sector cultural (creación y dirección de dos museos locales) y actividades turísticas (apertura de una librería, una cafetería y un restaurante para los visitantes, gerencia de varias tiendas y colaboraciones con el parque natural regional Monts d'Ardèche). Para más información sobre esta iniciativa, por favor consulte la recopilación de buenas prácticas sobre diversificación económica, página 134.*

Como prueba del éxito de esta iniciativa, la buena práctica de ARDELAINÉ se trasladará en el marco de PADIMA a una cooperativa de criadores de ovejas de la provincia de Teruel.

Hay que acompañar a la pareja de la persona que se muda para encontrar un trabajo y crear una empresa.

Gracias a las buenas prácticas de PADIMA, hemos apreciado que se puede hablar de asentamientos exitosos y a largo plazo solo si los dos miembros de una pareja tienen oportunidades profesionales satisfactorias en el área. El trabajo a distancia no siempre es conveniente a largo plazo y las empresas corren el riesgo de perder tiempo y dinero con empleados a corto plazo.

Couples settling in mountain areas often need two jobs. Helping the partner in his/her job search secures a longer stay

*La iniciativa **Womeninnovation** de Buskerud, en Noruega (presentada en la recopilación de buenas prácticas sobre diversificación económica, página 33) ha puesto énfasis en la **creación específica de empresas por parte de mujeres**. La iniciativa implica varios aspectos y consiste en el **desarrollo de competencias, las redes de contactos y en la salida al mercado del producto**. Las "clases" y las actividades de investigación están diseñadas específicamente de acuerdo con los intereses de las mujeres: exploran el **sector del diseño**, los medios sociales, el desarrollo de recursos humanos y permiten ajustes locales a la comunidad para aumentar las posibilidades de éxito. Después del primer año de desarrollo en las zonas de montaña de Buskerud, los indicadores resultantes del programa fueron muy esperanzadores (**20 creaciones de empresa, muy conocidas y "solicitadas" incluso en Oslo**), lo que permitió la continuación del programa.*



Kvinnovasjon (Buskerud). Siw Slevigen, directora del proyecto.



Recomendaciones clave de las políticas para los responsables

Los resultados de la encuesta realizada han dado lugar a un gran número de **recomendaciones de políticas** orientadas a las zonas de montaña para la diversificación económica.

A nivel europeo y nacional, las políticas deberían estar orientadas fundamentalmente a:

- **mejorar las infraestructuras de transporte y los servicios que enlazan las zonas de montaña con las principales carreteras y los principales centros urbanos.** En concreto la red de carreteras rurales y de montaña y los servicios de transporte por carretera pueden ser considerados un **requisito previo** de las recomendaciones de las políticas;
- **mejorar el acceso a la conexión de banda ancha y al uso de las TICs.** De esta forma, por un lado, **los emprendedores existentes y potenciales de las zonas de montaña pueden tener mayor acceso a servicios útiles para desarrollar y mejorar sus empresas diversificadas;** por otro lado, **el trabajo remoto y la creación de nuevas empresas, al utilizar Internet, puede fomentarse significativamente.**
- **permitir financiación pública nacional y regional a empresas de las zonas de montaña,** especialmente en sectores que proporcionan servicios territoriales (bienes comunes y públicos) a la comunidad.



A nivel regional y local, las políticas deberían estar orientadas fundamentalmente a:

- **apoyar económicamente a las empresas de montaña ya existentes** (reteniendo a los emprendedores o empresas que podrían considerar trasladarse fuera de las zonas de montaña, donde se encuentran actualmente), **o a la puesta en marcha de empresas** (atrayendo por tanto a nuevos emprendedores e inversiones potenciales de empresas situadas en otras regiones o en otros países);
- **apoyar a empresas para mejorar la comercialización y la distribución de los bienes producidos localmente.** Es más, las empresas de montaña deberían recibir apoyo no solo económicamente cuando invierten y crean nuevas empresas/productos diversificados, sino también **cuando tienen que comercializar, promocionar y distribuir sus nuevos productos;**
- en relación con la recomendación previa, **apoyar la difusión y la utilización de marcas y etiquetas de calidad para los productos y servicios de las zonas de montaña podría ser una herramienta de marketing muy importante, movilizándolo a las empresas y ayudándolas a disminuir su aislamiento;**
- **apoyar las actividades educativas y de formación dirigidas al lanzamiento y dirección de nuevos negocios/empresas y destinadas a reforzar las habilidades y competencias en las empresas ya existentes,** centrándose en todos los emprendedores y en las mujeres y jóvenes en particular;
- **promover los modelos de gobernabilidad a todos los niveles y la cooperación entre los agentes a nivel territorial** para involucrar a los agentes privados, empezando con las empresas y asociaciones hasta llegar a los ciudadanos, como elementos activos en la **planificación de una estrategia de desarrollo local y de su puesta en marcha;**
- fomentar **una relación equilibrada entre los territorios urbanos y rurales/de montaña** con el fin de conseguir una buena relación territorial y funcional entre ellos;
- **prevenir el declive de los servicios básicos,** tanto públicos (servicios sanitarios, correos, escuelas, etc.) como privados (servicios comerciales básicos) **en los centros urbanos pequeños, en áreas funcionales de las zonas de montaña o en zonas escasamente pobladas;**
- **favorecer el asentamiento de centros de investigación y universitarios** que tengan en cuenta las particularidades de estas áreas (escuelas de agricultura, energía o silvicultura, etc.). La encuesta llevada a cabo en las áreas de estudio muestra que este tipo de instituciones están presentes en solo algunas de las áreas involucradas en el proyecto (Condado de Hedmark en Noruega, la provincial de Teruel en España, la región de Dalarna en Suecia y la de Auvernia, en Francia). Además, se ha reconocido que provocan un impacto positivo en la demografía local de la zona.

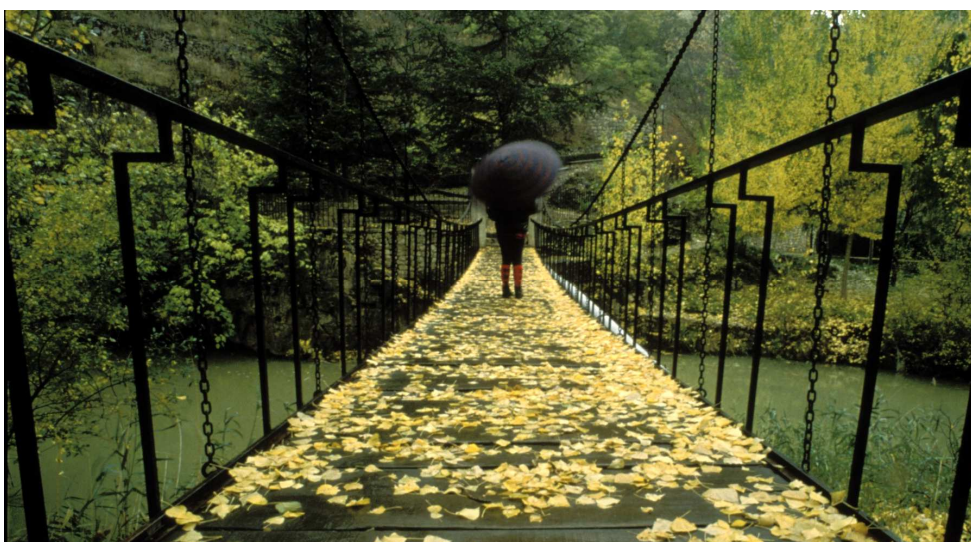
Conclusiones

Entre las 29 prácticas identificadas por los socios en el capítulo de diversificación económica, observamos que **más del 50% provocaba o provoca actualmente efectos positivos en la puesta en marcha de nuevas empresas, más del 30% influye sobre la oferta local de nuevos trabajos y todas las iniciativas mejoran o crean redes de contactos locales eficaces.**

Esto confirma la demanda de agentes a nivel local y regional para fomentar el intercambio de buenas prácticas. Dentro de PADIMA, cada socio ha decidido poner en marcha al menos una buena práctica identificada dentro del proyecto.

En cuanto a las políticas, las encuestas realizadas durante el proyecto muestran que la **puesta en marcha de políticas locales de éxito requiere al menos estos elementos:**

- **Fuerte implicación de los agentes locales, ya sean públicos o privados** (socios públicos/privados);
- **Fuerte coherencia con las políticas existentes a nivel local y supralocal** (las estrategias integradas tienen más fuerza que las iniciativas individuales);
- **Un enfoque e integración multisectorial es esencial** (enlace con las políticas sobre educación y marketing territorial, paquetes de trabajo 1 y 2);
- **Enfoque ascendente** (con las necesidades locales en primer lugar);
- **Buena gobernabilidad del proceso completo de la puesta en marcha de políticas** y de la creación de herramientas, prestándole especial atención a las necesidades de los agentes de las empresas (**las medidas de apoyo adecuadas en el momento adecuado**);
- **Construcción o mejora de las redes ya existentes** entre los diferentes agentes locales, interregionales y transnacionales (por ejemplo: el Proyecto Verde en el Condado de Dalarna, para más información consulte la recopilación de buenas prácticas sobre diversificación económica, página 30);
- **Centrarse en la gente joven y las mujeres**, ya que son los menos explotados y a menudo la parte del capital humano más brillante disponible en las zonas de montaña;
- A través de la creación de trabajo y la diversificación, **tener un gran impacto en el empleo**, no solo un impacto relevante en cuanto al rendimiento económico;
- **Intentar reducir la estacionalidad**, típica de la mayoría de las principales actividades económicas tradicionales de las zonas de montaña, tales como el turismo, al aumentar la concienciación de los agentes sobre las ventajas de la diversificación y proporcionar formación y apoyo a las actividades de diversificación.
- **Encontrar soluciones a las dificultades a la hora de traspasar las empresas a las nuevas generaciones**, algo problemático en zonas de montaña debido al tamaño pequeño de las empresas.



Novedades de la UE: herramientas futuras para fomentar el emprendedurismo

Actualmente se está reflexionando mucho sobre ese aspecto, que está considerado como fundamental para fomentar la economía europea en el contexto de la crisis económica. Por este motivo, esperamos encontrar muchas iniciativas a nivel europeo. Un buen ejemplo de ello es el Programa para la Competitividad de las Empresas y para las PYME (COSME), que durará de 2014 hasta 2020 y tendrá un presupuesto previsto de 2.500 millones de euros (cifras que deben debatirse en el Parlamento Europeo y el Consejo, quienes deben estar de acuerdo para aprobarlo; COSME debería empezar el 1 de enero de 2014). Dentro de este programa, habrá muchas oportunidades que podrán ser interesantes para los empresarios/as de las zonas de montaña.

Este programa está destinado a:

- Facilitar el acceso a la financiación de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME).
- Crear un entorno favorable para la creación de empresas y su crecimiento.
- Ayudar a las pequeñas empresas a operar fuera de sus países de origen y mejorar su acceso a los mercados.



Los principales beneficiarios deberían ser ya emprendedores (de pequeñas empresas en concreto), a los que se les facilitará el acceso a financiación para el desarrollo, la consolidación y el crecimiento de sus empresas, así como **futuros emprendedores** (incluyendo jóvenes), a los que se apoyará a la hora de crear su propia empresa. **Las instituciones regionales y nacionales** también serán nuestro objetivo con el fin de simplificar las cargas administrativas en la creación de empresas y de herramientas para reformar la política de forma efectiva. Animamos a las autoridades regionales a que se informen y se decidan a formar parte de este proyecto.

Para más información, visite: http://ec.europa.eu/cip/cosme/index_en.htm

Próximos eventos de PADIMA

Actividades en curso: **Difusión y comunicación del informe final del WP4:** herramientas para evaluar el riesgo de despoblación de una región y para atraer a:

- Jóvenes,
- Personas en edad de trabajar,
- Y jubilados a las zonas de montaña..

Actividad en curso: **transferencia de las buenas prácticas de PADIMA para luchar contra la despoblación**, realizado por cada socio.

18-21 de septiembre de 2012, en San Pellegrino, Italia: sesiones de formación para agentes técnicos que trabajen con empresas de las zonas de montaña. (elementos sobre producción alimenticia, actividades industriales y turísticas en las zonas de montaña).

2-4 de octubre de 2012, Chambéry, Francia: “La juventud en la cima: iel camino hacia el futuro de las montañas!”, presentación de los resultados y herramientas de PADIMA.

Para más información, visite: www.padima.org

Equipo editorial: Ancuta Pasca, Euromontana

Con la colaboración de: Alexia Rouby, Euromontana

Diseño y maquetación: Emmanuelle Picaud, Euromontana

Los socios del proyecto son:



