



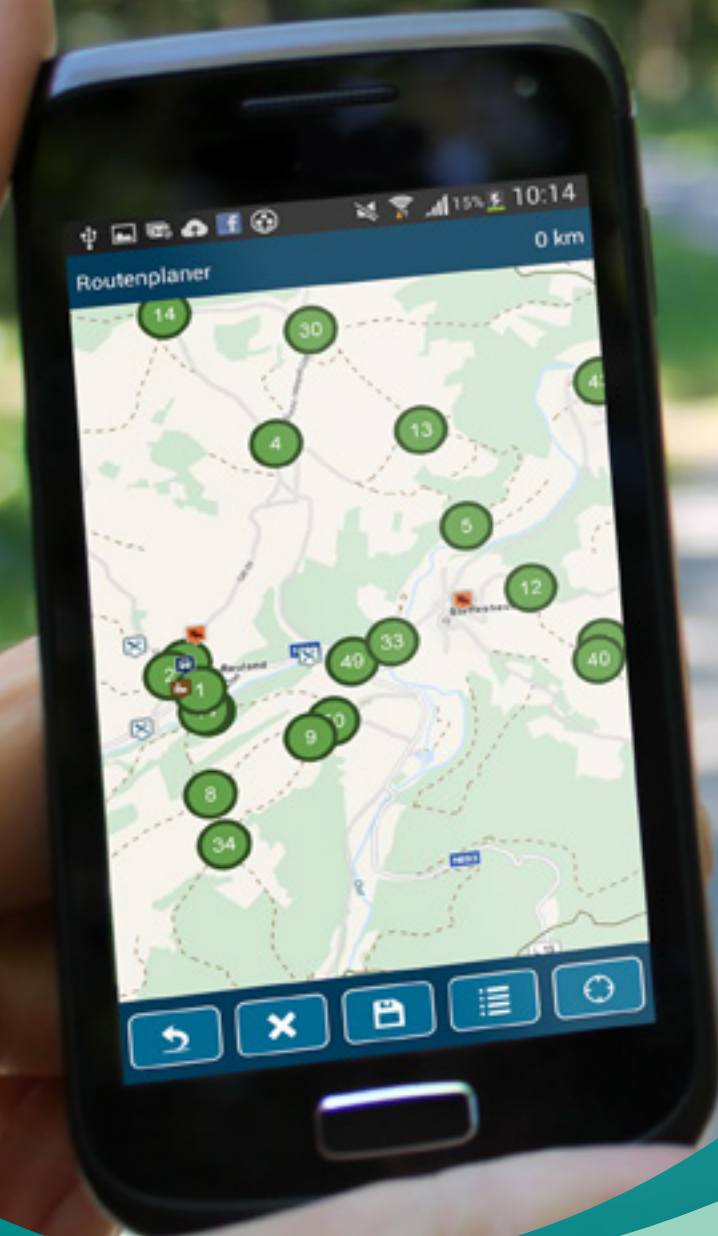
European Network for
Rural Development

ES

FOLLETO DE EJEMPLOS DE PROYECTOS

Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural

ZONAS RURALES INTELIGENTES Y COMPETITIVAS



<https://enrd.ec.europa.eu>

Financiado por la



Red Europea de Desarrollo Rural

La Red Europea de Desarrollo Rural (REDR) es el eje de conexión de las partes interesadas del desarrollo rural de toda la Unión Europea (UE). Esta red contribuye a la ejecución eficaz de los programas de desarrollo rural (PDR) de los Estados miembros, mediante la generación y el intercambio de conocimientos, así como facilitando el intercambio de información y la cooperación entre la Europa rural.

Cada Estado miembro ha creado su propia red rural nacional (RRN) en la que se integran las organizaciones y administraciones que participan en el desarrollo rural. A escala de la UE, la REDR respalda la interconexión de estas redes rurales nacionales, administraciones nacionales y organizaciones europeas.

Para más información, visite el sitio web de la REDR (<https://enrd.ec.europa.eu>)

Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader)

El folleto de ejemplos de proyectos del Feader forma parte de una serie de publicaciones impulsadas en el marco de este Fondo para fomentar el intercambio de información. En cada edición del folleto se presentan diferentes tipos de proyectos de desarrollo rural cofinanciados con cargo al Feader.

Las últimas ediciones del folleto de ejemplos de proyectos Feader se pueden descargar desde la sección «Publicaciones» del sitio web de la REDR ⁽¹⁾. En el repertorio de buenas prácticas y proyectos de la REDR ⁽²⁾ se encuentran muchos ejemplos adicionales de ayuda con cargo al Feader para financiar iniciativas de desarrollo rural.

⁽¹⁾ <https://enrd.ec.europa.eu/es/publications-and-media>

⁽²⁾ <https://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/projects-practice>

Europe Direct es un servicio que le ayudará a encontrar respuestas a sus preguntas sobre la Unión Europea

**Número de teléfono gratuito (*):
00 800 6 7 8 9 10 11**

(*): Tanto la información como la mayoría de las llamadas (excepto desde algunos operadores, cabinas u hoteles) son gratuitas.

Director editorial: Matthias Langemeyer, jefe de Unidad en funciones, Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural de la Comisión Europea. El texto manuscrito se ultimó en abril de 2016. El texto en inglés es la versión original.

Más información sobre la Unión Europea, en el servidor Europa de internet (<http://europa.eu>).

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2016

ISBN 978-92-79-57868-7 – doi:10.2762/74772 (versión impresa)

ISBN 978-92-79-57866-3 – doi:10.2762/61743 (versión en línea)

© Unión Europea, 2016

Reproducción autorizada, con indicación de la fuente bibliográfica.

El contenido de esta publicación no expresa necesariamente las opiniones de las instituciones de la Unión Europea. Los textos de la presente publicación tienen exclusivamente fines informativos y no son jurídicamente vinculantes.

Impreso en papel reciclado que ha obtenido la etiqueta ecológica europea para papel gráfico (<http://ec.europa.eu/ecolabel/>)

También puede solicitar su ejemplar impreso gratuito a través del sitio web de EU Bookshop: <http://bookshop.europa.eu>

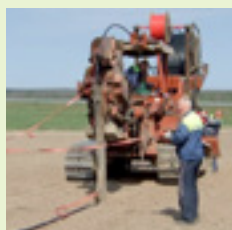
Reconocimientos

Autores: Ed Thorpe; David Lamb; Veneta Paneva; Jon Eldridge; Frieda Klotz; Ilze Raath

Maquetación: Benoit Goossens

Fotografía de la portada © GO Eastbelgium

Índice

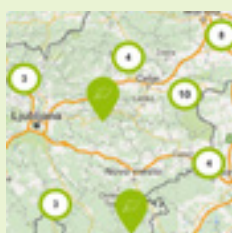


1. Banda ancha en las zonas rurales

Página 4

Creación de redes de municipios rurales en Suecia gestionada por la comunidad

Ampliación de las redes de fibra óptica a las zonas rurales de Lituania



2. Acceso digital al mercado

Página 8

Colaboración para desarrollar mercados ecológicos en Eslovenia

«Pays Gourmand»: iniciativa que promueve los restaurantes franceses

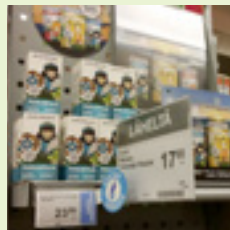


3. Modernización de las explotaciones agrarias

Página 12

Las tecnologías de los sensores permiten realizar un control remoto de las poblaciones apícolas en España

Queso Kedar: producción con valor añadido gracias a la modernización de las explotaciones agrarias

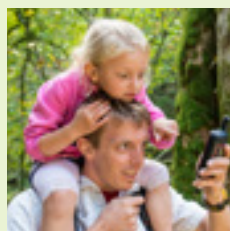


4. Evolución del mercado

Página 16

Acceso al mercado de alimentos públicos en Eslovenia

Superalimentos galardonados del Ártico finlandés



5. Diversificación rural

Página 20

Adherirse a la oferta local para atraer a los turistas a la Bulgaria rural

Promover el turismo rural en el Eifel belga con herramientas de senderismo inteligentes



6. Comunidades sostenibles

Página 24

Soluciones basadas en los residentes sustentan las comunidades rurales en Alemania y Austria

Un servicio local de autobuses bajo demanda conecta a los residentes de las zonas rurales de Gales



Introducción

Esta edición del folleto de ejemplos de proyectos Feader se centra en el tema «Zonas rurales inteligentes y competitivas». Pretende servir de inspiración para tratar una serie de temas de suma importancia para las zonas rurales de hoy en día, entre otros, la conectividad, la aportación de valor, la evolución de los mercados, la modernización y la diversificación.

Los términos «inteligente y competitivo» en este contexto hacen referencia a la elaboración de estrategias y la creación de herramientas para diferentes tipos de zonas rurales, a fin de favorecer su competitividad económica, pero preservando siempre la cohesión social y los recursos naturales de estas regiones. Esto no solo es importante para las propias zonas rurales, sino también para maximizar la contribución de estas regiones al resto de la economía y al conjunto de la sociedad.

Los proyectos presentados en esta publicación pretenden tratar algunos de los posibles enfoques orientados a promover el desarrollo de zonas rurales inteligentes y competitivas, ya sea en la mejora de la conectividad, el perfilado de los modelos de negocio existentes o la diversificación en nuevos productos o sectores de actividad.

En ellos se hace hincapié en el amplio potencial de utilización de nuevas tecnologías para ofrecer servicios más rápidos y convenientes. En concreto, las tecnologías de la información y la comunicación pueden permitir que las empresas rurales se acerquen más a los consumidores y que las comunidades estén más próximas de los servicios que necesitan, incluso en algunas de las zonas rurales más remotas.

Los ejemplos también demuestran el potencial de los enfoques «inteligentes» no tecnológicos, que suelen basarse en la colaboración y en nuevos métodos de trabajo, así como de los estrechos vínculos entre las explotaciones agrarias y otras actividades económicas rurales.

Seis temas relacionados con las zonas rurales inteligentes y competitivas:

Este folleto se divide en seis secciones, en las que se abordan algunas de las principales áreas de oportunidad que se presentan en los programas de desarrollo rural cuyo propósito es promover las «zonas rurales inteligentes y competitivas»:

1. Banda ancha en las zonas rurales

Las conexiones rápidas de banda ancha revisten cada vez mayor importancia para que las zonas rurales puedan competir y prosperar en la economía moderna. Los enfoques inteligentes en el desarrollo rural deben centrarse en respaldar la prestación de tales servicios en zonas rurales aisladas.

2. Acceso digital al mercado

Las tecnologías digitales pueden facilitar el acceso de las empresas rurales a mercados nuevos y más amplios. Los proyectos financiados con cargo al Feader pueden ayudar a los distribuidores y productores locales a crear sitios web, promoverse en redes sociales y utilizar aplicaciones para teléfonos inteligentes, para que puedan acceder directamente a los consumidores y para brindarles la posibilidad de aumentar tanto las ventas como los márgenes de beneficio.



3. Modernización de las explotaciones agrarias

La modernización de las prácticas y los equipos en las explotaciones agrarias puede ser fundamental para garantizar la competitividad de estas explotaciones en Europa. A tal efecto, puede resultar necesario introducir tecnologías avanzadas e innovaciones a pequeña escala, aptas para pequeños y grandes productores rurales.

4. Evolución del mercado

A fin de impulsar la competitividad de los productores europeos, es fundamental estudiar también los métodos para facilitar el acceso a los mercados. Las ayudas con cargo al Feader pueden servir para ayudar a los productores a sortear los obstáculos para acceder a los mercados existentes o a diseñar productos nuevos o de más valor para ampliar o crear mercados.

5. Diversificación rural

En la adopción de enfoques inteligentes con respecto al desarrollo rural es necesario reflexionar sobre el amplio abanico de (posibles) actividades económicas rurales, más allá de las líneas fundamentales de la producción agrícola y silvícola. La diversificación puede conllevar que los productores rurales amplíen sus actividades a nuevas regiones u otras formas de emprendimiento rural, muchas de las cuales aún están relacionadas con la agricultura y la silvicultura.

6. Comunidades sostenibles

Los enfoques inteligentes en el desarrollo rural necesitan garantizar que las comunidades rurales son lugares bellos y atractivos para vivir y trabajar. Asimismo, garantizar la prestación de servicios rurales sostenibles —como centros educativos y tiendas— y la creación de empleo puede crear ciclos positivos de desarrollo rural a escala local.

Cada sección de esta publicación empieza con una descripción de una página de cada subtema y de los posibles enfoques para conseguir «zonas rurales inteligentes y competitivas». A continuación se exponen dos estudios de casos breves de los proyectos financiados con cargo al Feader, que van acompañados de una ilustración del tema y de buenas prácticas específicas en dicho ámbito.

Esperamos que este folleto contribuya a aumentar la sensibilización sobre algunos de los problemas a los que se enfrentan hoy en día las zonas rurales y a encontrar las diversas soluciones posibles que se pueden promover en el marco de los programas de desarrollo rural.

Confiamos en que los ejemplos sirvan de inspiración para iniciativas afines, con base en las prácticas y los enfoques presentados. El punto de contacto de la REDR continúa interesado en conocer los enfoques nuevos e innovadores de los que se debatirá en la red.

El equipo de contacto de la Red Europea de Desarrollo Rural

1. Banda ancha en las zonas rurales

Las conexiones rápidas de banda ancha revisten cada vez mayor importancia para que las zonas rurales puedan competir y prosperar en la economía moderna. Los enfoques inteligentes en el desarrollo rural deben centrarse en respaldar la prestación de tales servicios en zonas rurales aisladas.

Las conexiones rápidas de banda ancha pueden ofrecer a los particulares y las empresas de zonas rurales un acceso bastante amplio a información, servicios, proveedores, mercados y otras oportunidades de las que no pueden disfrutar sin conexión (véase la sección 2). Estos aspectos pueden marcar cada vez más la diferencia entre tener un negocio viable o cerrarlo.

La banda ancha fija actualmente se encuentra disponible en el 97 % de los hogares de la UE, pero solo en torno a un 25 % de las viviendas rurales tienen conexión a banda ancha de alta velocidad.

No obstante, muchas comunidades rurales pequeñas y más aisladas encuentran obstáculos en el mercado para acceder a la banda ancha, por el mero hecho de que las empresas privadas no quieren realizar la inversión necesaria para conectar estas zonas a la infraestructura existente.

En la política en vigor de la UE es fundamental satisfacer la necesidad de que las zonas rurales se beneficien de la conexión más rápida posible. Se le da prioridad en la aplicación del paquete del mercado único en línea de la UE ⁽¹⁾, una de las prioridades de la Comisión Europea para 2014-2020.

Banda ancha por cable

Un enfoque consiste en conectar las zonas rurales con la red principal por cable. Las conexiones a través de las líneas telefónicas existentes no son suficientes para ofrecer un acceso ultrarrápido. Por tanto, las soluciones por cable ultrarrápidas precisan del tendido de nuevos cables entre la infraestructura existente de banda ancha y la zona rural periférica.

La financiación del Feader puede aportar un valor particular en este sentido, porque beneficia a las zonas en las que las empresas no están dispuestas a realizar la inversión necesaria y, además, permite aprovechar la infraestructura nacional o regional existente.

En el estudio de casos de la página siguiente se presenta un proyecto ejecutado en Lituania que recurrió a los fondos del Feader para ampliar a comunidades rurales objetivo un ambicioso programa de cableado de banda ancha de ámbito nacional ya en curso.

⁽¹⁾ <http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market>

Si bien algunos enfoques se centrarán en ampliar la infraestructura de banda ancha a las zonas rurales, otros se impulsan más a nivel de las comunidades. Parten del ámbito local y se centran en cómo ayudar a las comunidades rurales para que puedan tener acceso a la red existente y a los proveedores privados de internet.

Véanse las páginas siguientes para obtener información detallada de un proyecto ejecutado en Suecia con el fin de promover la participación de la comunidad en la creación de «redes de municipios» y atraer a las empresas privadas para que se enganchen a ellas.

Banda ancha inalámbrica

En muchas zonas rurales, conocer las características y necesidades locales supondría apostar por las tecnologías inalámbricas, en lugar de por la conexión por cable. Estas soluciones se basan en la instalación de antenas para permitir la transmisión de banda ancha inalámbrica a un receptor instalado en la zona rural.

La señal puede ser ultrarrápida siempre que haya una visibilidad directa clara entre las antenas. El receptor suele colocarse en un edificio destacado de la comunidad rural, como una escuela.

Aunque no recibe financiación con cargo al Feader, el proyecto de Mull of Kintyre (Escocia) ⁽²⁾ adoptó este enfoque para transmitir la banda ancha rápida a través del agua a una comunidad insular pequeña. Se utilizó una tecnología afín en el ambicioso proyecto español «Guifi» ⁽³⁾, que actualmente se considera la red inalámbrica más grande del mundo, con 27 000 usuarios.

⁽²⁾ www.tegola.org.uk

⁽³⁾ <https://guifi.net/es>



Creación de redes de municipios rurales en Suecia gestionada por la comunidad

El proyecto «Fibre to the Village» de Suecia estimula a las comunidades a establecer sus propias redes de internet en los municipios. Gracias a ello, a los proveedores de servicios de internet les resulta económicamente viable engancharse y abastecer estas redes locales, lo que permite sortear uno de los principales obstáculos para acceder a los servicios de aprovisionamiento de banda ancha rural.

Uno de los principales logros del proyecto consistió en demostrar la gran importancia que reviste la participación de la comunidad para poder sortear los obstáculos para acceder al mercado de la banda ancha rural. Las comunidades locales, las autoridades locales y los proveedores de servicios de internet privados fueron más conscientes de los enfoques locales viables para ofrecer banda ancha rural rápida y fiable.

«Todos los participantes querían hacer este trabajo, es decir, residentes ordinarios, administradores públicos, grupos de interés o el sector privado; resultó evidente que la mayoría desconocía el abanico de posibilidades y soluciones que ofrece este tipo de colaboración gestionada por la comunidad en las zonas rurales».

Camilla Jönsson
Asociación sueca de red urbana

Determinar las necesidades de la comunidad

Las asociaciones locales de municipios de Suecia empezaron este trabajo para tener acceso propio a internet de banda ancha en las zonas rurales. Recurrieron a la junta provincial para obtener ayuda del Feader para adoptar el enfoque gestionado por la comunidad para conectarse a la red de

banda ancha existente del país. Contrataron a la consultoría privada Ekot Konsult para la ejecución del proyecto.

El proyecto empezó por la colaboración con las comunidades locales para identificar los desafíos y las necesidades en cuanto al acceso a internet. Organizó cuatro seminarios sobre el estudio piloto para reunir a las partes interesadas en las zonas rurales con el propósito de analizar estas cuestiones.

Uno de los principales resultados fue la identificación de «manchas blancas» de internet rural —las comunidades rurales constituían el mercado privado que no ofrecía acceso a internet de banda ancha y donde era poco probable hacerlo en los próximos cinco años—. El proyecto entonces orientó la intervención a ayudar a las zonas rurales en las que el mercado privado no ofrece una solución para invertir en infraestructura de banda ancha.

Estimular la participación de la comunidad

Tras este ejercicio inicial de exploración, los socios del proyecto —como la organización nacional de agricultores y la red urbana sueca— elaboraron documentos informativos y una orientación práctica sobre cómo las comunidades locales pueden construir sus propias redes municipales.



© Fibre to the Village

Gracias a la participación efectiva de la comunidad, fue posible sortear los obstáculos de acceso a la banda ancha rural en el pequeño municipio rural de Hedemora.

© Fibre to the Village



Muchas comunidades evitaron algunos de los costes financieros gracias al voluntariado para hacer el trabajo manual ellas mismas.

Estos materiales se utilizaron en una serie de seminarios locales para catalizar la participación de la comunidad para ofrecer redes de banda ancha en los municipios rurales. En estos eventos, que se celebraron en locales de la comunidad y en otros edificios locales del país, se explicó cómo construir redes en los municipios rurales y cómo financiarlas. Estos seminarios contaron con diferentes tasas de participación en la comunidad, entre 25 y 150 asistentes.

«Celebramos más de 50 seminarios locales del norte al sur de Suecia. Los trece primeros se financiaron con cargo al Feader, y el resto, con cargo a la agencia de correos y telecomunicaciones de Suecia.»

Lars Hedberg
Jefe de proyecto, Ekot Consult

Conclusiones y resultados

Los resultados de estos «seminarios inspiradores» resultaron muy favorables. Gracias a la colaboración y el diálogo, este proyecto logró movilizar tanto a los residentes del municipio como a las autoridades locales para aprovechar el potencial de su oferta de soluciones prácticas de acceso a banda ancha rural. También brindaron la oportunidad de mantener conversaciones con los proveedores de servicios de internet.

Varios municipios y empresas de prestación de servicios de red programaron inmediatamente la expansión de la red de banda ancha a sus regiones. Uno de los beneficios importantes del enfoque basado en la «participación de la comunidad» es que los residentes locales conocen mejor las condiciones de los municipios que cualquier otra persona, lo que facilita mucho más llegar a un acuerdo sobre las intervenciones para instalar la infraestructura en terrenos privados.

«El proyecto permitió a los participantes de las zonas rurales acceder a conexiones de fibra en lugar de inalámbricas. Las obras empezaron en 2009. Hoy en día, en torno a 1 500 municipios ya han construido o están construyendo sus propias redes de banda ancha.»

Lars Hedberg
Jefe de proyecto, Ekot Consult

Denominación del proyecto	Fibre to the Village
Tipo de beneficiario	Asociaciones locales
Período	2009-2010
Financiación del proyecto	Coste total: 53 810 euros Contribución del Feader: 42 250 euros Contribución local: 11 560 euros
Información complementaria	http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp_view/en/view_project_3200_en.html
Contacto	lars.hedberg@ekotkonsult.se

Ampliación de las redes de fibra óptica a las zonas rurales de Lituania

El proyecto «PRIP» amplió un ambicioso programa de infraestructuras de banda ancha nacional ya en curso a comunidades rurales más aisladas en Lituania. La iniciativa demostró cómo los fondos específicos del Feader pueden destinarse a programas más amplios para marcar la diferencia en las zonas rurales.

PRIP se desarrolla satisfactoriamente a partir de una obra anterior financiada con cargo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), en cuyo contexto se instaló una red integral de banda ancha por cable en toda Lituania. Con las obras financiadas con cargo al Feader se instaló cable de fibra óptica adicional para conectar los centros de actividades rurales con la red de cable principal.



El proyecto «PRIP» amplió la red de cable de banda ancha nacional a comunidades rurales específicas en Lituania.

© Plačialuostis internetas

Una ambiciosa estrategia a largo plazo en Lituania

En 2005 ya existían notables diferencias en el acceso a internet de banda ancha en toda Lituania. Solo el 2 % de los municipios con menos de 3 000 habitantes tenían acceso a banda ancha, y solo el 4,9 % de los hogares rurales tenían conexión.

No obstante, hoy en día, Lituania es un muy buen ejemplo de prestación de servicios de internet de banda ancha de alta velocidad a través de cables de fibra óptica. El país destaca como líder en la UE y se posiciona entre los diez primeros puestos del mundo en términos de penetración de banda ancha de fibra óptica.

Esto se debe en gran medida a la ambiciosa iniciativa de la red de banda ancha para tecnologías de la información en zonas rurales (RAIN, por sus siglas en inglés) lanzada en 2005 y financiada con cargo al FEDER. La iniciativa se ejecutó en dos fases para instalar una «red troncal de fibra» de banda ancha por todo el país.

«La península al otro lado de la laguna Kronian nos planteó el reto de ingeniería más interesante —en principio preveíamos tirar un cable aéreo y anclarlo en la isla de la laguna—, aunque planteó un problema de seguridad debido a las reservas de gas. Llevar la red a la península se convirtió en la perforación submarina más importante que se ha realizado en los Estados bálticos.»

Gediminas Šečkus

Coordinador del proyecto, RAIN

La infraestructura de red es propiedad del Estado, pero de la gestión se encarga la empresa pública «Placiajuostis internetas». Todos los proveedores de servicios de internet pueden usar esta infraestructura nacional en igualdad de condiciones para prestar sus propios servicios en el mercado privado. Los usuarios finales tienen la libertad de elegir los minoristas, los servicios y las últimas tecnologías en función de sus necesidades.

	RAIN	RAIN-2	PRIP
Período de ejecución	2005-2008	2009-2015	2014-2015
Tendido de cables de fibra óptica	3 357 km	5 775 km	485 km
Número de puntos de acceso	935	2 789	426
Número de residentes beneficiados	~ 300 000	~ 700 000	~ 100 000

Uso del Feader para llegar a zonas más aisladas

Se esperaba que los pequeños operadores utilizaran la red RAIN para ofrecer servicios de «línea local» a las comunidades y empresas rurales, así como establecer una conexión entre los distintos municipios. No obstante, se identificó esta necesidad con el objetivo de que se realicen más inversiones públicas en beneficio de las comunidades rurales de difícil acceso en las que los proveedores privados tenían pocas probabilidades de ofrecer la solución.

Desde 2014, el proyecto PRIP, financiado con cargo al Feader, se ha basado en los resultados de RAIN-2, en particular con el fin de ampliar la red de fibra óptica a comunidades rurales específicas. Con este proyecto se tendieron 485 km de cable de fibra óptica adicional para conectar zonas rurales aisladas con la «red troncal» de banda ancha del país.

«Instamos a los operadores de banda ancha a que inviertan en las comunidades rurales. La creación de esta red óptica adicional en el marco del proyecto PRIP ha reducido los costes de las inversiones para los operadores comerciales y les ha servido como incentivo tanto para acceder a servicios de banda ancha de calidad en las zonas rurales como para prestarlos.»

Gytis Liaugminas

Director, Placiajuostis internetas

En el marco del proyecto se establecieron 426 puntos de acceso adicionales en edificios rurales destacados dentro de estas comunidades, como explotaciones agrarias y agencias turísticas rurales. A partir de ahí, las comunidades pueden desarrollar las soluciones locales más apropiadas para aprovechar estos puntos de acceso, ya sea mediante tecnologías con cable o inalámbricas.

Si bien el alcance del proyecto PRIP es menos amplio que el de RAIN, su enfoque concreto en zonas rurales de difícil acceso ha repercutido significativamente en la expansión del acceso de banda ancha rural. En 2015, el porcentaje de hogares de zonas rurales con acceso a internet de banda ancha ha aumentado a un 58,4 % (se ha multiplicado por doce desde 2005).

«Nuestro ejemplo ha servido de inspiración para otros; de hecho, hemos estado en contacto con muchos países de la UE y terceros países. Actualmente se está construyendo la infraestructura de banda ancha de Georgia conforme al modelo lituano.»

Gediminas Šečkus

Coordinador del proyecto, RAIN

Denominación del proyecto	PRIP — Desarrollo de infraestructuras de conexión de banda ancha en zonas rurales
Tipo de beneficiario	Empresa pública: Placiajuostis internetas
Período	2011-2012
Financiación del proyecto	5 millones de euros financiados con cargo al Feader (85 % del total — 15 % de financiación pública nacional)
Información complementaria	www.placiajuostis.lt
Contacto	v.tvaronavicius@placiajuostis.lt

2. Acceso digital al mercado

Las tecnologías digitales pueden facilitar el acceso de las empresas rurales a mercados nuevos y más amplios. Los proyectos financiados con cargo al Feader pueden ayudar a los distribuidores y productores a adoptar tales enfoques para poder llegar directamente a los consumidores, para aumentar tanto las ventas como los márgenes de beneficio.

Entre las herramientas digitales concretas que resultan útiles para las empresas rurales destacan **los sitios web, las redes sociales y las aplicaciones para teléfonos inteligentes**. El software y las aplicaciones han evolucionado hasta tal punto que los desafíos que antes resultaban difíciles, como el diseño web o la gestión de pagos en línea, ahora pueden afrontarse con un software intuitivo, disponible hasta para los negocios más pequeños.

Sitios web

Uno de los enfoques más comunes para mejorar el acceso digital a los mercados consiste en aplicar **actividades de promoción y marketing a través de internet**. Casi todos los tipos de empresas rurales pueden beneficiarse de la opción de anunciar y promocionar sus productos o servicios en línea.

Otra posibilidad particularmente interesante que los productores tienen a su disposición es usar las herramientas digitales para permitir la **venta directa** a consumidores (potenciales), sin necesidad de depender de las cadenas de suministro tradicionales. Esto ofrece el potencial de aumentar los márgenes de beneficio y de acceder a un mercado mucho más amplio, incluso a escala internacional.

Los productores rurales normalmente necesitan crear un sitio web propio para promocionar y vender sus productos. No obstante, un enfoque atractivo consiste en colaborar con otros para desarrollar **plataformas comunes** donde promocionar los negocios locales. Este fue el enfoque que adoptó, por ejemplo, el proyecto «PROVE» en Portugal, que englobaba un sistema en línea para realizar pedidos a productores locales ⁽¹⁾.

Estos enfoques pueden formar parte de estrategias destinadas a promocionar una región o un sector en general y tienen mayor potencial para una promoción más amplia, por ejemplo, a través de las oficinas de turismo locales.

Véanse las páginas siguientes para obtener información detallada sobre una iniciativa financiada en el marco de Leader, cuyo propósito consiste en promocionar restaurantes del sur de Francia a través de una plataforma web compartida en la que también se anuncian los productores y distribuidores locales.

⁽¹⁾ www.prove.com.pt

Aparte de los enfoques anteriores basados en un modelo de mercado dirigido al consumidor final (B2C), en los contextos **interempresariales** (B2B) también se usan sitios web y plataformas web. Como ejemplos destacados se incluyen los distribuidores mayoristas y los consumidores del sector público, como las escuelas y los hospitales. Pueden servir para expandir mercados, realizar transacciones con más eficacia y facilitar la optimización de sistemas de entrega adaptados a la demanda concreta.

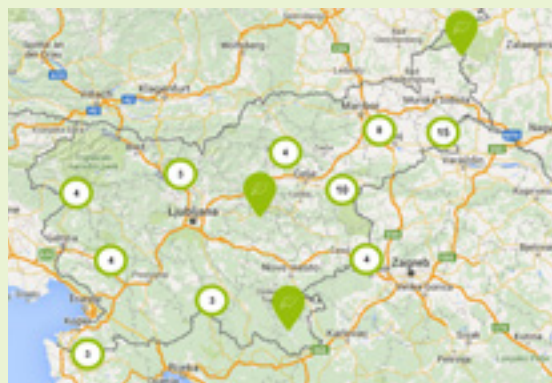
Aplicaciones y redes sociales

Uno de los ámbitos que más rápida expansión han experimentado en los últimos años ha sido el auge de las **redes sociales**, que permiten que incluso los negocios más pequeños puedan conectar directamente con clientes (potenciales) gracias a la utilización de diferentes herramientas de fácil acceso, como Facebook, Twitter e Instagram.

También se pueden utilizar las **aplicaciones para teléfonos inteligentes** que aplican la tecnología GPS para que tanto los vecinos del municipio como los visitantes puedan encontrar a productores rurales que vendan sus productos en sus proximidades. Este fue el enfoque que, por ejemplo, Austria adoptó en su proyecto «Goodies from the Farm» ⁽²⁾. Algunos de los enfoques más inteligentes engloban una combinación de estas herramientas digitales.

En el estudio de caso presentado en la página siguiente se explica cómo se unieron las explotaciones agrarias ecológicas en Eslovenia para crear un portal web y una aplicación para teléfonos inteligentes, con miras a que los consumidores pudieran encontrar explotaciones agrarias y productos en sus alrededores.

⁽²⁾ www.gutesvombauernhof.at/index.php?id=3



Colaboración para desarrollar mercados ecológicos en Eslovenia

En el marco de un proyecto ejecutado en el nordeste de Eslovenia, un grupo de productores de agricultura ecológica certificados se reunieron para respaldar e impulsar las relaciones directas con los consumidores y promover la presencia de la producción ecológica en los mercados locales. Entre los instrumentos promocionales desarrollados destacaron un portal web interactivo y una aplicación móvil a través de los cuales las explotaciones agrarias ecológicas pueden promover sus productos.

A la cooperativa EKO-podeželje, constituida en 2011, se asociaron dieciséis productores de diferentes sectores de producción ecológica del nordeste de Eslovenia. Pretendían colaborar para sortear los obstáculos para acceder al mercado, como los costes más elevados de los alimentos ecológicos.

«Pueden surgir sinergias allí donde exista confianza mutua y si todos los miembros transmiten el mismo mensaje.»

Silvo Pozdrec

Director, Cooperativa EKO-podeželje

La cooperativa obtuvo fondos con cargo al Feader con miras a aumentar la sensibilización sobre la producción ecológica y aumentar su capacidad de vender directamente a los consumidores con el uso de las nuevas tecnologías.

Promover el acceso directo a los consumidores

En el marco del proyecto, se creó el portal web interactivo www.ekoportalsi.si para que los productores de agricultura ecológica pudieran establecer un contacto directo con los consumidores potenciales. Este portal brinda a los consumidores una oportunidad para buscar productos ecológicos en Eslovenia, tanto por tipo de producto como por ubicación.

Los consumidores pueden buscar entre catorce categorías de productos, entre otras, miel y otros productos apícolas, hierbas, frutas, verduras, semillas, leche, queso, huevos y carne. También revisten importancia en este caso las empresas dedicadas al agroturismo ubicadas en explotaciones de agricultura ecológica, como las granjas ecológicas.

El sistema en línea proporciona resultados marcados en un mapa interactivo de Eslovenia. Los consumidores pueden hacer clic en cada explotación agraria para leer una breve presentación y acceder a información más minuciosa, como la ubicación, los productos ofrecidos, la fecha de certificación ecológica, la información de contacto y las fotografías. También se destacan otras explotaciones agrarias de la zona.

«El proyecto definitivamente me ha ayudado a promover mi explotación, sobre todo gracias a mi nueva tienda en línea.»

Boris Uranjek

Agricultor, socio de la cooperativa EKO-podeželje

Los consumidores también pueden encontrar en el sitio web explicaciones sobre el valor de la agricultura ecológica, además de información pertinente sobre la legislación y el etiquetado en este sector. El portal se complementa con la



© Eko Portal

Los productores ecológicos pueden beneficiarse de su producción de alta calidad mediante un acceso directo a los mercados.

aplicación móvil «EKO podeželje», que permite a los usuarios localizar en sus alrededores explotaciones de agricultura ecológica y sus productos gracias a la tecnología GPS.

Sensibilización

El proyecto preveía la necesidad de reforzar la confianza de los consumidores en los productos ecológicos certificados. A tal efecto, se elaboró un plan de mercadotecnia común.

En él se incluían visitas y catas en los mercados locales, en las explotaciones agrarias de los socios y en otros lugares en los que los productos están disponibles para la venta. Se organizaron 55 eventos en total, junto con 79 catas, y 27 talleres para niños y adolescentes.

También se utilizaron ferias comerciales y otros eventos agrícolas, nutricionales y medioambientales para la promoción ulterior de los productos ecológicos. Como material promocional de apoyo a estos eventos se crearon carteles, folletos y vídeos.

«Llegamos a la conclusión de que trabajar juntos en un grupo permite reforzar la presencia de cada productor ecológico en el mercado.»

Silvo Pozdrec

Director, Cooperativa EKO podeželje

Resultados

El número de visitas al portal web del grupo fue cinco veces superior desde agosto de 2014 hasta mayo de 2015, y el número de usuarios aumentó casi siete veces más. En última instancia, esto supuso un aumento general de las ventas y una expansión del sector ecológico en el mercado regional.

Estos resultados han sido alentadores para los socios de la cooperativa, quienes han asumido el compromiso de seguir trabajando para promover el acceso a los consumidores a través de los recursos digitales.

«El proyecto reafirmó la necesidad de dedicar más tiempo a las ventas. Nos estamos preparando para realizar más actividades destinadas a aumentar las ventas de nuestra explotación agraria».

Zvonko Pukšič

Agricultor, socio de la cooperativa EKO-podeželje

Asimismo, el proyecto ya ha impulsado las inversiones privadas en iniciativas promocionales de seguimiento y ha suscitado el interés de otros agricultores en la realización de actividades similares a las de la cooperativa.

Denominación del proyecto	Sensibilización y promoción de las ventas de productos y cultivos ecológicos
Tipo de beneficiario	Cooperativas y agricultores
Período	2012-2015
Financiación del proyecto	Coste total: 343 036 euros Contribución del Feader: 199 990 euros Contribución pública nacional: 143 046 euros
Información complementaria	<ul style="list-style-type: none"> • www.ekoportal.si • www.eko-podezelje.si
Contacto	silvo.pozdrec@eko-podezelje.si

© Eko Portal



La plataforma web permite a los usuarios encontrar los productos ecológicos y las explotaciones agrarias que los producen en la Eslovenia rural.

«Pays Gourmand»: iniciativa que promueve los restaurantes franceses

Tres proyectos franceses interrelacionados financiados en el marco de Leader han desarrollado, ampliado y promocionado una etiqueta de calidad de los alimentos de ámbito local a través de un sitio web específico. Los clientes potenciales —ya sean locales o turistas— ahora pueden buscar restaurantes y productores locales acreditados en casi 70 municipios del sur de Francia.

La iniciativa «Pays Gourmand» se puso en marcha en 2010, cuando el grupo de acción local de municipios franceses constituido por Asses, Verdon, Vaire y Var (denominado «Pays A3V»), realizó un estudio sobre las recetas utilizadas en los restaurantes locales. Este estudio reveló que muy pocos restaurantes de la zona utilizaban productos locales, a pesar de la calidad y diversidad de los productos ofertados.

Una nueva etiqueta de calidad

Para mejorar la calidad y reputación de los restaurantes locales y promover el uso de los productos de proximidad, el proyecto desarrolló una nueva «etiqueta Pays Gourmand». Se elaboró además un código de calidad, en el que se definían las condiciones de acreditación.

Los establecimientos tienen que ofrecer todos los días en sus menús al menos un plato «Pays Gourmand», elaborado principalmente con productos locales. Las cafeterías también pueden recibir la etiqueta si ofrecen al menos tres bebidas locales «Pays Gourmand» cada día. Las opciones «Pays Gourmand» pueden variar y se insta a los restaurantes a que usen productos de temporada.



© Pays Gourmand

«La gente que viene de vacaciones no quiere comer lo mismo que podría comer en cualquier otra parte. Así que tratamos de ofrecerle productos locales de temporada.»

Bruno Roussey

Restaurante Pays Gourmand «Le Mot de la Faim»,
Embrun, Francia

En el marco de dos proyectos de cooperación posteriores que recibieron fondos de Leader, se extendió el uso de la etiqueta a las regiones de los alrededores Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance (conocidas como «Pays SUD») y al «Pays Dignois». Ambas regiones ya estaban estudiando opciones para promover la gastronomía local por razones similares a las de «Pays A3V».

Ampliar el uso de la etiqueta «Pays Gourmand» suponía que las nuevas regiones podían tomar como referencia el trabajo que ya había realizado «Pays A3V», por lo que no era necesario crear su propia marca competitiva desde cero. También beneficiaba a «Pays A3V» al aumentar la exposición y la sensibilización generales de la marca «Pays Gourmand».

Herramientas digitales

El objetivo principal del proyecto ha sido crear un sitio web específico: www.paysgourmand.fr. A todos los restaurantes y proveedores acreditados se les añade al mapa de búsqueda de «Pays Gourmand». Los usuarios del sitio web pueden encontrar una breve descripción de cada establecimiento, como la ubicación, la información de contacto y datos pertinentes sobre las opciones «Pays Gourmand» disponibles.

«La gente realiza un tour por los restaurantes "Pays Gourmand" con la intención de probar diferentes platos locales, a sabiendas de que se trata de productos locales de calidad y no necesariamente más caros... La etiqueta atrae a muchos clientes.»

Louissette Ricaud

Restaurante Pays Gourmand «L'Oustalet»,
La Colle Saint-Michel, Francia



© Pays Gourmand

En el mapa «Pays Gourmand» aparecen todos los restaurantes acreditados en la zona en que se ejecuta el proyecto.

A principios de 2016, cerca de cincuenta restaurantes y otra docena de tiendas se pueden localizar en el mapa interactivo en el que se encuentran los tres municipios de la región Provenza-Alpes-Costa Azul en el sur de Francia. En el mapa también se indican las ubicaciones y los detalles de casi cuarenta productores locales que abastecen a los restaurantes acreditados.

Además del mapa interactivo, los usuarios pueden encontrar información detallada sobre los territorios englobados en la iniciativa «Pays Gourmand», como productos típicos locales, recetas tradicionales de la zona y una selección de más alternativas modernas, incluidas las recetas seleccionadas de los restaurantes participantes. En la página principal aparece cada día un restaurante, productor, territorio y receta diferentes.

«No acreditamos a las explotaciones agrarias, pero tratamos de catalogar a todos los productores locales que abastecen a los restaurantes acreditados y promocionarlos en el sitio web para que los vecinos de la zona y los turistas puedan localizarlos.»

Olivia D'Haene

Jefa de proyecto de «Pays Gourmand» para «Pays A3V»

El equipo de «Pays Gourmand» ha creado otra herramienta digital, que es una plataforma en línea para los miembros exclusivamente, destinada a promover las nuevas relaciones comerciales entre las tiendas y los proveedores. Las explotaciones agrarias participantes pueden publicar los productos que tienen disponibles, que los restaurantes Pays Gourmand estén interesados en comprar.

Denominación del proyecto	Pays Gourmand
Tipo de beneficiario	Grupos de acción local
Período	2010-2011
Financiación del proyecto	Coste total de los tres proyectos Pays Gourmand: 1.94 500 euros Contribución combinada del Feader: 107 400 euros Cofinanciación nacional/regional combinada: 87 100 euros
Información complementaria	www.paysgourmand.fr
Contacto	paysgourmand@pays-a3v.net

3. Modernización de las explotaciones agrarias

La modernización de las prácticas y los equipos en las explotaciones agrarias puede ser fundamental para garantizar la competitividad de estas explotaciones en Europa. Los programas de desarrollo rural brindan importantes oportunidades para facilitar este proceso de modernización.

Las explotaciones agrarias modernizadas pueden realizar un amplio abanico de actividades, como la adquisición de nueva maquinaria agrícola, la actualización de los sistemas de gestión y el uso de los datos. A menudo, esta labor puede resultar compleja y cara, pero se siguen creando sistemas nuevos aptos para productores rurales a pequeña y gran escala.

Agricultura de precisión

La agricultura de precisión se sirve de los conocimientos tecnológicos e industriales para facilitar a los agricultores la información que necesitan para tomar mejores decisiones, reducir el consumo de recursos y mejorar sus resultados.

Las aplicaciones prácticas de la agricultura de precisión suelen usar sensores remotos que devuelven información detallada y precisa para documentar las decisiones de gestión, ya sea para el mantenimiento de setos, la planificación de regadíos o la cría de animales. Pueden resultar particularmente importantes para las zonas rurales de difícil acceso.

En el estudio de caso expuesto en la página siguiente se presenta un proyecto ejecutado en España que obtuvo fondos del Feader para instalar una red de sensores en las colmenas, que ofrece un sistema de alerta temprana sobre la salud de las abejas.

Entre los enfoques se pueden destacar la **supervisión de las necesidades de explotación del suelo** y el rendimiento de los campos. Este enfoque se adoptó en un ambicioso proyecto de agricultura de precisión en Bélgica con el uso de imágenes vía satélite ⁽¹⁾. Las tendencias actuales se inclinan por el uso de drones o de otros artefactos que vuelan a poca altura para recopilar la información necesaria.

Otro enfoque consiste en utilizar software para supervisar **animales con marcas electrónicas** con el fin de gestionar mejor los rebaños o manadas en terrenos de gran extensión. En Gales (Reino Unido) se ejecutó un proyecto que consistía en una aplicación para marcar a las ovejas ⁽²⁾, para que los ganaderos puedan controlar sus rebaños desde un teléfono inteligente.

Otros tipos de **software** nuevo que pueden resultar útiles son las calculadoras de carbono y las herramientas para controlar el inicio del parto del ganado. Pueden utilizarse de manera productiva para ayudar a mejorar el rendimiento, incluso en las pequeñas explotaciones.

Véanse las páginas siguientes para obtener información detallada sobre un proyecto ejecutado en Escocia en el que se invirtió en el ordeño robótico moderno para aumentar la productividad y conseguir una producción con valor añadido.

Agricultura inteligente

La modernización de la agricultura no tiene que consistir en utilizar las tecnologías más avanzadas o en realizar grandes inversiones. De hecho, las explotaciones agrarias pueden modernizar sus **procesos de producción** con maquinaria más pequeña y con **métodos de trabajo innovadores** e inteligentes, por ejemplo, mediante el uso compartido de recursos entre las distintas explotaciones.

Existen ejemplos de larga data en los que el **uso cooperativo de maquinaria** ha reducido los costes de la adquisición de maquinaria especializada de mayor valor para agricultores individuales. No debe tratarse necesariamente de los últimos avances tecnológicos, sino simplemente de contar con los recursos apropiados para prestar el servicio oportuno para satisfacer las necesidades de los agricultores.

Los servicios de consultoría independientes y especializados y las herramientas de apoyo analítico pueden servir para facilitar la incorporación de sistemas agrícolas modernos. Esta labor también puede resultar más sencilla gracias al intercambio entre homólogos y a la cooperación entre los productores rurales.



⁽¹⁾ http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp_view/en/view_project_681_en.html

⁽²⁾ www.bbc.com/news/uk-wales-34211541

Las tecnologías de los sensores permiten realizar un control remoto de las poblaciones apícolas en España

En el proyecto «Apilink» ejecutado en España se implantó un sistema de observación para permitir la detección precoz de problemas en unas 500 colmenas. Se trata de un proyecto intersectorial en el que participaron conjuntamente científicos y otros profesionales del sector, que permitió aumentar la posibilidad de que los apicultores apliquen soluciones rentables para proteger sus colmenas y, por analogía, también los productos relacionados con la miel.

El proyecto surgió para responder a la pérdida de poblaciones apícolas en España, aunque también en Europa. Entre los problemas detectados destacan un aumento de la mortalidad de las colmenas por un fenómeno cada vez más frecuente denominado síndrome de despoblación de las colmenas, que consiste en que las abejas obreras abandonan a las abejas reinas y sus colmenas.

El nombre completo del proyecto Apilink es: «Monitorización remota de colmenas para la reducción de costes y aumento de productividad en explotaciones apícolas como medio de fijación de población rural». Se ejecutó bajo la dirección de la Universidad Europea de Madrid, en colaboración con la Universidad de Córdoba y con asociaciones apícolas de Asturias, Aragón y Málaga.

«La apicultura no precisa de una gran inversión inicial y, por tanto, representa una opción cada vez más interesante para el emprendimiento rural. No obstante, los problemas como la degradación del medio ambiente [y] las nuevas enfermedades... hacen que la detección precoz de los problemas... resulte cada vez más necesaria».

David Aauri
Director de proyecto, Apilink

Flujos de información de 500 colmenas

Se colocaron sensores en unas 500 colmenas en cinco apiarios: tres gestionados por apicultores privados con diferentes prácticas y climas; y otros dos gestionados por investigadores universitarios con la orientación de asociaciones apícolas.

Los sensores detectan el sonido que emiten las abejas en las colonias, enviando la información a un único terminal que procesa y almacena los datos en una base de datos central. El sistema identifica patrones y cambios de sonido dentro de las colmenas que pueden ser indicios de problemas. Esto es posible porque las abejas emiten un sonido constante que refleja su comunicación y sus actividades.

Gracias a esta tecnología, el sistema genera automáticamente informes periódicos y los envía directamente a los apicultores por vía electrónica. Asimismo, si la actividad del enjambre disminuye, se envía una alarma automáticamente a los ordenadores o teléfonos inteligentes de los apicultores para que puedan actuar de inmediato.



© Apilink

Los sensores se utilizan para ofrecer un sistema de alerta temprana sobre el estado de las colonias de abejas y con la esperanza de aumentar el conocimiento científico de las amenazas a las que se enfrentan.

«La monitorización remota permite a los apicultores saber si una colmena se ha quedado huérfana (sin reina), si tiene problemas de salud o si está produciendo miel.»

David Atauri

Director de proyecto, Apilink

El proyecto piloto arrojó información durante tres años, período en el que los investigadores realizaron modificaciones y mejoras continuas en el sistema de monitorización.

Repercusión económica y científica

Gracias a la intervención temprana, el sistema ofrece a los apicultores muchas más posibilidades de evitar los efectos negativos de fenómenos como el síndrome de despoblación de las colmenas o la propagación de las enfermedades. Esta reducción de la mortalidad se traduce en una mayor productividad con beneficios económicos para los apicultores.

Asimismo, este enfoque permite obtener mejores resultados con menos costes. Los sistemas anteriores de control de la salud de las colonias de abejas eran muy laboriosos, ya que precisaban de visitas regulares a las colmenas que a menudo se encuentran muy lejos. Las visitas no solo resultan caras, sino que además causan estrés entre las colonias de abejas.

«Los [sistemas de alerta temprana] ayudan a los apicultores a tomar decisiones más racionales sobre el momento más oportuno para visitar las colmenas o sobre cuándo realizar los controles de salud de las abejas.»

David Atauri

Director de proyecto, Apilink

El proyecto también tenía una importante dimensión científica al habilitar una base de datos de macrodatos que los investigadores pueden consultar para mejorar los conocimientos sobre la salud de las colmenas y a efectos de detección precoz de la repercusión que el medio ambiente tiene en las abejas y, particularmente, para estudiar el síndrome de despoblación de las colmenas. Lo más importante es que la base de datos es de libre acceso para otros apicultores, investigadores o partes interesadas.

El proyecto demostró que las tecnologías modernas pueden aplicarse con eficacia a la industria tradicional para ofrecer importantes beneficios prácticos a los emprendedores rurales. También constituye un buen ejemplo de cómo los investigadores pueden colaborar con los productores rurales en aras de unos intereses y unos beneficios mutuos. La participación de los apicultores y las asociaciones de apicultores ha sido fundamental para adaptar el sistema a las necesidades locales y suscitar mayor interés en la iniciativa dentro del sector.

Denominación del proyecto	Apilink
Tipo de beneficiario	Universidades y asociaciones apícolas
Período	2012-2014
Financiación del proyecto	183 900 euros de financiación de la Red Nacional Española tanto para la asistencia técnica como para la ejecución del proyecto
Información complementaria	www.apilink.net
Contacto	info@apilink.net

Queso Kedar: producción con valor añadido gracias a la modernización de las explotaciones agrarias

Una explotación agraria escocesa de carácter familiar empleó los fondos del Feader para modernizar sus procesos de producción lechera mediante el ordeño robótico. Lograron aumentar la producción de leche y ahorrar horas de trabajo. También sirvió de ayuda para conseguir el objetivo a largo plazo de producir sus propios quesos *in situ*, lo que les permitió aumentar la competitividad de la explotación.

Un nuevo modelo comercial

TE Lochhead e hijos era una empresa dedicada a la producción tradicional de lácteos, cuyo ganado se vio afectado por el brote de fiebre aftosa que se registró en el sur de Escocia en 2001. En lugar de simplemente reemplazar su rebaño, Gavin Lochhead y su familia buscaron otras oportunidades para diferenciarse de otros agricultores. Decidieron empezar a producir queso, para aportar valor a su producción lechera principal.

El agricultor tuvo la ocasión de participar en el programa escocés de desarrollo de calidad y valor añadido orientado a empresas, en el que su negocio pudo participar en una

serie de talleres para desarrollar un modelo de negocio integral. A partir de ahí, desarrolló un plan de negocio integral y presentó una propuesta de inversión para acceder a subvenciones y créditos bancarios.

«Nuestra explotación agraria tiene una larga y reconocida trayectoria, pero es importante que probemos y exploremos nuevas oportunidades. En cuanto estemos totalmente operativos, nuestra leche comercializada como queso debería valer el doble de lo que actualmente percibimos.»

Gavin Lochhead

Productor de leche y queso

© Gavin Lochhead



El ordeño robótico aumentó la eficacia y el volumen de la producción lechera en la explotación agraria de carácter familiar.

Invertir en una nueva instalación para hacer queso no era el único requisito. Para dedicar suficiente tiempo y energía a la producción de queso, la familia necesitaba aumentar la eficacia y capacidad de sus procesos de ordeño. Necesitaban más volumen de leche y dedicar menos tiempo al ordeño. La solución era instalar modernos equipos de ordeño robótico en la explotación.

Equipos modernos de ordeño

Además de aportar su propio dinero, la familia Lochhead logró acceder a préstamos bancarios y a una subvención en el marco de las medidas del programa de desarrollo rural para la diversificación rural. La inversión total ascendió a más de 1,5 millones de euros para la construcción de nuevas instalaciones para 150 vacas. Incluía un establo de casillas de salas para ordeño con tres máquinas de ordeño robótico, además de un establo para la cría de terneros y un depósito de estiércol líquido.

La producción de leche con máquinas de ordeño robótico comenzó en 2013. El proceso automatizado aumentó el número de ordeños por vaca y el volumen total de leche producida por el rebaño. También permitió realizar un control más exhaustivo y eficaz de la salud de los animales y de la calidad de la leche en todo el rebaño.

«El ordeño robótico nos ahorra cinco horas al día de ordeño. Mejora el bienestar de los animales y nos permite centrarnos en la reproducción animal y en la producción y la comercialización del queso».

Gavin Lochhead

Productor de leche y queso

La familia realizó una segunda inversión en unas pequeñas instalaciones para la producción de queso en la unidad dedicada a la leche. La inversión total se completó con la ayuda de créditos de explotación concedidos por una entidad bancaria, conforme a un estudio de viabilidad realizado con la ayuda del servicio escocés de asesoramiento agrónomo.

Un producto final selecto

Como parte de su modelo de negocio integral, los Lochhead compraron 150 vacas suizas marrones para convertirse en los únicos productores de queso de esta raza de vacas en el Reino Unido. También cumplían un plan para garantizar que su producción contara con la certificación ecológica, lo que les permitía marcar más la diferencia en un mercado sumamente competitivo.

La empresa comenzó a elaborar y vender su primer queso en 2016, un queso *mozzarella* al que seguirían otros quesos de «montaña» (estilo suizo).

«Un estudio de mercado ha ayudado a la empresa a identificar un nicho sin explotar en el mercado del queso. El proyecto no solo explotará este nicho, sino también creará una serie de puestos de trabajo rurales en la zona, con el potencial de crear más en el futuro».

Paul Mayfield

Asesor de alimentos y bebidas

El nuevo modelo de negocio precisaba de una importante inversión para modernizar las instalaciones de producción de la explotación agraria de carácter familiar. No obstante, gracias al eficaz apoyo de los asesores agrónomos de Escocia, los Lochhead han encontrado buenos métodos para aportar valor a su producción y obtener grandes ventajas de esto a través de las ventas de cadenas cortas en mercados de agricultores y tiendas locales, incluidas las tiendas de productos agrícolas.

Denominación del proyecto	Modernización de explotaciones agrarias para aportar valor
Tipo de beneficiario	Agricultores
Período	2011-2013
Financiación del proyecto	Coste total: 1 620 000 euros Contribución del Feader: 412 000 euros Contribución privada: 1 208 000 euros
Información complementaria	<ul style="list-style-type: none"> • www.kedarcheese.co.uk • www.youtube.com/watch?v=FSjHLIDiMAE
Contacto	glochhead@btconnect.com

4. Evolución del mercado

A fin de impulsar la competitividad de los productores europeos, es fundamental estudiar también los métodos para facilitar el acceso a los mercados. Las ayudas con cargo al Feader pueden servir para ayudar a los productores a sortear los obstáculos para acceder a los mercados existentes o a diseñar productos nuevos o de más valor para ampliar o crear mercados.

En los últimos años ha habido una serie de sectores en los que los productores rurales han logrado diversificar sus negocios para ampliar los mercados en los que operan o a los que pretenden acceder. Algunos de estos mercados existen desde hace ya varios años, pero con el tiempo se han vuelto más accesibles. A otros se les puede considerar como «nuevos» mercados en función de la creación de «nuevos» productos.

Alimentos públicos

Un sector de crecimiento potencial clave para los productores de Europa consiste en acceder al importante **mercado público de los alimentos**. Esto puede incluir los alimentos adquiridos en algunas escuelas, guarderías, hospitales y prisiones. Acceder a este mercado siempre ha sido un desafío, porque cada agricultor se esfuerza por cumplir los requisitos relativos a la regularidad del volumen, la diversidad del suministro y la uniformidad de la calidad.

Los enfoques inteligentes para acceder a este importante mercado público engloban la creación o habilitación de **redes o cooperativas de productores**, para que puedan satisfacer las necesidades de los consumidores como grupo. Estas redes pueden ser virtuales o reales.

Otros enfoques o enfoques relacionados pueden conllevar cambios útiles en los **sistemas de contratación pública**. En Escocia, por ejemplo, esto ha supuesto dividir los contratos de alimentos públicos en lotes más pequeños, para que algunos proveedores puedan suscribir contratos de menor envergadura.

En la página siguiente se presenta un estudio de caso de Eslovenia en el que se crea una cooperativa de productores rurales para suministrar alimentos a un nuevo consorcio de escuelas y guarderías propiedad del Estado.

Segmentos de mercado

Cuando las empresas pueden rediseñar y adaptar su producción a las necesidades específicas del mercado, pueden crear un punto de venta único (PVU) que les diferencie de otras empresas. Esto puede ser una de las claves para la viabilidad a largo plazo en un sector competitivo.

Los enfoques pueden desarrollar métodos para que los productores **aporten valor a los productos**, por ejemplo, mediante el procesamiento de productos primarios por

cuenta propia para convertirlos en productos con márgenes más altos de beneficios. En el marco de los proyectos también se puede estudiar el desarrollo de **nuevos productos**, incluidos los que se hacen a partir de materiales que previamente se consideraban residuos. Este enfoque lo adoptó un proyecto ejecutado en Malta que consistió en convertir los residuos de los tomates en un nuevo «vinagre de tomate gourmet» ⁽¹⁾.

Otro enfoque alternativo puede consistir en beneficiarse de la reputación o de las **características específicas de la producción local**, como aquellas que se reconocen con nombres de alimentos protegidos por la UE, para crear un segmento de mercado. Este enfoque se adoptó en el proyecto «Finest Greek Tastes» ⁽²⁾, un proyecto de cooperación en el marco de Leader entre las regiones del país.

A continuación se presenta un estudio de caso de un proyecto ejecutado en Finlandia en el que se desarrolló una nueva marca de suplementos nutricionales para el mercado internacional con la utilización de hierbas tradicionales de Laponia.

Otros enfoques han desarrollado **nuevos métodos de venta**, como herramientas en línea (véase la sección 2) o infraestructuras físicas, a menudo a escala local relativamente pequeña. Los ejemplos comprenden la creación de tiendas rurales o de artesanía, mercados de agricultores o gastronomías ambulantes. También puede conllevar entablar nuevas relaciones entre hoteles, restaurantes y proveedores locales.

⁽¹⁾ http://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/gp_webtemplate_tomatomt.pdf

⁽²⁾ <http://www.finestgreektastes.com>



Acceso al mercado de alimentos públicos en Eslovenia

Un proyecto esloveno ha demostrado un enfoque satisfactorio al permitir que los pequeños productores locales accedan al importante mercado de alimentos públicos. Dicho proyecto permitió crear una red de productores y un consorcio de escuelas y guarderías para facilitar que se constituyera entre ellos una relación de compra.

El grupo de acción local «Heart of Slovenia» ha convertido el siguiente objetivo en una de sus principales prioridades, a saber, aumentar el valor añadido y la calidad del cultivo y la elaboración, así como la comercialización de los productos agrícolas locales. En aras de conseguir este objetivo, pretende respaldar la creación de redes y la colaboración entre los agentes locales en el desarrollo de enfoques innovadores.

La estrategia ha confirmado que muchos productores locales carecen de la diversidad o el volumen de producción para satisfacer de manera coherente y fiable la demanda de los importantes compradores, como escuelas, restaurantes y hoteles.

Una cooperativa de productores

En este contexto, la cooperativa de desarrollo rural Jarina ha recibido fondos de Leader para una serie de actividades interrelacionadas destinadas a promover la autosuficiencia de alimentos a escala local en la región del grupo de acción local.

«Con buenos servicios y una actitud empresarial responsable desde el punto de vista social por parte de todos los participantes, las cadenas de suministro cortas tienen un gran potencial, no solo desde el punto de vista económico, sino también en relación con la calidad de los alimentos y la calidad de vida».

Vesna Erhart
Jarina Cooperative

Se identificó una oportunidad particular en el mercado de los alimentos públicos. Jarina trató de sortear los obstáculos con que los productores locales se encuentran para acceder a este mercado, facilitando la cooperación entre ellos para aportar de manera conjunta la regularidad y calidad del suministro necesario para abastecer el mercado.

Jarina se esforzó para explicar a los productores que el trabajo en equipo les permitiría aumentar el perfil de sus empresas. Como resultado, se creó una red de explotaciones agrarias locales de diferentes tamaños y escalas. Gracias a la colaboración con Jarina, cada productor local puede centrarse en su actividad principal de producción de alimentos, dejando a la cooperativa que ayude a identificar y desarrollar el mercado.

Jarina organiza toda la cadena de distribución de principio a fin, abarcando desde la selección de los productos en la explotación hasta la entrega a los compradores. Aplican un enfoque orientado al mercado, en el que se combinan los productos de varios productores para satisfacer las necesidades específicas de los compradores, teniendo en cuenta la calidad exigida.

«Nuestra red de 100 productores aproximadamente nos permite satisfacer las necesidades de los compradores. Y, habida cuenta de que nuestros productores se encuentran en diferentes regiones con condiciones climáticas especiales, el período para poder ofrecer productos frescos del campo es mucho más largo».

Vesna Erhart
Jarina Cooperative



Jarina Cooperative organiza toda la cadena de suministro para mejorar el acceso de los pequeños productores a los mercados.

© Jarina

Un consorcio de escuelas y guarderías

A fin de desarrollar el potencial particular de abastecer el mercado de los alimentos públicos, Jarina trabajó directamente con las escuelas y las guarderías. Se reunió con directores, cocineros y organizadores de restauración de las escuelas para sensibilizarlos más sobre la disponibilidad y los usos potenciales de los ingredientes locales. También trataron de ofrecer más información a los compradores acerca de la estacionalidad de determinados productos.

Relacionó estos debates con el desarrollo de programas educativos orientados a promover los beneficios de la producción local de consumo para los niños y sus familiares. Dichos programas comprendían presentaciones, talleres y visitas de estudio a las explotaciones agrarias.

Jarina suscitó un debate entre los centros educativos sobre el valor que aporta agruparse para solicitar entre todos los volúmenes apropiados en beneficio tanto de compradores como de proveedores. Como resultado, se constituyó oficialmente un consorcio de quince escuelas y guarderías.

La creación de la red de proveedores y del consorcio de compradores ha garantizado la capacidad apropiada en ambos extremos de la cadena de suministro. Gracias a ello, se ha forjado una relación contractual entre las escuelas y los productores locales.

Asimismo, el trabajo realizado ha ayudado a los proveedores locales a desarrollar otros mercados locales, incluso en hoteles y restaurantes. La promoción de los éxitos del proyecto incluso logró llamar la atención de estos compradores privados, derivando en la firma de nuevos contratos de suministro.

«Estamos muy orgullosos de la cooperativa Jarina, ya que fue posteriormente invitada a suministrar productos locales a hoteles y restaurantes de Liubliana, ciudad galardonada con el premio “Capital Verde Europea” en 2016».

Aleksandra Gradišek

Directora, grupo de acción local «Heart of Slovenia»

Denominación del proyecto	Expansión de la red de productos locales en la región del grupo de acción local «The Heart of Slovenia»
Tipo de beneficiario	Cooperativa de desarrollo rural
Período	2012-2014
Financiación del proyecto	Presupuesto total: 61 000 euros Financiación de Leader: 49 000 euros Cofinanciación privada: 12 000 euros
Información complementaria	www.jarina.si
Contacto	info@jarina.si

Superalimentos galardonados del Ártico finlandés

Una pequeña empresa emergente finlandesa creó suplementos nutricionales basados en hierbas y plantas tradicionales de Laponia. Esto ha demostrado en qué medida el desarrollo de productos selectos respaldado por una marca y una comercialización eficaces tiene el potencial de llegar a nuevos e importantes mercados.

«Arctic Warriors» partió de la apreciación de tres amigos de que Laponia tenía hierbas y plantas indígenas con beneficiosas propiedades naturales. El valor nutricional de las plantas laponas aumenta con los inviernos fríos y las largas noches de verano de este territorio ártico.

«Estábamos preocupados por el hecho de que se importaran superalimentos a Finlandia cuando se había demostrado que las plantas laponas tradicionales eran puras, fuertes y ricas en nutrientes. Así que los tres amigos decidimos hacer algo al respecto».

Katja Misikangas, Ilkka Kauppinen y Tuija Kauppinen
Equipo directivo de «Arctic Warriors»

Nuevos productos, nueva marca

Los amigos pudieron acceder a financiación inicial del grupo de acción local «Peräpohjolan Leader ry» para desarrollar su negocio y asignar la marca a los nuevos suplementos nutricionales. Se perseguía el objetivo de convertir las hierbas y plantas indígenas de Laponia en superalimentos para satisfacer la creciente demanda del mercado de alimentos naturales y energéticos.

Los socios reconocieron que la marca y el envasado eran fundamentales para poder acceder a un mercado relativamente joven. Querían crear un producto divertido,

fácil de manipular y consumir, que transmitiera además el sentimiento y el espíritu de estos productos lapones naturales.

La idea que surgió en relación con la marca se basó en el concepto de «Arctic Warriors», cuyo propósito era reflejar los puntos fuertes del producto y la filosofía de la empresa. A los productos se les asignó una marca basada en los tres tipos de guerreros del ártico (*Arctic Warriors*): *defender* (defensor), *fighter* (combatiente) y *energy* (energía):

1. **Defender Gel Shot:** con angélica, ortiga e hierbas dulces del norte para aumentar la inmunidad y la energía;
2. **Fighter Gel Shot:** con raíces de rosa y ortiga para combatir el estrés o la fatiga;
3. **Energy Honey Shot:** con miel, raíz de rosa y ortiga para hacer deporte u otra actividad física.

En los envases se ilustran dibujos animados en color de los tres guerreros, según el tipo de producto de que se trate, además de una etiqueta en la que se indican claramente que los ingredientes son 100 % naturales. Los productos están disponibles en botellas o envases de plástico diseñados para poder abrirlos con facilidad en cualquier parte con tan solo plegar y extraer los líquidos. Se pueden consumir directamente o añadirse a las bebidas.

«Hemos esperado este tipo de marca durante mucho tiempo. Su sabor te hace sonreír. El envase es bonito, finlandés y natural».

Taika Nummi
Estudiante

Apoyo a los agricultores locales

«Arctic Warriors» ha asumido el compromiso de convertirse en un socio activo en aras del desarrollo de la economía local. Han creado una red de agricultores locales a quienes no solo compran las materias primas, sino también con quienes intercambian información y buenas prácticas sobre el cultivo de las hierbas.

Esta asociación es importante para la empresa a efectos de garantizar la disponibilidad de productos locales de calidad, apoyar a los agricultores locales y promover el lugar donde está constituida la empresa dentro de la economía y la comunidad locales. Ya ha servido de incentivo para que otros agricultores locales empiecen a incorporar el cultivo de las hierbas tradicionales en sus principales actividades agrícolas.

«Nos hemos percatado de que nuestros clientes se quedan impresionados cuando escuchan que conocemos a nuestros agricultores personalmente y que sabemos la trayectoria de las hierbas desde que se siembran hasta que se transforman en el producto final».

Tuija Kauppinen
Socio y director de ventas y marketing, «Arctic Warriors»

Acceso a mercados internacionales

Gracias al asesoramiento de una consultoría de marketing por internet, la marca «Arctic Warriors» ha conseguido consolidar una sólida presencia en línea, incluso en Facebook, Twitter e Instagram. El sitio web contiene un gran volumen de información sobre la empresa, los productos, las plantas, los agricultores y testimonios de clientes satisfechos.

Asimismo, incluye una tienda en línea y vínculos a más de veinticinco tiendas en línea y otras muchas tiendas más y cadenas de distribución de Finlandia en las que también se pueden adquirir los productos «Arctic Warriors». En un plazo relativamente corto, «Arctic Warriors» se ha expandido rápidamente por Finlandia y también a los mercados noruego y sueco.

Lo más importante es que el equipo ha seguido desarrollando actividades de marketing internacional para sus productos selectos. Berrytime, una tienda en línea con sede social en Hong Kong, ahora también vende productos «Arctic Warriors» en todo el mundo. La empresa también está negociando con otros distribuidores potenciales en Corea del Sur, China y Canadá.

Denominación del proyecto	Arctic Warriors
Tipo de beneficiario	Empresa privada (emergente)
Período	2014
Financiación del proyecto	Coste total: 30 890 euros Contribución del Feader: 15 129 euros Contribución privada: 15 761 euros
Información complementaria	www.arcticwarriors.fi
Contacto	info@arcticwarriors.fi



© Arctic Warriors

Los suplementos nutricionales «Arctic Warriors» usan estrategias de marketing muy bien diseñadas para acceder a los mercados internacionales.

5. Diversificación rural

En la adopción de enfoques inteligentes con respecto al desarrollo rural es necesario tener en cuenta el amplio abanico de (posibles) actividades económicas rurales, más allá de las líneas fundamentales de la producción agrícola y silvícola.

La diversificación rural consiste en explotar ámbitos importantes que impulsen el crecimiento en aras del desarrollo rural, como la «economía de la experiencia» en la que los consumidores gastan el dinero en actividades y no en productos. La diversificación puede impulsar la economía, además de reducir la dependencia que algunas zonas rurales tienen en términos de producción.

Asimismo, la diversificación puede impulsar a los productores locales a expandir sus actividades a otras áreas, y a otros agentes rurales a desarrollar otros muchos tipos diferentes de actividades. Estas actividades suelen basarse en el patrimonio natural y cultural de la región, incluidos los bosques y las explotaciones agrarias.

Muchos enfoques basados en la diversificación rural tienen como prioridad atraer a visitantes a la zona, para que gasten dinero en las tiendas locales, usen los servicios locales y apoyen a las empresas locales. Los enfoques inteligentes pueden basarse en el uso de nuevas tecnologías. También existen enfoques integrados que reflexionan sobre el desarrollo de una zona local.

Una oferta local competitiva

Las comunidades y empresas locales que tratan de atraer visitantes pueden reflexionar sobre cómo sacar provecho de la oferta local combinada disponible para los turistas, lo que se conoce como **creación del destino**. Un negocio o actividad por sí solos tendrán cierta capacidad de atracción. No obstante, si se combinan con negocios y servicios complementarios, entre otros, alojamientos, restaurantes, actividades alternativas y lugares para ir de compras, el atractivo será todavía mayor. De esta forma es como se crea un «destino».

Los agentes rurales han empleado los fondos del Feader para desarrollar la oferta presentada a los posibles turistas en ubicaciones rurales concretas. El trabajo resulta más fructífero cuando participan diferentes grupos de partes interesadas en la comunidad local con el objetivo de adoptar un enfoque estratégico general coherente.

En la página siguiente se presenta un estudio de caso de un proyecto local en Bulgaria que ha logrado crear una serie de atracciones complementarias que se suma a la oferta global disponible para los turistas rurales.

Otros enfoques pueden centrarse en la especialización en un sector de actividad concreto; por ejemplo, alimentos y bebidas locales o deportes de riesgo, como la escalada y el parapente.

Herramientas inteligentes para visitantes

Además de una oferta atractiva, las estrategias rurales deben dirigirse a los turistas potenciales, a fin de que sepan lo que pueden encontrar, por qué deben visitar la zona y cómo organizar su estancia.

Los fondos del Feader pueden emplearse para crear herramientas en línea, como **plataformas web y campañas de marketing**, en las que se presente el diverso abanico de negocios locales y atracciones de formas diversas.

También se pueden desarrollar herramientas más específicas, como aplicaciones para teléfonos inteligentes, las denominadas **apps**, que ayuden a los turistas a aprovechar al máximo el tiempo que pasen en la zona local. Al mejorar la experiencia de los turistas, estas herramientas pueden aportar un doble beneficio al aumentar el número de visitantes y las posibilidades de que gasten dinero en los negocios locales.

En las páginas siguientes se presenta un estudio de caso de un proyecto ejecutado en una región belga en el que se creó una herramienta en línea y una app para atraer a una nueva generación de visitantes a caminar por las rutas senderistas locales.



Adherirse a la oferta local para atraer a los turistas a la Bulgaria rural

El municipio de Borino, ubicado en Bulgaria meridional, empleó los fondos del Feader para desarrollar nuevas atracciones turísticas y herramientas destinadas a facilitar el acceso a los lugares de interés histórico y natural de la región. El proyecto demostró ser un buen ejemplo de adopción de un enfoque integrado para promover el turismo rural.

Gestión por parte de la comunidad

El proyecto se ejecutó después de que un grupo de acción local de la región de los montes de Ródope occidentales lograra implicar satisfactoriamente a los residentes locales para que propusieran ideas, con miras a crear nuevas atracciones turísticas para complementar los parajes naturales que ya son populares en la región.

Empezó por el lanzamiento de campañas informativas en varios municipios que instaban a la participación de los residentes locales en el desarrollo de la zona mediante la utilización de fondos en el marco de Leader y el desarrollo local participativo. En una de las reuniones, un residente propuso rehabilitar una atracción utilizada en las ferias y fiestas del municipio ya desde la década de 1930, un prototipo inicial de una noria gigante.

«Estas “alocadas ideas locales” se materializaron exclusivamente con el empleo de fondos de Leader. Hubiera sido sumamente difícil rehabilitar dicha actividad local concreta a través de otras medidas del plan de desarrollo rural. Esta es la principal ventaja del enfoque Leader, a saber, que a una persona o comunidad se le brinda la oportunidad de hacer realidad sus sueños».

Bilgin Asanov

Coordinadora, grupo de acción local «Ródope occidental»

Hacia un enfoque integrado

La idea de recuperar el prototipo de la noria gigante se desarrolló aún más en estrecha colaboración con la comunidad local, en el marco de un proyecto en el que se incluyeron catorce atracciones turísticas en total que complementan y promueven los parajes naturales de la región, como las cuevas Yagodina y Dyavolsko gyrlo (la Garganta del diablo).

Las atracciones comprenden una plataforma de elevación de 20 metros de altura que ofrece unas vistas panorámicas de las montañas, una estación ornitológica equipada con telescopios y binoculares que permiten avistar aves exóticas y una senda ciclista de 62 kilómetros.

Para facilitar el acceso a estas y otras atracciones de la zona, el proyecto preveía la construcción de dos centros de información y mapas en relieve en el que se localizan las rutas pedestres y ciclistas, además de los parajes naturales que atraen a miles de turistas cada año.

Estas actividades se diseñaron para complementar otro proyecto del grupo de acción local financiado con cargo al Feader. Se contempló la construcción de un camino de madera de 20 kilómetros denominado el Sendero del diablo que cruza las montañas y ofrece a los senderistas la posibilidad de ver y deleitarse con vistas previamente inaccesibles.



Las partes interesadas recurrieron a su propia historia cultural para rehabilitar una atracción local que data de la década de 1930.

Tanto el grupo de acción local como el propio municipio están interesados en poner en marcha más actividades con el fin de mejorar la infraestructura pertinente y facilitar el acceso a estas distintas atracciones. Entre los planes y las ideas presentados destacan la construcción de aparcamientos, miradores, puentes, refugios y puntos de información.

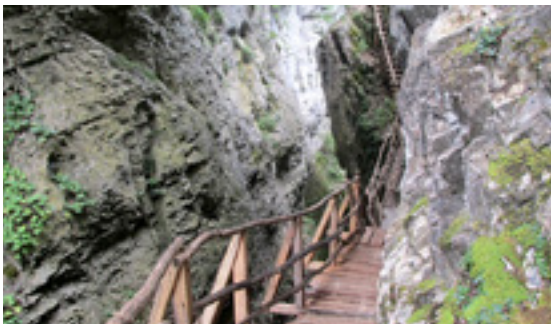
Uso de tecnologías modernas

Como parte del enfoque integrado, el grupo de acción local ha reflexionado sobre el uso de herramientas de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y las ha desarrollado, para aumentar la sensibilización y promocionar la zona. Se creó un sitio web específico para promocionar el Sendero del diablo. El proyecto también preveía habilitar una opción para realizar reservas en línea en hoteles y casas de huéspedes de la región.

© LAG 'Western Rhodope'

Tras la construcción de todas las atracciones nuevas en 2015, el grupo de acción local procedió, en colaboración con el municipio de Borino, al lanzamiento y la promoción de estas atracciones a través del sitio web específico. También se creará una aplicación para teléfonos inteligentes para ofrecer a excursionistas y ciclistas una forma fácil de navegar a través de los diferentes senderos montañosos.

Se considera que estas herramientas inteligentes son fundamentales para promover aún más este atractivo destino rural entre una nueva generación de visitantes. Este enfoque se centra en expandir las atracciones y actividades



© LAG 'Western Rhodope'

Las herramientas TIC se utilizarán cada vez más para promocionar atracciones nuevas y modernizadas como el Sendero del diablo.

locales disponibles y en desarrollar las herramientas que realmente permiten a los posibles visitantes disfrutar de ellas.

«Esperamos sinceramente que la construcción de estas atracciones turísticas permitan que el municipio de Borino se convierta en un verdadero centro de varios servicios de información y turismo.»

Municipio de Borino
<http://dyavolskapateka.org>

Denominación del proyecto	Acceso a atracciones y lugares de interés natural e histórico en el municipio de Borino
Tipo de beneficiario	Municipio
Período	2015
Financiación del proyecto	Presupuesto total: 137 672 euros Contribución del Feader: 110 137 euros Contribución local: 27 535 euros
Información complementaria	<ul style="list-style-type: none"> • http://dyavolskapateka.org • http://www.nsm.bg/sites/default/files/DP_MIG_%20VZR-Viensko_%20kolelo_M313f.pdf
Contacto	<ul style="list-style-type: none"> • mig_vzr@abv.bg • Obshtina_borino@abv.bg

Promover el turismo rural en el Eifel belga con herramientas de senderismo inteligentes

«GO Eastbelgium» reunió a cinco municipios del Eifel belga para crear una herramienta de senderismo en línea con GPS y una aplicación para teléfonos inteligentes. Esta tecnología punta permite a una nueva generación de senderistas descubrir rutas y senderos que ya habían caído en el olvido, lo que permite atraer nuevos turistas a la región.



Bajo la dirección del grupo de acción local «100 villages, 1 Future» (Cien municipios por un futuro) —en la comunidad germanófona de Bélgica (el Eifel belga)—, cinco municipios ⁽¹⁾ se unieron, en colaboración con la agencia de turismo del este de Bélgica y las oficinas de turismo locales para crear las herramientas de senderismo «GO Eastbelgium».

El objetivo era usar tecnologías modernas para dar nueva vida a una forma tradicional de actividad rural e impulsar la economía local gracias a la atracción de una generación de turistas. Se intentó sacar partido del hecho de que muchos senderistas y excursionistas ahora prefieren planificar las rutas con mapas en línea y usar sus teléfonos móviles sobre el terreno en lugar de un mapa plegado y una brújula.

«Creemos en la complementariedad de la tecnología GPS y los mapas en papel. Una pista por GPS resulta

útil para ayudar a planificar una ruta. La utilización de esta tecnología junto con un mapa aporta la flexibilidad necesaria para cambiar los planes con mucha facilidad.»

Peter Christiaensen
Senderista



© GO Eastbelgium

En el marco del proyecto se creó una herramienta en línea para que los senderistas puedan planificar sus excursiones por el Eifel belga.

(1) Amel, Bullingen, Burg-Reuland, Butgenbach y St. Vith.

Un proyecto similar, «DigiRoute 42», ejecutado en las Ardenas flamencas, sirvió de inspiración para aplicar el «sistema de nodos» utilizado en Flandes para las rutas en bicicleta —los nodos hacen referencia a los puntos en que las rutas se cruzan, creando así una red de rutas y más opciones para el turismo rural—. El objetivo era crear un sistema de rutas de senderismo uniforme y una red vial por toda la zona del grupo de acción local con una extensión de 629 km², con el apoyo de la tecnología GPS, herramientas de planificación en línea y una aplicación para teléfonos inteligentes.



© GO Eastbelgium

La aplicación para teléfonos inteligentes ofrece rutas e información local a los senderistas con o sin conexión a internet.

Coordinación y cooperación

Para desarrollar el contenido de la herramienta de planificación en línea y la aplicación móvil «GO Eastbelgium» fue necesario cooperar con las partes interesadas locales de diferentes municipios y oficinas de turismo. Ofrecieron un inventario de las rutas existentes, mapas antiguos y criterios de calidad para facilitar a los expertos en tecnología el contenido que necesitaban para crear las herramientas.

En primer lugar, las asociaciones locales de transporte y turismo estudiaron y definieron las rutas senderistas y, posteriormente, identificaron las rutas temáticas que aportarían valor. Se recurrió a los conocimientos locales para garantizar que se evitaran las vías muy transitadas y que se resaltarán las atracciones y los negocios locales en el desarrollo de las rutas, a fin de ofrecer la mejor experiencia senderista posible. También se incorporaron normas sobre senderismo.

«El planificador de senderismo ha supuesto un acercamiento entre nuestros municipios, gracias a la colaboración, lo que nos ha permitido también hacer otros planes para nuestras comunidades. Nuestro ejemplo demuestra cómo un proyecto aparentemente pequeño financiado con subvenciones europeas en el marco de Leader puede originar cambios reales y positivos sobre el terreno».

Bernd Niessen

Oficina de información turística de Amel-Eibertingen-Valender V.o.G.

Algunos agricultores en un principio se mostraron reacios a la restauración de senderos entre los municipios porque atravesaban las explotaciones. Los promotores del proyecto lograron que cambiaran de opinión al explicarles cuántos beneficios tendría el turismo para la región si cooperaban. El grupo de acción local implicó a estos agricultores en las fases de análisis y revisión de los caminos y senderos. El valor añadido lo aportaron los agricultores al ayudar a identificar los senderos históricos que se habían perdido, pero que podían volver a transitarse.

Las nuevas herramientas y más allá

Uno de los principales resultados fue una herramienta de planificación virtual, a la que se puede acceder a través del sitio web o que se puede descargar en un teléfono inteligente con una aplicación que se puede utilizar con o sin conexión a internet. Las herramientas están disponibles en neerlandés, francés y alemán.

Las herramientas ofrecen 919 km de senderos, interconectados por un sistema de nodos, coordenadas GPS, rutas temáticas y atracciones locales bien localizadas. En el mapa interactivo se muestra información sobre el perfil de elevación y la distancia de cualquier ruta seleccionada.

El sitio web «GO Eastbelgium» ha recibido 22 000 visitas de 16 500 usuarios distintos, mientras que la aplicación se ha descargado 1 200 veces. Según el jefe de proyecto, Gilbert Küpper, esto ha supuesto un aumento del número de visitantes, y esto es solo el inicio de lo que está por llegar.

El grupo de acción local está interesado en beneficiarse de los éxitos del proyecto para potenciar una cooperación eficaz entre los diferentes grupos de partes interesadas a fin de promover el turismo, la gastronomía y la hospitalidad en el Eifel belga.

Denominación del proyecto	GO Eastbelgium
Tipo de beneficiario	Grupo de acción local «100 Villages-1 Future»
Período	2011-2013
Financiación del proyecto	Presupuesto total: 82 650 euros Contribución del Feader: 37 200 euros Contribución regional: 37 200 euros Contribución local: 8 200 euros
Información complementaria	http://go.eastbelgium.com
Contacto	Gilbert.Kuepper@wfg.be

6. Comunidades sostenibles

Los enfoques inteligentes en el desarrollo rural necesitan garantizar que las comunidades rurales son lugares bellos y atractivos para vivir y trabajar. Los enfoques centrados exclusivamente en las oportunidades económicas y laborales no lograrán sortear todos los obstáculos para el desarrollo rural de ámbito local.

La creación de negocios en la agricultura, la silvicultura y otros sectores rurales puede ayudar a mantener los puestos de trabajo en las zonas rurales. No obstante, también resulta fundamental que existan escuelas, tiendas y otros servicios locales para que las comunidades rurales sean lugares donde se pueda vivir y trabajar. Se pueden crear ciclos positivos garantizando la existencia de servicios locales sostenibles junto con la creación de negocios.

Nuevos modelos de servicios

Normalmente, se necesitan modelos de prestación de servicios que sean flexibles, para poder satisfacer las necesidades locales de manera eficaz y rentable. Un enfoque común consiste en ofrecer **servicios móviles** que promuevan una prestación de servicios locales proporcional a las verdaderas necesidades. Entre ellos pueden incluirse servicios sanitarios, bancos y bibliotecas móviles.

Un enfoque distinto —o, a veces, complementario— consiste en ofrecer **servicios en línea** o telefónicos. Estos servicios pueden ofrecer una respuesta inmediata a determinadas necesidades de los usuarios, con independencia de su ubicación y, a menudo, incluso fuera del horario comercial. Normalmente se complementan con el acceso a servicios más tradicionales en otras ocasiones. Por ejemplo, los servicios sanitarios telefónicos o en línea pueden atender necesidades de manera remota que no requieren o pueden preceder a una visita a un centro de salud tradicional.

El transporte local accesible es clave para las zonas rurales, sobre todo para los miembros más vulnerables de la comunidad. Entre las soluciones más inteligentes y viables para ejecutar una red de transporte público sostenible destaca la utilización de sistemas de reserva en línea, para ofrecer un **transporte público bajo demanda** adaptado a las necesidades específicas de los miembros de la comunidad.

En las páginas siguientes se presenta un estudio de caso de Gales sobre un servicio de autobús accesible y bajo demanda que conecta a la población rural con otros municipios, ciudades y redes de transporte más amplias.

Tiendas y servicios gestionados por la comunidad

Si operan como empresas sin fines de lucro, los **servicios gestionados por la comunidad** pueden utilizar la inversión de tiempo o dinero de la comunidad para superar los obstáculos que impiden que los proveedores públicos o privados puedan abastecer a sus regiones. Se puede optar a los fondos del Feader para ayudar a las comunidades a desarrollar y ejecutar tales iniciativas.

Las **tiendas de la comunidad** pueden garantizar que se ofrezcan los productos básicos en el municipio, convirtiéndolo en un lugar más atractivo para vivir. También pueden apoyar a los productores locales y facilitar el desarrollo de una oferta local que atraiga a turistas y propietarios de una segunda vivienda. Estas tiendas también pueden servir como un «centro» para la prestación de otros servicios, como oficinas de correos, tablones de anuncios municipales y centros de internet de banda ancha.

En la página siguiente se presenta un proyecto de cooperación en el marco de Leader con el que se desarrollaron soluciones orientadas a los ciudadanos para satisfacer las necesidades de servicio de las comunidades locales de Alemania y Austria.

Los procesos gestionados por la comunidad también pueden servir de apoyo a otros servicios locales distintos. Algunos modelos se centran en ofrecer herramientas estructuradas para organizar un **consumo colaborativo**. Se incluyen «bolsas de horas de trabajo», que permiten a la población local ofrecer otros servicios en función de sus competencias y habilidades, y recibir a cambio un apoyo alternativo, sin necesidad de realizar una transacción financiera.



Soluciones basadas en los residentes sustentan las comunidades rurales en Alemania y Austria

El proyecto «Calidad de vida gracias a la proximidad» ha contado con la participación de los ciudadanos en el desarrollo y el intercambio de soluciones para la prestación permanente de servicios básicos y suministros locales en las zonas rurales. Era un proyecto de cooperación transnacional en el marco de Leader en la frontera germano-austríaca.

Los objetivos de este proyecto financiado con cargo al Feader consistían en identificar, intercambiar y crear soluciones basadas en los ciudadanos ante el cierre de servicios locales, incluidas tiendas, servicios sanitarios, bancos y oficinas de correos. Estos desafíos suelen surgir cuando la falta de puestos de trabajo locales, los cambios demográficos y el descenso de la población se traducen en un bajo poder adquisitivo a escala local.

«Enseguida se dieron cuenta de que el poder creativo de los municipios depende de la presencia y participación de sus ciudadanos. Moderar el proceso con la ayuda de nuestros expertos permitió a los participantes concentrarse y ser constructivos.»

Ingrid Engelhart
Coordinadora del proyecto

Cooperación para la innovación

Para poner en marcha la iniciativa, los fondos de la medida de cooperación en el marco de Leader se emplearon para crear un foro conjunto transnacional entre los diferentes municipios y partes interesadas de Alemania y Austria. A pesar de que el proyecto lo dirigía el grupo de acción local alemán «Nordschwarzwald», a él también se unieron otros tres grupos de acción locales alemanes y tres grupos de acción locales socios de Austria.

Se organizaron visitas de intercambio entre las regiones socias austriacas y alemanas, además de un programa de formación de seis módulos desarrollado para todas las zonas adheridas. Estas actividades se centraron en la identificación y la divulgación de buenas ideas para encontrar soluciones orientadas a los ciudadanos para los problemas que se plantean en la vida del municipio.

Los expertos de SPES —una asociación alemana centrada en la gobernanza local y en la prestación de servicios locales— facilitaron el proceso, mientras que la coordinación y la elaboración de informes eran competencia de los gestores de los grupos de acción local.

La población local de 33 regiones participantes colaboró de manera voluntaria para intercambiar ideas y prácticas. El objetivo no era solo copiar, sino también adaptar las posibles soluciones para satisfacer de la mejor forma posible las verdaderas necesidades de cada comunidad participante.

Servicios basados en los ciudadanos

En el proyecto de cooperación en el marco de Leader se identificaron y utilizaron muchos conceptos innovadores. Se han desarrollado y analizado servicios sobre temas como: personas de edad avanzada; energía; familia; suministro local; cultura; movilidad; ecología; demografía; industria; gastronomía; niños; adolescentes; agricultura; turismo. Se pueden encontrar muchos ejemplos en el sitio web del proyecto.

Un ejemplo interesante es la bolsa de horas de trabajo para mayores de 55 años («Time Bank 55+»), en la que se registra la ayuda que un residente de 55 años de edad o más presta a otro y, además, les asigna «créditos de tiempo», que pueden intercambiar por el servicio de otro miembro del sistema. Todos los servicios son iguales y solo se miden conforme al tiempo que lleva su prestación, ya sea jardinería, trabajos relacionados con ascensores, ayuda con el papeleo o con las compras, etc.



© Lebensqualität durch Nähe – LQN

Las tiendas gestionadas por la comunidad —como esta de Vorderstoder, Austria— pueden ofrecer acceso local a los productos básicos y servir como un centro para las actividades locales.

«A mi edad no me apetece quedarme sentado sin más sin hacer absolutamente nada. Me gustaría mantener el contacto con mis vecinos y ayudarles en la medida de lo posible. Así que, los llevo en coche al médico, a las reuniones de mayores por la tarde o les presto mi ayuda para otros quehaceres».

Hannelore Foerch

Residente de 76 años y participante del banco de horas de trabajo para mayores de 55

En el municipio de Vorderstoder, ubicado en Alta Austria, la población local realizó una inversión conjunta de 50 000 euros de capital inicial para crear una tienda local. En la tienda, que ocupa una superficie de 220 m², se venden productos, también de explotaciones agrarias locales, y también cuenta con una cafetería. Ofrece una solución al suministro local de productos cuando el mercado privado no puede.

Conceptos que se traducen en soluciones a largo plazo

Se realizaron actividades de sensibilización para respaldar tales iniciativas locales, a fin de promover el uso de los sistemas entre los residentes locales, así como su replicación en otras zonas. Por ejemplo, el proyecto se difundió a través de una serie de programas de radio emitidos en la estación alemana SWR1. Terminó con un simposio final centrado en la transferencia de conocimientos de los sistemas identificados.

El proyecto demostró que, con un poco de ayuda y orientación, las comunidades pueden desarrollar sus

propias soluciones para satisfacer parte de sus necesidades de productos y servicios. Esto se puede lograr sin necesidad de obtener importantes subvenciones y sin intervenciones externas significativas. Las ayudas específicas con cargo al Feader pueden marcar la diferencia a la hora de poner de relieve lo que se puede hacer y cómo hacerlo.

«La principal ventaja fue la orientación práctica del proyecto. Se presentó a los socios las soluciones a los problemas con los que se encuentran en sus propias regiones, y se les transmitió que eran fáciles de aplicar».

Ingrid Engelhart

Coordinadora del proyecto

Denominación del proyecto	Lebensqualität durch Nähe — LQN (Calidad de vida gracias a la proximidad)
Tipo de beneficiario	Grupos de Acción Local
Período	2009-2011
Financiación del proyecto	Presupuesto total: 89 568 euros Contribución del Feader: 28 706 euros Contribución nacional: 30 409 euros Contribución privada: 30 453 euros
Información complementaria	www.lqn-leader.de
Contacto	engelhart@spes.de

Un servicio local de autobuses bajo demanda conecta a los residentes de las zonas rurales de Gales

«Bwcabus» es un servicio de autobús local bajo demanda adaptado a las necesidades de la población rural, que permite hacer reservas por anticipado por teléfono. La iniciativa ha puesto de manifiesto que una red de transporte rural integrada puede ayudar a mejorar la accesibilidad, reducir la dependencia del coche y ayudar a que las comunidades rurales dejen de sufrir privaciones.

Muchos municipios y ciudades pequeñas de las zonas rurales de Europa se han quedado aislados porque se han cortado los servicios de autobús que no resultan competitivos para ahorrar costes. No obstante, una iniciativa ejecutada en Gales occidental está demostrando que los nuevos enfoques en el transporte rural conectado con rutas de autobús estratégicas puede ofrecer un modelo sostenible de transporte público integrado.

La iniciativa «Bwcabus» surgió de un proyecto de 2008 financiado con cargo al FEDER. Logró obtener ayuda del Feader en 2015 para garantizar la continuidad de la prestación del servicio. La iniciativa la dirigía el condado de Carmarthenshire, en colaboración con el condado de Ceredigion, Traveline Cymru y la Universidad de Gales del Sur.

Un servicio de autobús centrado en el pasajero

«Bwcabus» (que significa reservar un autobús) es un servicio de autobús local que pretende satisfacer las verdaderas

necesidades de las comunidades rurales. Además de las distintas rutas fijas, «Bwcabus» gestiona un servicio bajo demanda, que los usuarios pueden reservar previamente.

El servicio de autobús se promueve en un sitio web en el que se facilita a los pasajeros información detallada sobre el servicio, como la localización de las paradas de autobús, las tarifas y cómo reservar. Los pasajeros se pueden registrar de forma gratuita para después poder reservar los viajes a través de un servicio telefónico específico para realizar las reservas.

El servicio de autobús está disponible de lunes a sábado, de 7.00 h a 19.00 h. Los pasajeros deben reservar antes de las 19.00 h para poder viajar la mañana siguiente, o bien antes de las 11.30 h si desean viajar ese mismo día por la tarde.

El servicio permite a los viajeros desplazarse entre los municipios y las ciudades locales incluidos en la zona «Bwcabus» o enlazar con los servicios de tren o autobús de la línea principal para viajar más lejos. La ventaja se observa particularmente en permitir a quienes no tienen

coche acceder a los principales servicios en las localidades cercanas en el momento oportuno. Estas facilidades engloban el acceso a servicios sanitarios y educativos, así como a oportunidades de empleo.

«Sin “Bwcabus” no hubiera podido conservar mi puesto de trabajo actual, porque no tengo otro medio de transporte, y un taxi me hubiera resultado demasiado caro.»

Melanie Heath

Pasajera más antigua de «Bwcabus», Llandysul, Gales

Un servicio totalmente accesible

Las personas de edad avanzada, las personas vulnerables y las que tienen movilidad reducida suelen ser las más afectadas por las restricciones en los servicios de transporte. «Bwcabus» ya contribuye significativamente a la calidad de vida de estos residentes, mejorando su acceso a los servicios, al empleo y a oportunidades para la interacción social.

«Se trata de un servicio maravilloso y no sé qué haría sin él. Ahora mismo tengo problemas de salud y es muy importante acudir a mis citas médicas. Antes de “Bwcabus”, la situación era muy complicada, porque el autobús pasaba solo una vez a la semana.»

Mary Jennings

Usaria del servicio «Bwcabus», Rhydlew, Gales

A fin de mejorar esta contribución, todos los autobuses «Bwcabus» tienen entradas bajas, amplias y accesibles, y las rampas para sillas de ruedas se encuentran disponibles previa petición. Gracias a ello, las personas con movilidad reducida, los usuarios de sillas de ruedas y las personas que lleven niños en cochecitos o sillas de paseo también pueden acceder a los servicios.

Aunque la mayoría de los usuarios deben esperar el autobús en la parada que consideren más próxima, los pasajeros con movilidad reducida o los que se encuentran en ubicaciones particularmente remotas pueden pedir que se les recoja y deje en, o cerca de, su domicilio, siempre que sea viable y seguro.

Un impulso para la economía local

Además de satisfacer las necesidades de la población local, el nuevo servicio de autobús ha propiciado un aumento general de los viajes de pasajeros, lo que ha supuesto un impulso para las empresas y la economía locales. Esto se debe a que, además de trasladar a los trabajadores a la ciudad, el servicio también atrae a clientes.

Un estudio realizado en 2016 sobre los negocios locales de la ciudad de Newcastle Emlyn ha revelado que los propietarios de los negocios han percibido una diferencia desde la implantación del servicio. «Atrae a clientes a los que les resulta complicado viajar», destaca Gaynor Jones, gerente de sucursal de Clynderwen and Cardiganshire Farmers Ltd.

«“Bwcabus” ha demostrado que puede aumentar la frecuencia de uso del transporte público, mejorar la accesibilidad, fomentar la reducción del uso del coche y ayudar a que las comunidades rurales dejen de sufrir privaciones... Es un placer escuchar que las empresas de las zonas rurales también se están beneficiando de este servicio.»

Consejera Hazel Evans

Consejo ejecutivo de Carmarthenshire
Miembro competente en transporte

Denominación del proyecto	Bwcabus
Tipo de beneficiario	Autoridad local
Período	2015-2016
Financiación del proyecto	Presupuesto total: ~ 691 000 euros Contribución del PDR: ~ 292 000 euros Contribución pública: ~ 399 000 euros
Información complementaria	www.bwcabus.info
Contacto	MRPhillips@carmarthenshire.gov.uk



© Bwcabus

Ofrecer un servicio de autobús bajo demanda puede resultar más práctico para los usuarios rurales y más rentable para los proveedores de servicios.

FOLLETOS DE EJEMPLOS DE PROYECTOS DEL FEADER PUBLICADOS ANTERIORMENTE

Pueden encontrarse otros ejemplos inspiradores de proyectos de desarrollo rural realizados con el apoyo del Feader en las ediciones anteriores del Folleto de Ejemplos de Proyectos Feader. En cada edición se destacan ejemplos de proyectos realizados con éxito en relación con aspectos concretos del desarrollo rural.

Se encuentran disponibles en la sección Publicaciones del sitio web de la REDR, en <https://enrd.ec.europa.eu>

Prioridades de desarrollo rural para el período 2014-2020



Ejemplos de proyectos Feader 2007-2013



Inclusión social



Servicios medioambientales



Jóvenes agricultores y gente joven en la Europa rural



Otros fondos de la UE



Bosques



Alimentos



Crecimiento verde



OTRAS PUBLICACIONES DEL FEADER

Manténgase al tanto de las últimas noticias, opiniones y avances relacionados con el desarrollo rural en Europa, con las publicaciones del Feader.

Se encuentran disponibles en la sección Publicaciones de <https://enrd.ec.europa.eu>, o puede suscribirse enviando un correo electrónico a subscribe@enrd.eu.

BOLETÍN INFORMATIVO

Todas las noticias sobre el desarrollo rural en Europa, directamente en su bandeja de entrada una vez al mes. El boletín informativo del Feader ofrece breves síntesis de los problemas emergentes, temas de actualidad, noticias y acontecimientos relacionados con el desarrollo rural en Europa.

LA REVISTA DE LA REDR (RURAL CONNECTIONS)

Rural Connections es la revista sobre creación de redes de la REDR. Ofrece opiniones de particulares y organizaciones sobre temas importantes del desarrollo rural, así como historias y perfiles de proyectos y de agentes del desarrollo rural. Además, contiene información sobre el desarrollo rural de toda Europa, que tal vez desconozcan los lectores. Se publica dos veces al año en seis lenguas de la UE (alemán, español, francés, inglés, italiano y polaco).

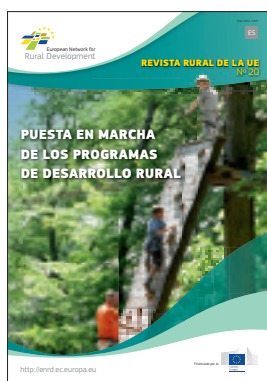
REVISTA RURAL DE LA UE

La *Revista Rural de la UE* es la principal publicación temática de la REDR. Presenta los últimos conocimientos y noticias sobre un tema concreto, pertinente para el desarrollo rural en Europa. Los temas abarcan desde el emprendimiento rural y la calidad alimentaria hasta el cambio climático y la integración social. Se publica dos veces al año en seis lenguas de la UE (alemán, español, francés, inglés, italiano y polaco).

Número 21 — Respuestas rurales a los desafíos en Europa



Número 20 — Puesta en marcha de los programas de desarrollo rural



Número 19 — Mejora en la participación de las partes interesadas



CÓMO OBTENER LAS PUBLICACIONES DE LA UNIÓN EUROPEA

Publicaciones gratuitas:

- Un único ejemplar:
A través de EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>).
- Varios ejemplares/pósteres/mapas:
En las representaciones de la Unión Europea (http://ec.europa.eu/represent_es.htm),
en las delegaciones en terceros países (http://eeas.europa.eu/delegations/index_es.htm)
o contactando con Europe Direct a través de http://europa.eu/europedirect/index_es.htm
o del teléfono 00 800 6 7 8 9 10 11 (gratuito en toda la Unión Europea) (*).

(*). Tanto la información como la mayoría de las llamadas (excepto desde algunos operadores, cabinas u hoteles) son gratuitas.

Publicaciones de pago:

- A través de EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>).

La REDR en línea

Sitio web de la REDR



Visite el sitio web de la REDR en <https://enrd.ec.europa.eu> e infórmese sobre todos los aspectos de la REDR y el desarrollo rural en Europa. También puede encontrar aquí las últimas noticias y novedades sobre los programas y la política de desarrollo rural en toda Europa.

Manténgase informado de las últimas publicaciones, trabajos temáticos y eventos de la REDR.

Redes sociales de la REDR

Encuentre el canal de redes sociales más apropiado para usted:

Visite la **página de Facebook de la REDR** para ver ejemplos de prácticas de desarrollo rural de toda la UE, así como las últimas noticias y tendencias.



Encuentre **vídeos** sobre desarrollo rural y cuestiones temáticas en el **canal EURural de YouTube**.

Siga la cuenta **@ENRD_CP en Twitter** y acceda a la última hora sobre políticas, noticias y eventos de desarrollo rural en la UE.



Únase al **grupo de la REDR en LinkedIn** para participar en debates, intercambiar información y conversar sobre la política de desarrollo rural y sus problemas de aplicación.



Punto de contacto de la REDR
Rue de la Loi/Wetstraat, 38 (bte 4)
1040 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË
Tel. +32 2 801 38 00
info@enrd.eu

