

PROYECTO NUEVA ESTRATEGIA RURAL PARA ANDALUCiA (N_ERA) *ANDALUCIA DECIDE SU FUTURO*

Nombre del proyecto:

Nueva Estrategia Rural para Andalucía (N_ERA)

Marco de financiación:

2ª convocatoria de Acciones Conjuntas de Cooperación del Programa Regional Leader Plus de Andalucía

Subvención: 3,3 Millones de Euros

Beneficiarios: 50 Grupos de Desarrollo Rural de Andalucía

Descripción:

El Proyecto N_ERA es un proceso de reflexión promovido por la Junta de Andalucía, para que la sociedad rural y los agentes sociales, económicos y políticos que la representan, participen en un debate y en un análisis de la situación actual de nuestros pueblos y sobre el futuro que desean sus habitantes.

A partir de este proceso de reflexión y debate se pretende diseñar la Nueva Estrategia Rural para Andalucía (N_ERA) para el próximo marco, y para ello se contará con los 50 Grupos de Desarrollo Rural de Andalucía. El trabajo se desarrollará en tres niveles: comarcal, provincial y regional.

Resultados esperados:

- 50 estrategias de Desarrollo Comarcales
- 8 Estrategias de Desarrollo Provinciales: el Desarrollo Rural en la provincia, análisis y perspectivas de futuro
- 1 Estrategia Rural para Andalucía

Indicadores de realizaci3n (participaci3n):

Se contar3 con la participaci3n de m3s 5.000 representantes de agentes y entidades implicadas en el desarrollo del medio rural andaluz. En el proceso de movilizaci3n social, impulsado con la colaboraci3n de los Grupos de Desarrollo, participaran:

- M3s de 400 Corporaciones Locales
- 8 Diputaciones provinciales
- M3s de 80 Mancomunidades de municipios
- 50 Grupos de Desarrollo Rural
- M3s de 50 representantes de Organizaciones Profesionales Agrarias
- Todos los sindicatos mayoritarios que trabajan en Andaluc3a
- M3s de 150 representantes de Asociaciones de empresarios/as de todos los sectores
- M3s de 250 representantes Asociaciones C3vicas: j3venes, mujeres, vecinales, inmigrantes...
- Principales entidades financieras de Andaluc3a
- Todos los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen de Andaluc3a
- Poblaci3n de los territorios implicados
- ...

Una reflexi3n sobre el presente: vivir en un pueblo de Andaluc3a

En las 3ltimas d3cadas, la Administraci3n andaluza viene apostando por el desarrollo de las zonas rurales de Andaluc3a, mejorando las comunicaciones viarias, la red de transporte, los servicios b3sicos y equipamientos p3blicos, las telecomunicaciones, etc. Todas estas actuaciones han sido, l3gicamente, dise1adas y ejecutadas por la propia Administraci3n regional (enfoque descendente o top-down).

En este contexto, la Junta de Andaluc3a tambi3n ha querido aplicar una nueva forma de trabajo para promover el desarrollo de las zonas rurales, contando con sus protagonistas, esto es, con la poblaci3n local, con los representantes pol3ticos, las asociaciones c3vicas, empresariales, los sindicatos, etc. Ello ha sido posible a trav3s de los programas de

desarrollo rural Leader y PRODER, que han permitido canalizar recursos públicos hacia las comarcas andaluzas para llevar a cabo un Plan de Desarrollo diseñado y ejecutado por una asociación comarcal de desarrollo rural (enfoque ascendente o bottom-up). Se trata, por tanto, de una intervención novedosa y pionera que ha demostrado la gran potencialidad que tienen los Grupos de Desarrollo Rural, como entidades representativas del territorio, para llegar a la población, para animar a las emprendedoras y emprendedores, para propiciar la articulación social para, en definitiva, poder tocar la realidad y estar más cerca de los ciudadanos.

El impacto y la percepción que los hombres y mujeres de nuestros pueblos tienen de las distintas intervenciones que la propia Administración y los Grupos han llevado a cabo, son muy heterogéneos, a la vez que pocos conocidos, como lo demuestran las distintas evaluaciones y los escasos estudios de opinión que se han realizado en los últimos años.

A su vez, asistimos a un punto de inflexión, en el que finaliza el marco de programación 2000-2006, despedimos la iniciativa comunitaria Leader, despedimos el programa PRODER, para dar paso a un eje estratégico en la política de desarrollo rural para el próximo marco: EL MÉTODO LEADER.

En este contexto, la Junta de Andalucía pretende impulsar un espacio en el que todas las personas que viven en zonas rurales puedan opinar, debatir, en definitiva, participar activamente en un análisis crítico sobre la situación de la comarca, sobre cómo se vive hoy en un pueblo de Andalucía.

Un compromiso para el Futuro

La Junta de Andalucía ha incrementado la dotación presupuestaria que se ejecutará con el método LEADER para el período 2007-2013, con respecto al marco que se cierra, situándose en un total de 406 Millones de Euros. De esta forma, se consolida el compromiso que la Administración regional tiene con las comarcas andaluzas para los próximos 7 años, y se amplía el abanico de actuaciones que podrán ser financiadas a través los Grupos de Desarrollo rural.

No obstante, hay que tener presente que el desarrollo que las zonas rurales andaluzas han tenido en los últimos años, ha sido muy heterogéneo, lo que podríamos denominar como territorios con velocidades muy distintas como consecuencia de múltiples factores (la dinámica demográfica, creación de empleo, cercanía de centros urbanos, existencia de un "proyecto-territorio", etc.) Lógicamente, esta desigual situación de partida condicionará la intensidad de la ayuda que gestione el Grupo, así como el tipo de actividades susceptibles de financiarse.

En este contexto, tan importante es que los territorios realicen un análisis crítico de las debilidades y fortalezas actuales de una comarca, como que sean capaces de escenificar y diseñar qué futuro quieren para su comarca y sus pueblos, y que ese ejercicio se realice, precisamente, contando con la población.

Precisamente, a **través del Proyecto N_ERA se pretende que la población indique el rumbo de la Estrategia de Desarrollo Comarcal y Regional**, para que sus hijas e hijos vivan en una sociedad dinámica, con igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, con equidad de género, con calidad de vida, respetuosa con el medio ambiente, una sociedad abierta y orgullosa de sus raíces.

*Construir **una** Estrategia Rural para toda Andalucía*

Los 50 Grupos de Desarrollo Rural de Andalucía disponen de equipos técnicos cualificados, en ellos están representados numerosos agentes del territorio, y disponen de una experiencia y de un conocimiento de la

comarca que los convierte en firmes candidatos para definir la Nueva Estrategia Rural para Andalucía.

El trabajo de los Grupos consiste en definir un plan de trabajo, una hoja de ruta, que les permita realizar un diagnóstico participativo de su comarca y unas orientaciones de futuro. Pero su trabajo no queda ahí. Los Grupos de una misma provincia trabajarán conjuntamente para realizar un análisis de las zonas rurales de la provincia, compartir los resultados del proceso, las dificultades y las soluciones que se adopten, poner en común sus métodos de trabajo, etc. En cada provincia habrá un Grupo coordinador, encargado de armonizar el proceso de reflexión en todas las comarcas, y que a su vez participa, junto con los Grupos coordinadores de las 7 provincias restantes, en una comisión técnica para la elaboración de la Estrategia Regional.

Se trata, por tanto, de **tres niveles de trabajo**, con resultados distintos a la vez que complementarios:

<i>Nivel</i>	<i>Producto</i>	<i>Ejecuta</i>
Comarcal	50 Estrategias de Desarrollo Comarcal	50 Grupo de Desarrollo Rural
Provincial	8 Estrategias de Desarrollo Comarcal	Grupos de la Provincia
Regional	Estrategia Rural para Andalucía	8 Grupos coordinadores provinciales Dirección General de Desarrollo Rural

Los Grupos de Desarrollo Rural contarán con la asistencia técnica de la Empresa Pública Desarrollo Agrario y Pesquero y con la Institución Universitaria de ETEA, quienes facilitarán apoyo técnico, formación y asesoramiento para el diseño y la redacción de las estrategias.

El desafío de la Participación

La realización de un diagnóstico participativo requiere la definición de espacios de participación apropiados que permitan que los actores sociales se involucren activamente en el proceso. En la siguiente tabla se presenta de forma esquemática, las entidades y/o agentes que van a

intervenir en el proyecto, así como algunos espacios o instrumentos de participación que se utilizarán en el proceso.

ENTIDADES / AGENTES PARTICIPANTES	INSTRUMENTOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
<p>SECTOR PÚBLICO Consejería de Agricultura y Pesca Otras Consejerías Diputaciones Provinciales Mancomunidades de municipios Consorcios municipales Corporaciones locales UTEDLT</p> <p>SECTOR PRIVADO Población Rural Grupos de Desarrollo Rural Sociedades de Desarrollo Organizaciones Profesionales Agrarias Asociaciones de Empresarios/as Comunidades de Regantes Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen Entidades de Economía Social Centros de Iniciativas Turísticas Sociedades Mercantiles Representantes Sindicales Asociaciones Cívicas Cámaras de Comercio Oficinas de Consumo Asociaciones de Defensa del Patrimonio Entidades Financieras Agrupaciones de Defensa Sanitaria Centros educativos y de formación</p>	<p>INSTRUMENTOS DE INFORMACIÓN Certámenes Audiencias públicas Seminarios Páginas Web Medios de comunicación Exposiciones, Jornadas Ferias</p> <p>INSTRUMENTOS DE PARTICIPACIÓN Mesas sectoriales (agricultores/as, ganaderos/as, turismo etc.) Foros de desarrollo rural Jornadas Comités de expertos Debates abiertos Encuestas públicas Consejos de participación vecinal Consejos ciudadanos Comisiones de trabajo Animadores/as locales Plataformas digitales Reuniones líderes locales Jornadas de puertas abiertas</p>

Un proceso transparente y de calidad - Andalucía Rural "en directo"

Durante todo el proceso se garantizará la difusión de las actividades programadas, con la finalidad de dar a conocer los frutos de este gran debate a toda la sociedad, y de promover continuamente la participación de la ciudadanía.

Para ello, el proceso de difusión contemplará una doble estrategia. En primer lugar se definirán momentos claves de máxima difusión que servirán para el impulso del proyecto en toda su dimensión, dirigidos al conjunto de la sociedad andaluza, entre los que se incluyen el acto de inauguración, momentos clave del proceso (presentar avances análisis provinciales), y el acto de clausura. Por otra parte, se programarán acciones de comunicación en el ámbito comarcal/ provincial para promover la participación, informar a la población local, y difundir los resultados de carácter provincial y comarcal. Estas actuaciones formarán parte de un amplio **programa de difusión y comunicación**, cuidadosamente orquestado para asegurar la transparencia y visibilidad de este proceso, lo que **permitirá conocer en tiempo real el progreso de los debates en todas y cada una de las comarcas andaluzas.**

La difusión se realizará a través de los medios de comunicación existentes, y de otros instrumentos o estructuras de apoyo creadas expresamente para el proyecto, como un "gabinete de prensa", página Web, etc. Entre los medios de comunicación previstos se encuentran la radio, la prensa escrita, la televisión, la presencia en páginas Web, etc. En todos los actos se asegurará la presencia y visualización de una imagen corporativa que asociará el proyecto a la Consejería de Agricultura y Pesca y a la Junta de Andalucía.

En la siguiente tabla se muestra el proceso de difusión, así como una estimación de la presencia del proyecto en los medios de comunicación señalados.

REGIONAL	PROVINCIAL Y COMARCAL
ACTO INAUGURAL REGIONAL	ACTO INAUGURAL PROVINCIAL Y COMARCAL
Presidido por el Consejero de	Presidido por el Delegado o

<p>Agricultura y Pesca dará comienzo oficialmente al Proyecto y tendrá una amplia difusión en todos los medios de comunicación</p> <p>MOMENTOS PROCESALES Eventos de difusión</p> <p>CLAUSURA Gran acto de clausura presidido por una personalidad relevante de interés nacional</p>	<p>Delegada Provincial o un representante de la Consejería en cada una de las Comarcas de su provincia y tendrá una amplia difusión en todos los medios de comunicación</p> <p>ACCIONES DE DIFUSIÓN Todos los debates, acciones, mesas sectoriales integrarán en su programación un espacio para la invitación a la participación y la difusión de resultados</p>
MEDIOS DE DIFUSIÓN UTILIZADOS	
<p>EXISTENTES 350 canales de televisión 560 emisoras de radio 32 periódicos 50 boletines y periódicos Comarcales 850 Web</p> <p>EXISTENTES 350 canales de televisión 560 emisoras de radio 32 periódicos 50 boletines y periódicos Comarcales 850 Web</p> <p>NUEVOS 10 ruedas de prensa Página Web Ferias 50 Jornadas Comarcales 700 Jornadas locales Material divulgativo (DVD, folletos, etc.)</p>	<p>PRESENCIA PREVISTA Reportajes en canales locales Programa semanal 2 horas de duración Anuncios y cuñas publicitarias Anuncios, convocatorias, artículos... Web de Ayuntamientos, GDR, Diputación, etc.</p> <p>PRESENCIA PREVISTA 2 del Consejero y 8 de los Delegados Provinciales Creación de una página Web del proyecto Ferias Jornadas "Decide tu futuro" Jornadas de dinamización local Material divulgativo (DVD, folletos, etc.)</p>