

1 Estrategia

1.1 Introducción

La definición de un plan estratégico tiene que basarse en una conceptualización teórica que permita poder crear un marco preciso y concreto del tema a abordar. En nuestro caso es necesario definir este sistema en dos planos diferentes complementarios. En primer lugar en como entendemos hoy el medio rural, un medio rural entre la crisis y el cambio y la renovación que lucha por encontrar un espacio en un mundo global que ha modificado en muy pocos años muchos paradigmas que parecían inmutables. Por otro lado hay que trabajar desde la realidad del aquí y ahora de nuestro territorio, con sus realidades, sus fortalezas y sus debilidades.

Nuevos tiempos obligan, necesariamente, replanteos y nuevos posicionamientos, nuevas formas enfocar los problemas y nuevas soluciones. Ya no nos vale lo de siempre. Sin duda durante las décadas del 80 y el 90 del pasado siglo era necesario abordar grandes proyectos de choque que sacaran al medio rural de una delicada situación de los espacios rurales. El sector primario como única salida, una aguda masculinización, un aislamiento endémico y una condiciones de vida y nivel de servicios muy deficiente. No hace tanto que en nuestros pueblos no se podía llamar con normalidad por teléfono, o disponer de un suministro eléctrico que pudiera ser considerado como tal, o unas carreteras razonablemente transitables por poner solo algún ejemplo. En 25 años la transformación (aunque la flojedad de la memoria nos pueda engañar) ha sido verdaderamente sustancial.

Es en este marco donde surgen los primeros grandes programas de desarrollo rural basados en una situación que demandaba urgentes actuaciones que permitieran al medio rural modernizarse en un corto espacio de tiempo, diversificar una economía basada en el sector primario que tras la entrada en la UE iba a sufrir radicales transformaciones, implantar y/o consolidar los servicios básicos y generar oportunidades y expectativas de futuro a sus habitantes.

Hoy, afortunadamente, la situación es muy diferente. Esa fase del desarrollo rural a la que hacíamos referencia ha quedado ampliamente superada y ahora nos encontramos en un nuevo escenario que, en gran medida, está todavía sin definir. Así pues se hace necesario plantear un debate serio y riguroso sobre cuál va a ser el papel de la ruralidad en un mundo global, la relación rural urbano y las necesidades que el siglo XXI genera en el medio rural para poder ser competitivo en esta nueva realidad.

De esta manera los programas de desarrollo rural participativo, entre los que podemos enmarcar el enfoque Leader, tienen que plantearse nuevos retos, innovar en los análisis y en las soluciones y trabajar para construir un nuevo escenario que, de manera compartida y solidaria, se vaya construyendo desde la realidad del territorio.

Con esta idea se ha planteado el desarrollo de este plan estratégico.

1.2 Cuestiones generales

En este apartado vamos a abordar las estrategias a desarrollar por parte del grupo de acción en el próximo periodo. Estas estrategias han surgido de las propuestas de la población local expuesta a través de los diferentes procesos de *participación*, de su comparación con los diferentes análisis de *diagnóstico* territorial, de las recomendaciones generales del *FEADER* y de la *experiencia* adquirida durante el programa anterior.

Esquema 1 Las piezas que soportan la estrategia

Antes de empezar con la estrategia propiamente dicha conviene especificar algunos principios generales que van a servir de soporte a la formulación y desarrollo de la estrategia. Son criterios transversales que constituyen el soporte metodológico para el desarrollo del propio programa.

- **Participación:** La formulación de la estrategia se ha formulado a partir de un proceso amplio de participación. Pero este proceso participativo se continuará durante todo el desarrollo del proyecto, buscando en todos y cada uno de los pasos la implicación de la población local.
- **Transparencia:** El objetivo del programa es servir al territorio y a su población. Es necesario que el territorio perciba este proceso para lo que es necesario que todos los procedimientos, acciones y decisiones sean claras y públicas. Es necesario mantener un adecuado sistema de información que permita que todo el territorio pueda conocer el sistema operativo, los avances, los resultados, los procesos de decisión y las consecuencias de las acciones. No se trata de trabajar desde un punto de vista de publicidad en un concepto de marketing, sino de información para la claridad y la transparencia.
- **Vinculación territorial.** El programa es específico de un territorio concreto al que debe dar respuesta y del que debe ser animador, catalizador y dinamizador. Es por tanto específico y no genérico, priorizando los intereses y necesidades concretas de este territorio.
- **Consolidación asociativa.** ADRA como asociación es la entidad responsable del desarrollo del programa Leader. Para un adecuado funcionamiento del mismo es necesario disponer de una asociación fuerte y activa. Esto sólo se consigue desarrollando dinámicas internas y la corresponsabilidad de los asociados. Este no es un proceso espontáneo sino que debe ser trabajado de manera específica.

Estos criterios constituyen el armazón de la estrategia. Sin ellos, aun cumpliendo los plazos y presupuestos establecidos, no se podrá considerar como exitosa. El criterio, ya repetido en varias ocasiones, de que el programa tiene que ser algo más que un mero reparto de ayudas, lejos de ser un recurso retórico, debe convertirse en el principio fundamental. De no ser así la metodología Leader no tiene ningún sentido ya que se basa, precisamente, en una formulación diferente a la de una línea de subvenciones (razón por la que su funcionamiento sea sustancialmente diferente a otras líneas del FEADER o de otras ayudas europeas, nacionales o regionales). El hecho de que sea una organización formada por la sociedad civil de territorio marca una diferencia sustancial. **La asociación no puede ser una mera herramienta instrumental sino, todo lo contrario un objetivo en sí mismo.** ADRA tiene la obligación, y así lo han manifestado numerosas personas y colectivos durante el proceso de participación desarrollado, de convertirse en un agente activo del territorio, generador de dinámicas territoriales y voz de la población local para el impulso y la planificación de territorio.

ADRA no es pues una ventanilla de ayudas, los fondos no son una línea de subvenciones más al uso. Es un foro cuyo fin es ser vehículo de la participación del territorio en la solución de sus problemas. Las ayudas y subvenciones hay que entenderlas como un medio para dar respuesta, al menos parcial, a las necesidades del territorio, especialmente a través de la puesta en marcha de proyectos innovadores que permitan generar nuevas dinámicas. Desde este planteamiento es casi un programa experimental.

Estos criterios metodológicos generales conducen a tener en cuenta a la hora de desarrollar el proceso los siguientes aspectos:

- Enfoque territorial del programa que se diseña y desarrolla a partir de líneas concretas de trabajo basados en la homogeneidad del territorio y la valorización de los recursos endógenos.
- Enfoque ascendente.
- La puesta en marcha de una estrategia innovadora identificando nuevas oportunidades para el territorio y activándolas. No entendemos la innovación como la búsqueda de lo raro o lo ocurrente, sino como una búsqueda de encontrar nuevas soluciones a los problemas pasados, actuales o futuros.
- Enfoque integrado buscando las sinergias entre las diferentes actuaciones que no se plantean como elementos individuales sino como partes de un conjunto que alcanza un valor añadido por la complementariedad.
- Trabajo en red tanto en lo que se refiere a los diferentes agentes del territorio como con el resto de iniciativas regionales y nacionales o internacionales, reforzando así la información disponible y la credibilidad y afianzamiento en el territorio del grupo.
- Gestión de proximidad favoreciendo la simplificación de la gestión, pero muy especialmente el asesoramiento, apoyo y acompañamiento.
- Consolidación del grupo de acción local como herramienta útil para estructurar el territorio desde la sociedad civil.

1.3 Objetivos generales y específicos

Los objetivos generales del programa de desarrollo comarcal de La Rioja Alta dentro del enfoque LEADER son los siguientes:

- Fijación de la población en el territorio.
- Generación de nuevas oportunidades mediante la diversificación de la economía, el impulso del desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y el autoempleo.
- Revertir los efectos de la reciente crisis económica mediante la identificación e impulso de nuevas oportunidades y como situación que permita abrir un periodo apropiado para intentar una estabilización de la situación rural y evitar la exclusión social de colectivos en situación de desempleo.
- Vertebrar el territorio y fomentar la cohesión social y la participación como metodología adecuada para el dibujar el escenario futuro del territorio.
- Favorecer la sostenibilidad ambiental, social y económica mediante el impulso de actividades respetuosas con el entorno.
- Innovar en los modelos, criterios diagnósticos y de evaluación, las metodologías de gestión y la evaluación de resultados, así como la generalización de la innovación como un elemento transversal a todo el programa.
- La mejora de la calidad de vida de los habitantes del medio rural en general y de La Rioja Alta en particular.
- La mejora medioambiental y la lucha contra el cambio climático como objetivo transversal del programa.

Los objetivos específicos del programa son los siguientes:

- Favorecer la iniciativa privada y los proyectos que contribuyan al desarrollo económico de la zona.
- Favorecer la creación de empleo en el territorio.
- Apoyar nuevos sectores económicos, especialmente el turismo y la comercialización de productos locales, como sectores estratégicos del territorio. Igualmente tratar de impulsar empleo ligado a proyectos vinculados al medio ambiente.
- Impulsar acciones de protección y valorización del paisaje y del patrimonio cultural y natural, entendidos como activos territoriales y elementos de cohesión social.
- Favorecer la aplicación de medidas medioambientales que contribuyan a la conservación del medio y, muy especialmente, a la eliminación o aminoración de impactos ambientales y el ahorro energético dentro de las actividades.
- Implementar el trabajo con las asociaciones y los agentes del territorio a fin de consolidar una base amplia para generar sinergias que permitan la consolidación de los procesos de desarrollo en el territorio.
- Optimizar la gestión de la asociación, detectando los puntos débiles y buscando soluciones viables y que garanticen la seguridad y transparencia en la gestión.

A estos objetivos generales y específicos tenemos que añadir otros que consideramos fundamentales para la buena marcha del programa y que se configuran como objetivos transversales del mismo y, en general, de todas las actuaciones de la asociación:

- La sostenibilidad ambiental, social y económica como criterio horizontal de todas las actuaciones.
- La calidad como criterio básico de las iniciativas, tanto en lo que se refiere a su tramitación y propuesta, como en lo referente a la realización de los proyectos específicos.
- La lucha contra el cambio climático como un principio a tener presente en todas las actuaciones del programa, así como la sensibilización general de la población sobre este problema.
- La lucha contra la exclusión social de colectivos desfavorecidos tanto por situaciones estructurales como coyunturales.
- Un principio de excelencia en la gestión, tanto en lo aspectos administrativos como en todos los procesos relacionales que afecten al programa.

1.4 Líneas estratégicas

La estrategia se desarrollado, como ya se ha comentado, a partir de los resultados obtenidos en los procesos de participación, las recomendaciones generales del FEADER, los resultados del diagnóstico y la experiencia previa. Entendemos la estrategia como el camino para alcanzar los objetivos planteados a medio y largo plazo que se han expuesto anteriormente.

De los diferentes procesos desarrollados (y descritos con anterioridad) se ha realizado una síntesis que es la que configura la presente estrategia. Se ha tratado, tal y como se ha solicitado insistentemente en los procesos de participación y como parecen ser las últimas recomendaciones del órgano gestor, de concretar lo más posible las acciones a las que el proyecto debe orientar preferentemente sus pasos.

La estrategia se orienta a conseguir, de manera general, la estabilidad de la población local del territorio mediante la mejora de la calidad de vida de sus habitantes. Para ello se plantean cuatro aspectos fundamentales a desarrollar:

Esquema 2 El esquema de la estrategia

De estos cuatro ejes, que se plantean como los fundamentales para obtener los objetivos generales, no todos son abordables de igual manera por el programa, dadas sus limitaciones operativas y presupuestarias. En este sentido hay que ser realistas desde el punto de vista de poder alcanzar los mejores resultados con los medios disponibles para contribuir a la mejora territorial. Así por ejemplo hay que ser conscientes de que la capacidad del programa de intervención en servicios generales.

Esta circunstancia implica que la estrategia se plantea desde el principio de aplicar los recursos en **impulsar o resolver aquellos problemas que sean abarcables** y en los que la acción del programa provoque **efectos concretos en la realidad del territorio**. Esta posición implica dos cuestiones fundamentales:

- La concentración de recursos en las líneas abarcables.
- La posición proactiva de la asociación en la defensa de los intereses generales del territorio en aquellos aspectos que no puedan ser abordados de una manera directa.

Se trata así de destinar los recursos a desarrollar acciones que o bien impulsen de forma clara algunas cuestiones concretas del territorio o bien presenten un componente de innovación que permita desarrollar acciones demostrativas que posteriormente puedan ser generalizables en el territorio. Esto implica igualmente que la asociación pueda servir de herramienta instrumental a fin de poder desarrollar acciones de manera complementaria a la estrategia general de este programa (el caso de la formación puede ser un ejemplo muy evidente de esta situación) y que asuma un papel de implicación directa en la problemática del territorio como agente proactivo del mismo de cara al resto de administraciones y de la sociedad en general.

Dentro de este esquema, las estrategias de actuación del programa se centran en tres aspectos fundamentales:

Respecto a la **priorización de actividades productivas**, la insistencia en el proceso de participación en este aspecto, las recomendaciones generales del programa y la realidad territorial obliga a trabajar prioritariamente esta línea de actuación e incentivar proyectos productivos. En este sentido se incluyen aquí:

- Proyectos que directamente generen empleo bien mediante contratos directos integrados en plantilla o mediante contratación de autónomos siempre y cuando se establezca una relación de vinculación entre los el autónomo y el contratante.
- Proyectos que favorezcan la consolidación de empleo o la pérdida de puestos de trabajo. En este sentido se considera el hecho de frenar la tendencia de pérdida de personal en una empresa o iniciativa (a partir de mantenimiento de plantilla actual o evaluando la estrategia de reestructuración y los resultados previstos a medio plazo).
- Acciones innovadores que mejoren la competitividad de empresas y autónomos.
- Nuevas inversiones productivas.
- Mejoras en la calidad.

Hay que incluir en este apartado las acciones de promoción tanto de turismo como de productos locales, ya que son actividades que tienen como objetivo fundamental el incrementar la actividad económica del territorio y sus empresas de manera transversal pero real. El territorio ha considerado que este trabajo es fundamental para poder mejorar los resultados económicos de algunos sectores, por lo que estas acciones deberán tener un peso específico importante.

Dos son los sectores a trabajar de una manera prioritaria, desde la perspectiva explicada anteriormente de concentrar efectos para implementar la eficacia:

- Turismo.
- Comercialización de las producciones locales existentes e impulso de nuevas producciones locales, especialmente ligadas al sector agroalimentario.

Respecto al **turismo** podemos concretar la estrategia en:

- Impulso del enoturismo como producto estratégico.
- Diversificación del catálogo, especialmente con productos de carácter cultural y gastronómico.
- Apuesta por un turismo de calidad excluyendo turismo de masas y relativizando la importancia del turismo de élite.
- Diversificación de los mercados ampliando la fuerte dependencia de mercados de proximidad y trabajando la internacionalización.

El turismo tiene en la actualidad todavía un importante margen de crecimiento, aunque se hace necesario ampliar las estrategias de producción, promoción y comercialización. Este sector es considerado por la población local como el de mayor rango de crecimiento para la creación de empleo.

Por lo que respecta a la **producción local** la estrategia se centra en:

- Mejoras de la promoción y comercialización, especialmente en lo que se refiere a la venta directa, aspecto clave para buen número de pequeños productores.
- Impulso de estrategias de kilómetro 0 tanto con la población urbana de proximidad como con la restauración.
- Desarrollo de nuevas producciones locales agroalimentarias. En este sentido conviene recordar el incremento de nuevas producciones que, aunque en números absolutos son todavía pequeñas, sus índices de crecimiento son llamativas, siendo de interés analizar y potenciar las posibilidades tanto de comercialización directa de estas producciones como de su transformación buscando generar un valor añadido.
- Atención al sector de la artesanía no alimentaria.

La **consolidación asociativa** se plantea desde la óptica de crear una asociación fuerte y cohesionada que asuma determinadas responsabilidades y trabaje como un agente proactivo en el territorio. Esto implica las siguientes estrategias:

- Optimizar el funcionamiento de los órganos de decisión, asamblea, junta, comité de seguimiento, rutas del vino y aquellos que se pudieran ir organizando a lo largo del periodo, con un funcionamiento real en el que se produzca el debate necesario para el deseable desarrollo del proyecto y el adecuado control del programa.
- Generar procesos de participación continuada que permitan la implicación de los agentes territoriales y la población local en el desarrollo del territorio, tanto en lo que se refiere a la planificación, el desarrollo de la estrategia y las políticas sectoriales.
- Asumir responsabilidades en el impulso y desarrollo de proyectos de interés general.
- Servir de vehículo para la negociación y el impulso de actuaciones de carácter territorial con otros agentes y administraciones.

La estrategia de vertebración territorial es fundamental. La estructuración del territorio es en estos momentos débil, para transformar esta situación se hace necesario el desarrollo de un proceso de animación sociocultural¹ que permita revitalizar el movimiento asociativo, fomente la implicación personal de la población y facilite herramientas y puntos de encuentro para abordar y plantear soluciones a los problemas territoriales.

Conviene aclarar que no se trata de un simple problema de difundir la información, sino de favorecer el trabajo con la población local. En el procedimiento de gestión se establecen los mecanismos de publicidad necesarios para la difusión del programa, pero el proceso debe ir más allá dentro de lo que ahora se ha venido en definir como *planificación inteligente*.

Las acciones de mejora del **medio ambiente**, la lucha contra el **cambio climático** y la protección y conservación del **paisaje** y el **patrimonio** son los caminos planteados para garantizar la calidad y la sostenibilidad territorial a largo plazo. La viabilidad del territorio a medio y largo plazo es un aspecto fundamental que debe estar siempre presente, siendo necesario establecer las líneas estratégicas más adecuadas.

El cambio climático es un riesgo para el planeta en general y para el territorio en particular por la afectación que mismo puede suponer para el sector agrario y, más específicamente, para la viticultura. Por otra parte entendemos la lucha contra el cambio climático como una responsabilidad compartida por todos, en la que todos y cada uno de nosotros tiene que comprometerse de una manera clara y decidida. Como líneas estratégicas del programa se incluyen todas aquellas acciones destinadas a la aminoración de consumos, especialmente energéticos, y reducción de la huella de carbono, tanto en el funcionamiento ordinario de la organización como en los proyectos a desarrollar en su ámbito de actuación. Como estrategia general se realizará de forma sistemática un proceso de información y sensibilización frente a este problema y se le propondrán acciones tendentes a implantar buenas prácticas.

En el funcionamiento del propio grupo se implementarán medidas concretas que se difundirán entre la población local a fin de operar como efecto demostrativo.

Además del cambio climático, es necesario implementar en el programa otras medidas ambientales, especialmente las relacionadas con la reducción de impactos. Toda actividad genera una serie de impactos en el territorio que deben ser aminorados al máximo para garantizar la sostenibilidad del territorio, en especial en relación con las actividades productivas a impulsar por el programa. Del mismo modo se hace recomendable incentivar acciones tendentes a la protección del suelo, el agua, la flora y la fauna. En el territorio es de especial interés el desarrollo de acciones tendentes mejorar la gestión de ribazos y terrazas, elementos de alto interés ambiental y paisajístico.

En este sentido la estrategia primará las acciones generales o particulares con este objetivo a fin de incentivar las actuaciones y sensibilizar a la población en la necesidad de la protección del medio ambiente.

El patrimonio (tanto material como inmaterial) y el paisaje son dos elementos fundamentales para garantizar la sostenibilidad social. Además de la importancia como elementos generadores de valor añadido y de mejora de la oferta y el producto turístico, juegan un papel fundamental como elementos aglutinadores y como base de la identidad, entendida como los elementos de una cultura que la dotan de personalidad propia. Juega igualmente un papel importante en los procesos de multiculturalidad y de integración de los colectivos de inmigrantes desde el reconocimiento mutuo de sus peculiaridades culturales. El paisaje es la manifestación territorial de la cultura de un territorio y como tal, un factor representativo de su sociedad. En este sentido juega un papel similar al desarrollado por el patrimonio; de hecho el paisaje ha sufrido en los últimos años un importante proceso de patrimonialización.

Trabajar la identidad territorial el paisaje y el patrimonio es un factor de estabilidad social y de creación de la sensación de pertenencia que se comentaba anteriormente. Y un camino que permite implicar de manera concreta y amable a la población con su entorno de una manera colectiva. Aunque no es un requisito suficiente, trabajar con determinados criterios en la protección del patrimonio, es un factor fundamental de sostenibilidad social, a lo que tenemos que añadir la

¹ La animación social se entiende aquí en el significado en línea de los movimientos de animación francesa, los primeros que empezaron a aplicar estas metodologías, hoy muy generalizadas y no en la otra conceptualización que en ocasiones se vincula con la planificación y organización de actividades culturales y recreativas.

capacidad de uso del patrimonio como recurso turístico, siempre que se produzca una adecuada puesta en valor que facilite su capacidad de atractivo hacia el turismo a la vez que garantice su conservación.

Para la concreción de la estrategia se ha trabajado en base a los siguientes criterios:

- Definir, dentro del marco de la estrategia general, los campos de actuación temáticos específicos y las actuaciones preferentes y secundarias.
- Definir los beneficiarios específicos y su condición en cada una de las estrategias.
- Apuntar, con carácter general, los requisitos para valorar un proyecto como productivo o no productivo.
- Incluir los criterios de priorización en las tablas de baremación.
- Trasladar las prioridades a la planificación presupuestaria.

1.4.1 Determinación de líneas de acción prioritarias

A continuación se va a tratar de definir en cada uno de los apartados algunos conceptos que puedan ayudar a precisar la gestión del programa, dentro del requerimiento surgido del proceso de participación de intentar concretar y precisar el ámbito del programa².

² Lógicamente una trasposición muy importante de la concreción de la estrategia se manifiesta en la distribución del presupuesto en los cuadros financieros. En estos se incluirán las acciones en sus epígrafes concretos que no siguen exactamente los apartados especificados aquí por razones de estructura presupuestaria.

1.4.1.1 Turismo

Se concretan aquí las diferentes áreas de esta actividad que han sido valoradas como prioritarias. Esta valoración proviene tanto de las opiniones recogidas en el proceso de participación como del diagnóstico y las recomendaciones del propio programa. Hay que tener en cuenta dos aspectos fundamentales a la hora de evaluar adecuadamente la importancia de este sector dentro de la estrategia general de la zona. En primer lugar el criterio de transversalidad del gasto turístico que beneficia al propio sector, pero también a otros sectores del territorio. En segundo lugar el papel que el enoturismo está teniendo, no sólo en lo que se refiere al propio desarrollo sectorial, sino también en lo que afecta al apoyo al sector vitivinícola que, como es sabido, es fundamental en el territorio.

→ Creación de oferta turística básica

Se entiende por infraestructura turística todos aquellos equipamientos e instalaciones que prestan servicios considerados turísticos como son alojamientos, restauración y transporte. Quedan excluidos de este punto los bares que, a efectos de este programa (y tal y como los clasifica la normativa) no serán considerados infraestructura turística y, por tanto, no se incluirán en las líneas preferentes. Los establecimientos tendrán que estar dados de alta en turismo o, en el caso de transporte, en el registro correspondiente regional o municipal según la tipología.

Quedan expresamente excluidos de esta estrategia y del programa los usos turísticos en régimen de arrendamiento o alquileres de viviendas entre particulares, se hagan estos directamente o a través de portales de alquiler especializados.

La oferta turística comarcal tiene todavía un margen de crecimiento. Aunque en los últimos años ha experimentado un crecimiento mantenido, este ha sido en números absolutos moderado (incluso en el caso de la restauración ha bajado el número de plazas, aunque se ha incrementado el de establecimientos). La oferta media de los establecimientos es de calidad media- alta o alta, segmento que interesa, dentro de lo marcado por la estrategia, conservar en el futuro, por lo que se cuidará especialmente este criterio de calidad, trabajando con los promotores este aspecto.

De igual manera y en cumplimiento de la estrategia general de mejora ambiental, se realizarán las correspondientes recomendaciones al promotor para que incluya buenas prácticas ambientales en el proyecto.

Se estudiará detalladamente el proyecto de viabilidad, requisito imprescindible en este y en todos los proyectos productivos.

Podrán presentar proyectos promotores tanto públicos como privados y las ayudas tendrán siempre el carácter de actividad productiva.

➤ Mejora de la oferta turística existente

Se incluyen en este apartado proyectos tendentes a la mejora de la calidad, la mejora ambiental de los establecimientos o la mejora de la competitividad de los servicios turísticos. La rapidez en el cambio de los gustos de la demanda y los movimientos de la competencia obligan a mantener una permanente actualización de los establecimientos para poder mantenerse vivos en los mercados. Este es un factor fundamental desde le punto de vista de consolidación del empleo turístico.

Los proyectos tendrán que presentar en la memoria una justificación suficiente de las ventajas que las intervenciones propuestas generarán en su establecimiento y que justifiquen la acción.

Podrán presentar propuestas aquellos promotores públicos o privados que tengan en funcionamiento establecimientos turísticos. Los proyectos tendrán la consideración de productivos.

➤ Creación de infraestructura turística de carácter general

Se incluyen en este apartado acciones tendentes a la creación de equipamientos e infraestructuras de carácter general que sirvan para complementar la oferta turística e incrementando la calidad y el atractivo del territorio. Dentro de este apartado se incluyen actuaciones como:

- Red de senderos para la práctica del senderismo, del cicloturismo y del turismo ecuestre. Estos proyectos se integrarán en las redes de caminos turísticos que se han venido desarrollando en los últimos años tanto desde los planes como desde el propio proyecto Leader. Se entiende que estas actuaciones casos de producirse, se plantearán dentro de una estrategia coordinada, evitando acciones puntuales descotexualizadas.
- Señalización de interés turístico, tanto interpretativa como orientativa. Del mismo modo que en el caso anterior estas acciones se realizaran de una manera coordinada dentro de las estrategias definidas con anterioridad, integrando estas nuevas actuaciones, caso de producirse, en las desarrolladas hasta el momento.
- Museos y centros de interpretación. Estas actuaciones deberán responder a una necesidad real del territorio o referirse a recursos de importancia a los que pueda generar un valor añadido.
- Otros equipamientos interpretativos. Acciones interpretativas puntuales que generen valor añadido en los correspondientes recursos.
- Generación de nuevos recursos/ productos turísticos a partir de recursos existentes.

Como línea general a estos proyectos se les pedirán los siguientes requisitos:

- Definición del producto o productos sobre los que influye.
- Justificación de la idoneidad de la intervención y definición del valor añadido que la intervención aporta, especialmente en el caso de los museos, equipamientos interpretativos y nuevos recursos.
- Plan de gestión. En él se incluirá el personal que la acción pueda desarrollar.
- Plan de viabilidad en el que quede claro las posibilidades reales de funcionamiento a largo plazo.

Con carácter general este tipo de proyectos tendrán la consideración de no productivos. En todo caso el análisis del plan de viabilidad o la propia naturaleza de la acción pueden condicionar que se puedan considerar como productivos a la vista de los resultados que se pueden obtener. Es de especial interés el analizar como factor determinante para la aprobación del proyecto, el riguroso análisis de la viabilidad del proyecto, de manera que se garantice el funcionamiento del equipamiento a medio y largo plazo.

Podrán ser beneficiarios de la acción tanto promotores públicos como privados (entidades sin ánimo de lucro, empresas, autónomos o emprendedores).

➤ Promoción turística

Se entiende por promoción turística todas las acciones destinadas a dar a conocer la oferta turística de la comarca en destinos emisores y/o a agentes comercializadores especializados. Quedan excluidos de este criterio los eventos, salvo primeras ediciones. A título orientativo, se consideran acciones promocionales las siguientes:

- Creación y/o mejora de páginas web así como acciones que mejoren su posicionamiento.
- Trabajos de posicionamiento en redes sociales.
- Campañas de publicidad en cualquier medio incluidos los digitales.
- Asistencia a ferias.
- Organización de workshops y fam trips.
- Edición de material promocional impreso: folletos, guías, libros promocionales, postales, videos,...; tanto en soporte papel como en otros formatos.
- Eventos extraordinarios

Las acciones promocionales podrán desarrollarse por:

- Empresas y emprendedores a título individual. Tendrán la consideración de actividad productiva cuando sean de aplicación estricta a una marca comercial.
- Asociaciones de empresarios y promotores. Tendrán la consideración de proyectos no productivos cuando el objetivo sea la promoción general del territorio. Caso de ser publicidad de tipo marquista serán consideradas como actividad productiva.
- Ayuntamientos y mancomunidades cuando la campaña afecte a una amplia zona y se plantee como promoción general del territorio Leader. Tendrán la consideración de actividad no productiva.
- Asociaciones, siguiendo las recomendaciones del punto anterior. Tendrán igualmente la consideración de actividad no productiva.
- El propio grupo de acción local. Igualmente tendrá la consideración de proyecto no productivo.

ADRA cuenta con una herramienta para poder realizar acciones de promoción general del producto enoturístico y, en general de todos los recursos del destino como son las Rutas del Vino, estando integrada en las Rutas del Vino de España. A través de esta herramienta y como proyecto propio del grupo se podrán vertebrar acciones promocionales.

La repetición de programas de promoción no se considera fases al entender que la promoción es un esfuerzo y una necesidad constante para la marcha del territorio. De esta manera cuando por razones presupuestarias, de ritmo de ejecución, o por otras razones sea necesario realizar varios proyectos de esta tipología, se consideraran siempre como acciones nuevas. Esto no se aplicará, como ya se ha comentado, a los eventos y fiestas.

➤ Puesta en valor del patrimonio

El trabajo sobre el patrimonio ha sido un elemento masivamente comentado, aunque en la mayor parte de los casos se ha especificado que este trabajo en patrimonio tiene que tener un criterio de utilidad de cada a la dinámica económica del territorio y, especialmente, para completar el atractivo y la oferta de la Rioja Alta como destino³. Se entiende acciones de puesta en valor del patrimonio para uso turístico:

- Proyectos que se desarrollen sobre elementos patrimoniales que tengan un claro interés para el público y/o se integren en algún producto turístico. La capacidad de atractivo tendrá que quedar expuesta claramente en el proyecto.
- Dispone de una estrategia de gestión y uso público clara y el compromiso de cumplimiento de la misma.
- Dispone de un plan de viabilidad en el que quede clara la repercusión de la intervención en la mejora de la oferta territorial y se especifiquen los recursos financieros (o la estrategia a desarrollar) para garantizar el uso público.
- Dispone de una estrategia de comunicación.

Otras intervenciones sobre patrimonio no forman parte de la estrategia y, en principio, quedan excluidas de las acciones de este programa. Con carácter de excepcionalidad podrán incluirse otros proyectos sobre patrimonio siempre que se den algunas circunstancias excepcionales como puede ser motivos alto valor identitario del bien que represente un aspecto fundamental en la cohesión del territorio o por presentar un claro valor innovador en las intervenciones sobre el patrimonio de cara a su uso público y puedan ser transferibles.

➤ Puesta en valor del paisaje

Otro de los elementos que ha sido recurrente, aunque en menor medida que el punto anterior. Se considera que el paisaje es la tarjeta de presentación del territorio y su conservación genera un alto valor añadido tanto al turismo como al sector vitivinícola. De cara a la inclusión de actuaciones en el proyecto se consideran las siguientes:

- Actuaciones dirigidas a retirar impactos visuales en el territorio.
- Acciones de reposición de elementos paisajísticos que se consideran de interés, especialmente los relacionados con la cultura del vino.
- Acciones de intervención claramente demostrativas en lo que se refiere a la conservación y recuperación del paisaje realizadas con el objetivo de servir de elemento demostrativo, ejemplarizante y transferible. Se trata de acciones que puedan servir para indicar caminos y líneas de actuación a administraciones y particulares. Estos proyectos deberán incluir una estrategia de difusión de resultados.

Se es consciente de que algunas intervenciones sobre el paisaje exceden con mucho la capacidad de este programa, por lo que en general se plantea que las actuaciones que se pueden acometer tienen que tener un claro sentido demostrativo y de sensibilización de la población y administraciones sobre la importancia del paisaje para la zona. Desde el punto de vista del trabajo que se plantea del grupo como agente territorial mantener contactos y realizar acciones con terceros, en especial con la administración regional y nacional de cara a impulsar acciones tendentes a la conservación y restauración del paisaje.

³ Se han hecho numerosas referencias a que el trabajo específico de patrimonio en las labores de conservación y restauración son con carácter general corresponde al departamento correspondiente y no es específicamente función del programa.

→ Creación de producto

Se entiende por creación de producto aquellos proyectos que tienen como objetivo presentar al público la oferta turística organizada de una determinada manera que permita desarrollar una acción o experiencia por parte del visitante con un nombre que lo identifica, con la organización de los servicios necesarios para poder realizar la actividad/ experiencia y, en la medida de lo posible, con un precio.

El proyecto hará referencia a los gastos de diseño y estructuración del producto, promoción y comercialización e inversiones necesarias para su puesta en marcha.

Si el producto es propuesto por una empresa o grupo de empresas y está paquetizado se considerará proyecto productivo. Si se presenta por colectivos, administraciones locales o asociaciones y tiene carácter genérico (no paquetizado) se considerará proyecto no productivo. Proyectos impulsados por estos mismos colectivos y que presenten una facturación asociada, deberán ser evaluados para considerar su concepto de productivo o no en función de su plan de viabilidad. En principio todos los proyectos de productos en esta situación deberán tener un plan de viabilidad que garantice su funcionamiento a largo plazo sin aportaciones económicas posteriores, salvo en aquellos casos que se consideren productos imagen o estratégicos para el posicionamiento del destino.

→ Mejora de la comercialización

Este tema ha sido considerado como importante pero no se han especificado las líneas concretas de mejora de la comercialización sin un apoyo claro a acciones como creación de centrales de reserva o creación de agencias de viajes colectivas. Otras acciones propuestas entran más en el campo de apoyo a la promoción del destino y de sus productos. En todo caso se incluirán en este apartado:

- Proyectos tendentes a la creación de estructuras de comercialización (como las indicadas anteriormente) tanto impulsadas por empresas como por otros agentes incluido el propio grupo de acción local.
- Implantación o mejora de las herramientas de comercialización de los servicios turísticos, en especial las relacionadas con puesta en marcha de sistemas de reserva on line, pasarelas de pago,...
- Proyectos innovadores que propongan nuevas soluciones a los procesos de comercialización de productos y servicios turísticos.

Estos proyectos podrán ser desarrollados tanto por agentes privados (empresarios y/o asociaciones) como públicos. Cuando la actividad sea desarrollada por empresarios o asociaciones con el objetivo de la comercialización de una empresa/ servicio/ producto específico del titular serán considerados como proyectos productivos. Cuando se planteen como herramientas genéricas para uso de los colectivos que lo deseen (siempre y cuando cumplan los requisitos de calidad y prestación de servicios establecidos) y sean desarrollados por entidades sin ánimo de lucro ni vinculación empresarial, tendrán la consideración de no productivos

→ Mejora de la información turística

Durante el proceso de participación la problemática de la información turística ha surgido en numerosas ocasiones en referencia especialmente a la problemática de las oficinas de turismo y de algunas otras herramientas de información. Aunque se considera que es un aspecto importante para el territorio, no se han definido estrategias concretas aunque, a los efectos de este documento se pueden apuntar las siguientes líneas que pueden inducir a la realización de proyectos:

- Optimización de oficinas de turismo.

- Desarrollos tecnológicos que optimicen la información⁴.
- Proyectos que mejoren la geolocalización de los recursos⁵.
- Desarrollo de nuevos materiales, en especial materiales multimedia (fotografía, video, audio,...)

1.4.1.2 Comercialización de productos locales

En línea de **comercialización de producciones locales**, se consideran acciones prioritarias las siguientes:

- Nuevas formas de comercialización de productos locales.

Los sistemas de comercialización están cambiando rápidamente, lo que obliga, en especial a los pequeños productores, a mantener una permanente revisión y actualización de sus métodos de comercialización. Dentro de la comercialización de productos locales se incluyen como parte de esta estrategia principal proyectos relacionados con:

- Acciones para implantar la venta directa, tanto en el lugar de producción como a distancia por cualquier sistema.
- Acciones de estrategias de kilómetro 0 y grupos de consumo.
- Mercados de productos locales para venta directa.
- Participación en ferias o exposiciones que implique venta.

Podrán presentar proyectos a esta línea empresas productoras, productores autónomos, asociaciones o ayuntamientos. Los proyectos tendrán la consideración de proyectos productivos cuando sean iniciativas privadas destinadas a mejorar las ventas o a crear las infraestructuras para hacerlo. Tendrán la valoración de no productivos cuando sean desarrolladas por asociaciones (excepto las que representen a grupos de empresa a los que afecte en exclusiva el proyecto) u otras entidades siempre y cuando se trate de iniciativas abiertas a las que se puedan incorporar los productores que lo deseen.

Esta línea afecta exclusivamente a productores y no a distribuidores.

- Promoción de producciones locales.

Además de la comercialización, se incluyen en la línea de acciones preferentes las actuaciones destinadas a la promoción de productos locales. Se incluyen en esta línea las siguientes actuaciones:

- Asistencia a ferias y otros eventos promocionales.
- Viajes promocionales de presentación, así como acciones de presentación in situ a periodistas, distribuidores, ...
- Elaboración y/o edición de material promocional en cualquier formato (papel, video, web,...).público en general,...
- Campañas de publicidad tanto off como on line.

⁴ En esta línea no obstante se ha hecho hincapié en tener cuidado con el tema de determinadas aplicaciones móviles. En la actualidad hay una sobreoferta de este tipo de aplicaciones, tanto para equipos móviles como para páginas web y, aunque se considera una línea de interés, es necesario hacer una rigurosa evaluación de las propuestas para determinar cuales tienen verdaderamente interés desde el punto de vista de la información turística.

⁵ Aunque se considera una estrategia importante, hay que tener en cuenta que sobre este punto se ha trabajado ya mucho y que es necesario analizar estos trabajos para evitar duplicidades inútiles.

Podrán ser beneficiarios de esta línea los beneficiarios enumerados en la lista anterior, incluidos los distribuidores ubicados en el territorio. Las acciones de promoción desarrolladas por empresas concretas para el posicionamiento de sus productos (tanto a título individual como asociativo) mediante la promoción de marcas serán consideradas proyectos productivos. Todas aquellas acciones de promociones genéricas serán consideradas como proyecto no productivos; para cumplir este requisito es necesario que la promoción sea abierta a todos los productores que lo deseen.

→ Impulso de nuevas producciones.

El desarrollo de producciones locales se ha considera como un elemento de mejora del territorio, tanto por lo que se refiere a su capacidad de crear empleo, como desde el punto de vista de la imagen territorial y el incremento de atractivo (los productos locales constituyen no de los atractivos de las zonas estos productos son los recuerdos más consumidos). Como se ha visto en el diagnóstico se empieza a producir una diversificación en la producción agraria que puede permitir el disponer de nuevos productos.

En esta línea se impulsarán acciones que favorezcan la creación y puesta en marcha de estas nuevas producciones:

- Inversiones para la puesta en marcha de las infraestructuras necesarias, tanto de nueva creación como de ampliación o diversificación.
- Estudios técnicos o de asesoramiento para la elaboración.
- Diseño de embalajes, etiquetas, marcas,..
- Primera campaña de presentación en el caso de nuevos productos.
- Implantación de sistemas de calidad y/u obtención de sellos de calidad.

Quedarán excluidos de esta línea las acciones y proyectos que puedan tener cabida clara en otras líneas del PDR o en las líneas de financiación de otros departamentos (como por ejemplo la ADER).

Podrán ser beneficiarios de esta acción empresas y promotores autónomos y las ayudas tendrán carácter de productivas.

1.4.1.3 Medio ambiente

En el proceso de participación se abogó por priorizar los proyectos que impulsaran la creación de empleo en temas relacionados con el **medio ambiente**, así como en iniciativas tendentes a la mejora medioambiental del territorio. Un tema que se trató en numerosas ocasiones pero que no se llegó a concretar de forma precisa en los procesos participativos. De la revisión de los comentarios y del análisis de experiencias previas se ha diseñado el perfil de los proyectos a incluir en esta línea.

→ Creación de empleo medioambiental

El medio ambiente se considera desde hace tiempo como un nuevo yacimiento de empleo, aunque en el territorio ha tenido una escasa repercusión. Se pretende con esta línea favorecer el desarrollo del sector en la zona. Se consideran subvencionables en esta línea la creación de empresas vinculadas al sector medio ambiental, como por ejemplo y sin criterio de exhaustividad, empresas dedicadas al reciclaje en todas sus formas, empresas vinculadas a la implantación y desarrollo de energía como elaboración de biomasa, instalación de equipamientos de energías limpias, eliminación de impactos ambientales, viveros, empresas dedicadas a la gestión y protección ambiental,...

Podrán ser beneficiarios empresas y particulares y administraciones locales, en este último caso cuando se proponga crea empresas públicas relacionadas con el sector. Tendrán carácter de ayudas productivas.

- Reducción de impactos ambientales y acciones relacionadas con la prevención del cambio climático o la disminución de la huella de carbono.

La conservación ambiental requiere de mantener un cuidado especialmente sensible con los impactos que las diferentes actividades humanas puedan producir en el entorno. Estos pueden ser de muy diverso ámbito, lo que imposibilita una enumeración exhaustiva de los mismos. En todo caso se incluyen en este epígrafe todas las iniciativas que se orienten a este tema.

De igual manera se consideran preferentes proyectos destinados a la reducción del cambio climático y a la disminución de la huella de carbono. Estos proyectos tendrán que exponer claramente la acción a realizar, la metodología a desarrollar, las acciones concretas y las repercusiones de las mismas.

Si las acciones son propuestas por empresas o empresarios individuales para eliminar problemas ambientales relacionados con su explotación y regulados por normativa, los proyectos serán considerados como productivos. En el resto de los casos los proyectos se considerarán como no productivos.

1.4.1.4 Apoyo a colectivos desfavorecidos

Esta línea puede ser considerada como una actuación transversal que afecta a todas las actuaciones del programa y que se reflejará en las tablas de baremación con un criterio de discriminación positiva⁶. Desarrollar proyectos específicos desde el programa para estos colectivos es una tarea compleja dadas las características del mismo. No obstante se deja abierta la posibilidad de poder desarrollar programas específicos que tengan como beneficiario principal uno o varios de estos colectivos.

Se incluyen entre los colectivos desfavorecidos los siguientes:

- Jóvenes menores de 30 años.
- Mujeres.
- Discapacitados físicos o psíquicos.
- Mayores de 52 años en situación de desempleo.
- Parados de larga duración (más de dos años).

Entre los proyectos que se pueden abordar, a título de ejemplo, podemos citar la adaptación de puestos de trabajo a la discapacidad, adecuación de infraestructura turística a la discapacidad, animación al autoempleo,... Conviene recordar en este punto que los proyectos de formación no se pueden desarrollar dentro de esta medida del PDR.

1.4.1.5 Acciones de claro componente innovador

El enfoque innovador del programa puede dar lugar a proyectos que propongan acciones novedosas que no hayan sido previstas precisamente por su claro carácter innovador. Este epígrafe contempla la posibilidad de incluir estos proyectos en este apartado, teniendo presente que el carácter innovador no viene definido por la existencia o no de proyectos similares en el territorio, sino por nuevas formas de enfrentarse a nuevos o viejos problemas mediante acciones que representen un

⁶ Este punto fue abordado de manera específica en algunas de las sesiones de participación con diversidad de criterios; esta situación se ha producido también en algunas entrevistas. Finalmente se ha optado por ampliar la lista anterior de colectivos al entender que dejar la lista muy limitada podía generar agravios comparativos.

cambio en los modelos tradicionales de abordar dicho problema o acción, aportando nuevas soluciones o formas de abordar y resolver el programa. Se incluyen aquí también nuevos productos, entendiendo por tal la puesta en marcha de la realización de nuevos productos o servicios surgidos de la creatividad de los promotores.

Los proyectos innovadores podrán ser tanto productivos como no productivos y podrán ser presentados por cualquier tipo de promotor.

Las actividades productivas que no estén implantadas en el territorio y no sean incluibles en los apartados anteriores se incluirán en el punto 1.4.2.1 de este documento.

1.4.2 Líneas estratégicas secundarias

Además de las líneas consideradas como prioritarias, existen otras actuaciones que pueden ser subvencionables dentro del programa y que favorezcan la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la zona, aunque no han sido consideradas con el mismo grado de importancia. Se las considera pues en un grupo diferenciado para su adecuada valoración. El esquema de estas acciones es el siguiente.

1.4.2.1 Apoyo a micro y pequeñas empresas

Dentro de la estrategia general del programa se considera como aspecto fundamental el impulso de actividades productivas, especialmente las desarrolladas por la empresa privada. Esto no afecta solo a los sectores preferentes y acciones preferentes, sino en general a todo el tejido productivo de la comarca. Por esta razón se considera necesario establecer un epígrafe específico que recoja el apoyo a las inversiones de empresas y profesionales autónomos y emprendedores en otros sectores económicos

Dentro de esta línea se incluyen todas las inversiones destinadas a la creación de nuevas empresas, ampliaciones de las existentes o traslados de empresas al territorio y no incluidas en epígrafes anteriores. Se incluyen igualmente acciones de modernización y mejora de la calidad de la producción y de la promoción y comercialización incluido el diseño aplicado a la empresa.

Se incluyen en esta línea la puesta en marcha de acciones tendentes a las mejores ambientales de la empresa como son ahorros energéticos, reducción de la contaminación y reciclaje.

De esta línea se excluirán las empresas que por la condición de la inversión puedan ser subvencionadas o lo hagan en mejores condiciones por otros ejes del FEADER dentro del PDR regional o por la ADER.

Estas ayudas tendrán el carácter de productivas.

1.4.2.2 Nuevas tecnologías

La estrategia de participación apuntó el tema de los deficientes niveles de servicio en el ámbito de las nuevas tecnologías y en especial en las conexiones a redes de altas prestaciones. Aunque no se considera un problema de importancia definitiva para el territorio, se considera que genera algunos déficits a la hora de implementar la competitividad del territorio. Por esta razón no se considera un eje prioritario, pero si parece de interés dejar la posibilidad de intervenir en este campo. Algunas de las opiniones sugieren que la complejidad de este tipo de actuaciones y el elevado coste impiden que el proyecto pueda realizar acciones verdaderamente útiles para el territorio. Por esta razón es fundamental evaluar técnicamente de una manera adecuada los trabajos que se puedan abordar y analizar la eficacia de las mismas.

→ Mejoras en las infraestructuras generales de las nuevas tecnologías.

Se entiende por mejoras de las infraestructuras de las nuevas tecnologías de la comunicación a aquellos proyectos que permitan mejorar el nivel de calidad de servicio de la conectividad en el territorio rural. Se trata de proyectos complejos (por poner un ejemplo el poner un servicio wifi municipal para acceso de los vecinos con mejora de la conectividad de la que se obtiene por cable). La disponibilidad de un buen servicio en las tecnologías de la comunicación es sin duda un importante factor de competitividad para el territorio.

La consideración de productivo o no productivo vendrá condicionado por el tipo de promotor. Si se trata de una empresa del sector la que presenta el proyecto, la actividad tendrá el carácter de proyecto productivo; en todo caso esta situación es poco probable dado que el tamaño de las empresas del sector las deja en general fuera de la posibilidad de ayudas. Caso de producirse este tipo de proyectos, es más probable que la iniciativa provenga de entidades públicas o de asociaciones para montar servicios generales a la sociedad, en cuyo caso el proyecto se considerará como no productivo, pero es necesario disponer de un proyecto de viabilidad con unos resultados lo suficientemente buenos como para garantizar el funcionamiento del proyecto. Dada la complejidad de este tipo de actuaciones se plantea la posibilidad de poder desarrollar estudios de viabilidad con carácter previo para poder realizar la toma de decisiones con las suficientes garantías. Este tipo de proyectos se plantan como deficitarios, por lo que deberá existir un compromiso por parte de promotores u otras entidades para financiar el sistema como un servicio a la mejora de la calidad de vida de la población.

- Acciones de implantación de uso de nuevas tecnologías.

El territorio presenta un déficit en el uso de las nuevas tecnologías de la información; este aspecto ha quedado evidenciado en algunas de las acciones del periodo anterior y durante la realización del proceso de participación. Parece pues evidente la necesidad de la puesta en marcha de acciones que promuevan y difundan el uso de las nuevas tecnologías, difundan las posibilidades que ofrecen y favorezcan su utilización. Al estar excluidas las acciones formativas dentro de la estrategia de la medida 19, estas acciones se orientarán a acciones de animación y difusión de las posibilidades de uso.

Estas acciones podrán ser desarrolladas por entidades sin ánimo de lucro y tendrán la consideración de proyectos no productivos.

1.4.2.3 Estudios territoriales

- Estudios relacionados con el patrimonio y el paisaje

Se incluye en este apartado el desarrollo de estudios específicos relacionados con el patrimonio y el paisaje como, a título de ejemplo, inventarios, estudios metodológicos de intervención, determinación de metodologías de trabajo, tipificaciones de paisaje, etcétera, que permitan un mejor conocimiento y difusión del estas dos áreas en el territorio. Será necesario que el proyecto incluya una clara definición de objetivos y una metodología adecuada.

Realización de congresos y jornadas técnicas tanto de ámbito local como de proyección nacional o internacional sobre esta misma temática. Siempre y cuando el paisaje y el patrimonio de la comarca tengan un papel fundamental y el lugar de celebración se ubique en el territorio.

Publicaciones en cualquier soporte que permita la difusión de los trabajos anteriormente citados.

Esta línea se considera de interés tanto por la necesidad de profundizar en el conocimiento real de los valores patrimoniales (sólo se valora lo que se conoce) como desde la capacidad de proyección que este tipo de acciones promueve en prescriptores fundamentales, lo que permite posicionar al territorio en determinados ambientes.

Podrán ser destinatario de estas acciones cualquier promotor público o privado y las subvenciones tendrán carácter de proyectos no productivos.

- Estudios relacionados con los productos locales.

Estudios especialmente dedicados a la realización de análisis de la situación y viabilidad de los productos locales, especialmente los destinados a determinar las oportunidades de los productos de reciente incorporación al territorio. Estos estudios se orientarán tanto a aspectos técnicos de la producción como a análisis de mercado y de las posibilidades de desarrollo de los mismos (situación de mercado, análisis de viabilidad,...). Estos estudios serán de carácter genérico en el territorio y serán públicos y de interés general, quedan excluidos por tanto aquí los estudios de mercado o técnicos particulares de una empresa. Los proyectos deberán incluir acciones de difusión (publicaciones en cualquier soporte, sesiones de presentación de resultados,...)

Podrán presentar propuestas tanto promotores públicos como privados y los proyectos tendrán la consideración de no productivos.

1.4.2.4 Apoyo a acciones culturales

- Acciones de creación relacionadas con el territorio.

La creación artística es un recurso de valorización territorial que puede alcanzar un importante papel social y promocional del territorio. Se entiende desde esta perspectiva que contribuye a la mejora de la imagen y del posicionamiento, generando actualidad informativa, difusión entre prescriptores e imagen de prestigio.

Se incluyen aquí acciones de carácter general que faciliten precisamente estas acciones de posicionamiento como por ejemplo elaboración de obra pictórica o escultórica, desarrollo de acciones de diseño, publicaciones de carácter territorial o literario con temática que afecte claramente al territorio... siempre que reúnan a los siguientes requisitos:

- Hagan referencia a temáticas relacionadas con el territorio.
- Tengan una clara estrategia de promoción y difusión definida en el proyecto.
- Se desarrollen en el territorio. En caso de plantar alguna actividad a desarrollar fuera del ámbito territorial, tendrá que ser muy evidente la repercusión que esta acción pueda tener en la promoción del territorio.
- Sirvan para mejora de los entornos.

Podrán presentar proyectos promotores públicos y privados y las acciones tendrán la consideración de proyectos no productivos salvo en el caso de vincularse a una estrategia de marketing de una empresa en concreto, en cuyo caso tendrán el carácter de productivos.

- Inversiones en puesta en marcha de actividades de carácter cultural.

Una de las demandas del territorio es el implementar la oferta cultural del territorio como factor de calidad de vida y herramienta para favorecer la fijación de la población. Se incluyen en este apartado la realización de acciones y programas extraordinarios (lo que supone la exclusión de la programación habitual) de carácter cultural como exposiciones, ciclos de conferencias, fomento del arte, ... Los proyectos deberán cumplir los siguientes requisitos:

- tendrán que justificar de manera clara su aportación a la vida social del territorio.
- Deberán tener una repercusión de ámbito comarcal.
- Deberán incluir un plan de comunicación.

Podrán presentar proyectos promotores públicos y privados y las acciones tendrán la consideración de proyectos no productivos salvo en el caso de vincularse a una estrategia de marketing de una empresa en concreto, en cuyo caso tendrán el carácter de productivos.

Con carácter excepcional, se incluirán en este apartado inversiones de infraestructuras de carácter cultural (excluida la creación, mantenimiento o equipamiento ordinario de casas de cultura municipales) que favorezcan la vida cultural del territorio y contribuyan con carácter evidente a la mejora de la calidad de vida de la población.

Los proyectos deberán reunir los siguientes requisitos:

- Justificar debidamente el déficit cultural que pretenden cubrir.
- El impacto previsto sobre la población.
- La viabilidad, entendiendo por tal la actividad prevista por el uso de la infraestructura, la planificación y financiación de funcionamiento y el compromiso de actividad a medio y largo plazo.

Los proyectos de este estilo podrán ser presentados por entidades públicas o privadas sin ánimo de lucro y tendrán la consideración de proyectos no productivos.

1.4.3 Criterios para la aprobación de proyectos de las administraciones locales

La estrategia a desarrollar en lo que se refiere a los proyectos propuestos por ayuntamientos es un aspecto complejo de la estrategia. Esta complejidad viene definida por diferentes aspectos, entre sin duda el primero es el gran número acciones y responsabilidades que los ayuntamientos desarrollan en sus localidades.

En la fase de participación ha quedado evidenciada la voluntad del territorio en que el programa se oriente fundamentalmente hacia la iniciativa privada y, en especial, hacia acciones productivas. Esta línea encaja con las recomendaciones de las entidades públicas responsables del Fondo, aspecto en el que existe una absoluta coincidencia.

Por otro lado en el programa anterior nos ha permitido adquirir experiencia en lo que se refiere a los proyectos municipales. Por una parte hay que hacer notar la diversidad de propuestas de los ayuntamientos que se han referido a numerosos temas de carácter muy variado. Por otro lado la dificultad del comité de seguimiento a la hora de poder delimitar qué proyectos podían ser admitidos y cuales no desde la consideración de proyectos que afectaban a la infraestructura municipal y a la actividad ordinaria del ayuntamiento, y cuales podían ser considerados como proyectos coincidentes con las acciones marcadas.

No obstante, parece lógico plantear que, dentro de los ejes generales definidos en la estrategia, se puedan concretar de manera precisa las líneas de trabajo que pueden desarrollar las corporaciones municipales. Se pretende de esta manera facilitar el trabajo tanto interno de la propia asociación, como de los propios ayuntamientos evitando así trabajos innecesarios o gastos inútiles.

De esta manera se enumera una lista de proyectos que se consideran factibles para ser desarrollados por los ayuntamientos en este programa y se intenta precisar las acciones que quedan excluidas del mismo.

Respecto a este último punto, no se consideran dentro de la estrategia del programa y/o dentro de la normativa que regula estas ayudas los siguientes temas:

- Infraestructuras municipales.
- Modernización y gastos de mantenimiento de las citadas infraestructuras.
- Funciones propias y/u ordinarias de los ayuntamientos.

Entendemos por infraestructura municipal todos los servicios que el ayuntamiento presta a sus habitantes y aquellas infraestructuras necesarias para desarrollarlos. Entre estos podemos enumerar sin carácter exhaustivo los siguientes:

- Temas relacionados con el suministro de agua.
- Acciones sobre viales urbanos.
- Acciones sobre caminos.
- Aspectos relacionados con iluminación en dependencias municipales y alumbrado público.
- Parques y jardines.
- Equipamiento de instalaciones municipales.
- Acciones sobre servicios sociales que se encuentran en funcionamiento.
- Fiestas, celebraciones y eventos ya existentes.
- Edición de folletos turísticos de carácter local.
- Proyectos de realización de senderos turísticos, que podrán ser propuestos a la Asociación para su desarrollo si procede en la estrategia general de senderos del territorio, acciones que serán abordadas por el propio grupo de acción local.
- Con carácter general los temas no incluidos en la siguiente relación de acciones.

Se consideran acciones financiadas dentro de la estrategia y de la normativa que rige el programa, las siguientes:

- Puesta en marcha de empresas públicas dentro de los campos definidos por las líneas estratégicas, así como otras iniciativas de carácter productivo que tengan una incidencia directa sobre el empleo.
- Actuaciones sobre el patrimonio cultural del municipio siempre que estas acciones generen una mejora sustancial a la capacidad de atractivo del destino. Se entenderá que se cumple esta situación cuando exista un plan de visitas real, un plan de viabilidad, un modelo de gestión y una estrategia de comunicación.
- Actuaciones tendentes a reducir impactos paisajísticos, tanto en espacios urbanos⁷ como no urbanos.
- Puesta en marcha de nuevos servicios públicos de asistencia social que lleven implícita creación de empleo⁸ en las condiciones generales establecidas por el régimen de ayuda (compromiso de 5 años).
- Puesta en marcha de acciones medioambientales que resuelvan problemas específicos de residuos o contaminantes, en especial cuando estén relacionados con actividades productivas del territorio.
- Mejoras en los servicios de tecnologías de la información con la excepción de la creación de cibertecas.
- En las localidades que dispongan de un casco urbano de interés histórico, acciones que mejoren la movilidad y la gestión de flujos de visitantes como servicio de apoyo imprescindible para el desarrollo de la actividad turística.
- Nuevos eventos de carácter promocional o turístico que puedan aportar mejoras y/o innovación a la oferta turística del territorio y que por su carácter novedoso puedan entrañar un riesgo en su realización y/o requieran un gasto suplementario en el lanzamiento del mismo. Aunque la intervención se entiende como prueba piloto, lo que implica que será necesario evaluar resultados para la toma de decisiones futuras, y por tanto no sería contractual la repetición de los mismos, la voluntad del municipio tendrá que ser la de continuidad en el tiempo.
- Celebración de jornadas, congresos y simposios sobre temas incluidos en la estrategia general del programa.
- Acciones de señalización turística de los municipios. Aunque de forma general estos proyectos serán abordados por el propio grupo de acción local a fin de poder respetar un criterio de uniformidad señalética en el territorio, pueden existir necesidades puntuales que pueden ser atendidas como proyecto, siempre que respeten las líneas generales de señalización territorial.

Con carácter extraordinario, y fuera de las relaciones anteriores, se podrán subvencionar proyectos que incluyan un claro componente innovador, dentro de las líneas prioritarias del programa. El carácter innovador tendrá que quedar claramente reflejado en el proyecto detallando los aspectos nuevos que incluye, la forma diferente de abordar el problema o la acción, el carácter novedoso o experimental del mismo y un sistema de evaluación definido que permita la transferibilidad.

La voluntad de la estrategia es abordar por la innovación, por lo que parece adecuado poder mantener un criterio diferencial positivo ante este tipo de actuaciones para todos los potenciales promotores de iniciativas, incluidos los ayuntamientos. La innovación, si es real, es imprevisible, por lo que siempre necesitará de una evaluación específica.

En algunos de los apartados expuestos se solicita una información complementaria que se considerará imprescindible para poder realizar una correcta evaluación del proyecto.

⁷ Se entiende que estas actuaciones se destinan a la retirada de elementos que impactan en el paisaje. En el caso de cascos urbanos pueden ser por ejemplo retirada de cableado de espacios monumentales, retiradas de casetas de luz abandonadas, recuperación de taludes y laderas con amplio impacto visual, retirada de depósitos de agua de alto impacto y acciones de similares características. En los espacios no urbanos se abordarían acciones de similares características.

⁸ Interesa recordar que las ayudas Leader no son compatibles con otro tipo de ayudas de empleo público.

1.5 El papel del grupo de acción local en el desarrollo de la estrategia

Dentro del enfoque Leader es fundamental el papel del Grupo de Acción Local en el desarrollo de la estrategia. Como ya se ha comentado, no se puede reducir el papel del grupo a una mera oficina de recepción de solicitudes o una entidad con el único objetivo de ejecutar un presupuesto. No tendría sentido plantear una estrategia desde este punto de vista. Aunque se sigue hablando frecuentemente de la importancia del enfoque Leader como proceso ascendente en la planificación territorial, lo cierto es todos los indicios apuntan a que la tendencia es precisamente la de ir convirtiendo los grupos en oficinas de reparto, desde la cada vez más marcada presencia de las administraciones (lo que se contradice claramente con la indicaciones de la reducción en los órganos de decisión de las administraciones locales en un intento de otorgar más protagonismo a la sociedad dentro de ese espíritu de programa ascendente que define al LEADER) hasta el proceso de burocratización del programa.

Pero hay que reconocer también que, al menos en parte, los grupos de acción local tenemos una parte de responsabilidad en este proceso. La actividad se va limitando cada vez más a esta función.

Se hace necesario una reflexión profunda en los grupos en general y en ADRA en particular sobre la asunción que la filosofía del programa (y a fin de cuentas lo único que justifica su existencia, que no es el reparto de subvenciones) sobre el papel que debe jugar tanto en el desarrollo del programa como en desarrollo del territorio.

Dentro de la estrategia, y en consonancia con los resultados obtenidos en el proceso de participación y con el marco definido por la UE, el grupo de acción local tiene que adquirir un papel de protagonismo en el desarrollo del territorio y la implementación de la estrategia general definida. Esto se tiene que concretar en tres líneas:

- Desarrollo de la estrategia asumiendo en su caso la realización de determinadas actuaciones clave para poder cumplir con los objetivos.
- Impulso y animación para la implicación de la iniciativa pública y privada en la estrategia definida.
- Asunción del papel de agente activo del territorio y de interlocutor territorial.

El enfoque Leader se basa en la gestión de unos fondos para el desarrollo del territorio a partir de una estrategia definida, fundamentalmente, desde la participación. No tiene pues la consideración de una ventanilla de subvenciones al uso. Este proceso implica que el grupo como tal debe asumir una postura proactiva incluso en la realización de proyectos. Trabajar este criterio con rigor, sinceridad y transparencia es la clave, no sólo para alcanzar el éxito en el desarrollo de este programa (que no es otro que la mejora de la calidad de vida de los habitantes de nuestro territorio), sino para la propia continuidad de la metodología.

El cumplimiento de la estrategia obliga a una acción proactiva de la asociación y de sus socios. Esto implica la asunción de responsabilidades no sólo de gestión. De este modo el papel/ actitud del grupo es pieza clave para el correcto desarrollo del programa, su estrategia y el logro de sus objetivos.

De esta manera los tres puntos enumerados anteriormente son claves y deben ser asumidos con toda responsabilidad. La Asociación tiene que asumir la realización de algunos proyectos que podamos entender claves dentro de la estrategia, animar a los agentes territoriales a implicarse con sus proyectos en esta estrategia y trabajar, desde una visión más amplia que la ejecución de los cuadros financieros, como motor (o uno de los motores) del desarrollo de la zona.

Para ello es necesario desarrollar acciones que, sin una traducción directa en los cuadros financieros, implique la consolidación y desarrollo de esta estrategia. Y para ellos es necesario abordar también una serie de acciones internas fundamentales, entre ellas:

- Trabajar de manera directa con los socios implicándoles en el proyecto, dándoles el protagonismo que merecen, haciéndoles sentir partícipes de un proyecto común y propiciando la participación.

- Reforzar el papel de los órganos de dirección más allá de una mera justificación de procedimientos. La decisión colegiada es clave en todos los niveles de desarrollo del programa.
- Mayor implicación en la vida del territorio con una participación directa en los procesos que se desarrollen en ella.
- Especialización del equipo técnico no sólo en la gestión administrativa, sino en las técnicas de animación sociocultural y planificación territorial.
- Implicación de todos los miembros de la asociación y, especialmente de los miembros pertenecientes a los órganos de dirección, en los proyectos territoriales.

Pero también necesitará que el grupo desarrolle actividades e inversiones que aborden estrategias de carácter general. Esto sin duda implica un reto y un esfuerzo por parte de los socios, pero se entiende que el GAL es el agente ideal para poder realizar algunas de estas actuaciones por su carácter general. Entre estas acciones podemos destacar, sin ánimo de exhaustividad, las siguientes:

- Acciones genéricas de promoción turística, especialmente las vinculadas a la Ruta del Vino de Rioja Alta.
- Inversiones en infraestructuras turísticas de carácter general que necesiten un trabajo de coordinación territorial como es el caso de los senderos, la señalización o proyectos similares.
- Estudios y actuaciones demostrativas sobre el paisaje y el patrimonio.
- Publicaciones de difusión.

Esto sin duda necesita el esfuerzo y el compromiso de todos, pero sin duda es uno de los aspectos claves para el éxito de la estrategia de este proyecto y, en general, del enfoque LEADER.

1.6 Cooperación

El programa indica como prioritaria la realización de acciones (al menos una) a lo largo del desarrollo del programa. La cooperación es una herramienta excelente para poder conseguir abordar acciones que sobrepasen el marco del territorio del grupo y/o que permitan desarrollar metodologías e intercambio de experiencias con otros grupos de acción local sobre materias comunes.

Nuestra estrategia se plantea desde el principio de que un proyecto no es la suma de una serie de acciones individuales, sino un proyecto que desarrolla acciones comunes para alcanzar objetivos comunes. Este es el principio básico estratégico de la línea. Para ellos será fundamental el realizar planteamientos precisos en la formulación de estos principios a la hora de definir estos proyectos. Del mismo modo, se hace necesario el establecer partenariados con socios que trabajen en línea y con planteamientos similares.

Es recomendable en los proyectos de cooperación que se trabaje la implicación de agentes y habitantes del territorio y, en la medida de lo posible, no se limite a trabajo de equipos técnicos. El intercambio de información de los colectivos locales con otros territorios y experiencias es altamente gratificante y permite conocer nuevas ideas y nuevos enfoques que pueden servir para abrir nuevas líneas de trabajo y propiciar nuevas iniciativas en el territorio. Este debe ser considerado también como un elemento clave de la estrategia.

Como línea estratégica se plantea la realización de dos proyectos de cooperación a partir de los fondos disponibles, uno de ámbito regional y otro de ámbito nacional o internacional⁹.

A partir de las líneas generales del programa se plantean a título de propuesta (y condicionados a la localización de socios adecuados) los siguientes proyectos de cooperación:

- Regional
 - Mapa gastronómico rural. Mapa de promoción turística de restauración regional rural con priorización de establecimientos por nivel de calidad, utilización de producciones locales, km 0, carta de temporada,... de manera que se trabaje en una estrategia regional de diferenciación por estos criterios, se fomente la relación entre restauradores y productores y se difunda entre la población estos hábitos de consumo. Del mismo modo se podría incluir en esta promoción productores locales que trabajen en línea de venta directa, km 0 y grupos de consumo.
 - Paisaje. En este campo sería de interés trabajar en estrategias conjuntas de intervención en paisaje. El paisaje se ha instalado como un recurso fundamental y, entre territorios colindantes, no existen límites rígidos que separen unos paisajes de otros; tiene por tanto la consideración (al menos en parte) de recurso común. Esto obliga a que los criterios de intervención sean similares. Esta era la idea de un proyecto ya realizado, pero que quizá no llegará a alcanzar los objetivos deseados.
 - Paisaje. Tipificación de paisajes culturales a nivel regional y elaboración de un catálogo conjunto.
 - Promoción de turismo rural. Idea que se ha barajado, aunque presenta algunas dificultades dada la diversidad de productos que configuran el catálogo de turismo en espacio rural en La Rioja.
 - Lengua castellana. La lengua castellana es un recurso de primer orden de los disponibles en el territorio. La presencia en La Rioja del Monasterio de San Millán de la Cogolla y su consideración de cuna de la lengua castellana aporta sin duda un valor añadido a pesar de no encontrarse situado en el territorio de actuación. Las actividades culturales en relación con el castellano y los cursos de castellano y cultura española son actividades que sin duda pueden configurar un recurso fundamental del territorio, más si tenemos en cuenta las posibilidades que ofrece el mundo del vino dentro de lo que pudiera ser esta estrategia. Se considera pues una línea prioritaria de colaboración, en especial con el CEIP, como territorio donde se ubica el Monasterio; una colaboración que podría generar interesantes ventajas para ambos territorios.
- Nacional y/o internacional
 - Paisaje. Desarrollo de gestión participada del paisaje. Existen diferentes experiencias de interés en este campo y sería de interés poder desarrollar e implantar metodologías de trabajo sobre esta materia en nuestro territorio.
 - Paisajes del vino. Colaboración con otros territorios vinculados a las rutas del vino de España y preocupados por el tema del paisaje del vino para diseñar y desarrollar estrategias de análisis, protección y promoción conjuntas.
 - Corredor del Ebro. Proyectos que generan sinergias entre grupos de acción local vinculados al Ebro.

Como procedimiento de funcionamiento para los proyectos de cooperación se propone un funcionamiento en el que el grupo presente su propuesta a la Consejería para su aprobación de manera que se puedan aprovechar en cada momento las oportunidades que surjan. Aunque en la documentación del Ente Gestor figura que los proyectos de cooperación sean presentados a una convocatoria que establezca la propia Consejería, este funcionamiento, a nuestro entender, no permite cumplir los objetivos de la cooperación al presentar una serie de limitaciones concretas de plazo y coste de oportunidad. Parece pues razonable que los proyectos, que lógicamente deben ser aprobados por la autoridad competente, se puedan presentar sin convocatoria en el momento que el grupo entienda que existe la posibilidad de un proyecto viable y de interés para el territorio.

1.7 Gastos de funcionamiento

⁹ Hay que tener presente la limitación presupuestaria que presenta el programa en este campo y la limitación que esta situación provoca. Esto obliga a ser realistas en los planteamientos a la hora de realizar o aceptar propuestas.

La labor de dinamización del territorio para la aplicación de la estrategia de desarrollo rural les corresponde a los Grupos, lo cual conlleva la necesidad de contar con medios humanos y materiales suficientes, de realizar asistencias técnicas, estudios relativos a la zona, formación y actos de promoción de técnicos y directivos.

Además, los Grupos de Acción Local deben orientar, asesorar y acompañar a los promotores para que las ideas de los mismos se conviertan en proyectos integrados en la estrategia de desarrollo rural de cada territorio, y estos proyectos se pongan en marcha.

Finalmente, no menos importante es la labor administrativa y de gestión técnica que los Grupos de Acción Local realizan de aquellas medidas del programa que se gestionan con el Enfoque LEADER, labores y gastos a las que deben hacer frente incluso antes de la aprobación del Programa de Desarrollo Rural y tras la liquidación del mismo en materia de seguimiento de los compromisos de los beneficiarios.

Mediante esta medida, la 19.4, se pretende hacer frente a todos estos gastos, dando continuidad al funcionamiento de los Grupos de Acción Local existentes, permitiendo su renovación y actualización a los nuevos requisitos exigidos por la normativa comunitaria (control, gestión, formación).

Tal y como establece el Reglamento (CE) nº 1305/2013, esta medida pretende sufragar el funcionamiento de los GAL, a la adquisición de capacidades y a la promoción territorial. La ayuda se destinará a:

- medidas de información sobre la zona y la estrategia de desarrollo local;
- medidas para ayudar a los potenciales beneficiarios a desarrollar proyectos y preparar solicitudes.
- medidas para facilitar el intercambio de información entre las partes interesadas.
- medidas de promoción de la estrategia de desarrollo local.

Para acceder a este régimen de ayudas, el GAL tendrá su domicilio social en su Zona de Actuación, dentro del territorio de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

Los compromisos a cumplir por parte del GAL, en este caso como beneficiarios, será:

- Justificar los gastos relacionados con la medida para la recepción de los fondos comunitarios.
- Someterse a los controles y verificaciones necesarios para comprobar la correcta concesión de la ayuda y el posterior mantenimiento de los compromisos. Estas actuaciones podrán llevarse a cabo por la Comisión Europea, la autoridad de gestión del programa, la intervención general de la Administración del Estado, el Tribunal de Cuentas así como los órganos fiscalizadores del Gobierno de La Rioja además del control e intervención del Organismo Pagador de las ayudas FEAGA y FEADER en La Rioja

Serán costes elegibles por esta medida los siguientes tipos de gastos:

- Gastos de funcionamiento del Grupo de Acción Local para la gestión del programa: seguimiento administrativo y financiero, informática, puesta en práctica del programa: promoción, selección de proyectos y control, alquileres, suministros, mobiliario, personal, asistencia profesional, aval bancario, etc.
- Asistencias técnicas del Grupo de Acción Local: estudios y apoyo a los proyectos, animación del programa y acciones de sensibilización: talleres, reuniones, seminarios, publicaciones, material multimedia, etc.

La ayuda pública prevista para esta medida será del 100% de los gastos elegibles y no podrá superar el 20% de las estrategias de desarrollo local.

1.8 Cuadro financiero

“Las voluntades se leen en los presupuestos”. Esta parece una máxima muy real a la hora de pasar a la práctica la formulación de las estrategias. Se plantea de esta manera desarrollar un cuadro financiero en la medida de estrategia (el resto tienen un destino muy marcado) con una distribución presupuestaria que se mantenga a lo largo del programa fomentando de esta manera la concentración de recursos en áreas concretas preferentes, evitando la dispersión de recursos y propiciando la eficacia del periodo de programación. La voluntad de concretar el programa ha sido un tema recurrente durante el proceso de participación. Por otro lado parece lógico destinar más fondos a aquellas líneas que previamente se han definido como estratégicas. Lejos de entender esta situación como una acción de restricción a determinados colectivos o proyectos, hay que entenderla desde la acción positiva de optimizar recursos y avanzar en campos concretos, dadas las claras limitaciones presupuestarias.

Medida	Submedida	Operaciones	Medidas a nivel de operación	GASTO TOTAL COFINANCIADO				ADICIONAL	TOTAL FICHA
				FEADER	MAGRAMA	CAR	TOTAL	CAR	
19			LEADER	1.166.795 €	86.884 €	1.086.991 €	2.333.589 €	1.166.411 €	3.500.000 €
	19.1		Ayuda preparatoria	16.667 €	625 €	23.123 €	33.333 €	16.661 €	49.995 €
	19.2		Ayuda para la realización de operaciones bajo la estrategia de desarrollo local participativo	894.546 €	67.091 €	827.455 €	1.789.092 €	894.252 €	2.683.344 €
		1	Acciones prioritarias	626.182 €	46.964 €	579.219 €	1.252.365 €	625.976 €	1.878.341 €
		2	Acciones secundarias	268.364 €	20.127 €	248.237 €	536.728 €	268.276 €	805.003 €
	19.3		Preparación y realización de las actividades de cooperación de los GAL (Cooperación transnacional e interregional)	22.223 €	1.667 €	20.556 €	44.446 €	22.216 €	66.661 €
	19.4		Ayuda para los costes de explotación y animación (Gastos de funcionamiento y animación)	233.359 €	17.502 €	215.857 €	466.718 €	233.282 €	700.000 €

1.9 Criterios de baremación

Aunque los criterios de baremación podían estar incluidos en los procedimientos de gestión se incluyen en el apartado de estrategia por estar diseñados en función de ésta. El criterio de evaluación de proyectos es, junto con la distribución presupuestaria, una de las herramientas para llevar a la práctica las formulaciones del programa. De hecho la valoración mediante tablas de los proyectos tiene dos objetivos claros:

- Servir de garantía para la concurrencia competitiva y para aplicar criterios objetivables a la valoración de los proyectos.
- Potenciar las líneas estratégicas principales mediante un proceso de discriminación positiva en la valoración.

La valoración de una estrategia implica optar por una serie de cuestiones y temas que se consideran fundamentales. Parece lógico plantear que estos objetivos principales deben recibir un tratamiento diferente a la hora de determinar las ayudas a conceder; de otra manera la definición de estrategias no pasaría de ser un ejercicio teórico.

En segundo lugar se ha trabajado con el criterio de facilitar el llegar a porcentajes elevados de ayuda. Para conseguir este objetivo se trabaja con una relación puntuación/ ayuda concedida marcada por rangos amplios, lo que facilita el poder alcanzar de manera más sencilla y real unos niveles de subvención sustanciales.

En este sentido, esta amplitud en los rangos permite una mayor compensación entre criterios, evitando así que algunos proyectos se vean perjudicados simplemente por el hecho de su naturaleza¹⁰.

Por último, se considera que los proyectos tienen que ser evaluados y comparados entre sí en relación a otros proyectos de características similares. No garantiza la concurrencia competitiva la comparación de proyectos no comparables. Si bien existen algunos criterios generales, parece evidente que otros elementos de valoración son muy específicos de determinadas áreas temáticas, lo que obliga a establecer criterios específicos por áreas. La diferenciación exclusiva entre proyectos productivos y no productivos no parece suficiente para garantizar este proceso, por lo que se ha optado por desarrollar algunos criterios de puntuación aplicables solo a los proyectos de un área temática determinada.

Así pues la metodología de la determinación de los criterios de baremación ha sido la siguiente:

La baremación quiere cumplir un objetivo y es la de servir de herramienta didáctica, de manera que pueda servir de guión o de reflexión a los promotores para abordar algunos aspectos a la hora de plantear sus proyectos: reflexionar sobre el carácter innovador, sobre las buenas prácticas ambientales, estrategias de marketing. En general se trata de aspectos que deberían ser abordados en prácticamente la totalidad de los proyectos de una manera natural, de “manual” por decirlo de alguna manera. De esta manera se quiere alcanzar que el baremo sea una herramienta no sólo de puntuación sino de mejora de la metodología de elaborar proyectos.

El baremo se plantea a partir de una serie de criterios generales a aplicar a todos los proyectos y una serie de criterios específicos por líneas de actuación.

1.9.1 Criterios generales

¹⁰ Es imposible definir unas tablas operativas que contemplen toda la casuística posible. Esta situación provoca que, al aplicar las tablas, algunos proyectos no puedan alcanzar determinados niveles por razones de su propia configuración, a pesar de poder enmarcarse en las líneas referentes. Aunque el nuevo sistema de evaluación resuelve en parte este problema, resulta terriblemente complejo precisar, a riesgo de complicar el proceso hasta unos niveles que le hagan poco operativo.

Innovación

Innovación. Se entiende por innovación cualquier solución o propuesta que plantea nuevos enfoques y/o nuevas soluciones a problemas existentes que resulten útiles a la hora de poder mejorar la competitividad o los resultados. Desde el punto de vista de la baremación cuando el proyecto aporte en su memoria el problema, proceso, cuestión o producto que se quiere optimizar y los aspectos novedosos que presenta para resolver la cuestión. Se valorará igualmente que se introduzcan criterios que favorezcan su evaluación y/o su transferibilidad.

Criterios de baremación	
Definición del problema o proceso que se pretende resolver o que justifica la acción	2
Definición de un proceso que el promotor considera como innovador	2
Valoración de la innovación	4
Definición de indicadores de evaluación	1
Definición de estrategia de transferibilidad	1

Puntuación máxima: 10

Se puntuará el hecho de que los solicitantes hagan manifestación expresa de cada uno de los puntos y plantee enfoques o soluciones que considera innovadoras. Se trata de esta manera que los promotores trabajen el criterio de innovación. En valoración de la innovación se puntúa el valor de esa innovación (el grado de innovación).

Este criterio se aplicará en todos los proyectos.

Coincidencia con las líneas estratégicas del programa

Si el proyecto encaja en alguna de las líneas temáticas o estratégica del proyecto. Se entiende que esto es así cuando la coincidencia del proyecto es directamente vinculante con las líneas.

Criterios de baremación	
Con las líneas principales	10
Con las líneas complementarias	5
Con ninguna	0

Puntuación máxima: 10

Este criterio se aplicará a todos los proyectos.

La no coincidencia con ninguna de las líneas estratégicas establecidas no presupone a priori la denegación del proyecto. Queda a la opinión del comité de seguimiento la inclusión de alguna actuación que no pudiera ser incluida en las líneas estratégicas referidas anteriormente, pero que se considere de interés para el territorio por otras razones que deberán ser suficientemente justificadas; no obstante la puntuación será de 0 en este apartado. El comité decidirá, en función del proyecto, la partida presupuestaria a la que se imputa aunque con carácter general el apunte se realizará en la partida de acciones secundarias.

Creación/consolidación de empleo

Se considera consolidación del empleo el hecho de que la actividad propuesta contribuya a conservar puestos de trabajo ya creados al aumentar la competitividad, generar nuevos áreas de trabajo, resolver problemas que ponen en riesgo la viabilidad de un proyecto o generar viabilidad a trabajadores autónomos que se vincules directamente con la actividad prestando sus servicios de manera habitual. Este empleo consolidado deberá ser mantenido durante 5 años.

Se considera creación de empleo el incremento de plantilla, el autoempleo nuevo o la creación de puestos de trabajo autónomo dependientes no existentes anteriormente y vinculados con la iniciativa. Para determinar la creación de empleo en actividades ya existentes se considerará que se incrementa la plantilla media medida de los últimos 6 meses. El empleo generado deberá ser mantenido durante 5 años.

En los proyectos no productivos que claramente no pueda existir empleo estable este criterio no se valorará.

Criterios de baremación	
Creación de 1-4 empleos	8
Creación de más de 4	10
Consolidación entre 1-4	6
Consolidación de más de 4	8

Puntuación máxima: 10

Este criterio se aplicará a todos los proyectos productivos.

Cambio climático y mejora del medio ambiente

Estos, junto con la innovación forman parte de los objetivos transversales que la Comisión establece para el desarrollo rural.

Se entiende por medidas de ahorro energético a la hora de valorar los proyectos que impliquen obra civil (nueva, adaptación,...) algunas de las siguientes:

1. Proyectos que impliquen obra civil
 - En las inversiones inmobiliarias tener un certificado de eficiencia energética con categoría C o superior. El certificado es obligatorio sólo en una serie de circunstancias, pero puede ser solicitado de manera voluntaria.
 - Cuando en un edificio que no tiene necesidad de disponer del certificado o no se ha considerado idónea su petición, se podrá valorar también este aspecto si un inmueble tiene:
 - Caldera de biomasa o sistemas de placas solares para fines de calefacción
 - Al menos el 50% de sus puntos luminosos de bajo consumo.
 - Sistemas domóticos que controlen el consumo energético
 - Aislamiento suficiente en paredes y carpintería en opinión del técnico en proyectos de arquitectura del programa basados en los criterios establecidos de eficiencia energética y en el código técnico de la edificación.
2. En proyectos de otro estilo se valorará, en función de la acción que se apliquen medidas específicas al tipo de proyecto (vehículos híbridos o con certificación ambiental, reducción de consumos en el proceso de la actividad, estrategia de disminución de la huella de carbono, acciones que disminuyan el efecto invernadero referentes a la actividad en concreto, utilización de productos específicos poco contaminantes...).
3. Se entiende que se cumplen medidas generales de protección del medio ambiente si se cumplen alguno de los siguientes aspectos:
 - Medidas de reciclaje y separación de residuos.
 - Utilización de productos generales poco contaminantes.

- Cuidado de ribazos mediante conservación de manto vegetal, realización de repoblaciones o plantaciones de otro tipo o protección de variedades autóctonas.
- Existencia en el manual de gestión de la actividad de un protocolo de calidad ambiental.
- Medidas de reducción del impacto acústico.
- Medidas de reducción del impacto visual.
- Inclusión de medidas medio ambientales en la estrategia de marketing.
- Otras actuaciones descritas en la actuación que el equipo técnico valore como de carácter ambiental

Criterios de baremación	
Certificado de eficiencia energética	5
Alguno del resto de los criterios para inversiones inmobiliarias(2 puntos por criterio)	5(puntuación máxima)
Otro tipo de proyectos. Aplicación de cualquiera de las medidas descritas	5
Cumplir algún criterio medioambiental (2,5 puntos por criterio)	5 (puntuación máxima)

Puntuación máxima: 10.

La categoría 1 de este criterio será de aplicación a proyectos con obra civil. La categoría 2 a proyectos que no impliquen obra civil. La categoría 3 a todos los proyectos.

Podrá no aplicarse si existen razones suficientes que indiquen que estas medidas no son de aplicación. Esta situación necesitará justificación por parte del equipo técnico y aprobación del comité de seguimiento. En todo caso la justificación de la exclusión del criterio deberá ser clara.

Discriminación positiva de colectivos desfavorecidos.

Se valorarán una serie de criterios que tratan de compensar dificultades añadidas en la realización del proyecto por condicionantes geográficos, locales o pertenencia a algunos colectivos específicos:

1. Ámbito geográfico de la actuación.
2. Perfil del público destinatario

Criterios de baremación	
Iniciativa de ámbito comarcal	10
Iniciativa en localidad de menos de 500 habitantes	10

Iniciativa en localidad entre 501 y 2.000	9
Iniciativas entre 2001 y 5000	7
Iniciativa en localidad de mas de 5000	4
Joven	10
Mayor	10
Discapacitado	10
Mujer (no incluida en colectivos anteriores)	10
Parado de larga duración (más de 2 años) (No incluido en apartados anteriores)	10
Parado mayor de 52 años	10

Puntuación máxima: 20

Se considera joven a toda persona que tenga 30 años o menos al comenzar el ejercicio en el que se presenta por primera vez la ayuda.

Se considera mayor a toda persona que tenga 55 años o más antes de finalizar el ejercicio en el que se presenta la ayuda.

El bloque 1 es de aplicación para todos los proyectos. El bloque 2 es de aplicación para los proyectos productivos.

1.9.2 Criterios específicos

Son los criterios que se aplican a un criterio en función de su propia naturaleza. Cada proyecto debe ser posicionado en un epígrafe de la estrategia, lo que condicionará su evaluación específica.

Proyectos de creación de oferta, mejora de la oferta y creación de nueva infraestructura turística.

El objetivo de la valoración de este punto es el favorecer la aparición/ consolidación de oferta dentro de la estrategia turística territorial tendente a oferta de calidad, penetración en nuevos mercados, trabajo en red.

Criterios de baremación	
Plan de calidad interno con manual de calidad	5
Plan de marketing	5
Sistema al menos de disponibilidad o reservas	3

on line	
Pago con tarjeta	3
Publicidad al menos en dos idiomas	3
Planificación de otros servicios necesarios para su clientela ¹¹	3
El establecimiento es accesible	3
Participación en la ruta del vino	5

Puntuación máxima: 20 puntos

Proyectos de promoción y/o información turística

Criterios de baremación	
Utilización de recursos en internet	5
Trabajar al menos en dos idiomas	5
Tener definido el target (solo promoción)	5
Incluir la ruta del vino	5

Puntuación máxima: Promoción 20 puntos. Información 15 puntos.

Proyectos de creación de producto

Criterios de baremación	
Definición y justificación del público destinatario	5
Determinación de los servicios y nivel de calidad de los mismos	5
Estar paquetizado o con posibilidades de paquetización	5
Diversificación del catálogo	5

Puntuación máxima: 20 puntos

Puesta en valor del paisaje y el patrimonio

Criterios de baremación	
Incluir en el proyecto la elaboración de	5

¹¹ Se entiende por este punto que se haya previsto y buscado alguna solución a diferentes posibles problemas para el usuario: desayunos, comidas y cenas, transfer, sistema de reservas de otros servicios,...

elementos de comunicación	
Disponer de un plan de interpretación	5
Ser accesible	5
Integrarse en una estrategia de producto turístico	5

Puntuación máxima: 20 puntos

Mejora de la comercialización

Criterios de baremación	
Definición de mercados	5
Orientación a la comercialización directa	5
Utilización de TICs	5

Puntuación máxima: 10 puntos

Nuevas formas de comercialización de productos locales

Criterios de baremación	
Definición de mercados	5
Orientación a la comercialización directa, km y/o grupos de consumo.	5
Utilización de TICs	5

Puntuación máxima: 10 puntos

Promoción de productos locales

Criterios de baremación	
Utilización de recursos en internet	5
Trabajar al menos en dos idiomas	5
Tener definido el target	5

Puntuación máxima: 15 puntos

Puesta en marcha de nuevas producciones

Criterios de baremación	
-------------------------	--

Contemplar la posibilidad de visita	5
Incluir estrategias de diseño	5
Tener definido el target	5

Se entiende por posibilidad de visita la planificación en la infraestructura y el plan de viabilidad la visita turística y la venta directa al turista como parte de la estrategia.

Puntuación máxima 15 puntos

Mejora en las infraestructuras generales en las nuevas tecnologías

Criterios de baremación	
Definición clara del problema a resolver	5
Implicación multiagente	5
Compromiso de mantenimiento de más 7 años	5

Acciones de implantación de uso de nuevas tecnologías

Se aplicarán criterios territoriales y de colectivos desfavorecidos.

Estudios territoriales

Criterios de baremación	
Incluye acciones de difusión de resultados	5
Criterios de aplicabilidad	5

Puntuación máxima: 10 puntos

Si el proyecto hace referencia a un tema relacionado con el medio ambiente, se aplicará los correspondientes criterios de valoración, en caso contrario estos aspectos quedarán excluidos.

Apoyo a acciones culturales

Criterios de baremación	
Mejoren la imagen de calidad del territorio	5
Diversifiquen la oferta cultural	5
Impliquen participación de la población local	5

Puntuación máxima: 15 puntos

El **criterio de transferencia de la puntuación a la concesión de la ayuda** se estructura en tres tramos:

- Menos del 50% de la puntuación posible= Rechazo del proyecto.
- Entre el 50% y el 60% de la puntuación posible= el mínimo establecido.
- Entre el 61% y el 75%= aplicando la fórmula (subvención máxima+ subvención mínima)/ 2.
- Más del 75%= máximo de la ayuda.

Los redondeos de la puntuación se realizarán al alza.

Los máximos y mínimos establecidos por el PDR para los diferentes proyectos es el siguiente:

- Proyectos productivos
 - Máximo: 40%
 - Mínimo: 25%
- Proyectos no productivos
 - Máximo: 90 %
 - Mínimo: 60 %

En el caso que el IVA de los ayuntamientos no sea subvencionable, la ayuda podrá alcanzar el 100%. Lo proyectos presentados por el propio grupo de acción local podrán alcanzar el 100%.